

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS



RÉSULTATS D'UNE ENQUÊTE EXCLUSIVE SUR LES HABITUDES D'ACHAT EN LIGNE DES ADULTES QUÉBÉCOIS

- > **Analyse détaillée de tous les achats en ligne parmi plus de 100 produits et services** regroupés en 12 catégories d'achats : voyages et transport ; musique, films et jeux vidéo ; vêtements, chaussures, accessoires et bijoux ; spectacles, sorties et restaurant ; livres, revues et journaux ; alimentation, santé et beauté ; sport: équipements et abonnements ; automobile et motorisés ; électronique ; logiciel et application mobile ; décoration et maison ; animaux et soins pour animaux.
- > **Montant dépensé en ligne** par transaction et par produit ou service et autres frais chargés (taxes, livraison, douanes)
- > **Sites d'achat utilisés** et pour chaque site : montant dépensé, cheminement vers ces sites, facteurs ayant contribué à l'achat, origine géographique des sites
- > Mode de **livraison** et de **paiement**
- > Mesure de **satisfaction** reliée à l'achat et causes d'insatisfaction
- > Profil **sociodémographique** des acheteurs



Sondage téléphonique et en ligne via panel



Auprès de 500 cyberacheteurs (18 ans et plus) différents chaque mois à travers le Québec



Achats de mars à décembre 2014

Collecte réalisée par BIP (Bureau d'Intervieweurs Professionnels)

5 000 cyberacheteurs sondés



9 102 transactions réalisées

28 204 articles commandés

1 373 sites Internet utilisés

Ce document présente les résultats phares des 10 premiers mois de collecte de l'ICEQ 2014-2015.
Les résultats détaillés sont réservés aux partenaires du projet.



Au Québec,



1 adulte sur 2 a acheté en ligne au cours de la dernière année
(NETendances 2014)



1 adulte sur 4 a acheté en ligne au cours du mois précédant l'enquête, et a dépensé en moyenne **295 \$**
(ICEQ 2014-2015)

FIDÉLISATION, RÉFÉRENCEMENT ET RÉSEAUX SOCIAUX : COMMENT LES CYBERACHETEURS ARRIVENT SUR UN SITE INTERNET



Fidélisation : Pour **1 achat sur 2 (56 %)** le cyberacheteur est retourné sur un site qu'il avait déjà utilisé dans le passé



Référencement : Pour **23 %** des achats, le site faisait partie des résultats d'une requête sur un moteur de recherche



Réseaux sociaux : Pour **5 %** des achats, le cyberacheteur est arrivé sur un site depuis un réseau social : recommandation d'un contact (**2 %** des achats), publicité (**2 %**) ou page / groupe (**1 %**)

Autres sources : **courriel** promotionnel (**5 %** des achats), **bouche-à-oreille** hors Internet (**7 %**), **site d'achat groupé** (**1 %**), **bannière** publicitaire (**1 %**), **médias traditionnels** (**1 %**), **circulaire** électronique (**1 %**) ou papier (**1 %**),

CROISSANCE DES ACHATS MOBILES

EN 2012-2013, les achats effectués depuis un appareil mobile comptaient pour 8 % des transactions analysées. En 2014-2015, ces achats représentent maintenant 21 % des transactions. Cette forte croissance provient notamment des achats effectués depuis une tablette numérique (de 6 % en 2012-2013 à 21 % en 2014-2015).



ICEQ 2012-2013
ICEQ 2014-2015

SATISFACTION CYBERACHETEUR

En ligne, de quoi dépend la satisfaction du client ?



41 % des cas d'insatisfaction étaient reliés au produit (non conforme, décevant, défectueux)



et **20 %** à la livraison (délais trop longs voire retard)

Par ailleurs, **9 %** étaient dus à un mauvais service après-vente, **8 %** au site (complexe, défectueux, mal conçu), **8 %** à des frais imprévus (dernière minute, douane), **3 %** au prix ou au rapport qualité-prix, **3 %** à une rupture de stock, **2 %** à un problème de carte ou de transaction, et **1 %** à une clause cachée (reconduction tacite)

QU'ACHÈTENT LES CYBERACHETEURS ?

Les six catégories d'achat les plus populaires sont :



la **mode** (**31 %** des cyberacheteurs ont acheté au moins un article de la catégorie « Vêtements, chaussures, accessoires ou bijoux » au cours du mois précédant l'enquête)



l'**électronique** (**23 %**)



la **musique**, les **films** et les **jeux vidéo** (**17 %**)



les **livres**, les revues et les journaux (**17 %**)



les **articles de décoration** et de maison (**14 %**)

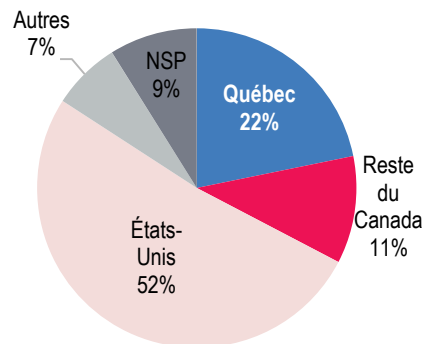


les **voyages et transport** (**10 %**)

Viennent ensuite l'alimentation / santé / beauté (**9 %**), les billets de spectacles / sorties / restaurant (**8 %**), les équipements et les abonnements de sport (**6 %**), les articles d'automobile et les appareils motorisés (**6 %**), les logiciels et applications mobiles (**4 %**), et les animaux et les produits de soins pour animaux (**1 %**).

SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

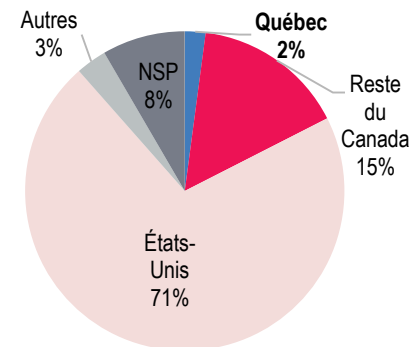
MODE / ACCESSOIRES 113 \$



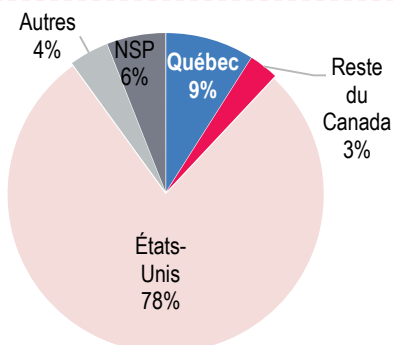
ANALYSE PAR CATÉGORIES D'ARTICLES COMMANDÉS

Montant moyen par transaction, Top 3 des sites Internet
et répartition de l'origine géographique des sites

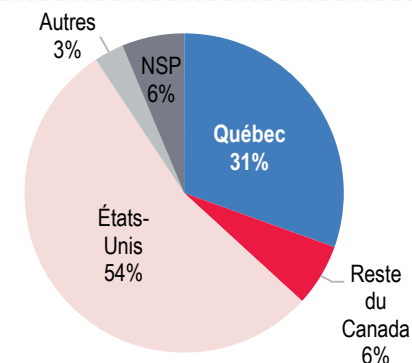
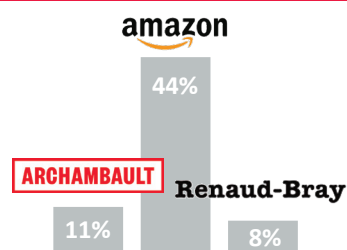
ÉLECTRONIQUE 176 \$



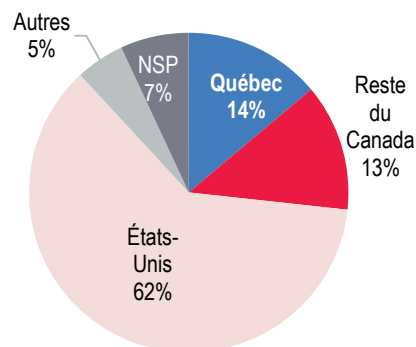
MUSIQUE / FILMS / JEUX VIDÉO 49 \$



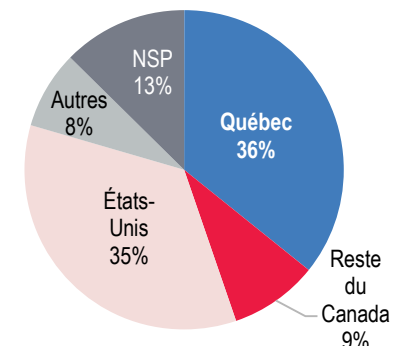
LIVRES / REVUES / JOURNAUX 54 \$



DÉCORATION / MAISON 179 \$



VOYAGES ET TRANSPORT 820 \$



L'INDICE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE AU QUÉBEC (ICEQ) C'EST :

- ✓ L'analyse détaillée des achats en ligne de 5000 adultes québécois de 18 ans et plus. Qu'achètent-ils exactement? Sur quels sites et pourquoi?
- ✓ Sont-ils satisfaits de leurs achats? Qui achète sur appareil mobile?
- ✓ L'opportunité de savoir plus précisément qui sont vos concurrents sur le Web et de vous y comparer.
- ✓ L'opportunité de mieux comprendre qui sont les cyberacheteurs de votre secteur.
- ✓ Un éclairage nouveau sur l'influence du milieu dans le processus d'achat en ligne (magasinage « social ») de vos produits et services.
- ✓ La possibilité d'ajouter à notre enquête vos propres questions.
- ✓ L'accès privilégié à un rapport d'analyse du comportement d'achat en ligne dans l'une des 12 grandes catégories suivantes :
 - voyages et transport ;
 - musique, films et jeux vidéo ;
 - vêtements, chaussures, bijoux et accessoires ;
 - spectacles, sorties et restaurant ;
 - livres, revues et journaux ;
 - alimentation, santé et beauté ;
 - sport (équipements et abonnements) ;
 - automobile et motorisés ;
 - électronique ;
 - logiciel et application mobile ;
 - décoration et maison ;
 - animaux et soins pour animaux.

L'Indice du commerce électronique au Québec 2014-2015 a été réalisé grâce au soutien financier du gouvernement du Québec, du Mouvement des caisses Desjardins, de Metro et de Tink.

Pour en savoir plus, veuillez communiquer avec Claire Bourget, directrice principale, recherche marketing :
claire.bourget@cefrio.qc.ca
514 840-1245 poste 229
www.cefrio.qc.ca

Principale partenaire financier

Ministère
de l'Économie,
de l'Innovation
et des Exportations

Québec



Bureau de Québec
888, rue Saint-Jean
Bureau 575
Québec (Québec)
G1R 5H6
Tél. 418 523-3746

Bureau de Montréal
550, rue Sherbrooke Ouest
Tour Ouest, bureau 1770
Montréal (Québec)
H3A 1B9
Tél. 514 840-1245