

Le commerce en ligne chez les particuliers

Une personne sur deux dans l'UE a effectué des achats en ligne en 2015

Vêtements et articles de sport: articles les plus populaires

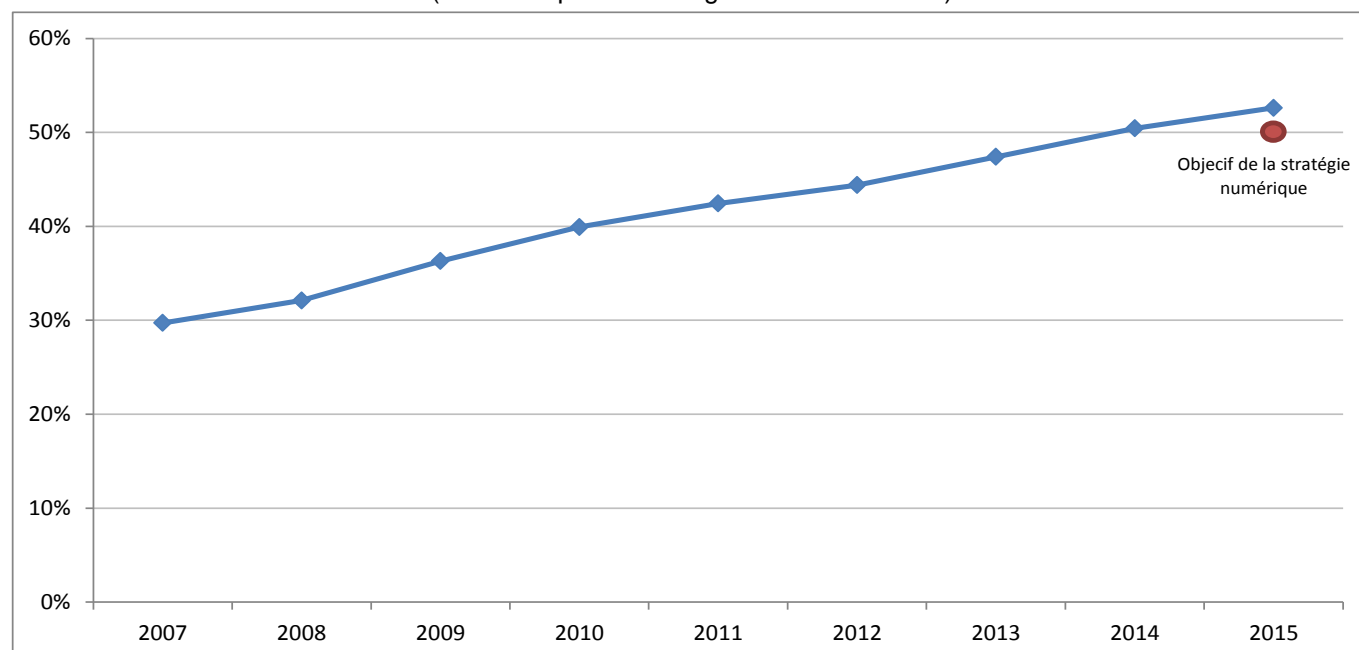
Dans l'Union européenne (UE), la proportion de personnes âgées de 16 à 74 ans qui ont commandé des marchandises ou des services pour leur usage privé sur internet (les «cyber-acheteurs») a connu une hausse constante, passant de 30% en 2007 à 53% en 2015. En d'autres termes, l'UE a dépassé l'objectif qu'elle s'était fixée au titre de sa stratégie numérique, à savoir atteindre la barre des 50% en 2015.

Parmi les internautes de l'UE n'ayant fait aucun achat en ligne en 2015, 75% ont déclaré préférer faire leurs achats dans les magasins et 27% qu'ils avaient des craintes quant à la sécurité des paiements et la protection de la vie privée.

La plupart des cyber-acheteurs dans l'UE semblaient satisfaits de leurs achats en ligne: 70% d'entre eux ont affirmé n'avoir rencontré aucun problème. Les articles les plus achetés sur internet étaient les vêtements et articles de sport (commandés par 60% des cyber-acheteurs), suivis par les voyages et logements de vacances (52%) ainsi que les biens d'équipement ménagers et jouets (41%).

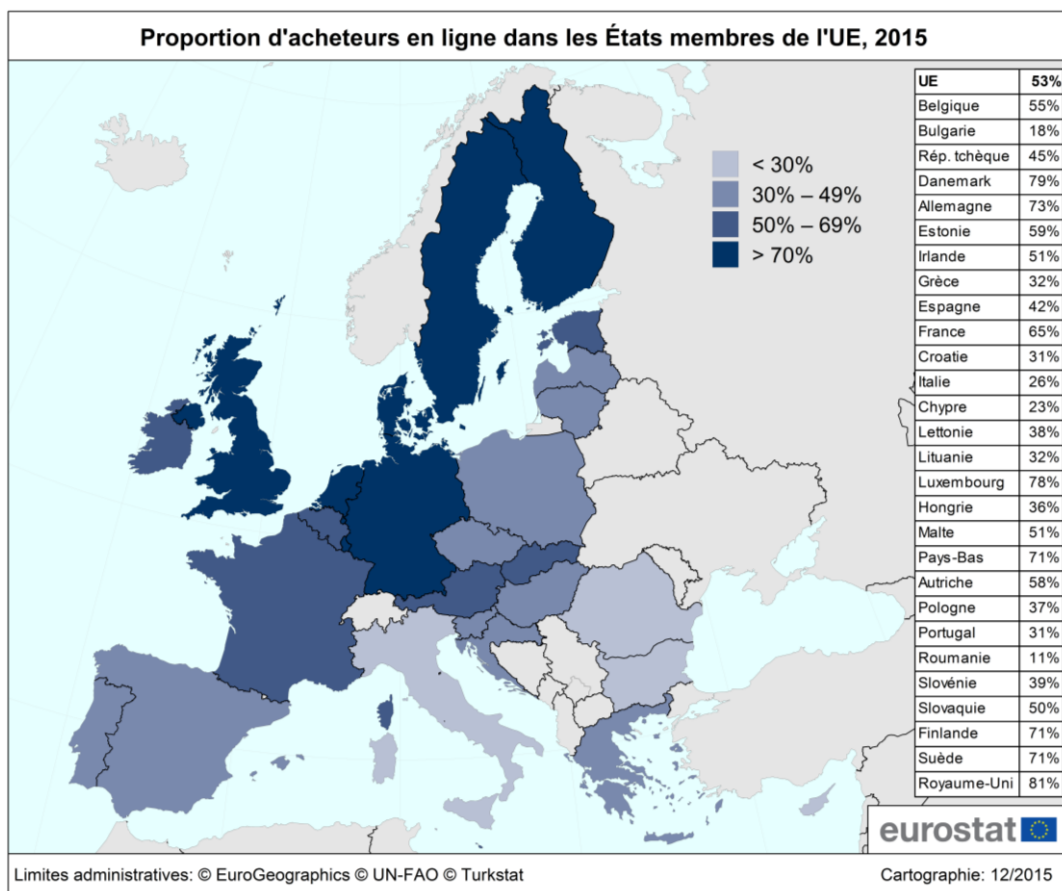
Ces données sont extraites d'un [rapport](#) publié par Eurostat, l'office statistique de l'Union européenne, et font partie des résultats de l'enquête menée en 2015 sur l'utilisation des TIC (technologies de l'information et de la communication) par les ménages et les particuliers. Les données sont utilisées pour suivre plusieurs politiques de l'UE, notamment la stratégie numérique pour l'Europe.

Particuliers ayant effectué des achats en ligne, 2007-2015
(en % des personnes âgées de 16 à 74 ans)



Proportion la plus élevée de cyber-acheteurs au Royaume-Uni, au Danemark et au Luxembourg

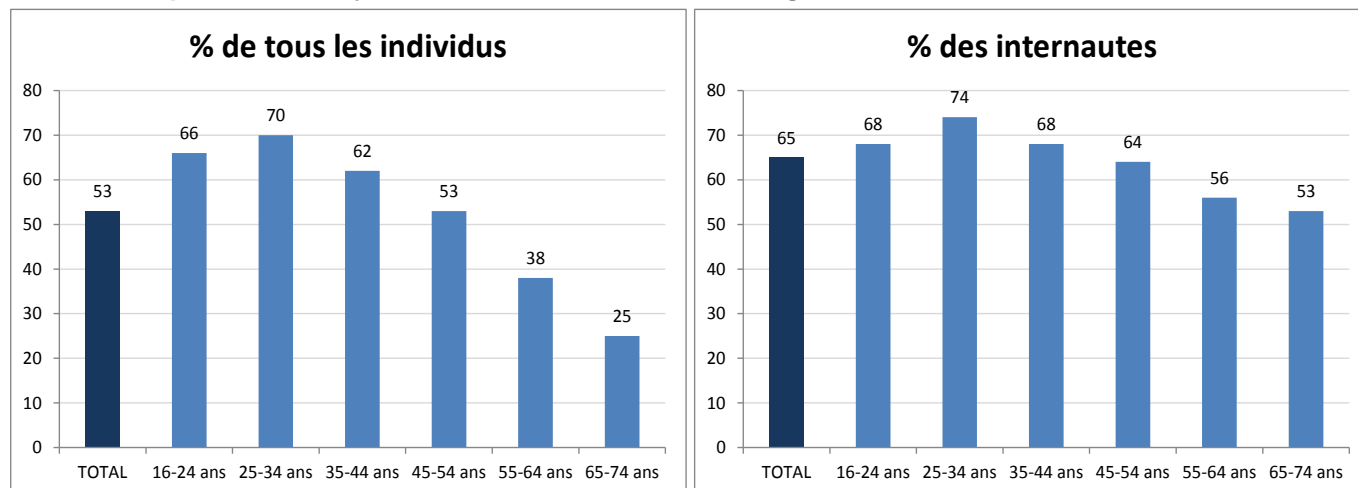
En 2015, la plus forte proportion de cyber-acheteurs a été observée au **Royaume-Uni** (où 81% de la population âgée de 16 à 74 a effectué des achats en ligne), au **Danemark** (79%), au **Luxembourg** (78%), en **Allemagne** (73%), aux **Pays-Bas**, en **Finlande** et en **Suède** (71% chacun). En revanche, la **Roumanie** (11% des cyber-acheteurs), la **Bulgarie** (18%), **Chypre** (23%) et **l'Italie** (26%) ont enregistré les proportions les plus faibles. D'une manière générale, dans la moitié des États membres, la part des cyber-acheteurs dépassait les 50%.



Un internaute senior sur deux a effectué des achats en ligne en 2015

Dans l'**UE**, les achats en ligne sont bien moins courants chez les personnes âgées (25% des 65-74 ans ont effectué des achats en ligne en 2015) que chez les plus jeunes (66% des 16-24 ans et 70% des 25-34 ans). Cette différence entre ces deux classes d'âge s'explique en grande partie par le fait que les personnes âgées ont moins tendance à utiliser internet — à quelque fin que ce soit. En fait, la part des internautes seniors (utilisateurs d'internet âgés de 65 à 74 ans) qui achètent en ligne a atteint 53%, contre 68% des jeunes internautes.

Proportion des cyber-acheteurs par tranche d'âge dans l'Union européenne, 2015



Part la plus élevée de cyber-acheteurs parmi les 25-34 ans

Chez les plus jeunes (personnes âgées de 16 à 24 ans), la part des internautes ayant effectué des achats en ligne en 2015 était supérieure à 50% dans la plupart des États membres de l'UE, tandis que chez les personnes âgées de 65 à 74 ans, elle n'était supérieure à 50% qu'au **Royaume-Uni** (78%), au **Luxembourg** (69%), en **Allemagne** (65%), au **Danemark** (63%), en **Suède** (58%) et en **France** (57%). D'une manière générale, dans la grande majorité des États membres, c'est dans la tranche d'âge de 25 à 34 ans qu'a été enregistrée la plus grande proportion des acheteurs en ligne parmi les internautes.

Alors qu'une tendance générale semblable a été observée dans tous les États membres, avec une part d'internautes ayant acheté en ligne en 2015 inférieure parmi les générations les plus âgées que parmi celles les plus jeunes, l'ampleur de cet écart varie considérablement d'un État membre à l'autre.

Acheteurs en ligne par classe d'âge, 2015

(en % des utilisateurs d'internet dans les différentes tranches d'âge)

	16-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-74 ans
UE	68	74	68	64	56	53
Belgique	68	73	71	64	52	39
Bulgarie	40	41	31	22	13	11
Rép. tchèque	62	70	63	46	36	29
Danemark	88	88	89	84	73	63
Allemagne	81	94	89	82	72	65
Estonie	76	83	75	61	45	31
Irlande	71	72	66	58	47	36
Grèce	48	57	50	39	33	22
Espagne	55	63	58	49	41	29
France	77	84	78	73	65	57
Croatie	60	53	46	40	22	16
Italie	39	47	41	37	32	25
Chypre	33	39	33	26	20	22
Lettonie	55	70	54	39	24	16
Lituanie	51	60	49	34	19	13
Luxembourg	77	87	84	83	72	69
Hongrie	51	57	55	45	28	19
Malte	83	79	65	60	43	36
Pays-Bas	84	90	83	73	68	48
Autriche	81	81	72	63	53	37
Pologne	59	68	57	43	33	27
Portugal	54	59	51	36	20	17
Roumanie	21	21	19	13	9	6
Slovénie	61	68	52	41	34	25
Slovaquie	68	76	64	56	38	27
Finlande	88	91	88	77	58	43
Suède	80	89	86	80	65	58
Royaume-Uni	93	91	91	87	80	78
Norvège	77	91	87	83	67	48
Anc. Rép. yougo. de Macédoine	23	20	10	13	10	5
Turquie	24	37	29	21	16	17

Les données sources sont consultables [ici](#).

Les vêtements au Royaume-Uni, les services touristiques au Danemark, les livres au Luxembourg

En 2015, les vêtements et articles de sport étaient les produits les plus communément achetés en ligne dans l'UE, 60% des cyber-acheteurs ayant acheté un article de ce groupe. Viennent ensuite les voyages et logements de vacances (52%), les biens d'équipement ménager et jouets (41%), les tickets d'entrée à des manifestations (37%) et les livres, magazines et journaux (33%).

Les vêtements et les articles de sport constituaient les articles les plus achetés en ligne dans dix-neuf États membres. La part la plus importante de cyber-acheteurs ayant commandé des vêtements en ligne en 2015 a été enregistrée au **Royaume-Uni** (74%), suivi de près par **Malte** (72%) et la **Bulgarie** (71%). Les voyages et logements de vacances, la catégorie la plus populaire dans les neuf autres États membres, ont été achetés en ligne par une proportion de cyber-acheteurs particulièrement élevée dans les trois États nordiques membres de l'UE – le **Danemark** (73%), la **Finlande** (70%) et la **Suède** (69%). Les biens d'équipement ménager et jouets étaient les plus achetés en ligne au **Royaume-Uni** (61% des cyber-acheteurs), les tickets d'entrée à des manifestations au **Danemark** (69%) ainsi qu'en **Suède** (64%), et les livres, magazines et journaux au **Luxembourg** (54%).

Personnes ayant acheté en ligne certains biens et services, 2015 (en % des cyber-acheteurs)

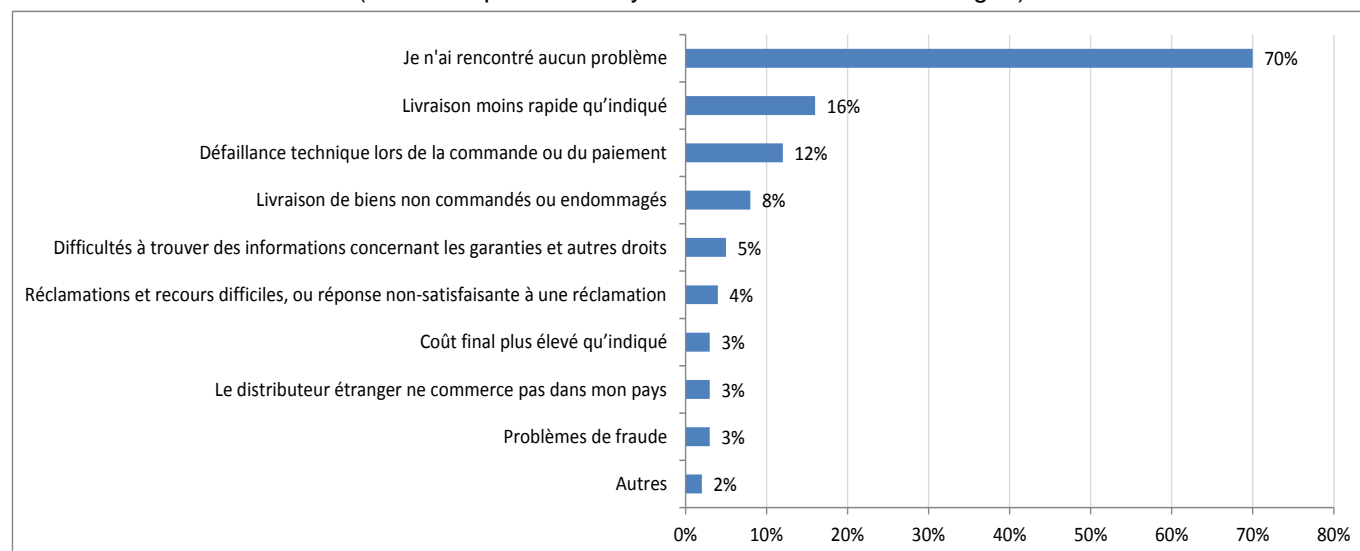
	Vêtements et articles de sport	Voyages et logements de vacances	Biens d'équipement ménager et jouets*	Tickets d'entrée à des manifestations	Livres, magazines et journaux
UE	60	52	41	37	33
Belgique	47	46	32	36	29
Bulgarie	71	31	31	19	13
Rép. tchèque	62	25	13	37	17
Danemark	58	73	42	69	27
Allemagne	64	49	49	40	42
Estonie	52	60	37	57	30
Irlande	60	65	27	56	35
Grèce	48	23	17	12	12
Espagne	50	63	29	43	23
France	57	53	35	24	28
Croatie	48	23	21	25	14
Italie	37	42	26	19	26
Chypre	60	51	11	10	15
Lettonie	51	21	32	29	8
Lituanie	52	20	40	33	11
Luxembourg	56	62	37	49	54
Hongrie	45	43	26	28	27
Malte	72	49	27	32	36
Pays-Bas	65	63	38	54	44
Autriche	62	55	30	38	47
Pologne	62	20	34	17	20
Portugal	49	55	24	31	32
Roumanie	67	22	15	17	21
Slovénie	45	26	28	21	12
Slovaquie	66	29	40	28	25
Finlande	64	70	31	61	30
Suède	60	69	35	64	39
Royaume-Uni	74	63	61	47	41
Norvège	52	71	33	54	38
Anc. Rép. yougo. de Macédoine	67	17	8	17	16
Turquie	57	30	26	15	18

* à l'exclusion des produits électroniques grand public

7 cyber-acheteurs sur 10 n'ont pas rencontré de problème lors de l'achat en ligne

En règle générale, il apparaît que les transactions s'effectuent sans heurt. En 2015, 70% des cyber-acheteurs dans l'UE n'ont rencontré aucun problème lors de l'achat en ligne. Lorsque toutefois des problèmes surviennent, ce sont principalement la rapidité de la livraison (mentionnée par 16% des cyber-acheteurs) et les défaillances techniques du site web au moment de la commande ou du paiement (12%) qui ont posé des difficultés, suivis par la livraison d'articles autres que ceux commandés ou d'articles endommagés (8%).

Problèmes rencontrés lors de l'achat en ligne* (en % des personnes ayant effectué des achats en ligne)

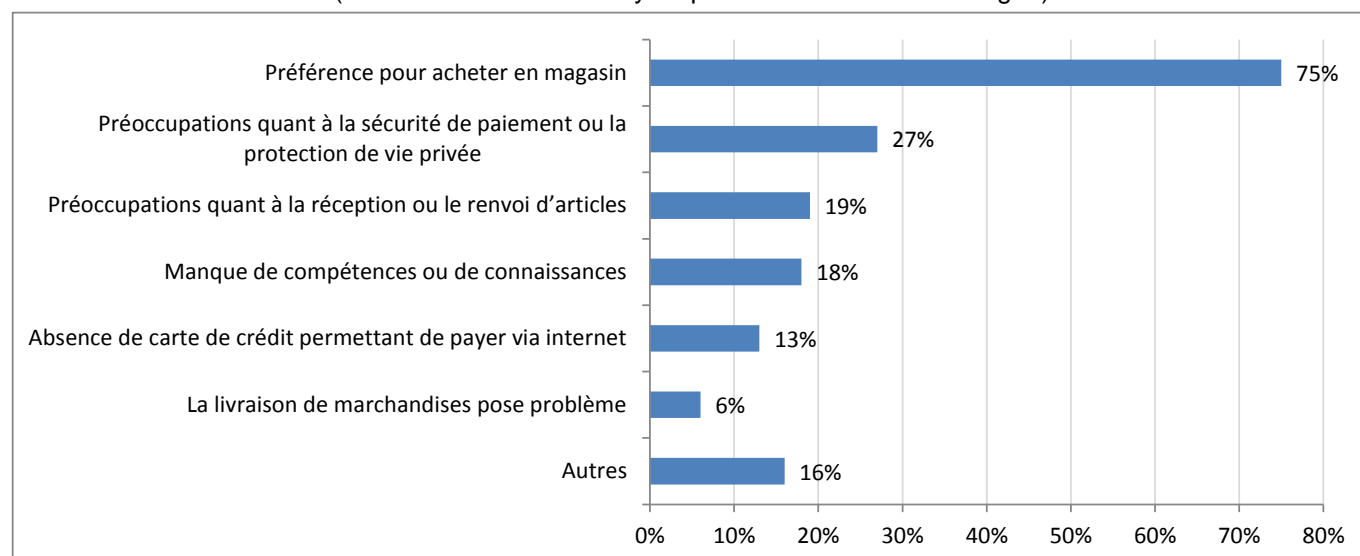


* Les répondants pouvaient signaler plus d'un problème.

Plus d'un quart de ceux qui n'achètent pas en ligne sont préoccupés par la sécurité sur internet

L'écrasante majorité des personnes dans l'UE qui n'ont pas effectué d'achats en ligne dans les douze mois précédant l'enquête préfère faire ses achats dans des magasins. Ces personnes souhaitent voir le produit avant de l'acheter, préfèrent rester fidèles aux commerçants ou sont très attachées à leur habitude d'effectuer leurs achats dans les magasins. Plus d'un quart (27%) d'entre elles ont indiqué que ce sont leurs craintes concernant la sécurité des paiements ou la vie privée qui les ont empêchées d'effectuer des achats en ligne. Viennent ensuite leurs craintes concernant la réception ou le renvoi d'articles (19%) et le manque de compétences ou de connaissances pour effectuer des achats en ligne (18%).

Obstacles perçus à l'achat en ligne* (en % des internautes n'ayant pas effectué d'achats en ligne)



* Les répondants pouvaient signaler plus d'un obstacle.

Méthodes et définitions

Les données proviennent de l'enquête communautaire 2015 sur l'utilisation des TIC par les ménages et les particuliers. L'enquête a porté sur les personnes âgées de 16 à 74 ans. Dans la plupart des pays, elle a été effectuée au cours du deuxième trimestre de 2015. Les personnes ont été interrogées sur leur fréquence d'utilisation d'internet et sur leurs activités sur internet au cours des trois ou douze derniers mois précédant l'enquête, à la maison ou ailleurs.

Par cyber-acheteurs, on entend les personnes qui ont commandé et/ou acheté des biens ou services en ligne destinés à un usage privé au cours des 12 derniers mois précédant l'enquête.

Pour plus d'informations

Section du site web d'Eurostat consacrée aux statistiques sur la société de l'information.

Base de données d'Eurostat sur les statistiques sur la société de l'information.

Article «Statistics Explained» d'Eurostat sur les statistiques relatives à l'e-commerce et les particuliers (en anglais uniquement).

Tableau de bord de la stratégie numérique de la Commission européenne.

Publié par: **Service de presse d'Eurostat**

Vincent BOURGEOIS

Baiba GRANDOVSKA

Tél: +352-4301-33 444

eurostat-pressoffice@ec.europa.eu

 **ec.europa.eu/eurostat**


Production des données:

Petronela REINECKE

Tél: +352-4301-31 424

petronela.reinecke@ec.europa.eu

 **[@EU Eurostat](https://twitter.com/EU_Eurostat)**

 **Media requests:** Eurostat media support / Tel: +352-4301-33 408 / **eurostat-mediasupport@ec.europa.eu**