

Mobile Shopping : the French bottom of the class

New research from Poulpeo and Ipsos Public Affairs on shopping trends across 11 countries

Etude Poulpeo - Ipsos Public Affairs sur les comportements de consommateurs à travers le monde.

Une étude menée dans 11 pays révèle que seulement 4% des Français ont déjà réalisé un achat sur mobile, contre 24% des chinois et 22% des Britanniques.

- **Un marché en pleine croissance : plus de la moitié des internautes dans le monde (53%) utilisent leur mobile lors de leur shopping. Si 82% des Indiens et 76% des Chinois sont des adeptes du m-commerce, 70% des Français ne se servent jamais de leur téléphone mobile dans le processus d'achat, le taux le plus élevé sur l'échelle mondiale.**
- **Les 3 principales activités liées au m-commerce dans le monde sont : obtenir des informations sur un produit (31%), vérifier un prix sur mobile en magasin (21%) et acheter un produit ou un service (16%).**
- **Sur 5 activités sur 6, les Français occupent la dernière place du classement : ils sont 3 fois moins nombreux que les Américains à vérifier les prix sur leur portable en magasin (8% vs 23%) et 5 fois moins nombreux que les Britanniques (4% vs 22%) à acheter via leur téléphone mobile.**
- **Si plus d'un Américain sur cinq (22%) et un Britannique sur six (17%) utilisent des coupons de réduction sur mobile en magasin, ils ne sont que 3% en France.**

Paris le 23 septembre 2013 – Zoom sur le m-commerce, la nouvelle tendance dans le monde du shopping qui séduit de plus en plus de consommateurs et tend, par conséquent, à révolutionner leurs comportements et habitudes d'achat. Une nouvelle étude commanditée par Poulpeo.com, site de cashback et de réductions en ligne, et réalisée par Ipsos Public Affairs auprès de plus de 10 000 consommateurs dans 11 pays, dresse un bilan sur le m-commerce dans le monde et souligne le retard des Français sur ce secteur. Si plus de la moitié des internautes dans le monde (53%) utilisent leur mobile lors d'un achat, la France, quant à elle, affiche le plus faible taux du palmarès. En effet, 70% n'ont jamais utilisé un téléphone mobile pour le shopping. Inversement, l'Inde (82%), la Chine (76%) et la Grande Bretagne (56%) se positionnent comme véritables prescripteurs sur ce marché.

Le mobile pour s'informer

Aujourd'hui le smartphone accompagne le consommateur dans la vie de tous les jours, cependant l'impact sur la consommation reste à ce stade relativement faible. L'étude démontre que les internautes français utilisent leur téléphone portable majoritairement pour obtenir des informations sur un produit et ils sont presque 2 fois moins nombreux que la moyenne mondiale (17% vs 31%). Pour l'instant, les mobinautes français vont à peine plus loin dans l'usage du mobile, ils ne sont que 8% à vérifier les prix en magasin grâce à leur mobile, 7% à scanner des codes QR et 4% à télécharger et se servir des applications de boutiques en ligne. En ce qui concerne les applications, les Britanniques sont cinq fois plus nombreux que les Français à les utiliser (20% vs 4%).

Un mobile pour acheter

Au niveau mondial, 16% des internautes utilisent aujourd'hui leur téléphone mobile pour acheter des produits ou souscrire à un service. En Europe, ce sont le Royaume-Uni (22%), la Suède (16%) et l'Allemagne (14%) qui arrivent en tête du palmarès. La France en revanche occupe la dernière place du classement (4%) et les consommateurs français sont cinq fois moins nombreux que les Anglais à acheter via leur mobile.

Lorsqu'il s'agit de rechercher un code promo sur son téléphone pour l'utiliser ensuite en magasin, les pays comptant le plus d'adeptes sont les Etats Unis (22%), la Chine (20%), l'Inde (20%) et la Grande Bretagne (17%). La France arrive, une fois de plus, en bas du classement (3% vs moyenne mondiale de 12%).

Le profil du m-consommateur en France

En France, ce sont pour l'instant notamment les hommes qui se servent de leur mobile lors d'un achat (34% chez les hommes vs 26% chez les femmes). En effet, cet écart est d'autant plus significatif en terme de vérification de prix sur mobile en magasin (11% vs 5%). De plus, ce sont les moins de 35 ans qui montrent un plus grand intérêt à ce nouveau mode de shopping. Ils sont deux fois plus nombreux que les seniors à y être séduit (39% vs 18%). Enfin, c'est en région parisienne (37%) que les consommateurs sont les plus friands du m-shopping. En revanche, on constate que le revenu n'a que peu d'impact sur l'utilisation du mobile pendant le processus d'achat. Les foyers à revenu bas et les foyers à revenu élevé affichent respectivement un taux d'utilisation de 34%.

« L'arrivée du m-commerce séduit les marchands et leur ouvre de nouvelles perspectives. Grâce à l'essor des smartphones et des tablettes, les consommateurs sont aujourd'hui connectés en permanence et n'ont plus besoin d'un ordinateur pour accéder

à Internet » commente **Olivier DAVID, Directeur Général de Poulpeo.com**. « *Cependant, l'adaptation des sites e-commerce aux supports mobiles nécessite des investissements non négligeables et beaucoup de commerçants sont encore réticents à franchir le cap. Contrairement aux pays anglo-saxons, véritables précurseurs et qui connaissent aujourd'hui un grand dynamisme sur ce secteur, la France montre, quant à elle, un grand potentiel de développement et n'en est qu'à ses débuts comme le confirme l'étude que nous venons de mener.* »

Résultats détaillés de l'enquête Poulpeo.com réalisée par Ipsos Public Affairs sont disponibles sur simple demande.

[Cliquez ici pour télécharger le communiqué de presse en version pdf](#)

Notes aux éditeurs

[1] Sondage en ligne réalisé par Ipsos Public Affairs entre le 10 et le 24 juin 2013, auprès de 10 009 adultes dans 11 pays. L'étude comprenait environ 1 000 répondants dans chacun des pays suivants : Australie, France, Allemagne, Italie, États-Unis, Canada, Grande-Bretagne, Inde et Chine, et 500 en Suède et aux Pays-Bas respectivement. Les résultats sont pondérés en fonction de l'ensemble de la population adulte (16 à 64 ans) dans chaque pays (18 à 64 ans pour les États-Unis et du Canada)

[2] : Taux de connexion Internet dans les pays de l'étude

Allemagne : 84%
Australie : 82%
Canada : 87%
Chine : 42%
Etats-Unis : 81%
France : 83%
Inde : 13%
Italie : 58%
Pays-Bas : 93%
Royaume-Uni : 87%
Suède : 94%

Source : International Telecommunications Union, 2012

<https://retailmenot.mediaroom.com/mobile-shopping-france>