

BAROMETRE DU E-COMMERCE EN TUNISIE

1^{ère} Vague

Principaux résultats

Octobre 2018

- **Introduction**
 - Objectifs
 - Méthodologie
- **Principaux résultats**
- **Synthèse et conclusions**
- **Questions/Réponses**

INTRODUCTION

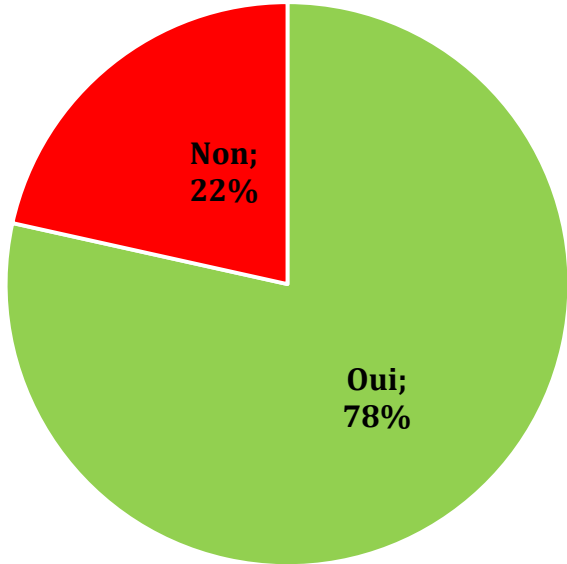
- Disposer d'un outil de mesure du comportement des internautes en matière d'achat en ligne.
- Les principaux indicateurs à suivre sont :
 - ✓ Le taux de pénétration du commerce en ligne
 - ✓ Le comportement des acheteurs en ligne : ancienneté, fréquence, produits achetés, moyens, médias et appareils utilisés, panier moyen
 - ✓ Les intentions d'achat
 - ✓ Les motivations et les freins à l'achat
 - ✓ Le profil des acheteurs et des non acheteurs

- Echantillon de 1064 internautes tunisiens (questionnaires complets, validés après nettoyage technique et contrôle de cohérence)
- Questionnaire auto-administrée accessible en ligne via desktop ou mobile
- Diffusion large sur plusieurs médias électroniques :
 - ✓ Sites web de Tunisie Numérique et partenaires : INC, SEVAD
 - ✓ Pages Facebook de Tunisie Numérique et partenaires : INC, SEVAD
 - ✓ Diffusion sponsorisée sur Facebook
 - ✓ Diffusion d'une Newsletter auprès de la base des internautes de Tunisia Survey.
- Durée d'enquête : du 23 mai au 23 août 2018

PRINCIPAUX RESULTATS

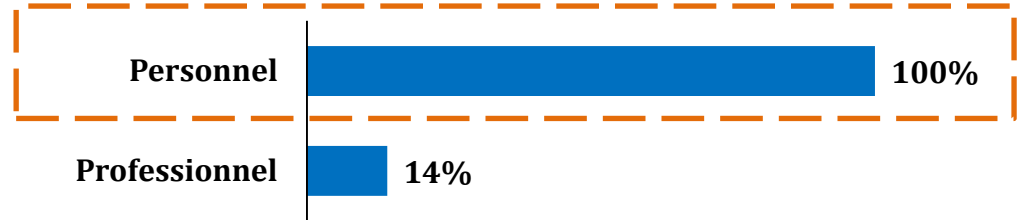
TAUX D'ACHAT EN LIGNE

Question : Avez-vous déjà acheté sur Internet au moins une fois?

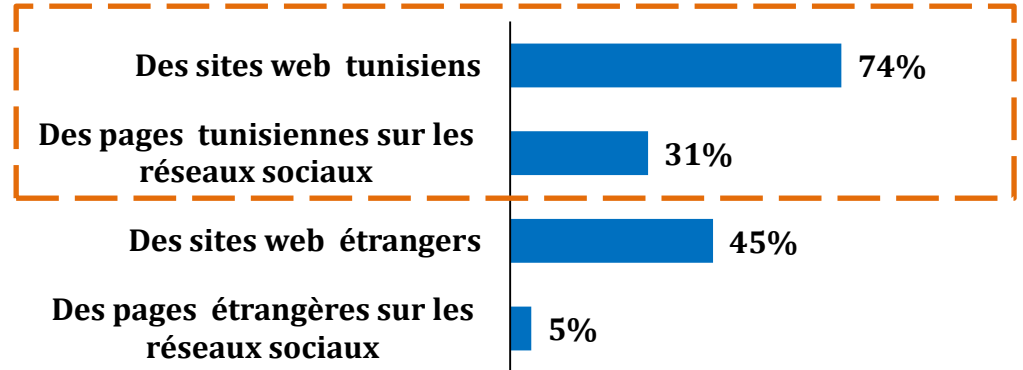


Base : 1064

Achats faits à titre :



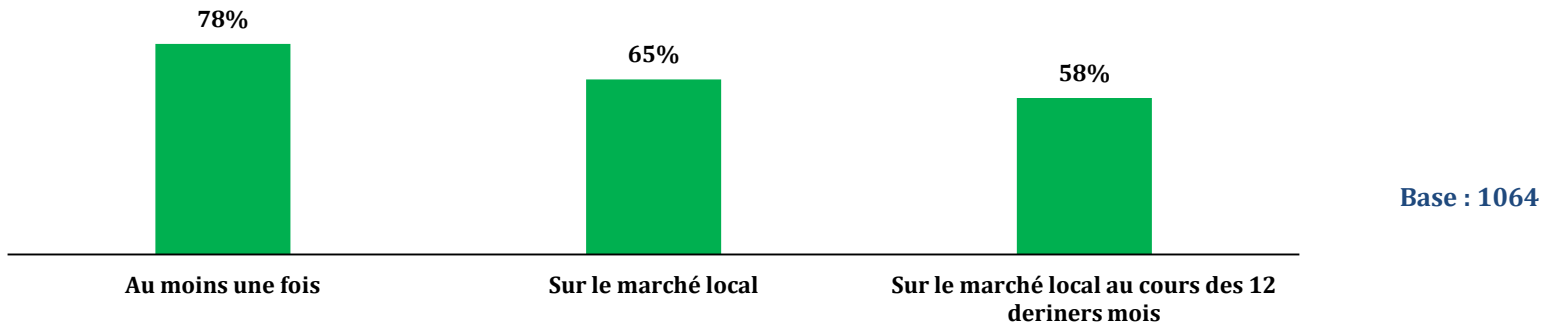
Achats effectués sur :



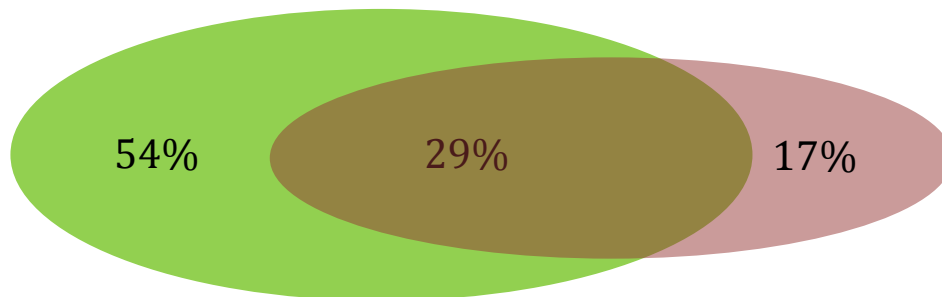
Base : 835

ACHAT LOCAL vs INTERNATIONAL

Taux d'achat en ligne



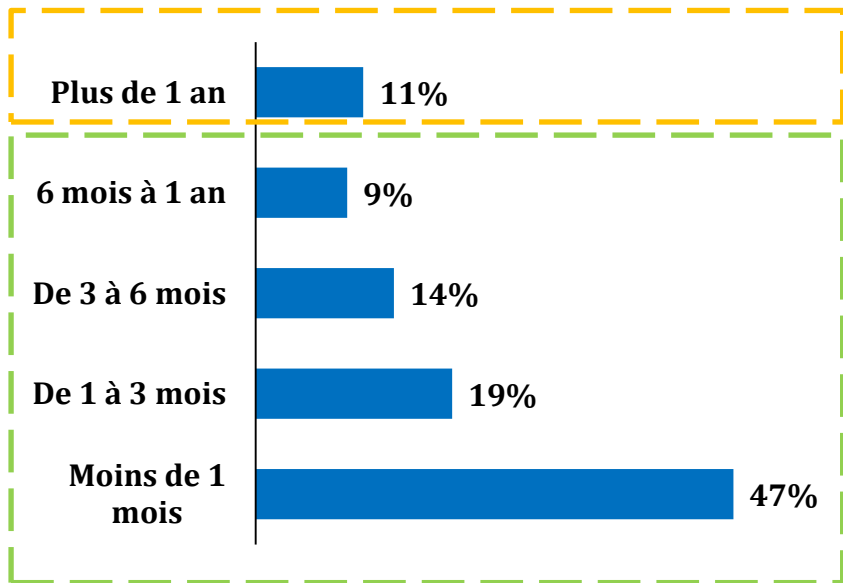
Marché local
uniquement



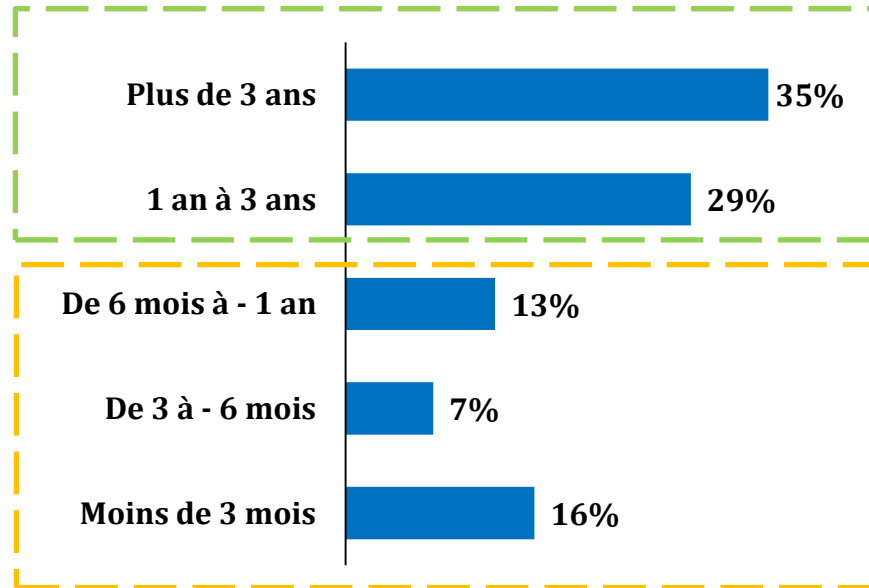
Marché à l'étranger
uniquement

ANCIENNETÉ

Question : A quand remonte votre dernier achat sur Internet?



Question : A quand remonte votre premier achat sur Internet?



Base : 695

Moins d'un an : 89%

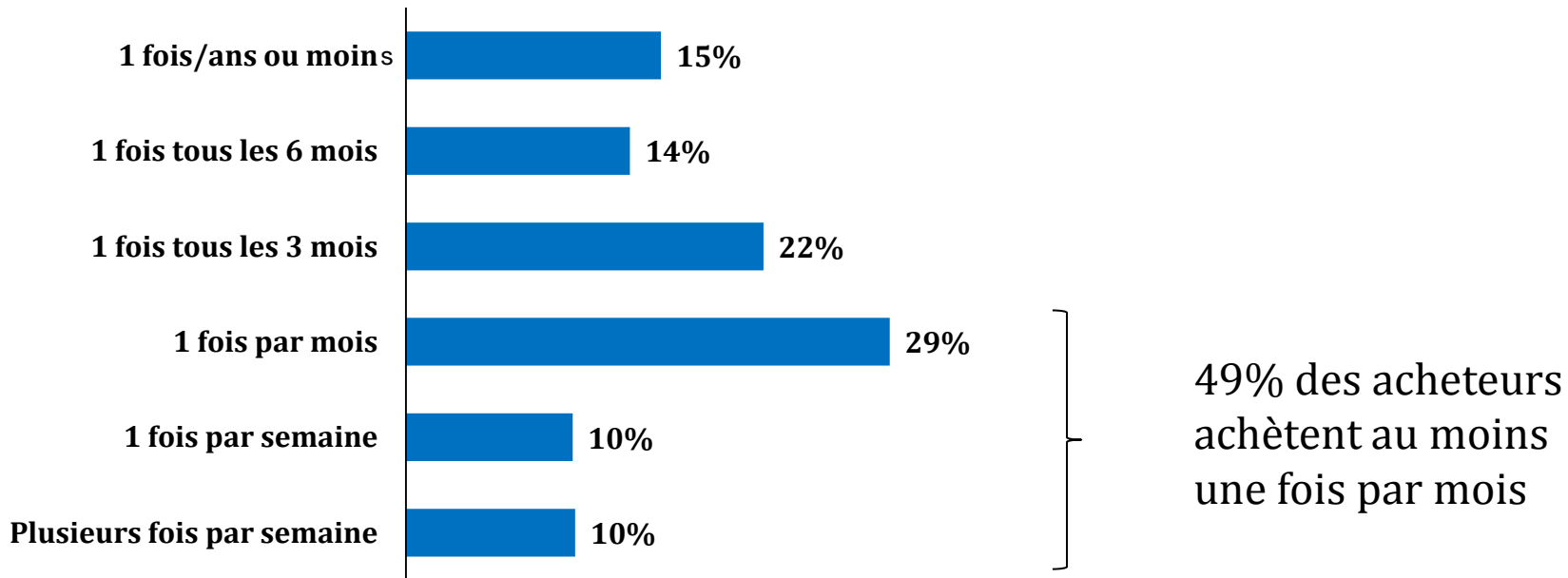
Plus d'un an : 11%

Moins d'un an : 36%

Plus d'un an : 64%

FREQUENCE

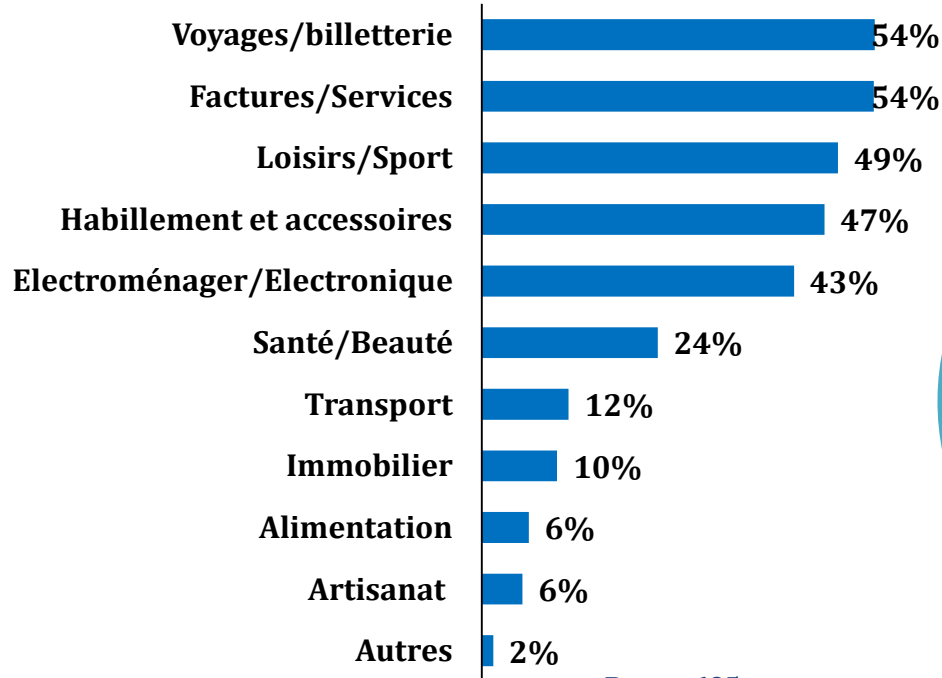
Question : A quelle fréquence approximativement effectuez-vous vos achats en ligne ?



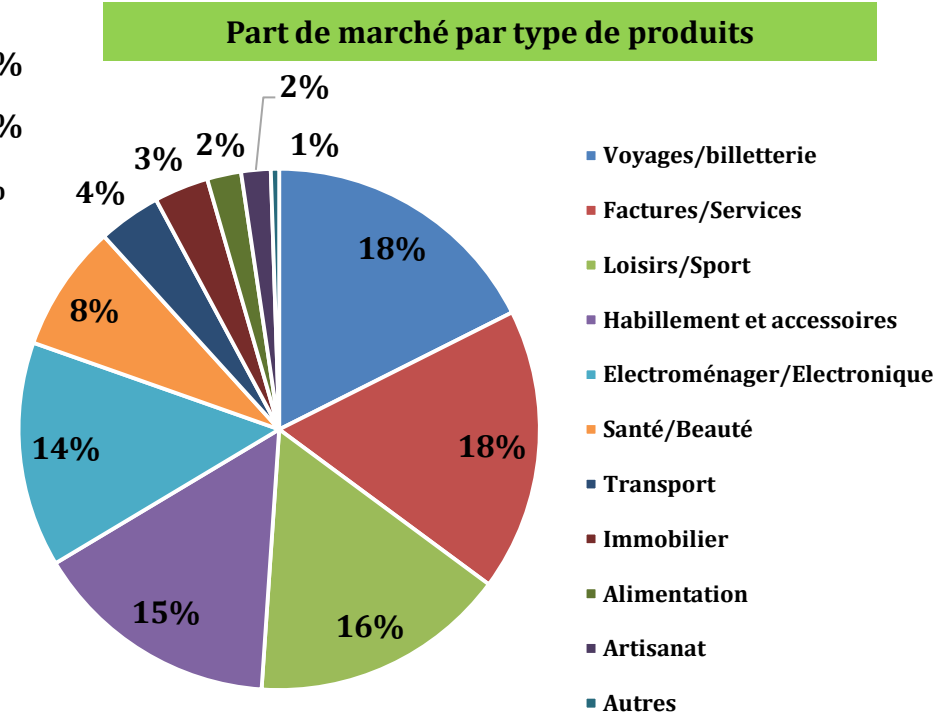
Base : 695

PRODUITS ACHETES

Question : Quels types de produits achetez-vous sur Internet ?

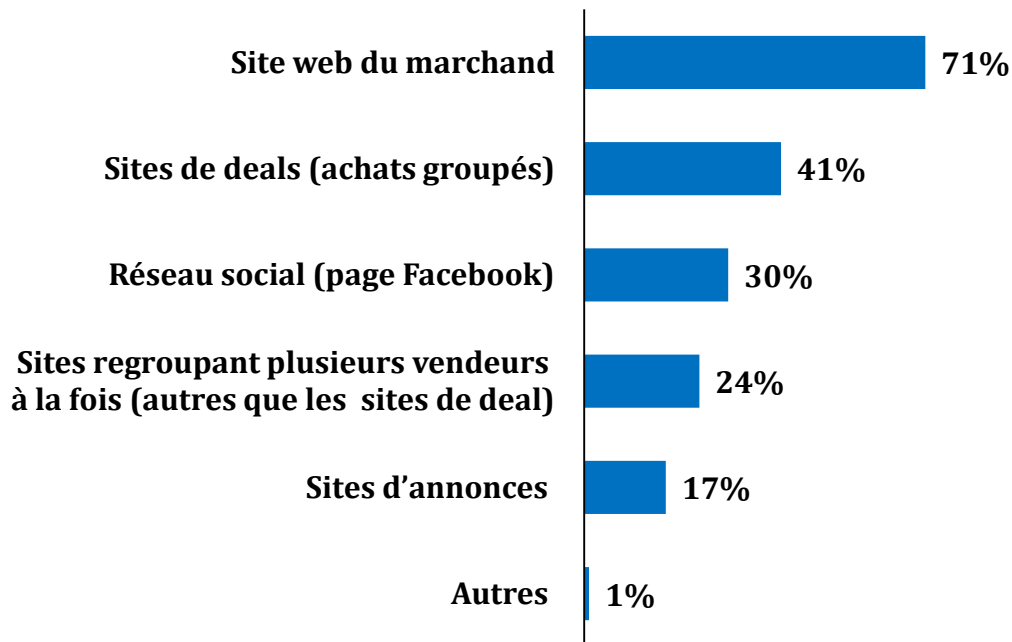


Base : 695



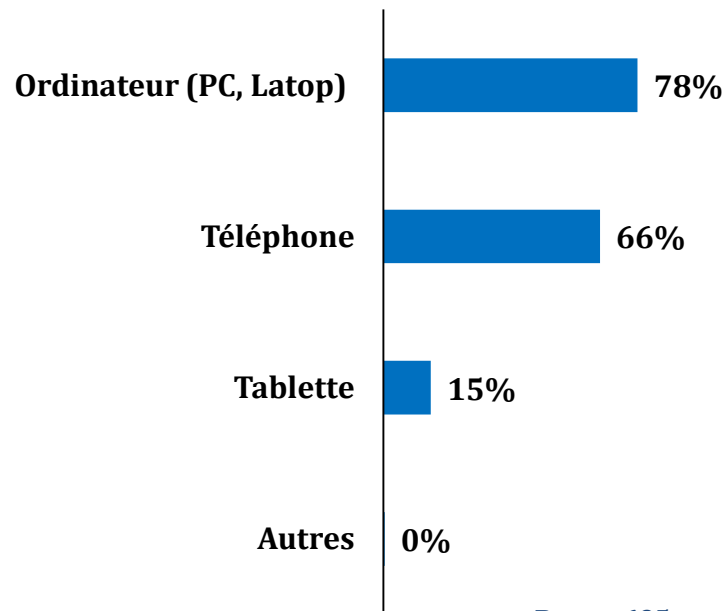
MEDIAS ET DISPOSITIFS UTILISES

Question : Sur quels médias électroniques, achetez-vous le plus souvent ?



Base : 695

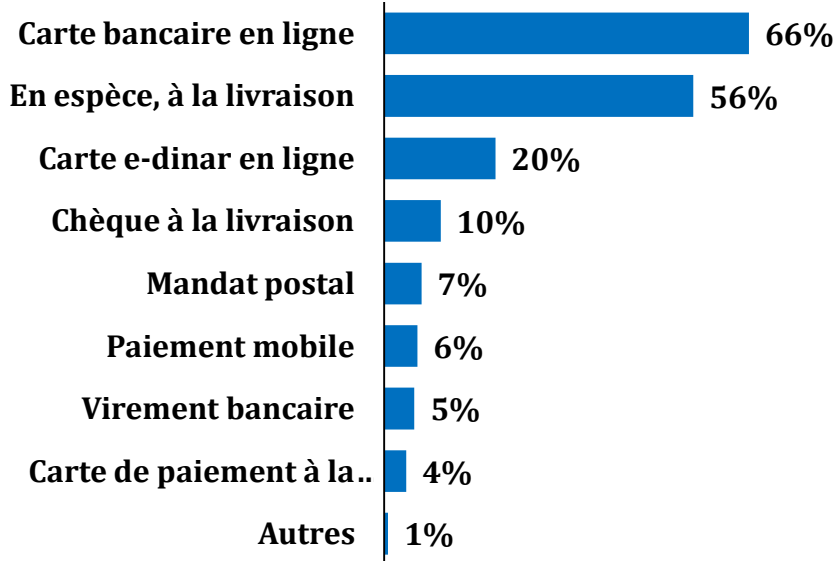
Question : Quels appareils utilisez-vous pour vos achats en ligne ?



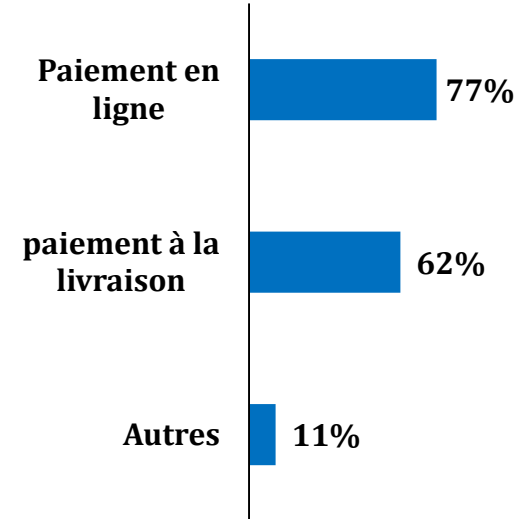
Base : 695

MODES DE PAIEMENT

Question : Quels sont les moyens de paiement que vous utilisez pour régler vos achats sur Internet ?

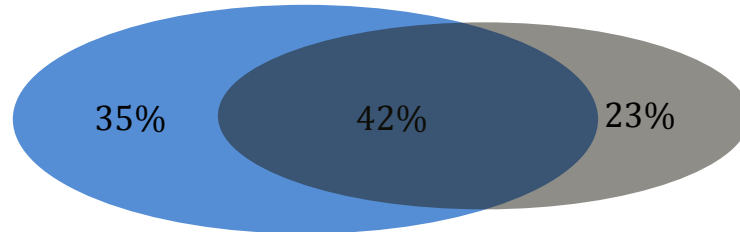


Base : 695



Base : 695

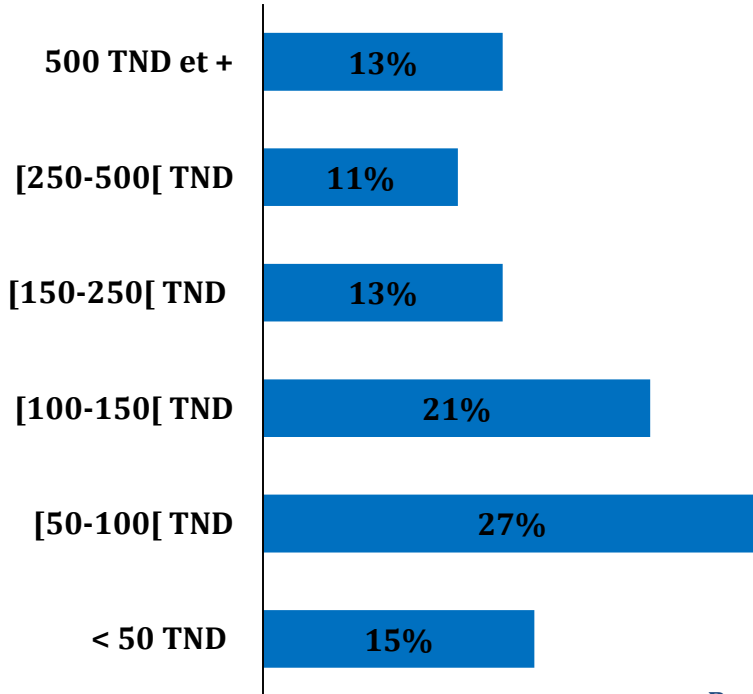
En ligne



Cash

MONTANT DEPENSE

Question : *Quel est le montant moyen dépensé pour vos achats sur internet?*



Valeur moyenne : 198 TND

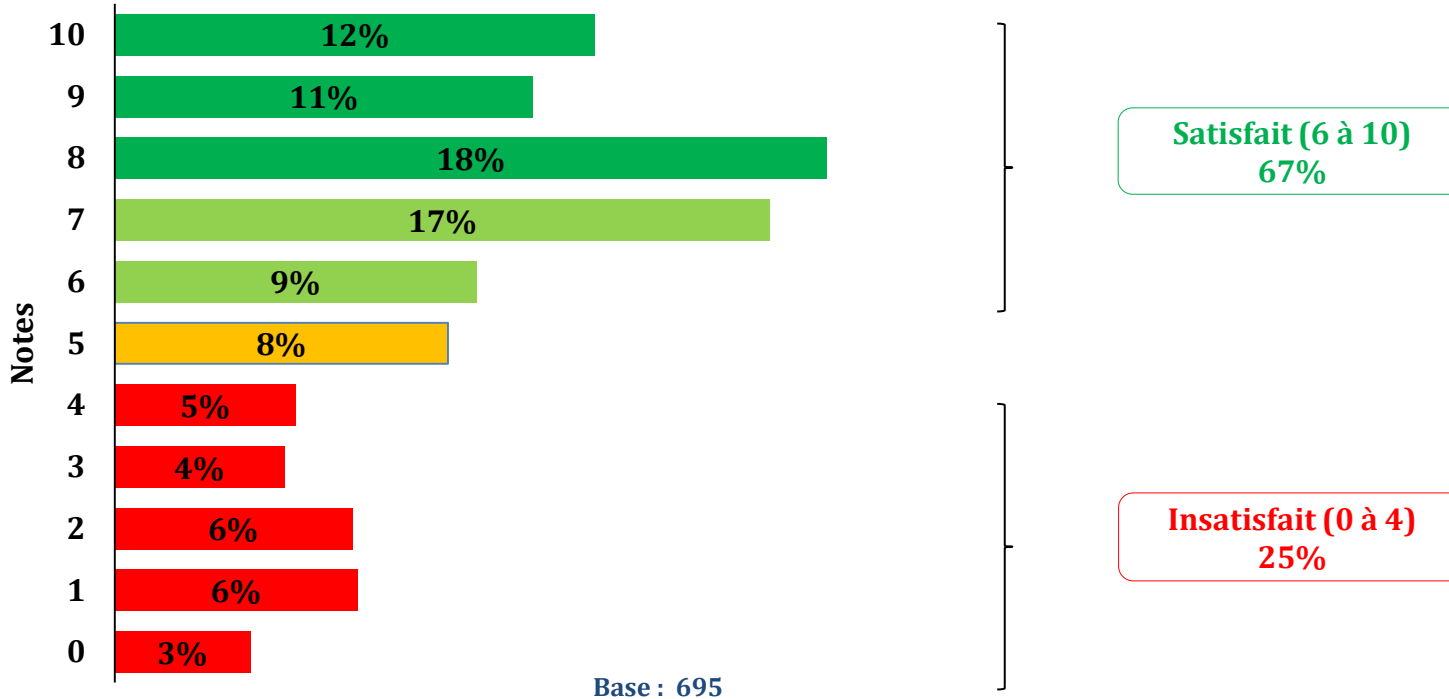
Valeur médiane : 119 TND

**50% des personnes
dépensent moins de 119
TND et 50% des personnes
dépensent plus de 119 TND
pour leurs achats en ligne**

Base : 695

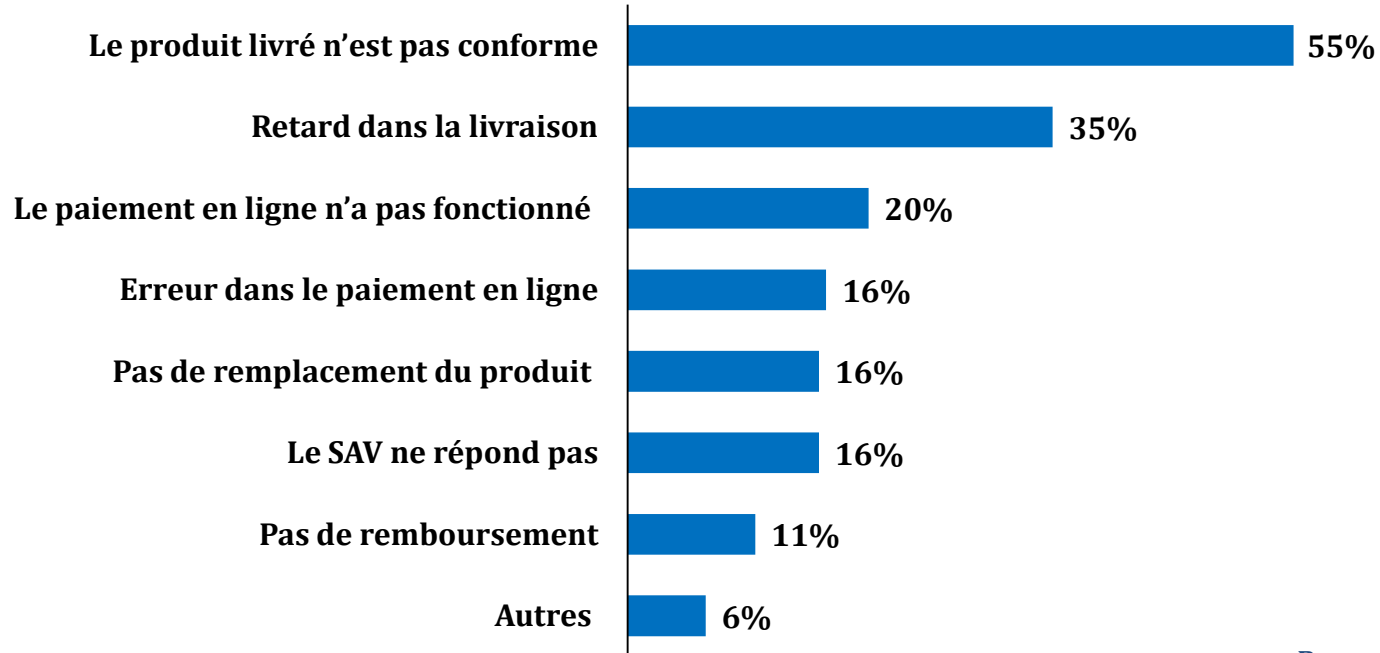
SATISFACTION

Question : *Quelle est votre niveau de satisfaction par rapport à vos derniers achats en ligne ?*



RAISONS D'INSATISFACTION

Question : Quelles sont les raisons de non satisfaction ?

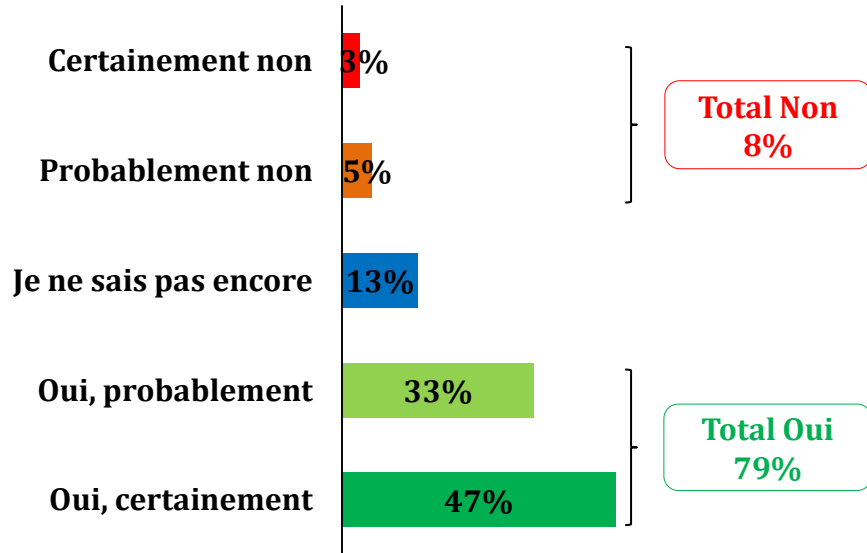


Base : 171

INTENTIONS D'ACHAT

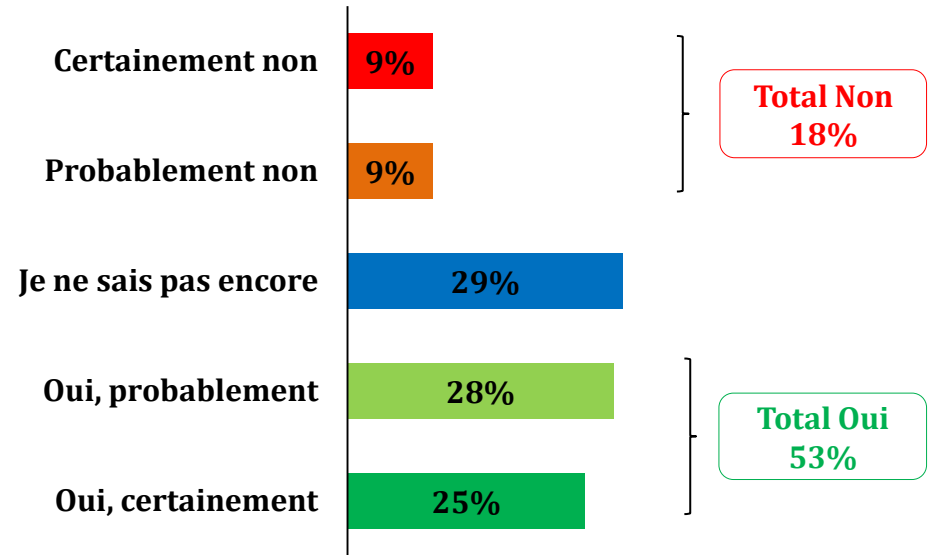
Question : Avez-vous l'intention d'acheter prochainement sur Internet sur un site web tunisien et/ou une page tunisienne sur les réseaux sociaux ?

Acheteurs



Base : 695

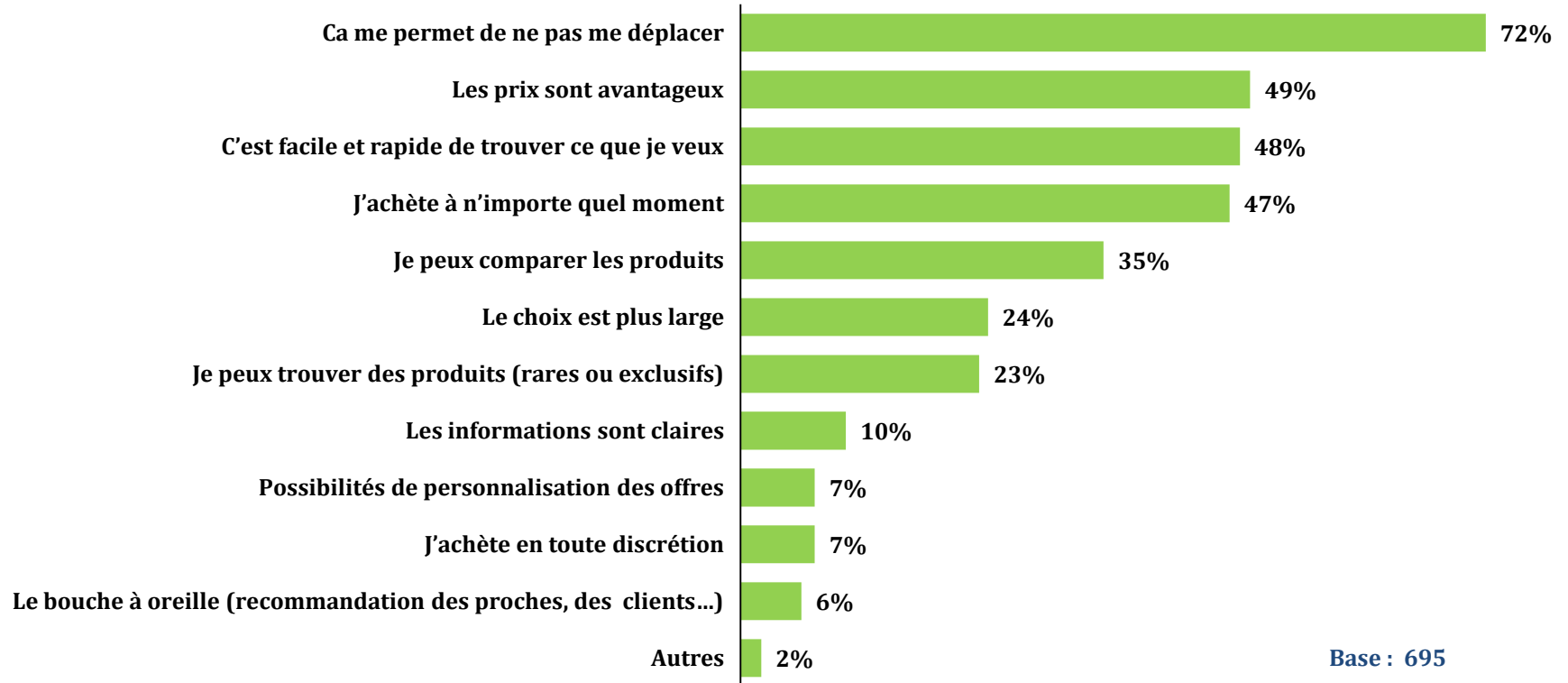
Non acheteurs



Base : 369

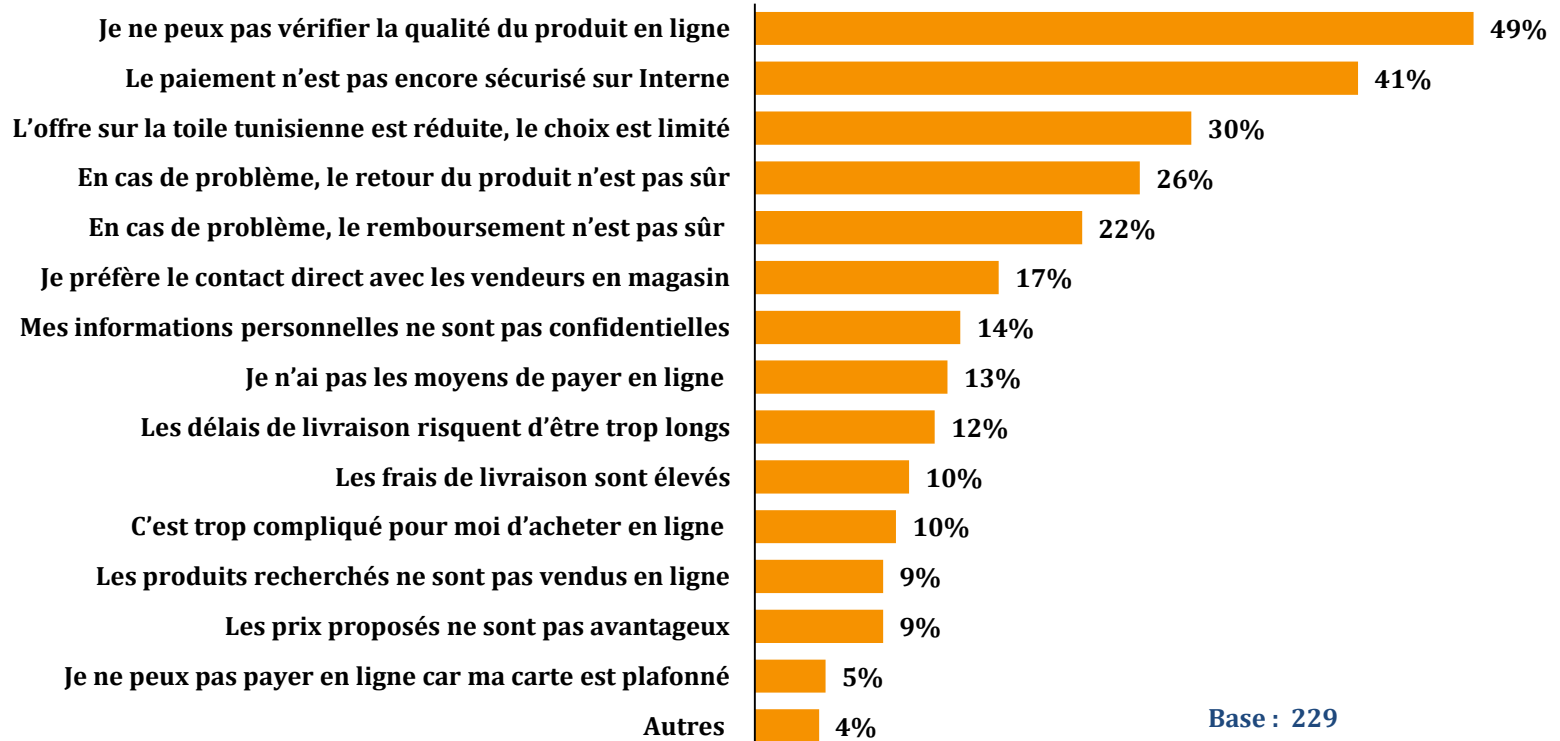
MOTIVATIONS

Question : Pour quelles raisons achetez-vous sur Internet ?



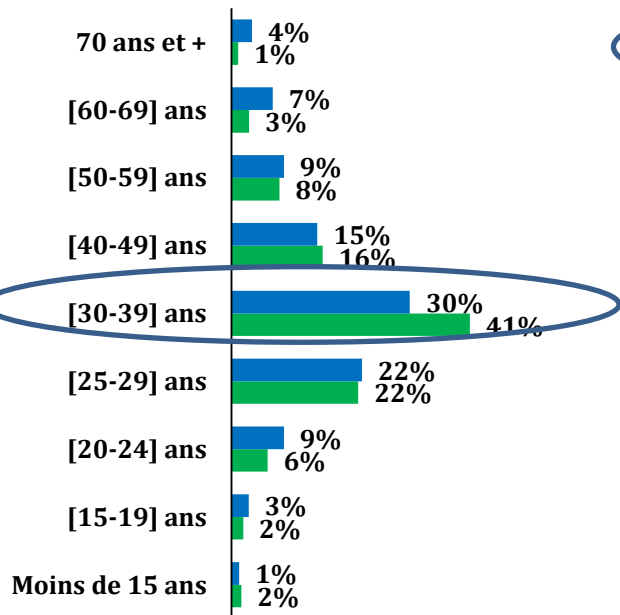
Base : 695

Question : Pour quelles raisons n'achetez-vous pas?



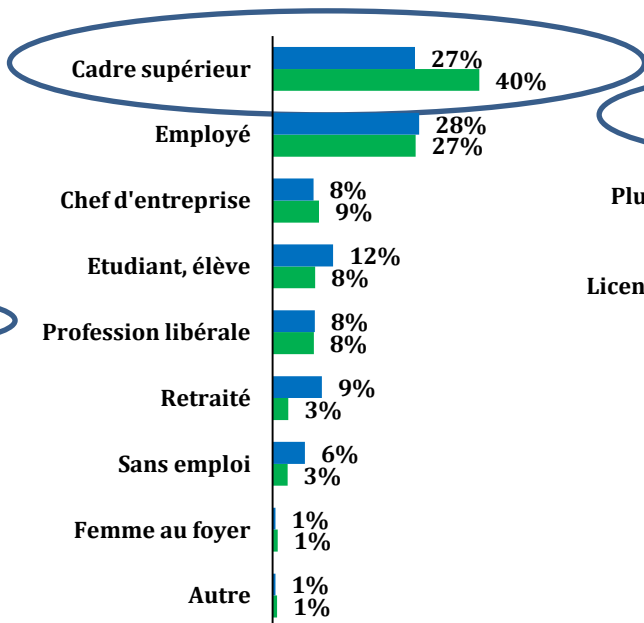
PROFIL ACHETEURS ET NON ACHETEURS

Tranche d'âge



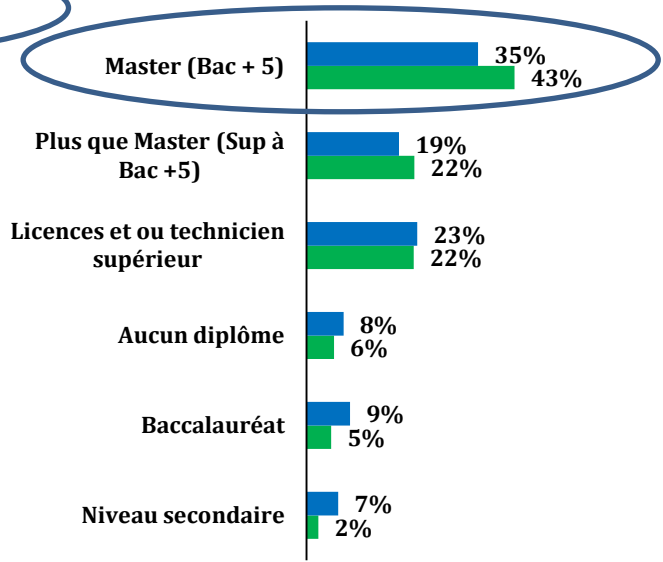
■ Non acheteurs ■ Acheteurs

Statut



■ Non acheteurs ■ Acheteurs

Diplôme obtenu



■ Non Acheteurs ■ Acheteurs

SYNTHESE ET CONCLUSIONS

SYTHESE ET CONCLUSIONS

- Cette étude révèle que **la pratique de l'achat en ligne est très développée** en Tunisie : 58% des internautes ont effectué un achat sur un site tunisien au cours des 12 derniers mois.
- **Le e-acheteur tunisien se montre assez mature** : il achète à une fréquence élevée (49% une fois/mois), principalement auprès des sites marchands (71%), en utilisant aussi bien le PC (71%) que le smartphone (66%). Le paiement en ligne est couramment utilisé (77%), dépassant le COD (62%).
- Pour des raisons pratiques, l'internaute tunisien a pris l'habitude de payer certains services importants en ligne (**billetterie, factures : plus de 50%**) et d'acheter sur Internet plusieurs types produits notamment des articles de loisirs, sport, habillement, électronique et électroménager.
- Les raisons de son engouement pour l'achat en ligne sont principalement **le gain de temps** (acheter sans se déplacer : 72%), **les prix avantageux**, la rapidité de trouver le produit qu'on cherche sur le web, la possibilité d'acheter à n'importe quel moment et le fait de pouvoir comparer facilement.

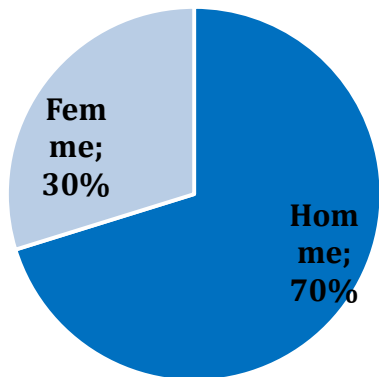
SYTHESE ET CONCLUSIONS

- La satisfaction des e-consommateurs est au top : **2/3 sont se déclarent satisfaits** de leur expérience. Pour les acheteurs non satisfaits, ils reprochent notamment **des problèmes de SAV** (produit livré non conforme, retard de livraison , dysfonctionnement du paiement en ligne).
- Cependant, **le marché s'avère très prometteur** : près de 80% des e-acheteurs souhaitent renouveler leur expérience, et plus de 50% des non acheteurs ont l'intention d'acheter en ligne.
- Pour les réfractaires, sur les 5 premiers freins cités, 4 sont liés à l'offre et 1 à la sécurité de paiement. **Rassurer les internautes sur la qualité des produits et le SAV** (livraison, remboursement...) permettra de conquérir de nouveaux clients en ligne.
- Au niveau des profils, on constate quelques différences significatives : les e-acheteurs sont plus jeunes, ils ont un statut supérieur en termes de CSP (40% de cadres supérieurs vs 27% chez les non acheteurs) et de niveau d'éducation (43% de bac+5 vs 35% pour les non acheteurs).

SIGNALETIQUE

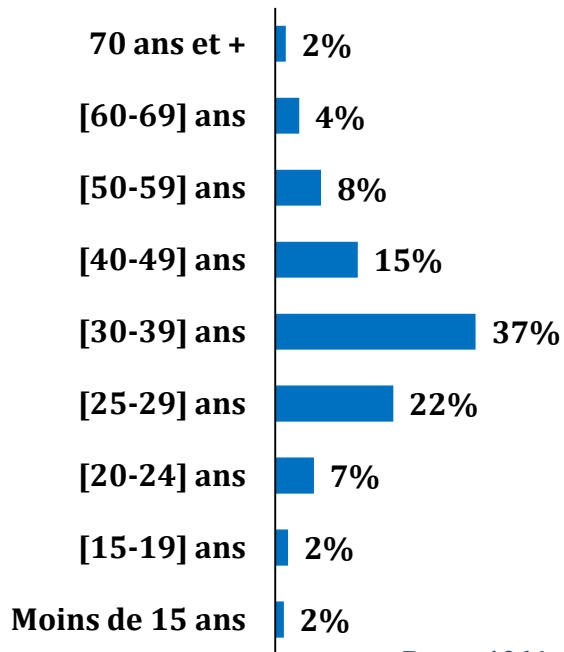
PROFIL DES REpondANTS

Genre



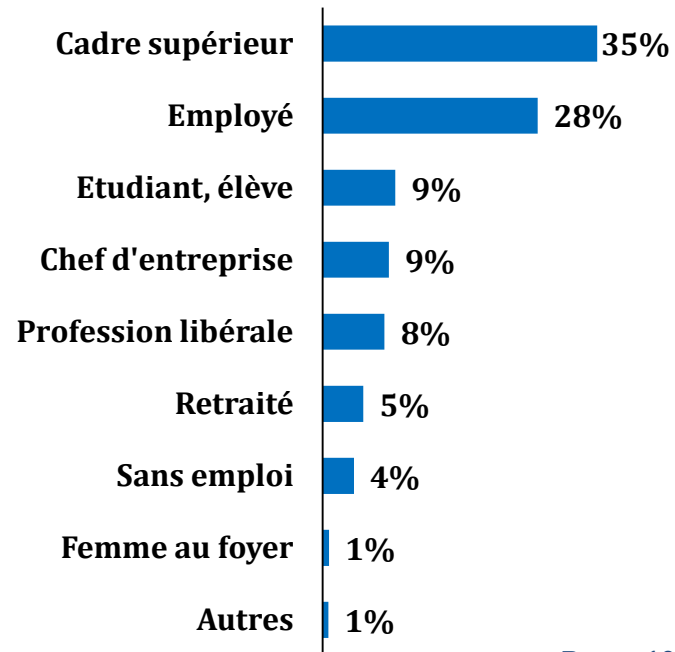
Base : 1064

Tranche d'âge



Base : 1064

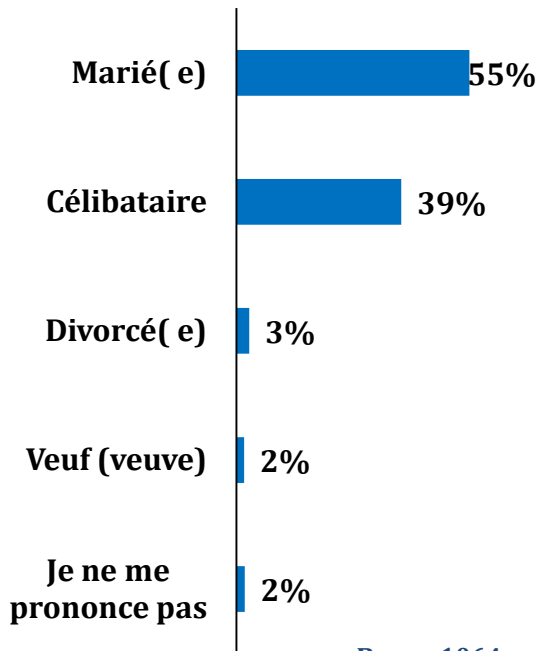
Statut



Base : 1064

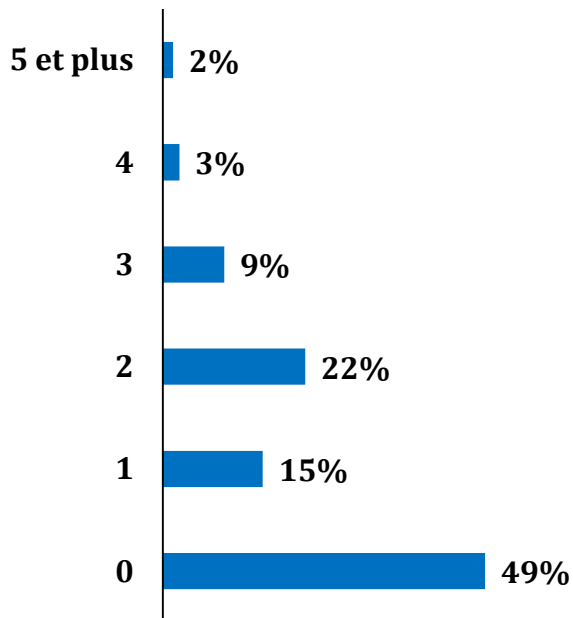
PROFIL DES REpondANTS

Situation



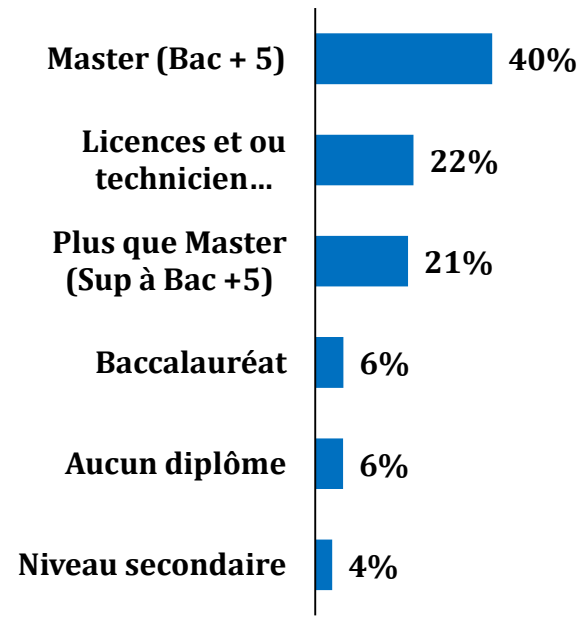
Base : 1064

Nombre d'enfants



Base : 1064

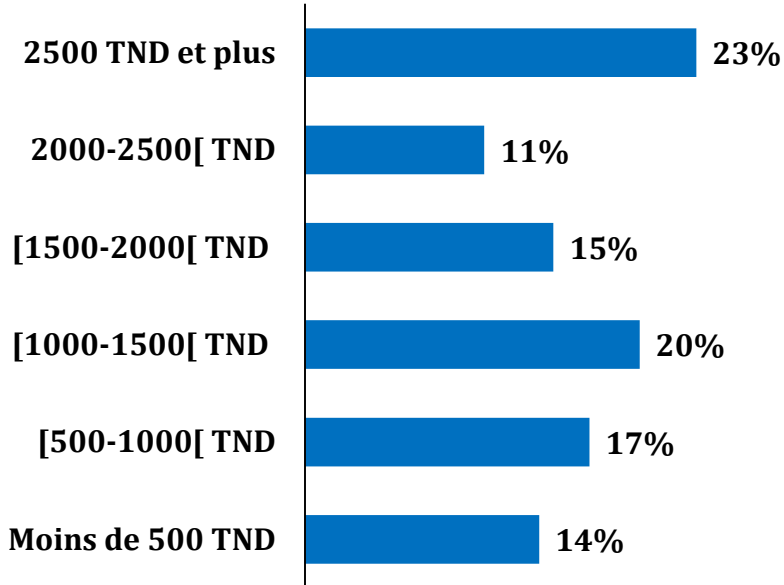
Diplôme obtenu



Base : 1064

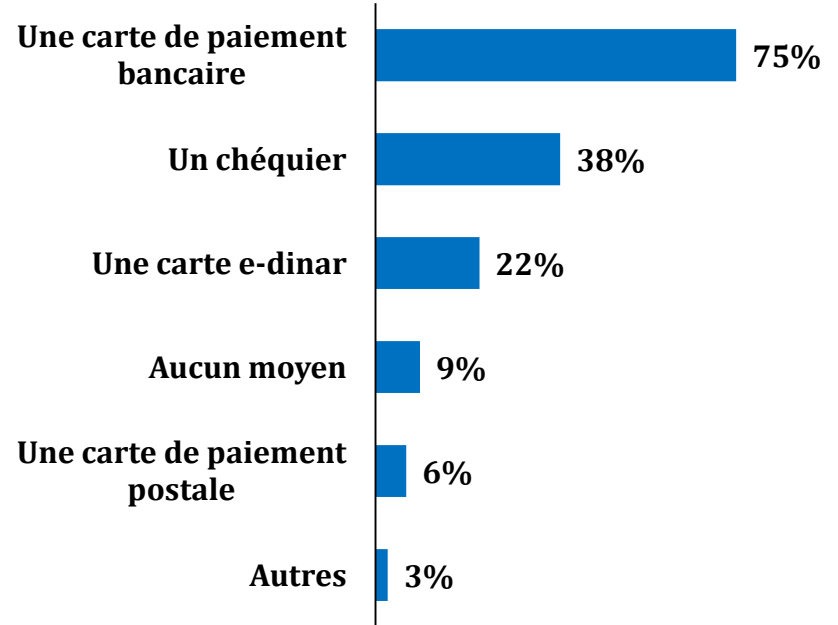
PROFIL DES REpondANTS

Revenu mensuel approximatif



Base : 1064

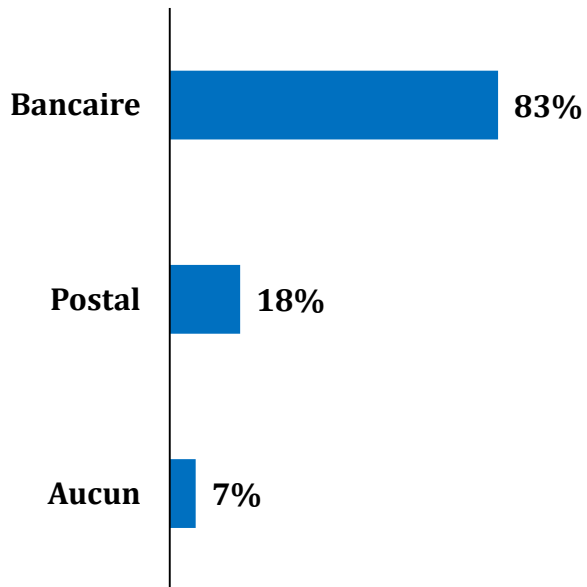
Moyens de paiement



Base : 1064

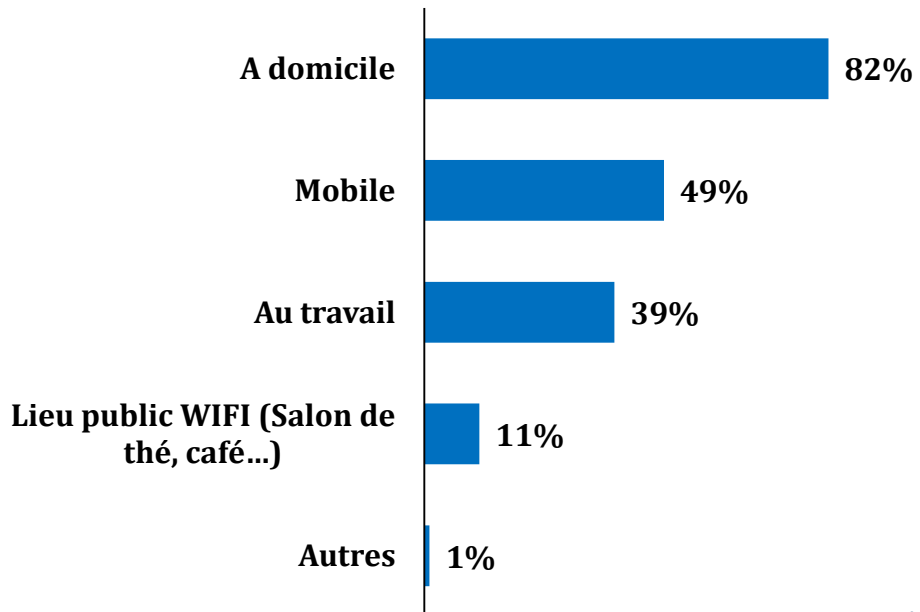
PROFIL DES REpondANTS

Type de compte disposé



Base : 1064

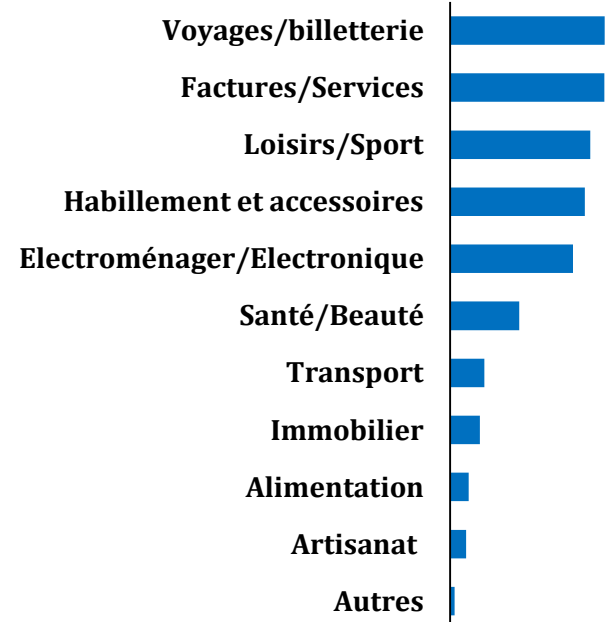
Connexion internet utilisée



Base : 1064

CATEGORISATION DES PRODUITS

Jeux, jouets
Livres, journaux, magazines
Papeterie, bureautique, peinture
Articles de sport, activités sportives
Textile, vêtements
Chaussures, cuir et maroquinerie
Bijoux, horlogerie, optique
Maternité/bébé
Linge de maison
Meubles
Electronique (Téléphonie, informatique,...)
Electroménager
Articles Déco/fleurs
Billetterie d'avion, bateau, train
Billetterie sport/spectacle
Hôtellerie/hébergement
Restauration
Recharge et abonnement téléphone, Internet
factures STEG, SONEDE
Frais d'inscription ou de scolarité
Services administratifs
Médical, paramédical
Produits cosmétiques
Parfum
Achat articles de transport (autos et accessoires,vélos...)
Location de voitures
Produits alimentaires frais
Epicerie
Achat Immobilier
Location immobilière
Artisanat



MERCI DE VOTRE ATTENTION