



Communiqué de presse

Le M-commerce, une pratique d'achat en ligne adoptée par 53 % des consommateurs français interrogés

[France, le 18 avril 2023] - Avec l'avènement des appareils mobiles, un nouveau type de commerce en ligne est désormais accessible aux consommateurs : le mobile commerce, plus connu sous le nom de M-commerce, désignant la pratique d'achat en ligne depuis un support mobile (smartphone ou tablette). Pour analyser la place occupée par le M-commerce dans les habitudes d'achats des Français, Capterra a mené une étude en mars 2023 auprès d'un panel de 1022 participants effectuant des achats sur Internet au moins 2 fois par an.

L'essor du M-commerce est étroitement lié à la façon dont les utilisateurs accèdent à Internet. Avec près de la moitié de la population mondiale possédant un smartphone, de plus en plus d'utilisateurs ont laissé de côté les ordinateurs pour privilégier les appareils mobiles dans leur navigation en ligne. Cette évolution technologique a permis aux entreprises de repenser leur stratégie d'e-commerce et de développer de nouveaux moyens d'interagir avec les consommateurs.

Le M-commerce, une nouvelle évolution du e-commerce

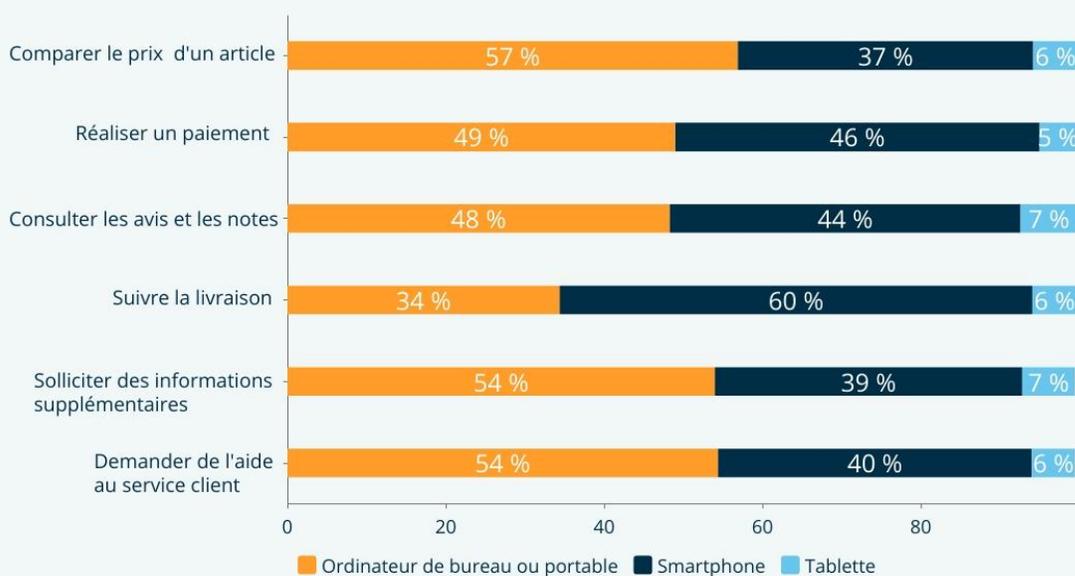
Avec près de [146,9 milliards d'euros](#) dépensés par les Français pour des achats d'e-commerce en 2022, les canaux de vente en ligne sont devenus indispensables pour les entreprises. Alors que les ordinateurs ont longtemps été les outils privilégiés pour les achats en ligne, l'émergence des appareils mobiles a permis une diversification des options d'achat. Selon notre enquête, près de 53 % des consommateurs interrogés utilisent fréquemment les appareils mobiles pour leurs achats en ligne, tandis que 44 % préfèrent l'ordinateur.

Parmi les 53 % utilisant les appareils mobiles, 38 % privilégient les smartphones. Plus pratiques à transporter au quotidien que les tablettes, les smartphones offrent également une gamme plus

large et accessible que les montres connectées, ce qui les positionne en tant que leader du M-commerce.

Bien que le dispositif de préférence change selon les différentes étapes du parcours d'achat en ligne, l'importance de l'utilisation du mobile est confirmée par les réponses de notre panel. Tandis que les consommateurs préfèrent l'ordinateur pour des tâches comme la comparaison des prix (57 %), la consultation des avis (48 %), l'obtention d'informations supplémentaires (54 %), la demande de support auprès du service client (54 %), ou encore la finalisation de leur achat (49 %), le mobile est l'appareil choisi en priorité pour effectuer le suivi de la livraison de leur produit (60 %).

Principales préférences de dispositifs pour les différentes phases d'achat en ligne



Source: Survey M-commerce and Q-commerce 2023
Q: Sur quel appareil préférez-vous réaliser les actions suivantes ?
n: 1022
Note: Seuls les résultats supérieurs à 1 % ont été mentionnés sur ce graphique

Quelles sont les canaux de ventes privilégiés et les produits et services achetés via le M-commerce ?

Portées par la [croissance du e-commerce](#), les marketplaces s'imposent également comme des acteurs incontournables du secteur M-commerce. Ces plateformes figurent en tête du classement de 3 principaux canaux de ventes utilisés par les acheteurs mobiles :

- Les sites des marketplaces comme Amazon ou Aliexpress (48 %)
- Les applications mobiles des marketplaces (23 %)
- Les sites webs des entreprises (13 %)

Parmi les produits les plus achetés via le M-commerce sont mentionnés par les participants :

- Les vêtements (60 %)
- Les chaussures (40 %)
- Les livres (38 %)

Quels sont les avantages principaux du M-commerce ?

L'utilisation d'un appareil mobile présente différents avantages pour les acheteurs en ligne : la facilité pour effectuer un achat à tout moment (58 %) ainsi que la flexibilité d'accès (57 %) sont notamment les points principaux mis en avant par les participants ayant recours au M-commerce. Un autre facteur positif souligné par 40 % de ces consommateurs est celui de la rapidité des transactions. Outre ces éléments clés, il est également important de noter que certaines fonctionnalités propres aux mobiles, telles que les notifications push ou le suivi des livraisons en direct, peuvent jouer en faveur de l'expérience d'achat mobile.

Le 'one click' est une autre fonctionnalité bénéfique pour les utilisateurs du M-commerce, leur permettant de compléter leur achat plus rapidement. Près de 91 % des acheteurs mobiles indiquent avoir déjà effectué des paiements rapides grâce à cette option qui évite de devoir renseigner à nouveau les informations bancaires introduites lors d'un achat antérieur.

L'expérience visuelle et les questions de sécurité, les désavantages principaux pour les utilisateurs du M-commerce

Outre les nombreux avantages offerts via le M-commerce, ils existent 3 principaux désavantages selon les consommateurs :

- L'expérience visuelle est un désavantage non négligeable pour 31 % des consommateurs.
- 27 % sont préoccupés par leur sécurité car le M-commerce permet aux entreprises de collecter un grand nombre de données sur les consommateurs

- 23 % rencontrent des problème de connexion Internet en effectuant des achats sur mobile

Perfectionner la stratégie mobile devient essentiel pour les entreprises

Les acheteurs en ligne cherchent désormais une expérience d'achat multicanale qui s'adapte à leur préférence, que ce soit sur ordinateur ou appareil mobile. Les entreprises doivent donc tenir compte de l'intérêt croissant des consommateurs pour l'achat mobile et développer une stratégie Marketing adaptée au M-commerce pour tirer parti de cette opportunité.

Méthodologie

Pour collecter les données de ce rapport, Capterra a mené une enquête en ligne entre janvier et février 2023 auprès de 1022 consommateurs.

Le panel a été sélectionné selon les critères suivants :

- *Réside en France*
- *Âgé(e) de 18 à 77 ans*
- *Effectuant des achats sur Internet au moins 2 fois par an.*

Capterra est la destination n°1 afin de trouver le logiciel idéal. Notre plateforme comprend plus de 95 000 solutions parmi 900 catégories de logiciels et offre un accès à plus d'1,8 millions d'avis vérifiés, vous permettant de gagner du temps, d'accroître votre productivité et d'accélérer votre croissance.

Contact presse:

Dorine Mandin - Marketing Specialist Capterra
dorine.mandin@gartner.com