



# Le Social Shopping en France

Les Français réalisent-ils des achats via les réseaux sociaux ? Quelles sont leurs motivations ?  
Comment les publicités sur les réseaux sociaux influencent-elles les consommateurs ?

---

**YouGov**<sup>®</sup>

[business.yougov.com](https://business.yougov.com)

# Sommaire

1. Méthodologie
2. Popularité du social shopping
3. Motivations et dépenses
4. Influence des publicités sur les consommateurs

# Méthodologie

YouGov®



# Méthodologie



## Echantillon

- Sondage réalisé auprès de 1 007 personnes représentatives de la population nationale française



## Méthodologie

- Le sondage a été effectué en ligne, sur le panel propriétaire de YouGov



## Terrain

- Du 5 au 6 janvier 2022

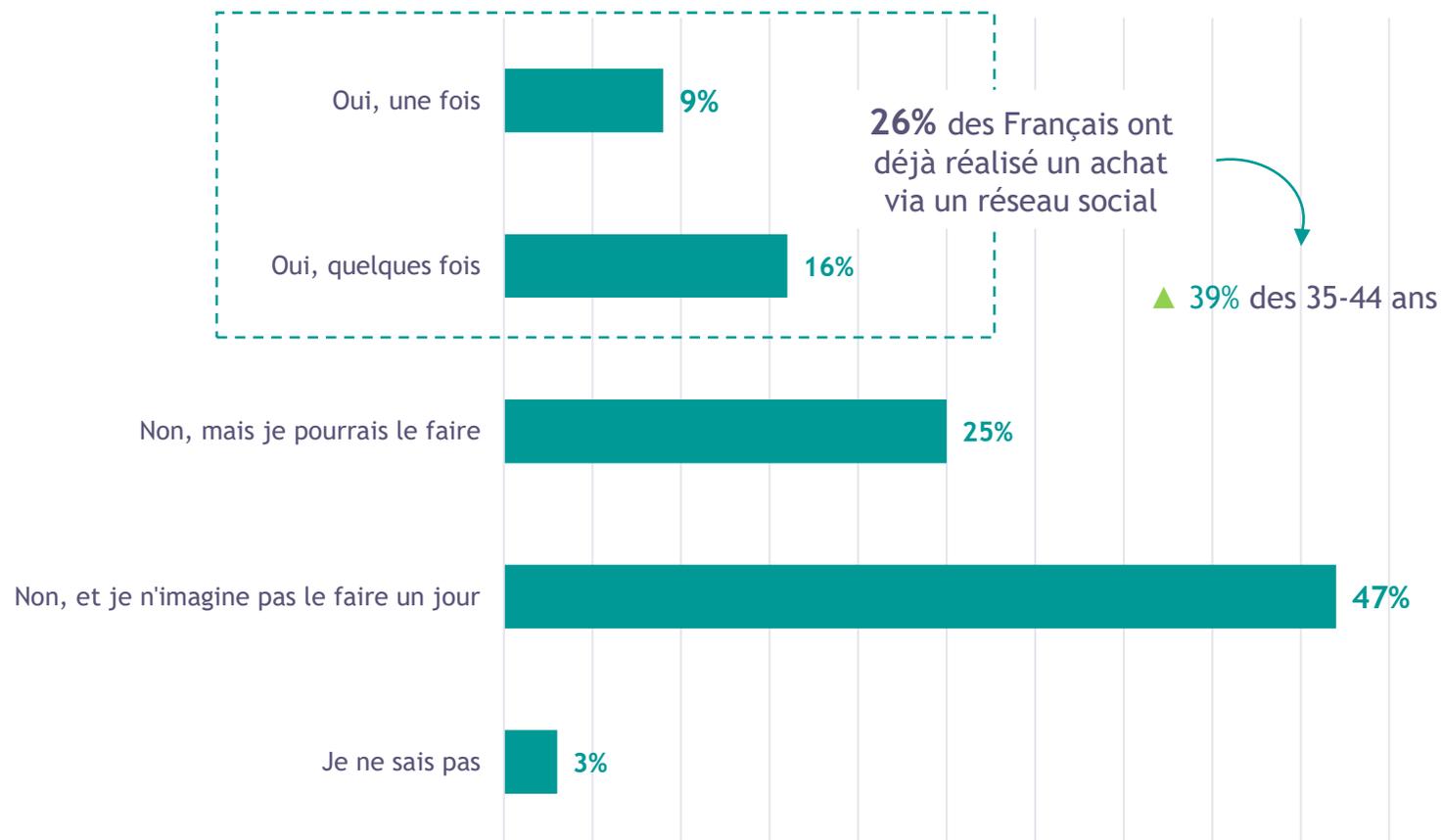
# Popularité du social shopping



# Popularité du social shopping

Plus d'**1 Français sur 4 (26%)** déclare avoir déjà acheté un produit via un réseau social (Facebook, Instagram...)

*A noter : 47% répondent catégoriquement qu'ils n'imaginent pas réaliser ce type d'achat un jour*



Avez-vous déjà acheté un produit via un réseau social (Facebook, Instagram...)?

Veuillez sélectionner une seule réponse

Base : adultes français (n=1 007)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inérieur à la moyenne française



# Via quels réseaux sociaux les Français ont-ils déjà acheté un produit ?

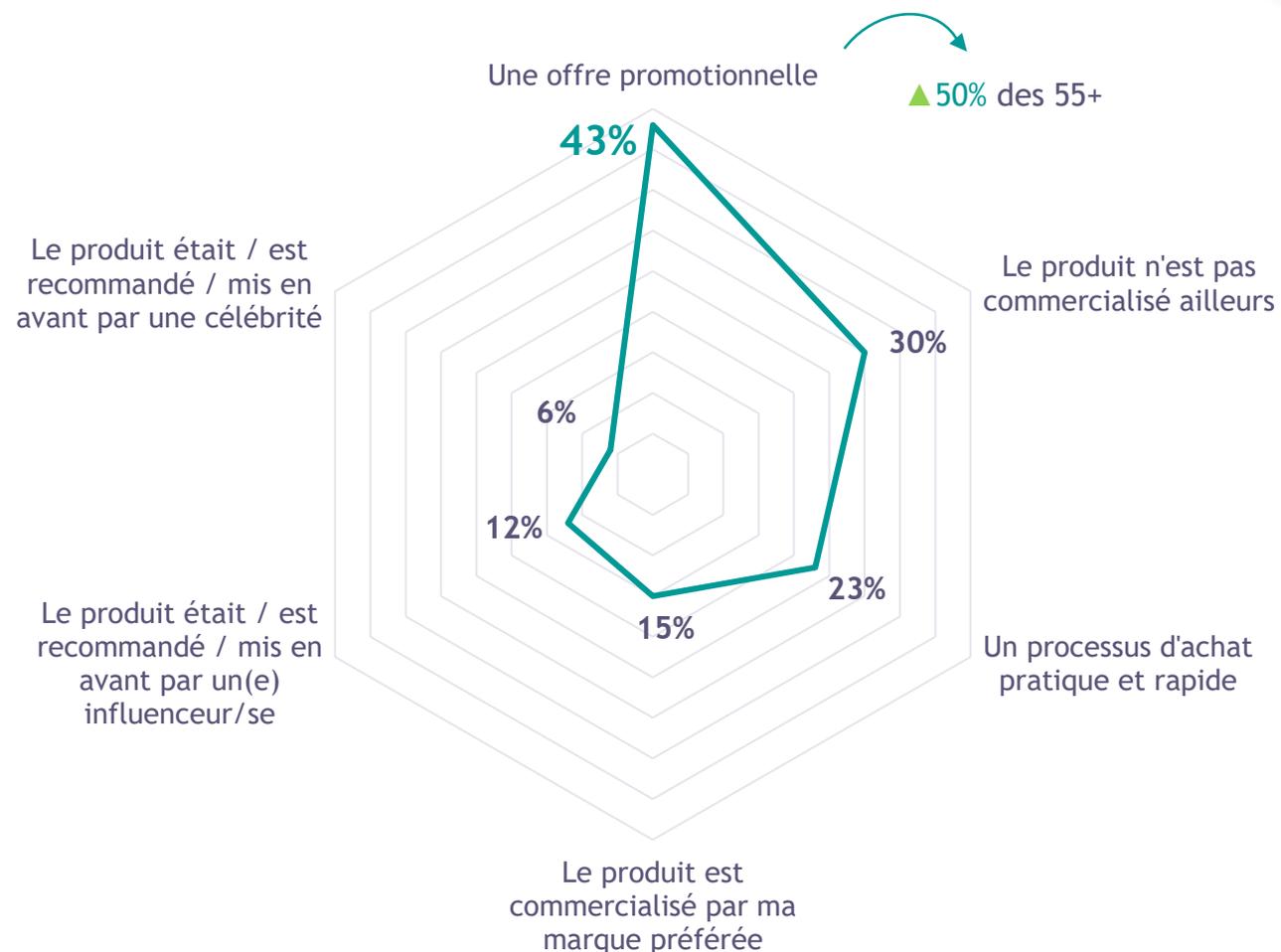


# Motivations et dépenses



# Les motivations des Français

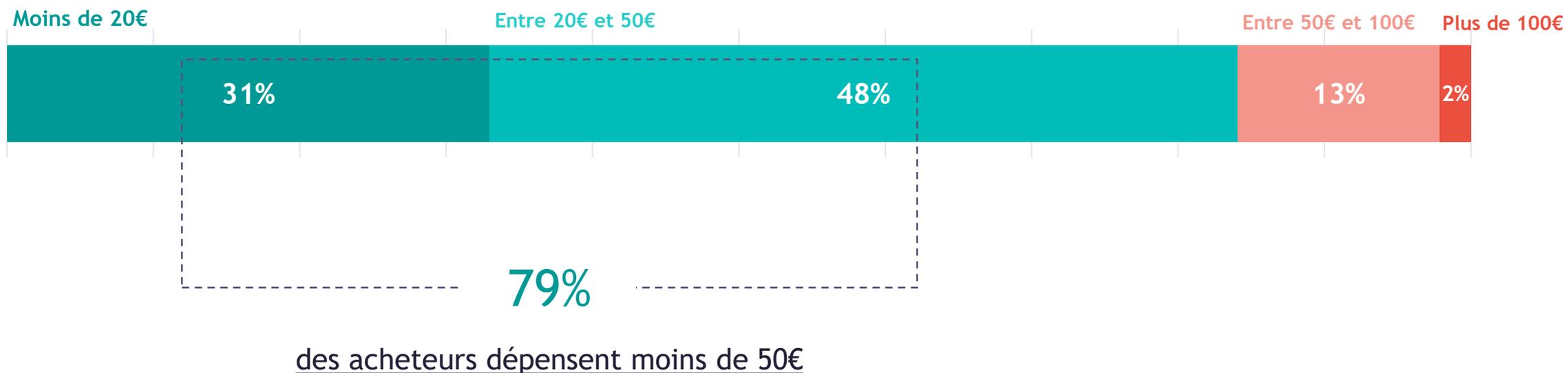
Bénéficier d'une offre promotionnelle (43%) est la principale motivation des consommateurs en ce qui concerne l'achat d'un produit via un réseau social.



Quelle(s) raison(s) vous a/ont encouragée(s) à acheter un produit, ou vous encourageraient à acheter un produit via un réseau social (Facebook, Instagram...) ? Veuillez sélectionner toutes les réponses qui s'appliquent.  
Base : Adultes français qui ont ou imaginent acheter quelque chose via un réseau social (n=534)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inférieur à la moyenne française

# Montant moyen des dépenses réalisées via les réseaux sociaux



A photograph showing a person's hands holding a smartphone in the foreground and typing on a laptop keyboard in the background. The scene is set in a bright, modern office environment with a desk and some potted plants. The image is partially obscured by a diagonal graphic element consisting of a light teal band above a light orange band.

# Influence des publicités sur les consommateurs



# La publicité sur les réseaux sociaux



## 13%

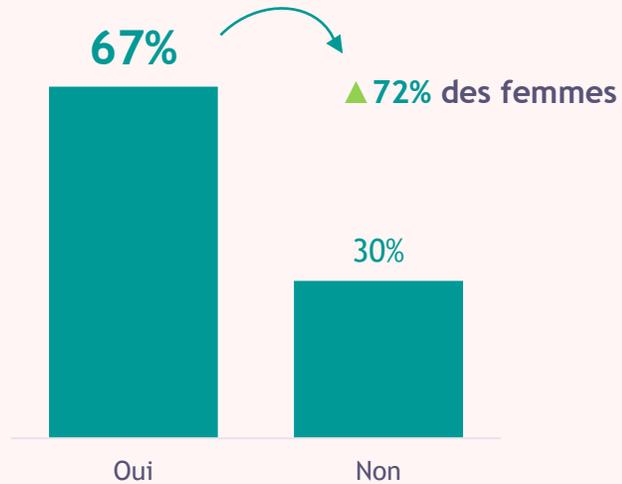
des français sont d'accord pour dire qu'ils sont plus susceptibles d'être intéressés par de la **publicité** sur les réseaux sociaux que sur des sites internet classiques

▲ 26% des 18 et 34 ans

▲ 17% des CSP-



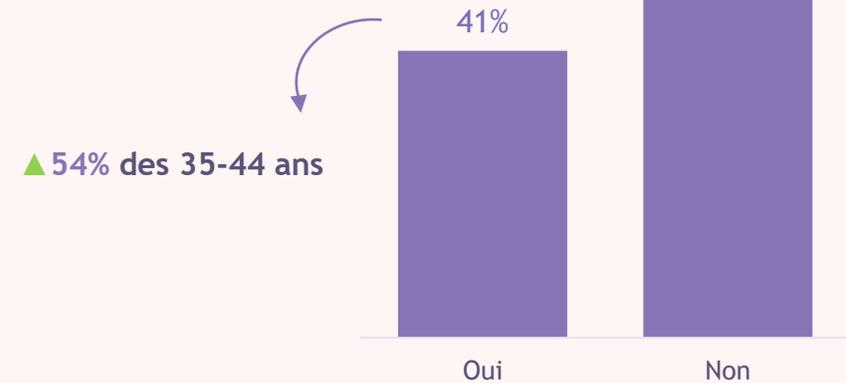
# Les publicités / contenus sponsorisés sur les réseaux sociaux ont déjà amené les Français à...



... Consulter le site internet d'une marque



... Réaliser un achat en ligne



# La majorité des Français restent méfiants sur les réseaux sociaux



## 19%

des Français ont déjà réalisé un achat suite aux **recommandations** d'un(e) influenceur(se) qu'ils suivent sur les réseaux sociaux

▲ 36% des 18-34 ans

## 83%

des Français disent être **méfiants** à l'égard des publicités et placements de produits sur les réseaux sociaux

▲ 89% des 55+



**YouGov**

Dans quelle mesure diriez-vous être méfiant(e), ou non, à l'égard des publicités / placements de produits sur les réseaux sociaux ?  
Veuillez sélectionner une seule réponse.  
Avez-vous déjà réalisé un achat suite aux recommandations d'un(e) influenceur(se) que vous suivez sur les réseaux sociaux ?  
Base : adultes français (n=1 007)

▲ ▼ Statistiquement supérieur/inférieur à la moyenne française

→ **Merci**

**YouGov**<sup>®</sup>

YouGov, 2021, all rights reserved. All materials contained herein are protected by copyright laws.

Any storage, reproduction or distribution of such materials, in whole or in part, in any form without the prior written permission of YouGov is prohibited.

This information (including any enclosures and attachments) is propriety and confidential and has been prepared for the exclusive use and benefit of the addressee(s) and solely for the purpose for which it is provided.

We make no representations, warranties or guarantees, whether express or implied, that the information is accurate, complete or up to date. We exclude all implied conditions, warranties, representations or other terms that may apply and we will not be liable to you for any loss or damage, whether in contract, tort (including negligence), breach of statutory duty, or otherwise, even if foreseeable, arising under or in connection with use of or reliance on the information. We do not exclude or limit in any way our liability to you where it would be unlawful to do so.