

2.3 Achats de produits et de services en ligne

En 2024, en France hors Mayotte, 63 % des personnes âgées de 15 ans ou plus déclarent avoir acheté en ligne des produits ou des services au cours des trois mois précédant l'enquête ► **figure 1**. En 2013, cette part s'élevait à 40 %. Elle a ensuite continuellement augmenté, particulièrement au moment de la crise sanitaire ; la part des personnes ayant effectué des achats en ligne est ainsi passée de 53 % en 2019 à 60 % en 2021.

Les achats en ligne sont davantage l'apanage de personnes jeunes et de personnes aisées. La part de personnes ayant effectué des achats en ligne est la plus élevée pour les personnes âgées de 15 à 44 ans (79 %). Elle diminue ensuite avec l'âge : 69 % pour les 45-59 ans, 49 % pour les 60-74 ans et 18 % pour les 75 ans ou plus. Par ailleurs, en 2024, 79 % des personnes vivant dans les 20 % de ménages les plus aisés ont effectué des achats en ligne au cours des trois mois précédant l'enquête, contre 56 % des personnes vivant dans les 20 % de ménages les plus modestes.

Les différences de comportements entre les femmes et les hommes varient selon l'âge. Parmi les personnes âgées de 15 à 44 ans, davantage de femmes que d'hommes ont effectué des achats en ligne (83 % contre 76 %). Au contraire, pour les personnes âgées de 60 ans ou plus, la part des hommes achetant en ligne est plus élevée que celle des femmes (22 % contre 15 %).

En 2024, les vêtements, les chaussures et les accessoires d'habillement sont les produits les plus achetés en ligne : 42 % des personnes disent en avoir acheté au cours des trois mois précédant l'enquête ► **figure 2**. Plus de femmes que d'hommes en achètent en ligne (46 % contre

36 %). Ensuite, 27 % des personnes ont acheté au moins un service de transport (train, covoiturage, etc.) et 25 % des équipements informatiques ou électroniques. Les achats de plats livrés à domicile et de produits alimentaires sont particulièrement l'apanage des jeunes : pour les plats livrés, 22 % des 15 à 44 ans en ont achetés, contre 8 % des 45 à 59 ans et seulement 2 % des 60 à 74 ans. Les hommes achètent plus souvent en ligne que les femmes un abonnement à Internet ou à la téléphonie, et plus encore des équipements informatiques (29 % contre 21 %).

Envoyer et recevoir des e-mails, rechercher des informations sur des biens ou services et consulter son compte bancaire sont aussi des pratiques courantes en 2024. En effet, 81 % des personnes enquêtées déclarent avoir envoyé ou reçu un courriel au cours des trois mois précédant l'enquête, 71 % des personnes avoir recherché une information et 66 % avoir consulté leur compte bancaire ► **figure 3**. Utiliser une messagerie instantanée (63 %) et passer des appels téléphoniques ou vidéo (62 %) sont également des usages numériques fréquents. Au contraire, la vente de biens et services en ligne reste peu fréquente (23 % des personnes).

Les pratiques numériques concernent davantage les plus jeunes. En particulier, 82 % des personnes âgées de 15 à 44 ans utilisent une messagerie instantanée, contre 64 % des personnes âgées de 45 à 59 ans. De même pour les appels vidéo (79 % des 15-44 ans, contre 49 % des 60-74 ans). Par ailleurs, les pratiques sont en moyenne plus courantes au sein des ménages aisés qu'au sein des ménages modestes, même pour la pratique de vente de biens et services. ●

► Pour en savoir plus

- « En 2023, un tiers des internautes ressentent au moins un effet néfaste des écrans », Insee Focus n° 329, juin 2024.
- « Des pratiques numériques durablement transformées par la crise sanitaire », Insee Focus n° 318, janvier 2024.

► 1. Part des personnes ayant effectué un achat en ligne au cours des trois mois précédant l'enquête selon l'âge et le sexe, entre 2013 et 2024

en %

Année	De 15 à 44 ans		De 45 à 59 ans		De 60 à 74 ans		75 ans ou plus		Ensemble
	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	
2013	52	55	38	47	19	27	2	7	40
2015	60	59	47	52	25	30	3	9	45
2017	67	64	53	52	28	33	6	12	49
2019	71	66	59	55	33	39	8	14	53
2021	79	70	70	68	43	43	13	19	60
2022	77	73	66	67	37	40	13	19	58
2023	81	74	66	65	41	46	11	20	60
2024	83	76	69	69	46	53	15	22	63

Note : L'enquête est collectée chaque année entre début avril et fin juin. En 2021, la majeure partie de la collecte est réalisée dans un contexte de confinement (confinements locaux en mars, national en avril).

Lecture : En 2024, 83 % des femmes âgées de 15 à 44 ans ont effectué au moins un achat en ligne au cours des trois mois précédant l'enquête.

Champ : France hors Mayotte, personnes âgées de 15 ans ou plus, vivant dans un logement ordinaire.

Source : Insee, enquêtes TIC ménages de 2013 à 2024.

► 2. Achats en ligne au cours des trois mois précédant l'enquête selon l'âge et le sexe, en 2024

en %

Produits et services achetés	Âge				Sexe		Ensemble
	De 15 à 44 ans	De 45 à 59 ans	De 60 à 74 ans	75 ans ou plus	Femmes	Hommes	
Vêtements, chaussures ou accessoires	57	47	24	8	46	36	42
Services de transport (train, covoiturage, etc.)	36	29	18	5	27	26	27
Équipements informatique ou électronique	34	27	14	6	21	29	25
Meubles, articles pour la maison ou le jardinage	25	23	15	5	20	20	20
Location d'un hébergement	23	22	14	3	18	19	19
Plats livrés à domicile	22	8	2	0	11	12	12
Produits alimentaires	17	10	5	2	12	10	11
Abonnement à Internet ou de téléphonie mobile	14	11	5	2	8	12	10

Lecture : En 2024, 42 % des personnes âgées de 15 ans ou plus ont acheté des vêtements, des chaussures ou des accessoires en ligne au cours des trois mois précédant l'enquête.

Champ : France hors Mayotte, personnes âgées de 15 ans ou plus, vivant dans un logement ordinaire.

Source : Insee, enquête TIC ménages 2024.

► 3. Pratiques numériques au cours des trois mois précédant l'enquête selon l'âge et le niveau de vie, en 2024

en %

Pratiques numériques	Âge				Cinquième de niveau de vie		Ensemble
	De 15 à 44 ans	De 45 à 59 ans	De 60 à 74 ans	75 ans ou plus	1 ^{er}	5 ^e	
Envoyer et recevoir des e-mails	92	87	75	39	76	93	81
Rechercher des informations sur des biens et services	82	77	64	32	60	85	71
Accéder à un compte bancaire	76	73	60	29	57	81	66
Utiliser une messagerie instantanée	82	64	48	20	59	76	63
Téléphoner ou passer des appels vidéo	79	61	49	22	63	71	62
Prendre un rendez-vous avec un praticien de santé	61	61	48	21	45	67	53
Rechercher des informations liées à la santé	57	49	42	24	40	60	48
Vendre des biens ou services	33	22	14	4	19	28	23

Lecture : En 2024, au cours des trois mois précédant l'enquête, 81 % de la population a utilisé Internet pour envoyer et recevoir des e-mails.

Champ : France hors Mayotte, personnes âgées de 15 ans ou plus, vivant dans un logement ordinaire.

Source : Insee, enquête TIC ménages 2024.