colissimo

SOCIAL COMMERCE

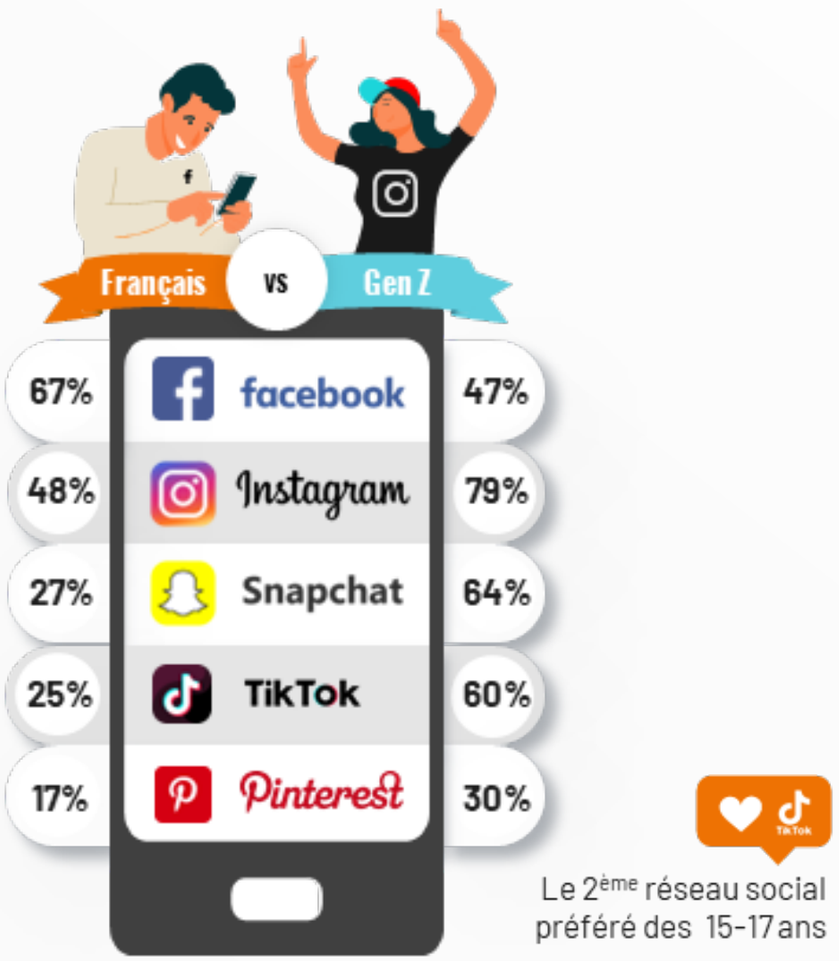
De l’inspiration à l’achat in-app, où en sont les Français ?

colissimo

Les réseaux sociaux : des usages ancrés dans le quotidien



Le *scroll* est devenu un réflexe



Certains dominent les usages, d'autres montent en puissance.

colissimo

Avant d’acheter, on s’inspire, on se rassure

Même quand l’achat ne se fait pas encore directement dans l’application, les réseaux sociaux jouent déjà un rôle décisif pour les marques et les sites marchands.

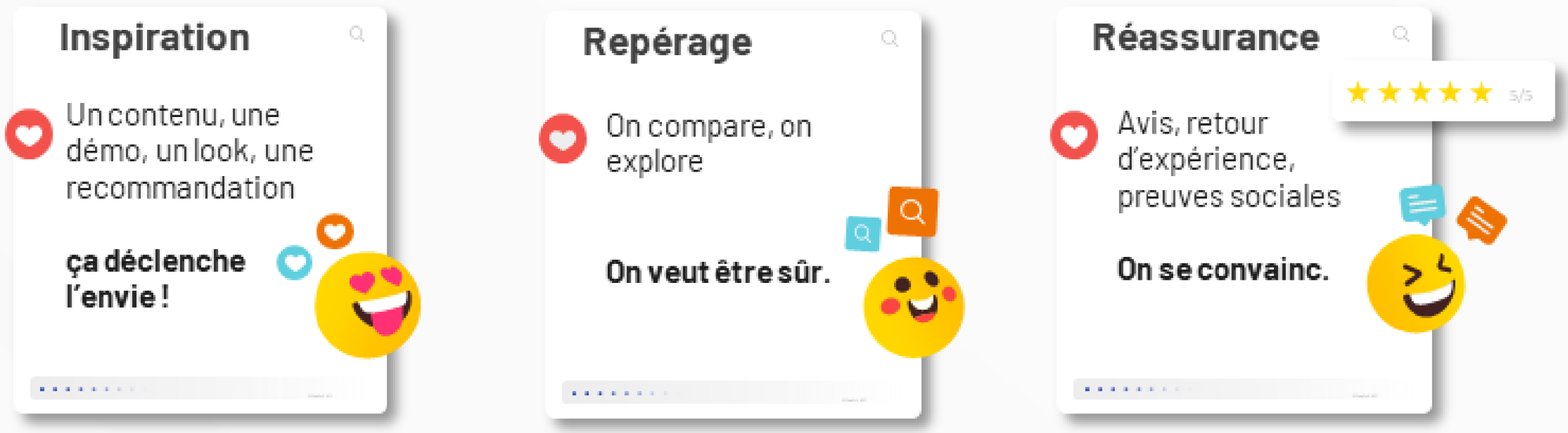
Près d’1 Français sur 2

utilise les réseaux sociaux pour **repérer, se renseigner ou lire des avis**

Chez la Gen Z, c’est devenu un standard !

2 jeunes sur 3

s’en servent avant un achat potentiel



colissimo

L’achat in-app : connu…mais pas encore un automatisme

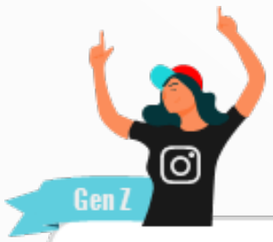
Sur le total des Français, l’achat in-app est connu mais encore embryonnaire. Le déclic, lui, se construit avec la Gen Z qui a un peu d’avance. Ce que les moins de 25 ans font actuellement, annonce ce que le marché fera demain.



Près de **4 Français sur 10** savent qu’ils peuvent acheter sur les réseaux sociaux

9% déclarent **passer commande** via ces plateformes sociales

54% déclarent acheter au moins **1 fois par mois** et **14%** ont l’intention d’**acheter plus souvent** dans l’année à venir



Près de **6 Gen Z sur 10** savent qu’ils peuvent acheter sur les réseaux sociaux

15% déclarent **déjà acheter** via les réseaux

59% déclarent acheter au moins **1 fois par mois** et **19%** ont l’intention d’**acheter plus souvent** dans l’année à venir

colissimo

L’expérience séduit et redessine les règles du jeu

Le social commerce se gagnera sur l’expérience proposée.



82% Des acheteurs sur les réseaux sociaux sont satisfaits de leurs achats

Ils sont **9 Gen Z sur 10** à être satisfaits



colissimo

L’expérience séduit et redessine les règles du jeu

Des univers déjà bien installés, là où le contenu se prête naturellement à la démonstration, au look, au test



28% les vêtements

27% la beauté

22% les chaussures

20% les loisirs *(livres, jeux-vidéo...)*

Le social commerce génère des achats d’impulsion. **Grâce à une expérience client fluide et transparente, il engendre de la récurrence d’achat et fidélise.**

Ce qui fait cliquer

Les avantages
Une promotion ou un avantage exclusif

La vitesse
Achat en un clic (vidéo, story, live shopping...)
Préparation et livraison rapides

Ce qui boosterait la conversion

Plus de sûreté
Protection contre les arnaques aux produits, au paiement, à la livraison

Plus de transparence
Fiabilité des influenceurs, des vendeurs et des avis

Source : Social Commerce - Décembre 2025 - IFOP / Colissimo
(échantillon de 2 182 individus représentatifs de la population française de 15 ans et plus dont 148 Français de 15 à 17 ans et 238 Français de 18 à 24 ans)

Crédits photo : ©AdobeStock

LA POSTE SOLUTIONS BUSINESS