

Communiqué de presse

Zurich/Berne, le 15 novembre 2016

Baromètre de l'e-commerce suisse 2016

Le paiement simplifié bénéficie aux boutiques en ligne

Plus de 10 000 Suisses ont été interrogés pour réaliser le baromètre de l'e-commerce de la Haute école de gestion de Zurich et de la Poste de cette année: comme l'an passé, la moitié d'entre eux effectue des achats en ligne au moins une fois par mois. Les personnes interrogées apprécient la flexibilité en termes de temps et la facilité de comparaison des offres. Toutefois, des obstacles techniques ou un manque de transparence lors du processus de paiement entraînent souvent l'abandon d'un panier d'achats.

Les questions du baromètre de l'e-commerce suisse de cette année portaient entre autres sur les motifs et la fréquence du shopping en ligne, sur les facteurs constitutifs d'une expérience d'achat agréable, ainsi que sur les avantages et les inconvénients des achats effectués dans les boutiques en ligne. 50% des personnes interrogées effectuent au moins un achat par mois sur une boutique en ligne. Une raison suffisante pour les entreprises suisses de répondre encore davantage aux besoins des clients en ligne suisses.

Amazon et ricardo.ch sont leaders

Pour la première fois, les places de marché virtuelles ont également été prises en compte. Le fournisseur international Amazon et ricardo.ch figurent parmi les plus populaires. Amazon jouit notamment d'une grande popularité au Tessin. 74% des personnes interrogées apprécient la comparabilité des produits à l'achat sur ce type de places de marché; vient ensuite le regroupement des différentes catégories de produits (58%), puis la transparence des évaluations des produits (57%).

Exigence de possibilités de paiement adaptées et de transparence

Lors de leurs achats en ligne, les Suisses accordent une importance particulière à la simplicité du processus de paiement (91%) et à la certification de la boutique en ligne (82%). Mais en matière de possibilités de paiement, il subsiste encore bien des lacunes. En effet, 77% des personnes interrogées ont déjà abandonné un achat au moins une fois parce que leur mode de paiement privilégié n'était pas disponible. Chez les plus jeunes (moins de 25 ans), ce facteur est encore plus déterminant (82%). Le moyen de paiement préféré pour toutes les tranches d'âge demeure la facture (85%), suivie pour 80% de la carte de crédit et de la carte de débit PostFinance (42%). Les autres motifs conduisant à l'abandon d'un panier d'achats sont le manque d'options de livraison (81%) ainsi que des coûts cachés (78%).

Utilisation du smartphone au niveau de l'an passé

Seulement 20% des personnes interrogées utilisent souvent ou toujours le smartphone pour leurs achats en ligne. A peine un quart des personnes interrogées l'utilise occasionnellement, mais toujours plus de la moitié (56%) l'utilise rarement, voire jamais. Les raisons sont que les produits ne peuvent pas être représentés dans une taille suffisante, l'absence d'optimisation pour les mobiles, ainsi qu'une présentation insuffisante de la gamme de produits, des processus de commande peu pratiques et des considérations liées à la sécurité. L'utilisation du smartphone se maintient donc au même niveau que l'an passé.

A propos de l'étude

Le Center for Digital Business de la Haute école de gestion de Zurich (HWZ) a réalisé le baromètre de l'e-commerce suisse sur mandat et avec l'assistance de la Poste. L'étude a été effectuée par l'Institut für Strategisches Management: Stakeholder View de la HWZ. Sur un total de 10'000 personnes participantes, 50% étaient des hommes et 50% des femmes. 67% des personnes interrogées étaient germanophones, 25% francophones et 8% italophones. D'autres informations sous forme de récapitulatifs peuvent être consultées sur <http://e-commerce.poste.ch/barometre> et www.fh-hwz.ch/e-commerce-2016.

A propos de la HWZ et du Center for Digital Business

Le **Center for Digital Business** de la HWZ est l'interlocuteur compétent pour tout ce qui a trait à la connaissance du numérique orientée vers l'application. Il poursuit des recherches, propose des filières d'études, soutient les PME avec des services de conseil et de projet et met gratuitement à disposition sa connaissance du numérique. Le centre est dirigé par Manuel P. Nappo, «Digital Pioneer of the Year» 2013. et «Précurseur du numérique» 2015.

La **Haute école de gestion de Zurich (HWZ)** est membre de la Haute école spécialisée de Zurich (ZFH). Avec environ 2200 étudiants et 500 enseignants, la HWZ est la plus importante haute école spécialisée de Suisse dédiée exclusivement à des formations en cours d'emploi dans le domaine de l'économie. Elle propose une offre très étendue de filières de formation en cours d'emploi de niveaux bachelor et master, ainsi que la possibilité de préparer un doctorat.

A propos de la Poste

La Poste est un prestataire de services complets d'e-commerce pour les entreprises de vente en ligne et les clients finaux. Partenaire du Center for Digital Business de la HWZ, elle soutient la mutation qui s'opère dans l'activité numérique, ainsi que la transmission et le développement des connaissances.

Contact à la HWZ

Aline Theiler, responsable Médias, Tél. 043 322 91 35, aline.theiler@fh-hwz.ch

Contact à la Poste

Service de presse Poste, Tél. 058 338 13 07, presse@post.ch