

Communiqué de presse

Zurich, 04.03.2019

Nombre de caractères (y compris les intervalles) : 2'337

Le commerce en ligne poursuit son essor

Sept internautes suisses sur dix effectuent des achats dans des boutiques en ligne, soit 4,4 millions de personnes âgées de 14 ans et plus. Les achats en ligne les plus fréquents se font dans la catégorie *Mode, vêtements et articles de sport*, mais les dépenses les plus importantes concernent les *Voyages et vols*. C'est ce que montrent les nouveaux chiffres de l'étude NET-Metrix-Base 2018-2 sur l'utilisation d'Internet en Suisse, qui publie pour la quatrième fois des résultats sur le thème des achats en ligne.

Les catégories phares du commerce en ligne

La catégorie de produits *Mode, vêtements (y.c. chaussures) et articles de sport* demeure en première place des achats en ligne : 2,7 millions d'internautes suisses achètent des produits dans cette catégorie, ce qui représente une progression de 11% en trois ans. Les achats dans les catégories *Voyages et vols* et *Billets événements et services promos* viennent compléter le palmarès, avec respectivement 2 millions (+1%) et 1,8 million (+11%) d'acheteurs en ligne.

Cependant, les dépenses les plus élevées des internautes suisses se retrouvent dans les catégories de produits *Voyages et vols, Produits financiers et d'assurance* et *Meubles, aménagement et bricolage* : 56% des personnes qui ont réservé un voyage ou un vol sur Internet ont dépensé plus de 500 francs à cet effet en un trimestre. 35% des acheteurs de produits financiers et d'assurance en ligne et 22% des acheteurs de meubles, aménagement et bricolage sur Internet ont également dépensé plus de 500 francs dans les produits respectifs durant la même période.

Comportement d'achat spécifique selon le sexe

Le commerce en ligne a du succès auprès de toutes les générations d'internautes, mais cela tend à baisser avec l'âge : 83% des internautes entre 30 et 39 ans achètent sur Internet contre 54% de ceux âgés de 60 ans et plus.

Autant de femmes que d'hommes achètent en ligne, soit environ 2,2 millions pour chaque sexe. Mais si l'on regarde les catégories de produits de plus près, les hommes sont nettement plus nombreux que les femmes à acheter des produits dans le groupe *Programmes (logiciels), jeux et applications* : 75% contre 25%. Dans la catégorie de produits *Cosmétique et santé*, c'est le contraire : avec un rapport de 7 contre 3, les femmes sont clairement surreprésentées.

Définitions

| | |
|---------------------------|---|
| Internautes | Personnes qui ont utilisé Internet au cours des 6 derniers mois au moment de l'enquête. |
| Boutiques en ligne | Commerces qui vendent leurs marchandises et/ou services sur Internet. |
| Acheteurs en ligne | Utilisateurs d'Internet qui procèdent à des achats de marchandises et/ou services lorsqu'ils visitent des boutiques en ligne. |

Vous trouverez des définitions supplémentaires dans notre glossaire sous la rubrique :

<https://www.net-metrix.ch/fr/service/glossaire>

Description de l'étude NET-Metrix-Base

| | |
|----------------------------|--|
| Objectif de l'étude | <ul style="list-style-type: none">• Fournit les données de base concernant le nombre et la structure des internautes.• Inclut les caractéristiques sociodémographiques, les informations relatives aux groupes d'utilisateurs d'Internet, aux lieux et à la fréquence d'utilisation d'Internet et des différents types d'offres sur Internet, etc.• Module Trend à partir de la publication 2013-2 avec les variables concernant l'utilisation des appareils mobiles, les offres streaming, les médias sociaux, l'achat en ligne et jeux en ligne. |
| Méthode de collecte | Annuellement environ 19'000 enquêtes en ligne et par téléphone (CATI/CAWI). Population : Population résidante de la Suisse et du Liechtenstein à partir de 14 ans au niveau des ménages privés. |
| Période d'enquête | En continu |
| Publication | Deux fois par an https://www.net-metrix.ch/fr/produits/net-metrix-base/publication |

Au sujet de NET-Metrix SA

NET-Metrix SA est une organisation sectorielle neutre qui a principalement pour objet la collecte d'informations sur l'utilisation d'Internet en Suisse et au Liechtenstein. Les données collectées dans les domaines Traffic Measurement (utilisation) et User Research (utilisateurs) permettent d'effectuer de multiples analyses sur l'utilisation d'Internet et le positionnement des offres Web. Elles permettent aux exploitants des offres Web d'avoir une vision globale de l'utilisation d'Internet et au secteur de la publicité d'assurer une planification professionnelle à l'aide d'informations neutres et sécurisées.

Contact

Rocio Amarelle | Project Manager User Research | NET-Metrix SA | Bachmattstrasse 53 | CH-8048 Zurich
+41 (0) 43 311 79 33 | rocio.amarelle@net-metrix.ch | www.net-metrix.ch