

Communiqué de presse
Zurich, le 24.07.2017

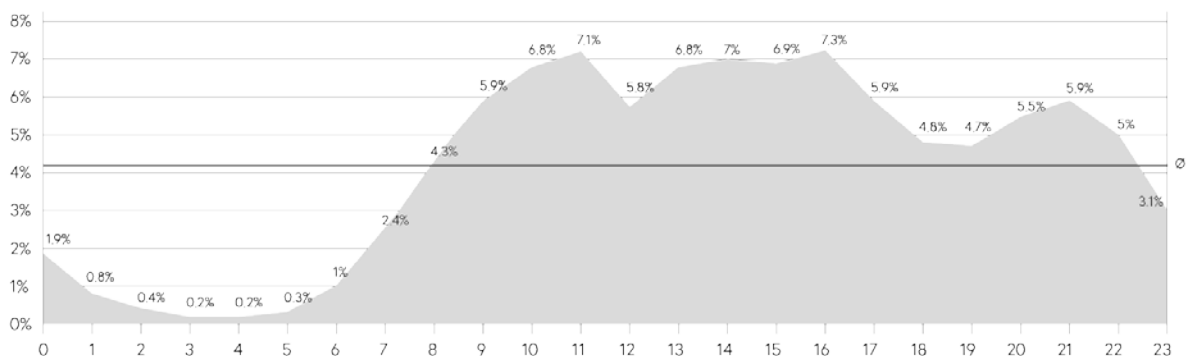
Comportement d'achat

Achats en ligne préférés à la pause-café

Au lieu de passer la pause avec leurs collègues autour d'un café, d'une cigarette ou sur les médias sociaux, toujours plus d'employés passent leur temps libre à surfer sur Internet et à faire leurs achats en ligne. Voilà ce que montrent des données de Digitec Galaxus, plus grand commerçant en ligne de Suisse. Le desktop reste le premier moyen technique utilisé, mais faire ses achats sur le téléphone gagne en popularité.

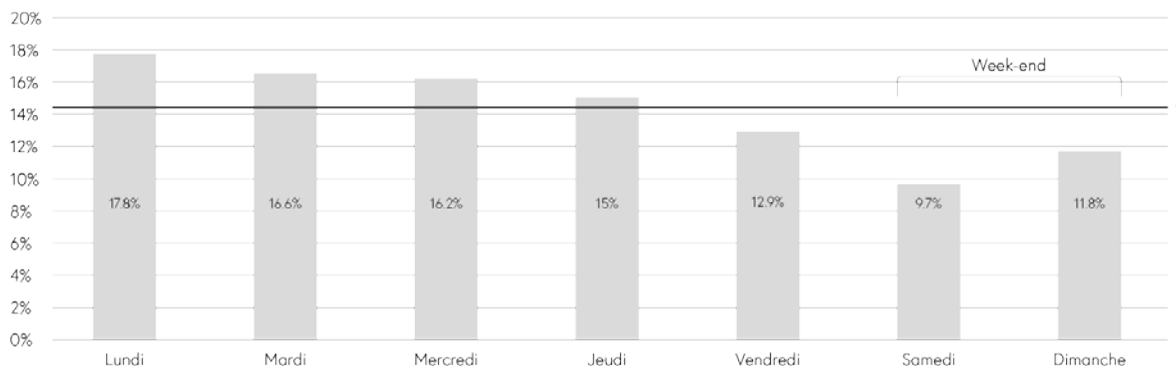
Galaxus et digitec ont étudié le comportement d'achat de leurs clients. L'analyse faite de la mi-juillet 2016 à la mi-juillet 2017 montre que la population suisse fait surtout ses achats en ligne durant ses horaires de travail: on peut voir que beaucoup plus de commandes sont passées de 9 à 12 heures et de 13 à 18 heures qu'en dehors des heures de travail. Les achats en ligne sont le plus appréciés entre 11 et 12 heures et entre 16 et 17 heures, donc peu de temps avant la pause de midi et la fin de la journée de travail.

Achats en ligne par heure – pourcentage de commandes



L'analyse révèle également que les habitants de la Suisse font beaucoup plus d'achats au cours de la semaine que durant le week-end. En Suisse, les achats en ligne sont particulièrement populaires le lundi: durant l'année, presque 18 pour cent des achats se font le premier jour de la semaine. Le samedi, au contraire, les clients de digitec et de Galaxus représentent moins de 10 pour cent des achats en ligne hebdomadaires. Si les Suisses faisaient la même quantité d'achats en ligne chaque jour de la semaine, le taux moyen serait de 14 pour cent.

Pourcentage de commandes par jour de la semaine



Est-ce que les employés gaspillent leur temps de travail?

Si l'on regarde les résultats de l'analyse du comportement d'achat en ligne, on peut se demander si les employés suisses ne gaspillent pas leur temps de travail en faisant leurs achats en ligne – ou plutôt si ces derniers ne sont pas faits aux frais des employeurs. Certes, nous ne pouvons pas écarter cette hypothèse, mais nous partons du principe que la grande majorité des employés comptabilisent leur temps passé à surfer et à faire du shopping sur Internet comme temps de pause. Au lieu d'utiliser leur pause pour boire un café, fumer une cigarette, aller sur les médias sociaux, planifier leurs vacances ou écouter les derniers potins, de nos jours, les Suisses l'utilisent davantage pour faire leurs achats.

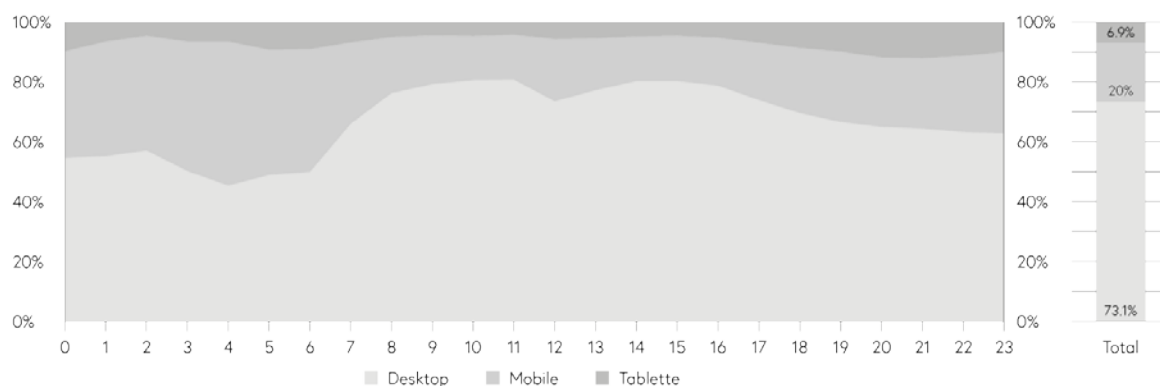
Une migration vers les achats mobiles

Depuis des années, nous remarquons aussi que les achats faits sur le notebook ou le PC évoluent vers les achats mobiles, des commandes passées depuis le smartphone. Entre temps, une commande sur cinq est passée via un smartphone.

Pour ce qui est du choix de l'appareil avec lequel les acheteurs en ligne passent leur commande, les Suisses restent pragmatiques: durant les heures de travail traditionnelles, presque 80 pour cent des achats sont faits via un notebook ou un PC. Logique, puisque de nombreux employés suisses ont un PC ou un Mac à disposition pour leur travail.

Au contraire, après le travail, toujours plus de clients digitec et Galaxus préfèrent passer leurs commandes sur un smartphone ou une tablette. Le smartphone comme appareil de shopping est particulièrement apprécié la nuit et tôt le matin – donc probablement des commandes passées depuis le lit ou sur le chemin du travail. Entre minuit et six heures du matin, quatre clients digitec et Galaxus sur dix font leurs achats avec leur smartphone.

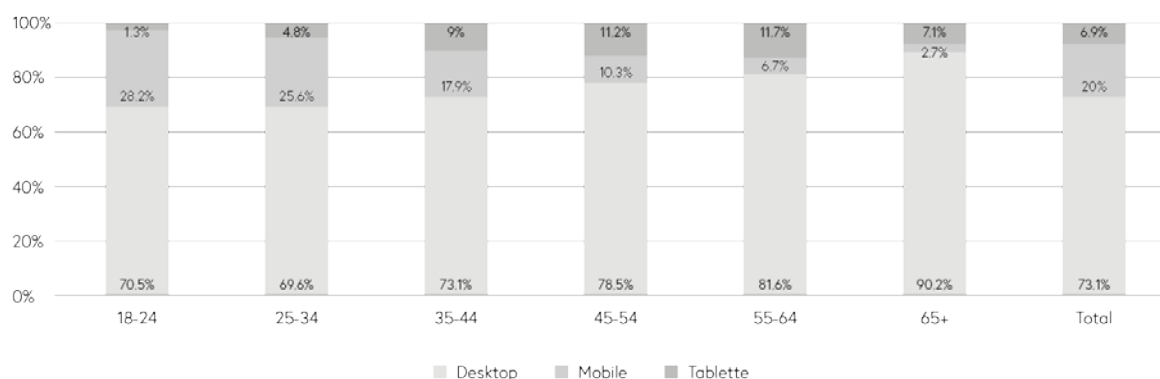
Achats en ligne par appareil et par heure



Le PC ou Mac est, avec 73%, incontestablement le moyen technique le plus souvent utilisé pour les achats en ligne. Cependant, si l'on regarde les commandes par catégories d'âge, on voit que les achats mobiles gagnent en popularité chez les jeunes. Au contraire, les achats en ligne avec les tablettes ne sont pertinents que pour les générations dès 35 ans.

Par ailleurs, des différences sont aussi visibles en fonction des sexes: les femmes utilisent plus souvent leur smartphone que les hommes pour faire leurs achats en ligne. De plus, les femmes passent, comparées aux hommes, un peu plus souvent commande.

Commandes par appareil et par catégorie d'âge



Les «Early Adopter» montrent le chemin

Selon toute vraisemblance, la tendance des achats mobiles va s'accroître. Trois facteurs parlent particulièrement en sa faveur. Premièrement, les générations plus jeunes font bien plus souvent leurs achats avec le smartphone que les générations plus anciennes. Ils sont les «Early Adopter» de cette tendance. Deuxièmement, les applications de shopping facilitent toujours plus les achats via smartphone. Et troisièmement, les écrans plus grands des mobiles rendent l'expérience d'achat plus agréable.

Les achats mobiles ont donc un futur – mais est-ce le futur? Par forcément, car en vue de la technologie qui change rapidement, il est impossible de prédire les comportements d'achat de demain. Il se pourrait aussi, par exemple, que le shopping virtuel avec un casque de VR devienne la prochaine grande tendance.

Contact pour la presse

Digitec Galaxus AG
Corporate Communications
Pfingstweidstrasse 60, CH-8005 Zurich

Téléphone: +41 44 575 96 96

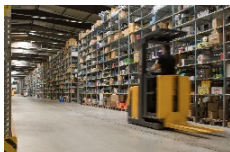
E-mail: media@digitecgalaxus.ch

Internet: digitec.ch galaxus.ch

Facts & Figures

Au sujet de digitec et Galaxus

Images libres de droits



Centre logistique à Wohlen AG

High-Res: https://www.digitec.ch/MWS/Release/160113_Medienmitteilung/Logistikzentrum.jpg

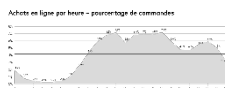


Illustration 1: achats par heure

https://www.digitec.ch/MWS/Release/Bilder/Shopping_waehrend_Arbeitszeit-1-FR.PNG

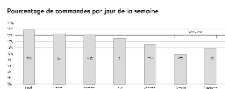


Illustration 2: commandes par jour

https://www.digitec.ch/MWS/Release/Bilder/Shopping_waehrend_Arbeitszeit-2-FR.PNG

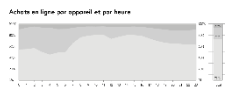


Illustration 3: achats par appareil

https://www.digitec.ch/MWS/Release/Bilder/Shopping_waehrend_Arbeitszeit-3-FR.PNG

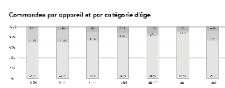


Illustration 4: commandes par âge

https://www.digitec.ch/MWS/Release/Bilder/Shopping_waehrend_Arbeitszeit-4-FR.PNG