



E-Commerce Report Suisse 2021

nexi

E-Commerce Report Suisse 2021

La Suisse est un grand marché pour le commerce électronique avec un chiffre d'affaires de CHF 32,5 milliards en 2021 ce qui représente une augmentation globale de 13% par rapport à l'année précédente

Mais comment l'e-commerce suisse se porte-t-il après la récente pandémie?

En raison du changement des mentalités des consommateurs, si les magasins physiques accueillent à nouveau leurs anciens clients, les habitudes engendrées par la pandémie sont quant à elles susceptibles de s'installer dans la durée. De nouveaux loisirs, métiers, intérêts et autres activités récréatives ont définitivement bouleversé l'environnement de marché, c'est pourquoi les boutiques en ligne doivent rester à l'écoute afin de maintenir une offre pertinente.

C'est précisément le défi que nous entendons relever dans l'E-Commerce Report Suisse 2021. Compte tenu du changement de préférences et des attentes croissantes des consommateurs suite à la pandémie, rester informé et sur le qui-vive n'a jamais été aussi crucial pour l'e-commerce qu'à l'heure actuelle. Étant donné les changements imprévisibles qui caractérisent le climat géopolitique, il est certain que ceux qui resteront attentifs au comportement des consommateurs sortiront gagnants.

Les informations présentées dans le présent rapport sur l'e-commerce serviront de guide aux boutiques en ligne locales pour leur permettre de prospérer et d'atteindre le succès en ces temps incertains. Elles indiquent les habitudes d'achat des consommateurs locaux, les points forts et les faiblesses de la concurrence internationale et les opportunités de croissance et d'adaptation intrasectorielles.

Nous publions également des rapports sur d'autres pays, disponibles sur notre site Web, à l'intention de ceux qui cherchent à renforcer leur présence sur les nouveaux marchés européens.

Comme toujours, Nets est là pour vous aider à tirer le meilleur parti d'une région ou d'une opportunité. Nous espérons que vous trouverez ce rapport informatif et nos observations utiles à l'aube de cette nouvelle année riche de promesses pour votre entreprise.



Marianne Bregenzer

Responsable régionale Suisse et
Autriche & Directrice de pays Suisse

01 Le marché

E-Commerce Report Suisse 2021	2
E-Commerce – un franc succès en Suisse	5
Un retour pour les produits de consommation	6
L'e-commerce à votre service	10
En avant toute!	14

02 Préférences des

Facilitez-vous les choses et nous vous rendrons riches	19
Principales recommandations pour les boutiques en ligne	20

03 Expérience client

Lent, constant et classique	22
Paiements: monnaie commune – les méthodes de paiement les plus utilisées en 2021	23
Préférences – les méthodes de paiement préférées en 2021	24
Paiements: pourquoi préférez-vous cette méthode de paiement?	26
Paiements: pourquoi préférez-vous cette méthode de paiement?	27
Résumé – points intéressants sur les paiements en Suisse	28
Paniers abandonnés	29
Âge des consommateurs qui abandonnent leur panier	

04 Comment développer vos acti-

Le monde est vaste, alors visez plus loin.

	32
Pourquoi les consommateurs achètent dans des boutiques internationales	34
Rester concentré sur le marché national pour conserver les acheteurs locaux	35
	36
	37

05 Places de marché en ligne

Inutile d'aller chercher la lune	41
Devenir un magnat local	42

06 Conclusion

Franc succès pour la Suisse!	44
Méthodologie	45



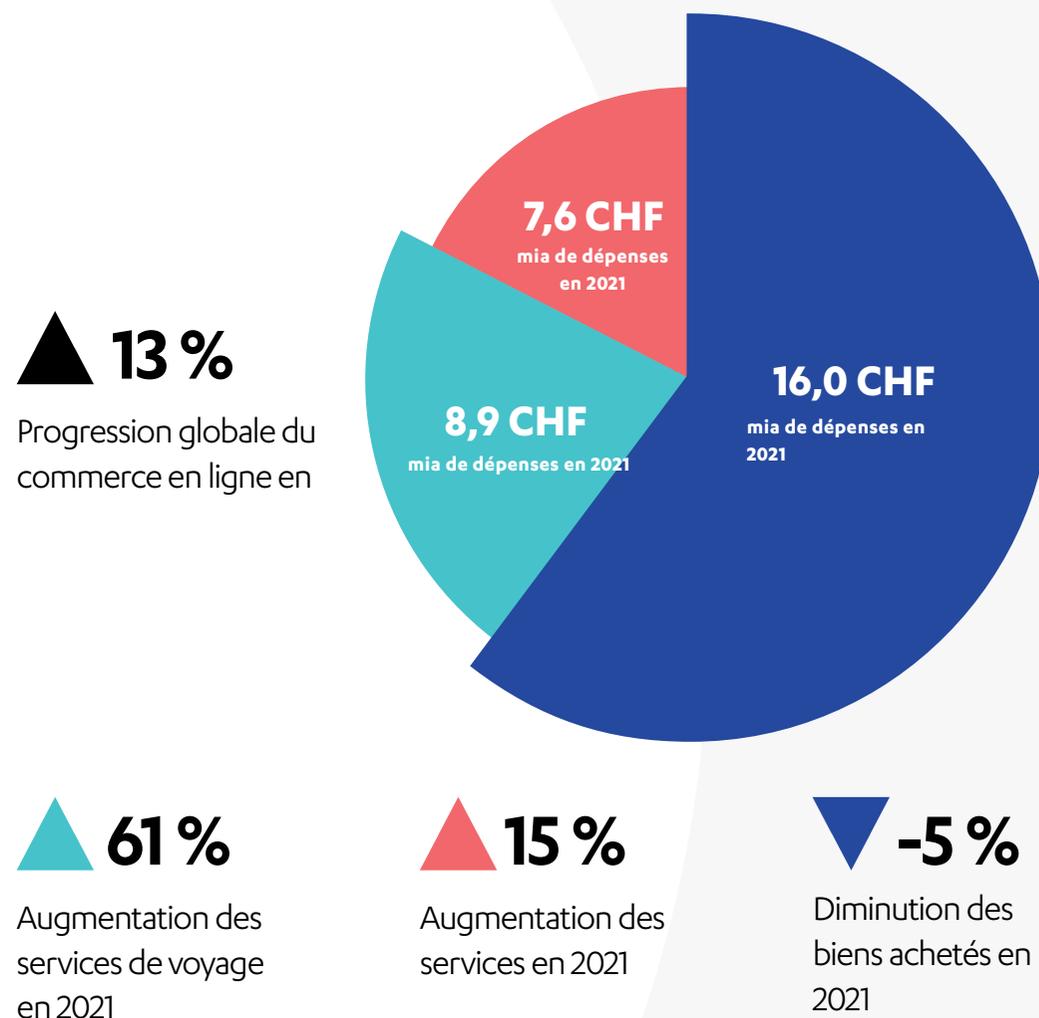
⁰¹
Le marché

E-Commerce – un franc succès en Suisse

Après deux années de succès, nous nous attendions à ce que l'e-commerce suisse revienne à un volume normal de dépenses de consommation, résultant en un léger recul du secteur. Cependant, il semble que la Suisse réserve encore des surprises dans ce domaine à en juger par l'augmentation totale de 13 % des dépenses de consommation dans l'e-commerce.

Les événements culturels et sportifs ont progressé de 15 %, tandis que le secteur du voyage a rebondi, fort d'une hausse de 61 % des dépenses depuis 2020. Il semble que la seule catégorie en baisse ait été l'achat de biens physiques, ce secteur ayant perdu 5 % depuis la frénésie de dépenses qui a commencé 2020.

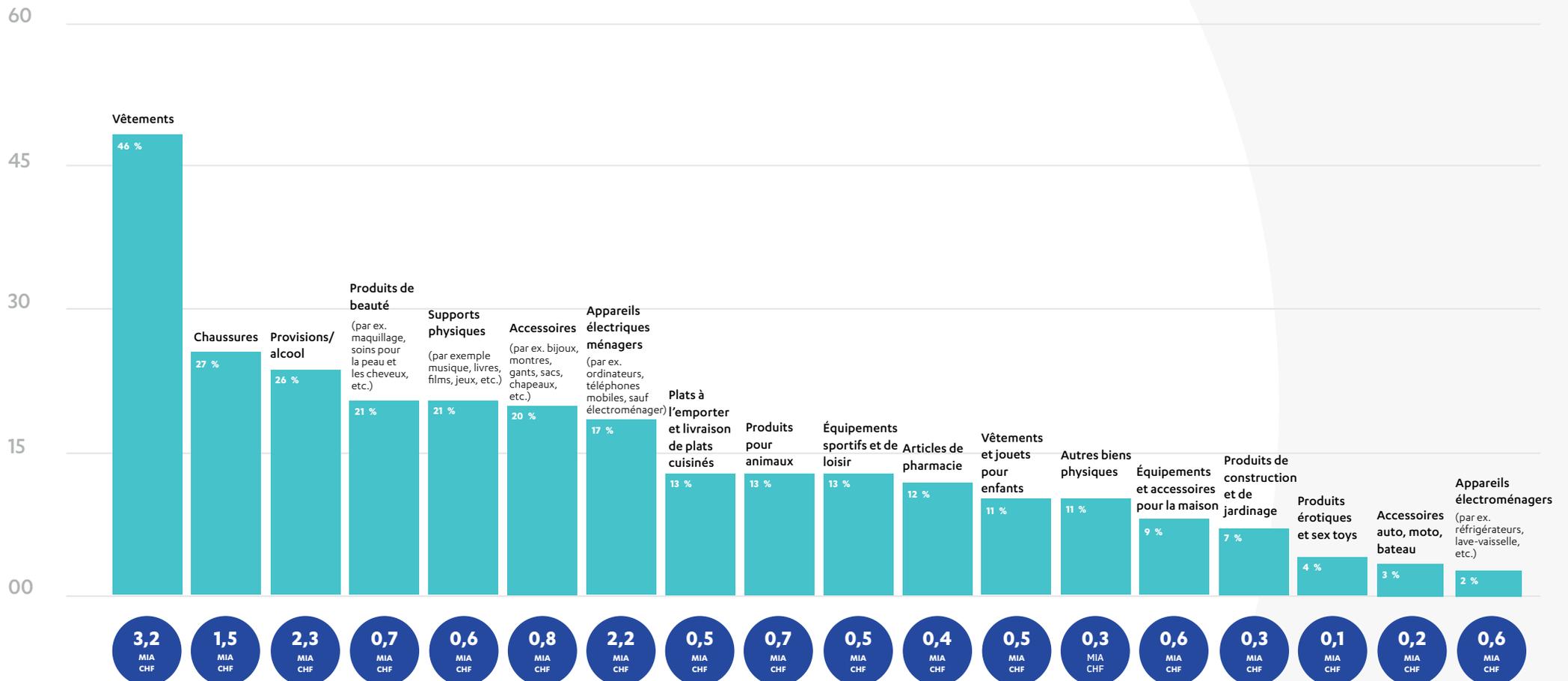
Dans l'ensemble, cette année, on peut dire que l'e-commerce suisse s'est démarqué, remportant un franc succès dans la plupart des secteurs et affichant seulement une légère baisse des achats de biens en ligne. C'est une prouesse particulièrement impressionnante compte tenu du succès continu de la Suisse depuis 2019. Il semble que la Suisse se soit tout à fait habituée à acheter en ligne, et nous applaudissons cette décision.



Les biens répondent présent

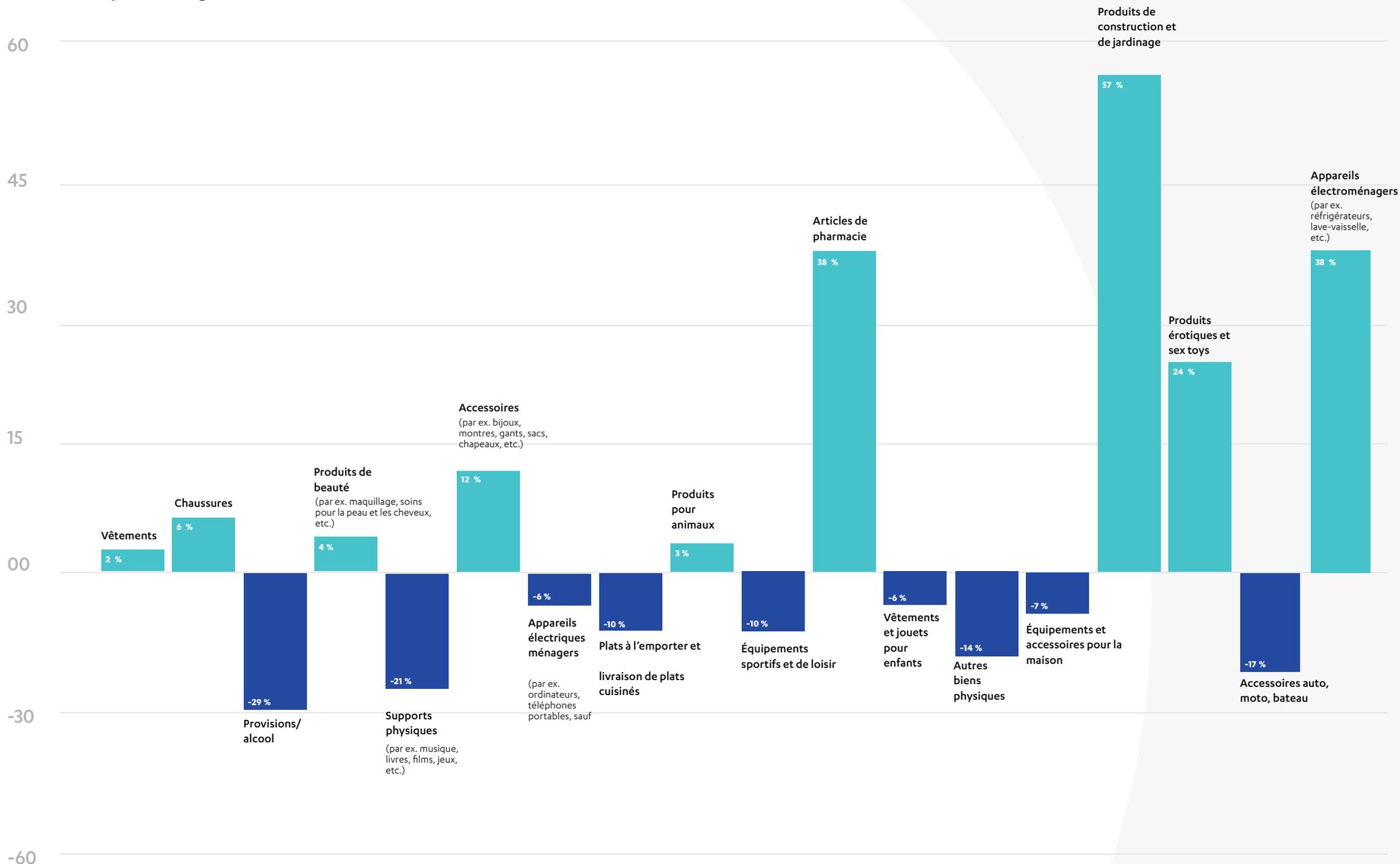
L'achat de biens en ligne a quelque peu chuté, de 5 % pour être exact. Cependant, les boutiques en ligne auraient tort de jeter l'éponge maintenant, car les biens ont tout de même représenté plus de la moitié des dépenses en Suisse, de sorte qu'il reste encore de nombreuses opportunités. Cela dit, cette année, il y a eu des gagnants, mais aussi des perdants dans l'e-commerce.

Pourcentage de consommateurs qui ont acheté des produits en ligne de chaque catégorie au cours des 28 derniers jours / Dépenses de consommation par catégorie



* Ces données sont des estimations basées sur les valeurs médianes. Elles doivent être interprétées comme une comparaison entre les catégories.

Variation en pourcentage de la valeur du secteur entre 2020 et 2021



* Ces données sont des estimations basées sur les valeurs médianes. Elles doivent être interprétées comme une comparaison entre les catégories.

Les gagnants

57 %

Produits de construction et de jardinage

Vous devez toujours montrer au voisin qui a la plus belle terrasse, et c'est une rivalité qui fait les choux gras du commerce en ligne. Nous avons dépensé environ 57 % de plus en matériaux de construction et produits de jardinage l'année dernière par rapport à 2020. Il semble que cela soit l'un des nouveaux hobbies et intérêts qui persistent depuis la pandémie.

38 %

Appareils électroménagers (réfrigérateurs, lave-vaisselle, etc.)

Comment améliorer votre bureau à domicile? En achetant un nouveau lave-vaisselle qui fonctionne par Bluetooth, Évidemment. Cela pourrait expliquer pourquoi les Suisses ont dépensé 38 % de plus en appareils électroménagers en 2021.

38 %

Articles de pharmacie

Les pilules règlent tous les problèmes, même ceux de l'e-commerce. Les articles de pharmacie ont vu une augmentation de 38 % des dépenses depuis 2020, s'expliquant peut-être par la volonté des Suisses de rester en bonne santé suite à la pandémie.

Les perdants

-29 %

Provisions/alcool

Les bonnes résolutions du Nouvel An semblent être respectées en Suisse au vu de la diminution du nombre de grands rassemblements organisés en 2021. Résultat? Une réduction de 29 % des dépenses depuis l'année 2020 ô combien déprimante.

-21 %

Supports physiques (livres, jeux, films, etc.)

Il ne faudra pas attendre longtemps avant de voir resurgir DVD, dictionnaires et jeux de Monopoly dans des films rétro nostalgiques. La Suisse a enregistré une baisse de 21 % des dépenses en supports physiques depuis 2020.

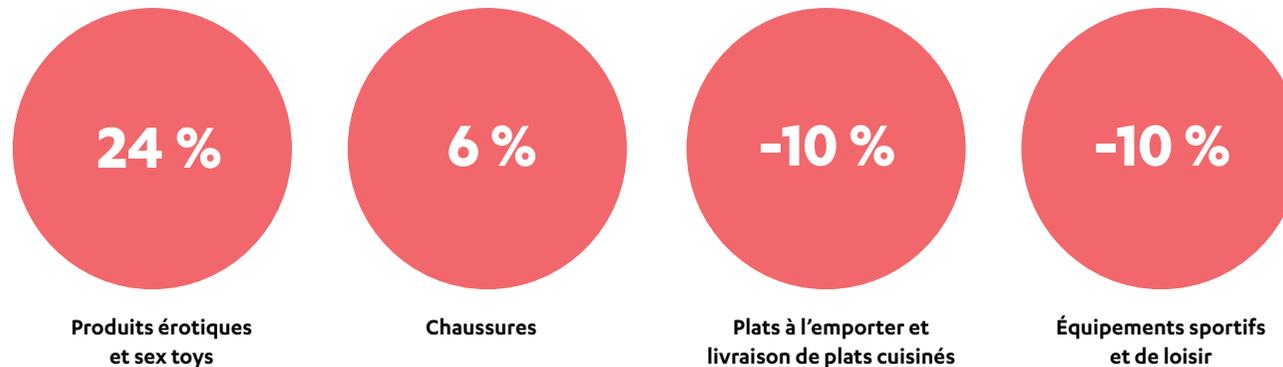
-17 %

Accessoires pour auto, moto et bateau

La Suisse possède l'un des meilleurs systèmes de transports publics au monde, alors à quoi bon investir dans des accessoires pour voiture, moto ou bateau? Les consommateurs sont bien d'accord, c'est pourquoi on a observé une baisse de 17 % du secteur en 2021.

Les finalistes

Autres catégories dont le pourcentage a considérablement évolué, montrant la répartition des dépenses en 2021



Points clés à retenir

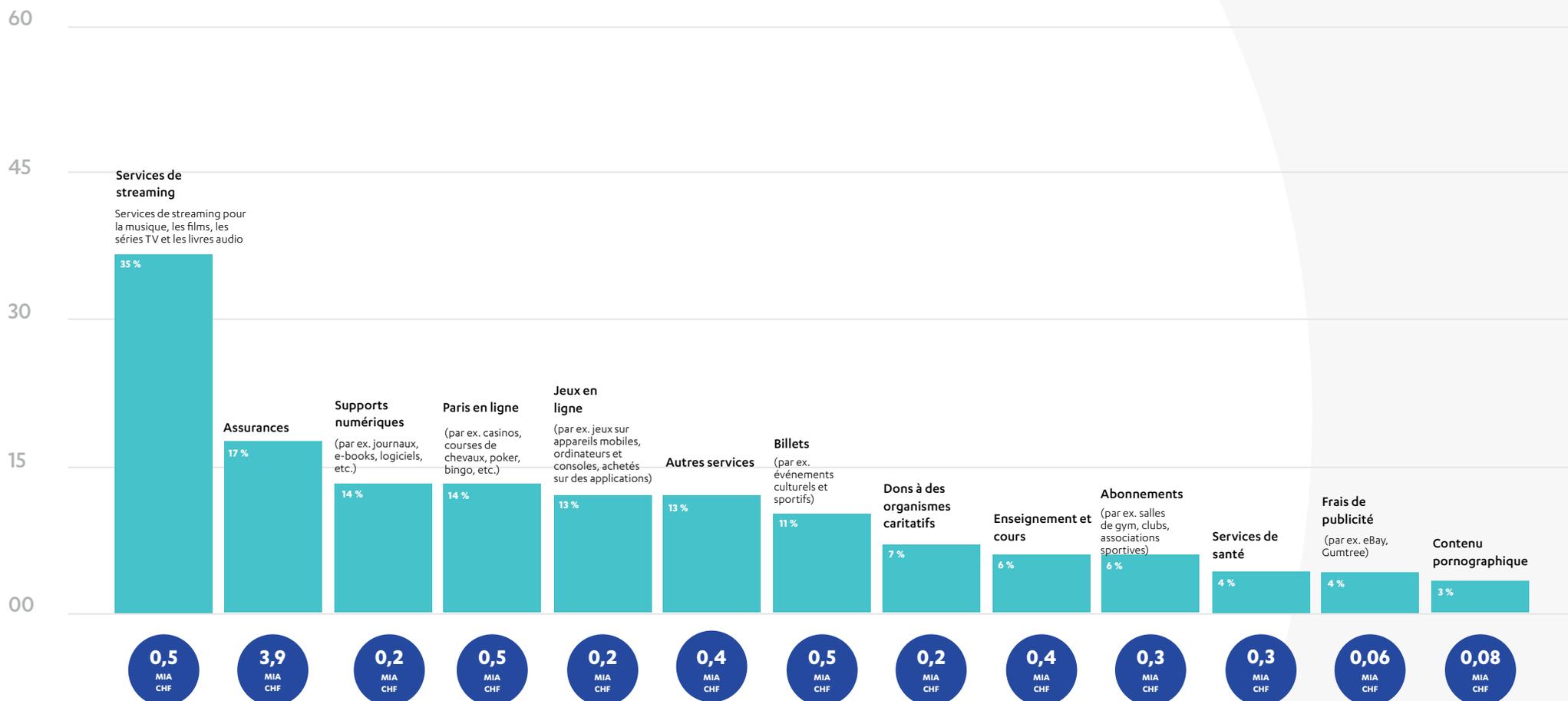
Le monde de l'e-commerce suisse semble s'équilibrer en 2021, les plus gros bénéficiaires provenant de certains secteurs réalisant la plus faible part de marché. À l'inverse, les secteurs détenant la plus grande part de marché n'ont enregistré que des augmentations mineures, notamment le secteur de l'habillement avec 3,2 mia CHF. Malgré la diminution de 5 % des dépenses en produits physiques, il semblerait que la plupart des secteurs aient vu des augmentations, et la perte totale a été principalement causée par la baisse importante des dépenses en provisions et alcool et dans les supports physiques, tirant ainsi l'ensemble des dépenses vers le bas.

Les boutiques de commerce en ligne qui voudraient bénéficier des tendances de 2021 devraient chercher des opportunités pour exploiter les nouveaux hobbies adoptés par les Suisses et les articles de confort domestique. Pour le meilleur ou pour le pire, de nouvelles habitudes se sont ancrées dans la population suisse, et les fournisseurs d'e-commerce feraient bien d'en tenir compte.

L'e-commerce à votre service

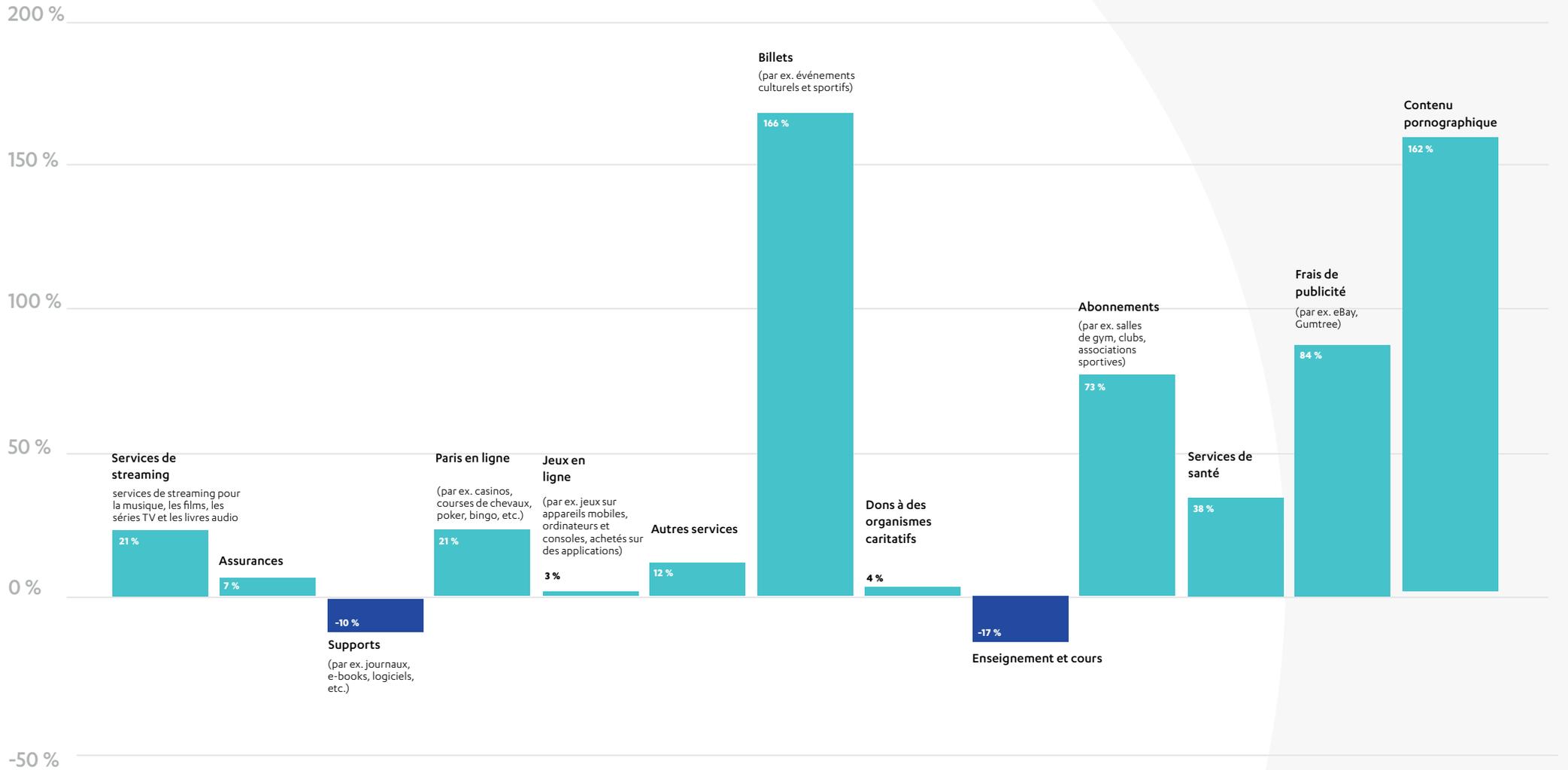
En Suisse, les services d'e-commerce ont augmenté de 15 % depuis 2020. Lorsqu'il a de nouveau été possible de sortir en toute sécurité, nous avons assisté à une recrudescence de rassemblements et l'année a été incroyablement riche en offres de services d'e-commerce. Au vu de ces chiffres, nous pouvons constater de manière scientifique qu'il est effectivement temps pour la Suisse de faire la fête.

Pourcentage de consommateurs qui ont acheté des produits en ligne de chaque catégorie au cours des 28 derniers jours / Dépenses de consommation par catégorie



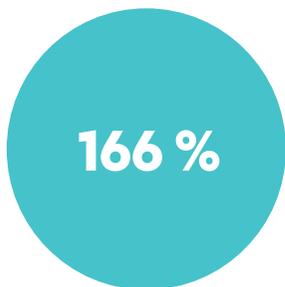
* Ces données sont des estimations basées sur les valeurs médianes. Elles doivent être interprétées comme une comparaison entre les catégories.

Variation en pourcentage de la valeur du secteur entre 2020 et 2021



* Ces données sont des estimations basées sur les valeurs médianes. Elles doivent être interprétées comme une comparaison entre les catégories.

Les gagnants



Billets – événements sportifs et culturels

On ne connaît la valeur des choses que lorsqu'elles ont disparu. Les Suisses ont accueilli le retour des événements en achetant plus du double de billets par rapport à l'année précédente (166 %) pour assister à des manifestations diverses. Tandis que la crainte de la Covid-19 cède lentement la place à l'angoisse liée au confinement, nous pensons que cette tendance se poursuivra jusqu'en 2022.



Services de streaming

Qui a déjà dit: «Youpi! Voilà enfin la pub» pendant un film? Personne. En 2021, les services de streaming continuent de faire de l'ombre à la télévision traditionnelle en progressant de 21 %, soit un bénéfice de 0,5 mia CHF. Reviendrons-nous un jour au temps des antennes paraboliques? Probablement pas.



Assurances

Les assurances, c'est comme le plaisir: plus on prend de l'âge, plus ça coûte cher. L'augmentation de 7 % des assurances en 2021 en Suisse peut ne pas sembler excessive, jusqu'à ce que vous réalisiez que cela représente la plus grosse somme gagnée par les services d'e-commerce cette année.

Les perdants



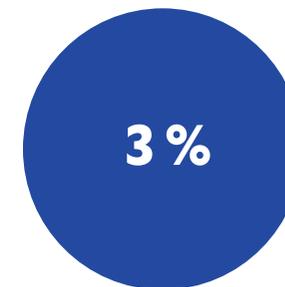
Enseignement et cours

Les diplômes, c'est formidable, ainsi que le découvrent les Suisses après avoir terminé leur courte formation en ligne sur le développement personnel. Les dépenses engagées dans l'enseignement et les cours ont chuté de 17 % depuis 2020, peut-être en raison de la reprise du travail et du manque de disponibilité.



Supports numériques (par ex. journaux, e-books, logiciels)

Personne n'a envie d'inviter le type avec un Kindle sous le bras à un festival de musique. Avec la recrudescence des rassemblements, les ventes de supports numériques ont souffert d'une perte de 10 %.

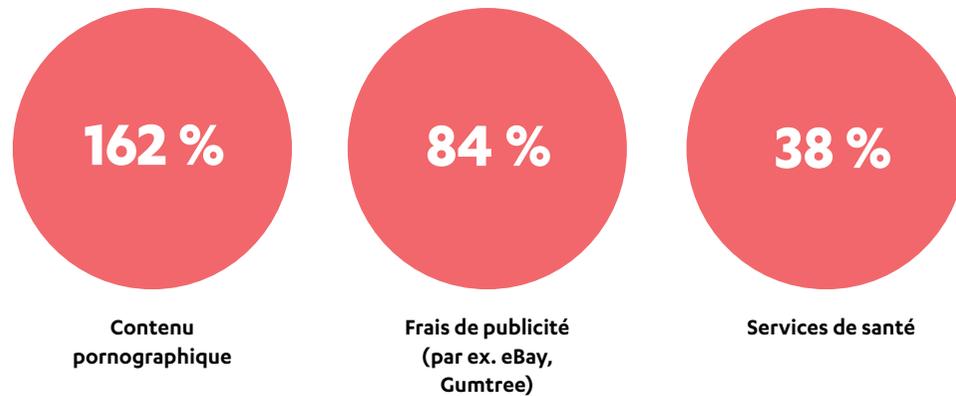


Jeux en ligne

Sans être exactement le perdant de la bande, le secteur des jeux en ligne était le fournisseur de services le plus lent de l'année 2021, rapportant une augmentation des ventes de 3 %. Cela dit, un Switch est quand même plus sympa qu'un Kindle.

Les finalistes

Autres catégories dont le pourcentage a considérablement évolué, montrant la répartition des dépenses en 2021



Points clés à retenir

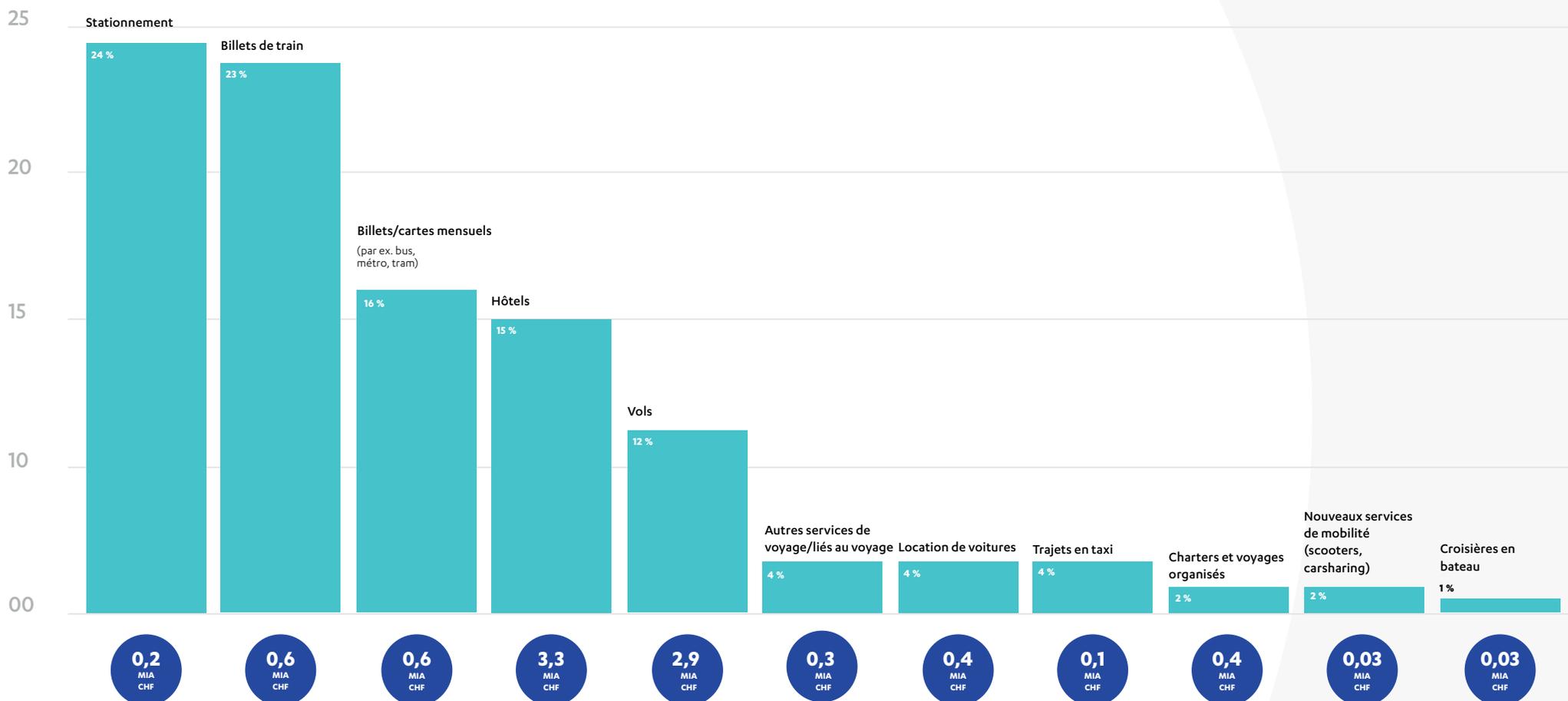
Si cette année, les services ont progressé de 15 %, une tendance claire témoigne d'un désir accru de vivre des expériences concrètes. Cela n'a toutefois pas mis un frein aux dépenses consacrées au virtuel. La plupart des activités en ligne ont augmenté parallèlement aux services offrant un élément concret et tangible. Cette tendance est probablement révélatrice d'un monde qui, tout en tournant la page de la pandémie, en a gardé quelques nouvelles habitudes.

Les boutiques en ligne qui voudraient bénéficier de ces tendances devraient cibler des services qui offrent un retour à la vie avant la Covid-19 en privilégiant les activités événementielles. En outre, les magasins qui facilitent la vente de biens ou l'investissement dans les services de santé en ligne fournissent une opportunité unique d'e-commerce. Il est intéressant de noter que l'on ne retrouve pas cette tendance dans d'autres pays que la Suisse, où ce type de services a diminué avec l'apaisement de la pandémie.

En avant toute!

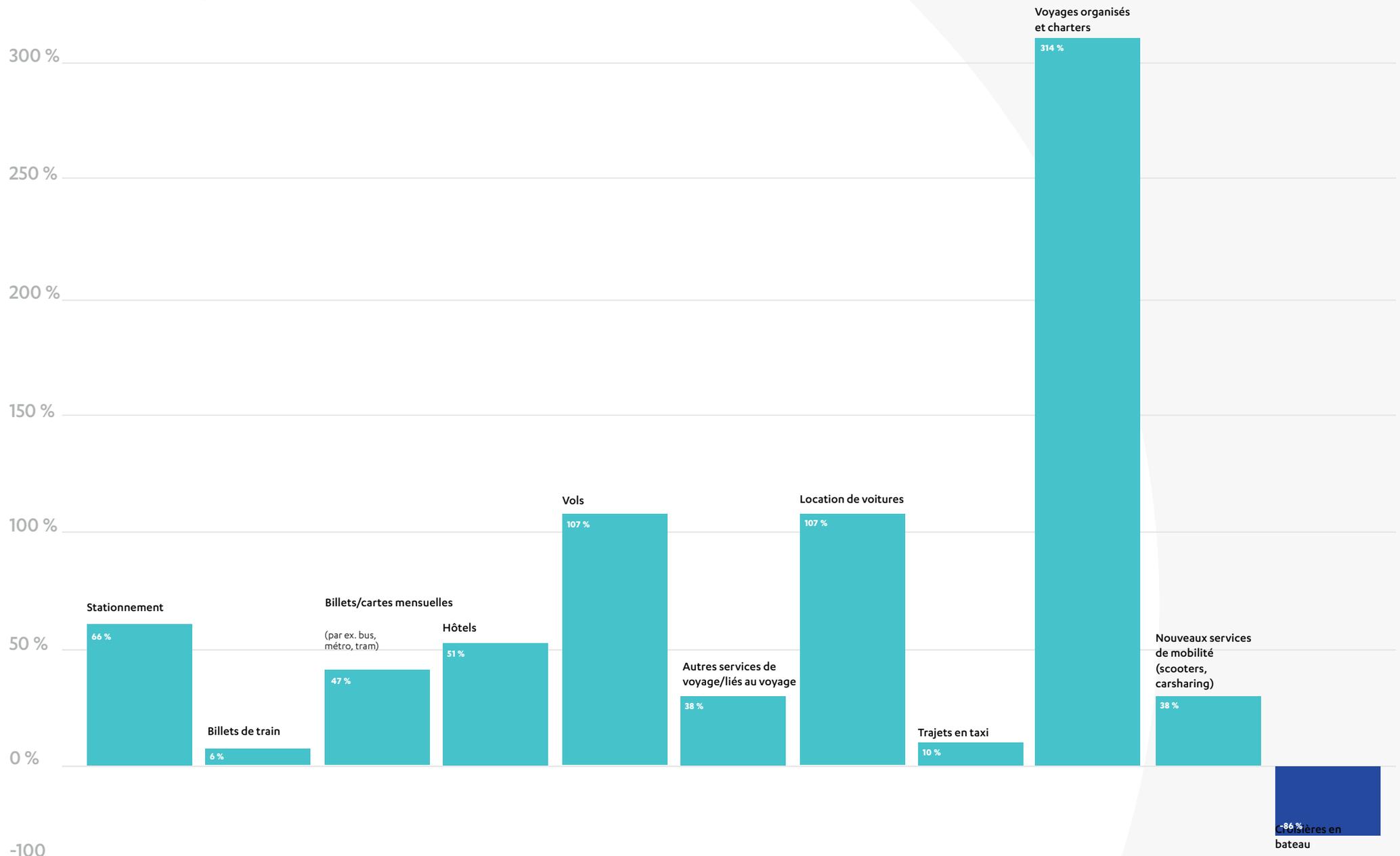
2021 était l'année du buffle selon l'astrologie chinoise, mais nous préférons l'appeler l'année des voyages. Celle du retour du secteur du voyage sur le devant de la scène, les dépenses consacrées aux voyages organisés, aux vols en avion et à la location de voitures ayant plus que doublé en 2021.

Pourcentage de consommateurs qui ont acheté des produits en ligne de chaque catégorie au cours des 28 derniers jours / Dépenses de consommation par catégorie



* Ces données sont des estimations basées sur les valeurs médianes. Elles doivent être interprétées comme une comparaison entre les catégories.

Variation en pourcentage de la valeur du secteur entre 2020 et 2021



* Ces données sont des estimations basées sur les valeurs médianes. Elles doivent être interprétées comme une comparaison entre les catégories.

Les gagnants

314 %

Charters et voyages organisés

Les charters et les voyages organisés ont atteint le chiffre impressionnant de 314 %, la plupart des réservations ayant été effectuées après la levée des restrictions. Il semble que la Suisse ait préféré la grande aventure aux rediffusions de la série Friends ou Scrubs, et nous ne la blâmons pas.

107 %

Vols

On reprend la file de l'air! Le secteur aéronautique décolle au sens propre et figuré, les réservations atteignant 107 % en 2021. Les restrictions de voyage étant moins nombreuses, nous pensons que les Suisses sont excités à l'idée de recommencer à parcourir le monde.

107 %

Location de voitures

N'oubliez pas votre assurance auto et en voiture! Les souscriptions à des assurances auto font fureur en Suisse, les dépenses consacrées à la location ayant baissé ces dernières années. La progression de 107 % depuis 2020 est le reflet de nouvelles dépenses sur une petite base d'utilisateurs.

Les perdants

-86 %

Croisières en bateau

En Suisse, les ventes de croisières en bateau ont perdu 86 % en 2021, un coup particulièrement brutal après la performance lamentable du secteur en 2020. Cela est probablement dû aux cas de coronavirus qui ont été rapportés sur des bateaux de croisière et dont la médiatisation a entraîné des annulations forcées en 2020.

6 %

Billets de train

Pour une année exceptionnelle en termes de voyage, les ventes de billets de train se sont avérées décevantes, progressant de seulement 6 %. Si on ne peut pas franchement parler de pertes, le secteur reste néanmoins l'un des perdants de l'année face à la multitude de gagnants.

10 %

Trajets en taxi

Les taxis suisses n'ont pas subi de pertes en 2021, mais on ne pas dire non plus qu'ils aient fait de gros bénéfices. On n'a pu observer qu'une timide augmentation de 10 % des gains des taxis par rapport à l'année précédente, malgré le plus grand nombre de personnes relâchées dans la nature en 2021! D'une manière générale, en Suisse, la plupart des gens évitent de plus en plus de prendre des taxis. Pour ne rien arranger, environ 1000 taxis seulement continuent de proposer leurs services à Zurich, soit 500 de moins qu'avant la pandémie de coronavirus. À ce rythme, en 2022, WWF va pouvoir ajouter les taxis suisses à sa liste d'espèces en voie de disparition.

Les finalistes

Autres catégories dont le pourcentage a considérablement évolué, montrant la répartition des dépenses en 2021



Points clés à retenir

Dans l'ensemble, le secteur du voyage a enregistré une formidable progression de 61 %. Les voyages aériens et les voyages organisés ont rapporté les plus grosses augmentations de revenu parmi toutes les catégories mentionnées dans ce rapport. Cependant, il peut être intéressant de noter que le secteur du tourisme international dans son ensemble est toujours loin du sommet atteint en 2019.

Tous les secteurs majeurs du tourisme semblent être en voie de progression à l'exception des croisières en bateau. Cette tendance a été observée dans la plupart des régions européennes. La couverture médiatique des bateaux de croisière qui ont été le théâtre de vagues de Covid-19 en 2020 et qui sont restés bloqués en mer semble avoir gravement nui au secteur. Reste à voir si celui-ci va pouvoir se relever... ou s'il sombrera à l'instar du Titanic.

Les signes prometteurs de croissance indiquent que les consommateurs suisses sont prêts à repartir en voyage. Cela devrait soulager les voyagistes en ligne, las de se demander si la Covid-19 aura une incidence sur les décisions futures concernant le domaine du voyage. L'intérêt accru pour les voyages indique qu'il n'est pas nécessaire que les voyagistes en ligne apportent d'importants changements à leur approche et qu'ils devraient plutôt se préparer à un regain d'intérêt des consommateurs.



02
**Préférences des
consommateurs**

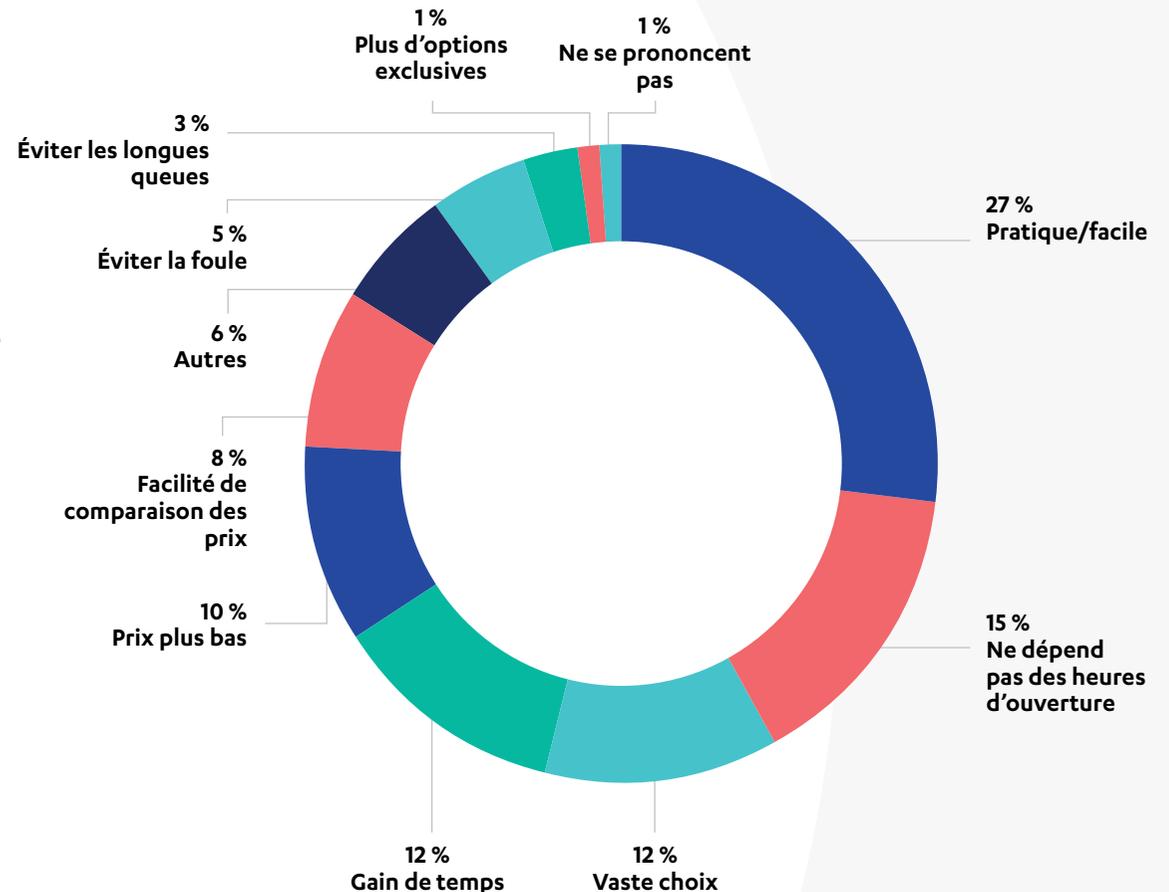
Quand facilité et commodité sont les garants du

Il est aisé de croire que c'est le prix qui constitue le facteur déterminant dans la décision d'acheter en ligne. Après tout, vous pouvez comparer les articles facilement, chercher des remises et utiliser toutes sortes de coupons à volonté, et cela a toujours été un critère important à considérer.

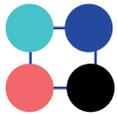
Motivations des consommateurs pour acheter en ligne

Aujourd'hui, cependant, les motivations des acheteurs en ligne sont différentes. L'importance de trouver le meilleur prix est descendue à la cinquième place des considérations majeures. L'aspect pratique est désormais près de trois fois aussi important que les petits prix, suivi d'autres facteurs incluant la commodité tels que l'évitement de longues queues à la caisse. Le confort et la commodité sont devenus les nouveaux principes de l'e-commerce et la raison principale pour laquelle les consommateurs optent pour les achats en ligne.

Bien entendu, certains facteurs de commodité ont été imposés lorsque la pandémie a entravé notre volonté de faire nos achats dans des magasins physiques, mais il semble malgré tout que le commerce en ligne soit entré dans une phase plus mature, où le prix n'est pas la raison principale pour laquelle les consommateurs achètent en ligne. Il s'agit plutôt de la possibilité de faire des achats à n'importe quelle heure du jour et de la nuit, tous les jours de la semaine, ce qui permet d'éviter les queues aux caisses et de gagner du temps lorsque les produits sont livrés à domicile. Les Suisses privilégient l'efficacité et à cet égard, l'e-commerce leur correspond parfaitement.



Principales recommandations pour les boutiques en ligne



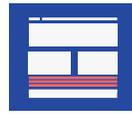
Facilitez le processus de paiement

Chaque mesure visant à améliorer le processus de paiement participe à l'augmentation de vos revenus. Simplifier ce processus rendra les consommateurs plus prompts à dépenser leur argent.



Utilisez des formulaires préremplis

Ne ralentissez pas le processus d'achat en obligeant les acheteurs à chercher leurs numéros de carte de crédit.



Construisez votre site Web de façon à offrir la meilleure expérience

Concentrez-vous sur ce que veulent vos clients et faites en sorte que le processus de recherche et d'achat soit le plus simple possible. Essayez toujours, autant que faire se peut, de supprimer les étapes superflues ou les distractions.



Optimisez votre e-boutique pour les appareils mobiles

Beaucoup de consommateurs font leurs achats sur leurs appareils mobiles, alors ne les obligez pas à naviguer dans toutes les directions. Optimisez votre interface d'achat pour les écrans d'appareils mobiles afin d'accroître le confort des utilisateurs ainsi que votre potentiel de vente.



Simplifiez les comparaisons

La capacité de comparaison rapide des articles doit s'ajouter à l'efficacité et à la commodité pour trouver la meilleure offre. Plus vous simplifiez ce processus, plus vite les consommateurs passeront à la caisse.

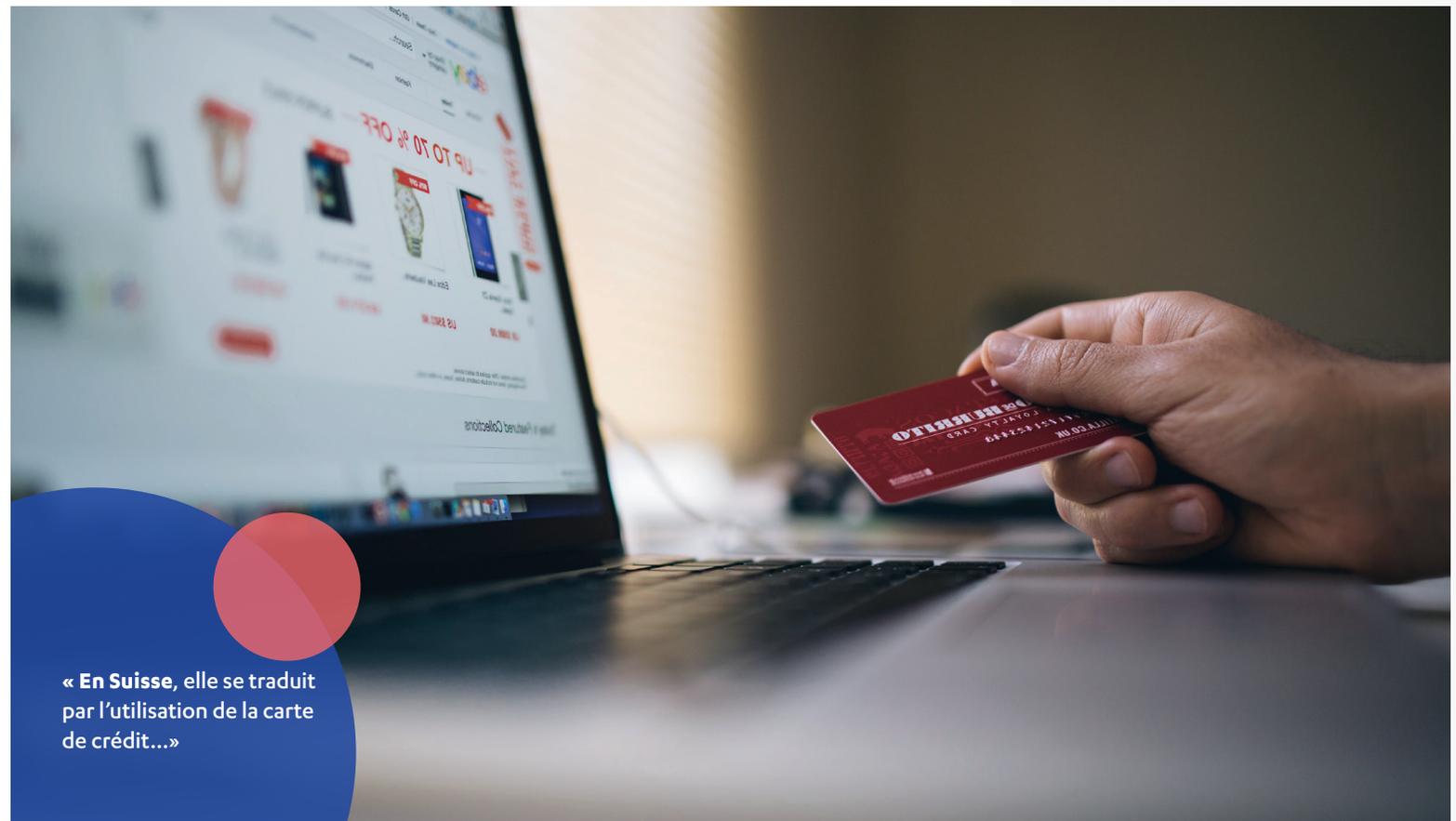


⁰³
**Expérience du
processus de paiement**

Lent, constant et classique

La demande de rapidité et de facilité des achats en ligne s'étend à l'étape du paiement. En Suisse, elle se traduit par l'utilisation de la carte de crédit, mais contrairement à de nombreuses autres régions que nous avons examinées, la facture, en très bonne place derrière la carte de crédit, est également l'une des méthodes de paiement les plus utilisées.

Les Suisses interrogés ont jugé le paiement par facture très efficace en termes de simplicité et de facilité. Nous ne savons pas exactement si les Suisses veulent simplement sécuriser leurs achats en ligne ou si la paperasserie est un passe-temps national, toutefois la préférence de la facture comme moyen de paiement facile est une spécificité suisse par rapport aux autres pays européens.



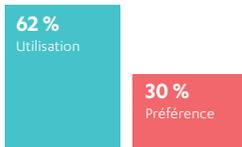
« En Suisse, elle se traduit par l'utilisation de la carte de crédit... »

Paiements: monnaie commune – les méthodes de paiement les plus utilisées en 2021

Les statistiques d'utilisation et de préférence indiquées ci-dessous montrent que la Suisse est plus largement portée vers la commodité et la sécurité. Cela explique probablement pourquoi la carte de crédit, qui offre la meilleure alternative dans les deux domaines, continue de représenter le moyen de paiement préféré et le plus utilisé en 2021.



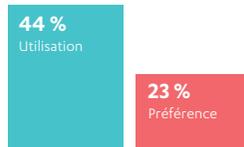
Carte de crédit



La grande gagnante des méthodes de paiement préférées et les plus utilisées est la carte de crédit. Ce résultat semble faire écho à la volonté des Suisses de privilégier commodité et sécurité.



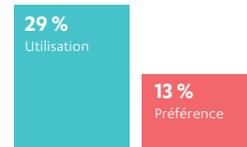
Facture



En Suisse, la facture est la seule méthode de paiement indiquée ici qui puisse rivaliser, en termes de popularité, avec la carte de crédit. Obtenant un score exceptionnellement élevé en termes d'utilisation et de préférence, cette méthode de paiement en ligne a encore de beaux jours devant elle.



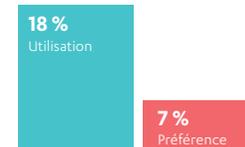
Portefeuilles électroniques



Les portefeuilles électroniques ont gagné en popularité depuis leur introduction, remplaçant d'autres anciennes alternatives comme les cartes de débit, qui étaient auparavant la méthode de paiement préférée des consommateurs et la plus utilisée. Nous pensons que les portefeuilles électroniques suisses gagneront en popularité dans la lignée des autres régions germaniques, du fait que les jeunes générations continuent de valoriser la commodité et sont moins préoccupées par la sécurité en ligne.



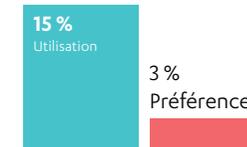
Carte de débit



La carte de débit prend la quatrième place parmi les méthodes de paiement préférées et les plus utilisées. Malgré une envie débordante d'offrir simplicité et rapidité, elle perd néanmoins contre la facture. D'où vient cette réticence à l'adopter? Jusqu'à présent, les consommateurs ne pouvaient pas utiliser de carte de débit en ligne. Depuis une année et demie, les banques suisses encouragent l'utilisation des cartes de débit Mastercard et Visa compatibles avec le commerce électronique. Les Suisses utilisent désormais de plus en plus de cartes de débit pour faire des achats en ligne. Nous nous attendons par conséquent à une montée de leur popularité dans les années à venir.



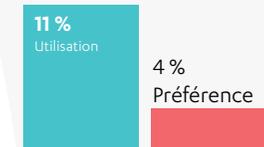
Transfert en ligne



Attendre qu'une personne s'occupe d'effectuer un transfert en ligne est aussi fastidieux que si cette personne était en train de vous montrer ses photos de famille sur son téléphone mobile. Vous attendez poliment avec le sourire alors que vous mourrez d'ennui. C'est la raison pour laquelle cette méthode de paiement est la moins populaire.



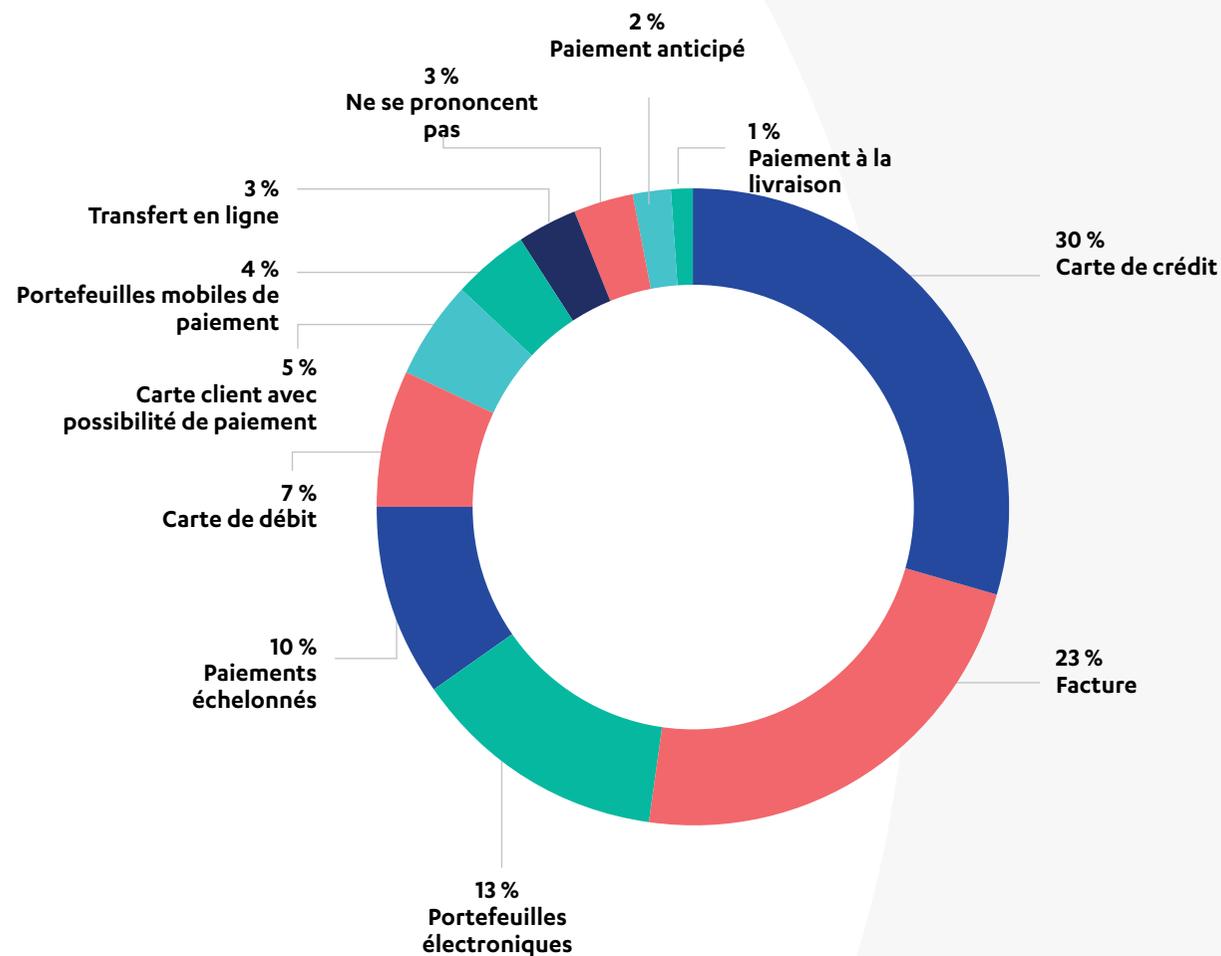
Portefeuilles mobiles de paiement



Quant aux portefeuilles mobiles de paiement, ils sont la méthode la moins utilisée. Cependant, il est important de noter que cette méthode bat néanmoins le transfert en ligne en termes de préférence, ce qui indique une fois encore toute l'importance de la vitesse et de la commodité pour les acheteurs d'aujourd'hui.

Préférences – les méthodes de paiement préférées en 2021

Entre ce que les gens disent et ce qu'ils font, il y a souvent un monde. Les options disponibles, les ressources dont ils disposent et ce qu'ils pensent être le mieux lorsqu'ils achètent un produit en particulier contribuent à déterminer le choix de leur mode de paiement. Alors que la section précédente traitait de la façon dont les consommateurs agissent, la présente section traite de la façon dont ils pensent et se sentent. Les fournisseurs d'e-commerce peuvent choisir d'activer des options pour les consommateurs ou suivre une approche fondée sur leurs actes plutôt que sur leurs paroles.



Préférences – les méthodes de paiement préférées en 2021



Paiement par carte – pour ceux qui veulent profiter de tous les avantages de ce moyen de paiement

Les cartes de crédit sont simples et faciles à comprendre, alliant vitesse, commodité et sécurité. Cela en fait la méthode de paiement la plus populaire et la plus utilisée en Suisse, les consommateurs plaçant la simplicité, la vitesse et la sécurité en tête des facteurs de choix.



Facture – le choix de la sécurité

Toutefois, lorsque l'on demande aux consommateurs suisses quel est le moyen de paiement qu'ils préfèrent, les générations plus âgées, en grande majorité, ne jurent que par la facture. Il est possible que la volonté d'exercer un plus grand contrôle sur son argent ainsi que le refus d'assimiler de nouvelles solutions de paiement en soient les raisons.



Portefeuilles électroniques – pour ceux qui cherchent la rapidité et la facilité

Les portefeuilles électroniques obtiennent la troisième place en raison de leur rapidité et de leur facilité d'utilisation. Cependant, les inquiétudes concernant la sécurité sont la principale raison pour laquelle cette méthode n'a pas obtenu un meilleur score.



Carte de débit – la carte de crédit pour ceux qui n'en possèdent pas

Les cartes de débit ont été notées pour leur simplicité et leur rapidité d'utilisation ainsi que pour leur sûreté, mais ont été battues par les cartes de crédit dans chacune de ces catégories (sauf pour la simplicité, avec une différence de 1 %). Les cartes de crédit occupent la plus haute place, nous sommes tentés de croire que les consommateurs ne recourent aux cartes de débit que lorsqu'ils ont oublié leur carte de crédit.



Transfert en ligne – pour ceux qui ressemblent à leur ancien prof d'histoire

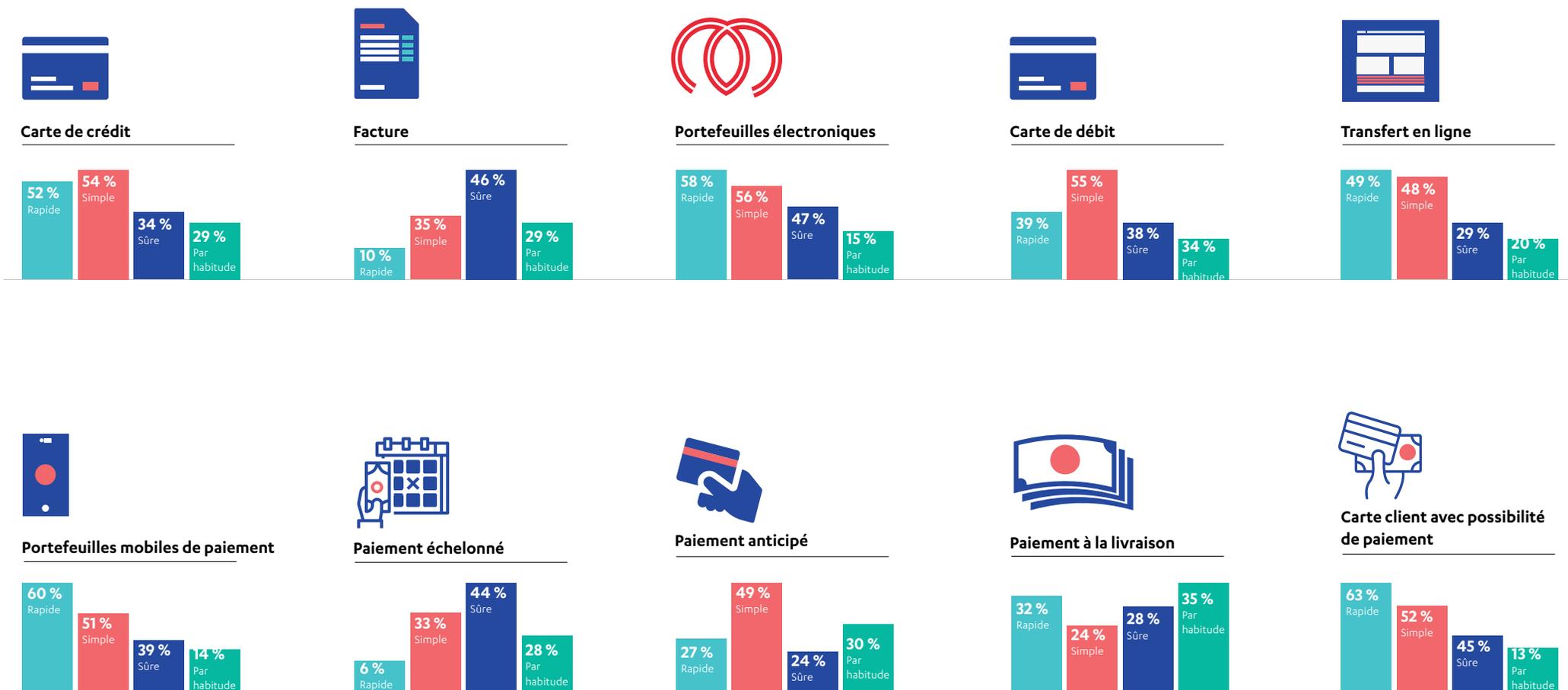
Le transfert en ligne est lent, compliqué, fastidieux, un peu comme le prof d'histoire que vous aviez à l'école. Ce n'est pas ainsi que l'on a envie de voir la vie, c'est pourquoi cette méthode de paiement ne dépasse pas les 50 % dans toutes les catégories.



Portefeuilles mobiles de paiement – pour ceux qui vivent en 2001

Certaines choses vieillissent mal, comme les yaourts, les coupes de cheveux des années 80 et l'objet de votre amour quand vous étiez au lycée. Pour les consommateurs suisses, les portefeuilles mobiles de paiement appartiennent à cette catégorie. Malheureusement, cette méthode de paiement est passée de mode, avec seulement 14 % des consommateurs qui l'utilisent encore par habitude.

Paiements: pourquoi préférez-vous cette méthode de paiement?



Résumé – points intéressants sur les paiements en Suisse

Les cartes bancaires constituent la méthode la plus classique de paiement en ligne, et pourtant, à l'heure actuelle, elles obtiennent un faible score en termes d'utilisation et de préférence sur de nombreux marchés. Nous savons déjà que les acheteurs veulent utiliser des solutions de paiement rapides, simples et sûres, et mémoriser leurs numéros de carte de crédit sur les sites des boutiques en ligne satisfait au moins à deux de ces critères.

- Les facteurs les plus importants concernant les méthodes de paiement préférées sont la simplicité, la sécurité et la vitesse.
- Les portefeuilles électroniques ont été notés comme étant les plus simples d'utilisation.
- La méthode de paiement par facture a été jugée la méthode la plus sûre.
- Les cartes client avec possibilité de paiement ont été notées comme étant la méthode la plus rapide.

Paniers abandonnés

Simple. Flexible. Bon service. Que demander de plus?

Les paniers abandonnés sont l'un des plus tristes constats dans le monde du commerce en ligne. L'opportunité ratée qu'ils évoquent inspire un sentiment de solitude. Ce n'est pas ce que nous voulons, ce n'est pas ce que vous voulez et, croyez-le ou non, ce n'est pas non plus ce que veut la majorité des consommateurs.

Lorsque nous avons interrogé ces derniers sur la dernière fois qu'ils avaient annulé un achat en ligne et que nous leur avons demandé quelle en avait été la raison, nous avons compris que le succès se résumait en trois mots: simplicité, urgence et livraison. Pour que vos paniers ne soient plus jamais abandonnés.



24 %

Livraison

La toute première raison d'abandon des paniers était le prix trop élevé de la livraison. Pour des raisons de logistique et de transparence, les boutiques de commerce en ligne cachent jusqu'au dernier moment les frais de livraison dans le processus d'achat. Malheureusement, il n'y a pas grand-chose à faire à cet égard, toutefois les boutiques de commerce en ligne devraient inclure les informations de livraison au début du processus d'achat afin d'épargner une mauvaise surprise aux potentiels acheteurs.



19 %

Urgence

Un grand nombre d'acheteurs ont déclaré ne pas avoir été au bout de leur achat, car, au fond, il n'y avait pas vraiment d'urgence à commander l'article concerné. Cela signifie que les articles ou les services en ligne offerts ne soulignent pas efficacement leurs avantages ou ne répondent pas aux besoins des consommateurs suisses. Ou alors c'est que les consommateurs suisses aiment mettre un peu de piment dans leurs achats en ligne.



18 %

Simplicité

Les acheteurs qui ont eu des expériences compliquées en passant commande sur des sites Web d'e-commerce sont plus enclins à renoncer à leur achat au moment de vérité du panier. 18 % des personnes interrogées ont déclaré avoir abandonné leurs panier en raison de difficultés techniques, de problèmes d'enregistrement de leurs données personnelles, de compréhension du processus, ou simplement parce qu'elles n'ont pas réussi à aller au bout du processus d'achat. Les sites Web d'e-commerce devraient simplifier autant que possible ce processus pour que les acheteurs n'aient pas à réfléchir, mais juste à acheter.



28 %

Autres raisons mentionnées

Options de paiement indisponibles – 15 %

Manque d'options de livraison – 8 %

Manque de confiance dans la boutique en ligne – 5 %

Âge des consommateurs qui abandonnent leur panier

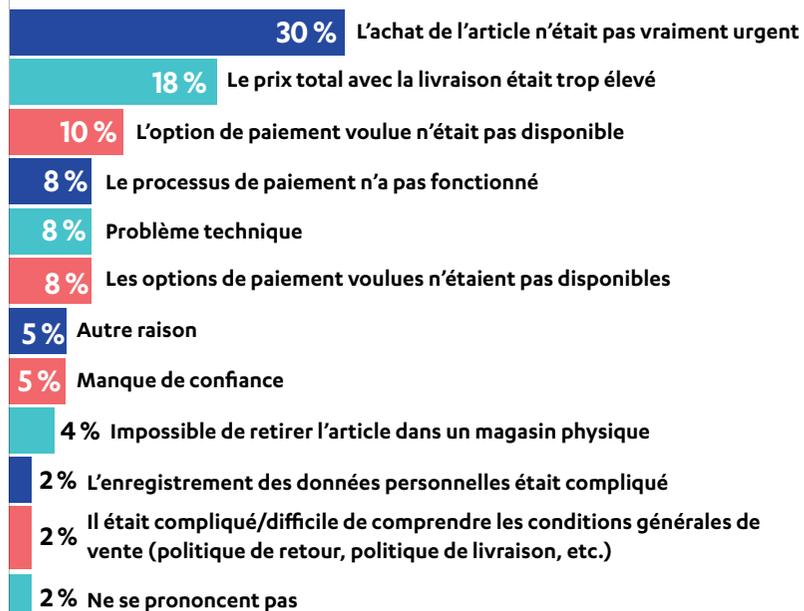
Toutes générations confondues, les raisons invoquées par les Suisses, qui les ont poussés à abandonner leurs paniers, sont homogènes. Cependant, les jeunes générations ont tendance à être plus flexibles sur l'urgence de l'acquisition de leurs articles et sur les méthodes de paiement. Il est intéressant de noter qu'avec l'âge, les consommateurs deviennent plus sensibles aux variations de prix et au manque d'options de livraison.



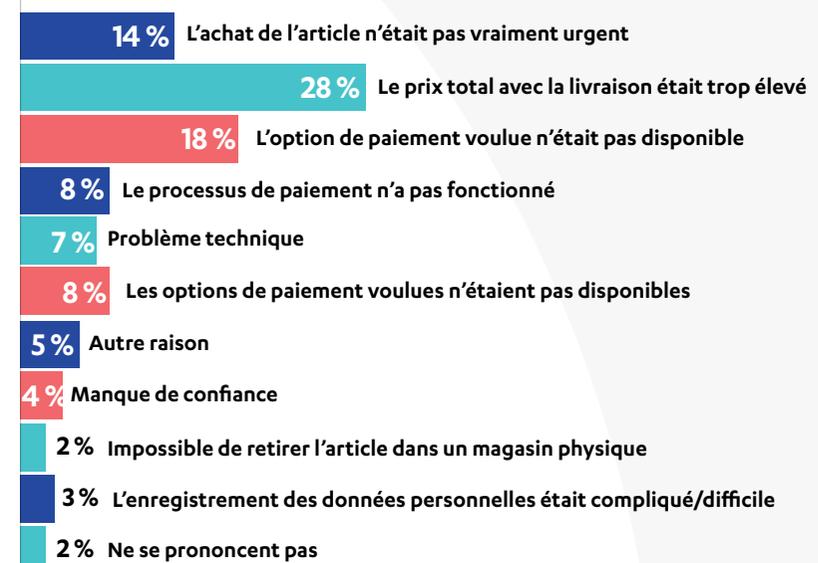
«Les raisons invoquées par les Suisses, qui les ont poussés à abandonner leur panier sont homogènes.»

Raisons d'abandon de panier

Tranche d'âge 18-29 ans



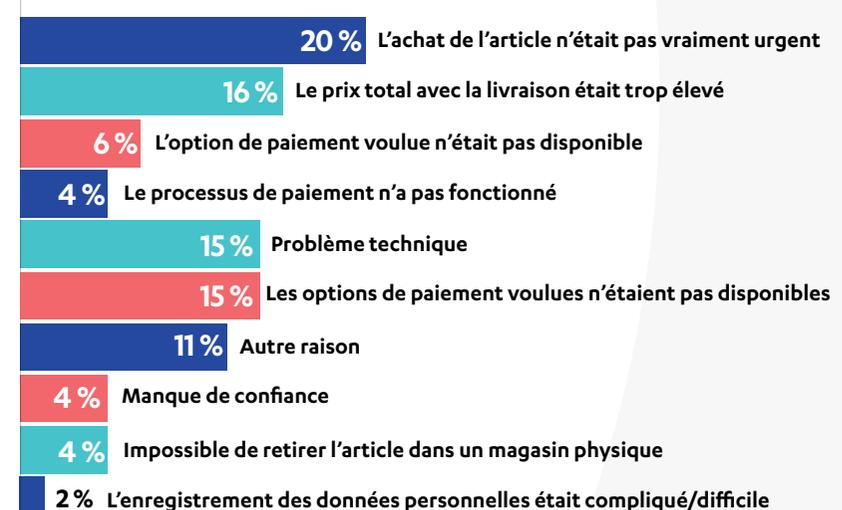
Tranche d'âge 30-49 ans

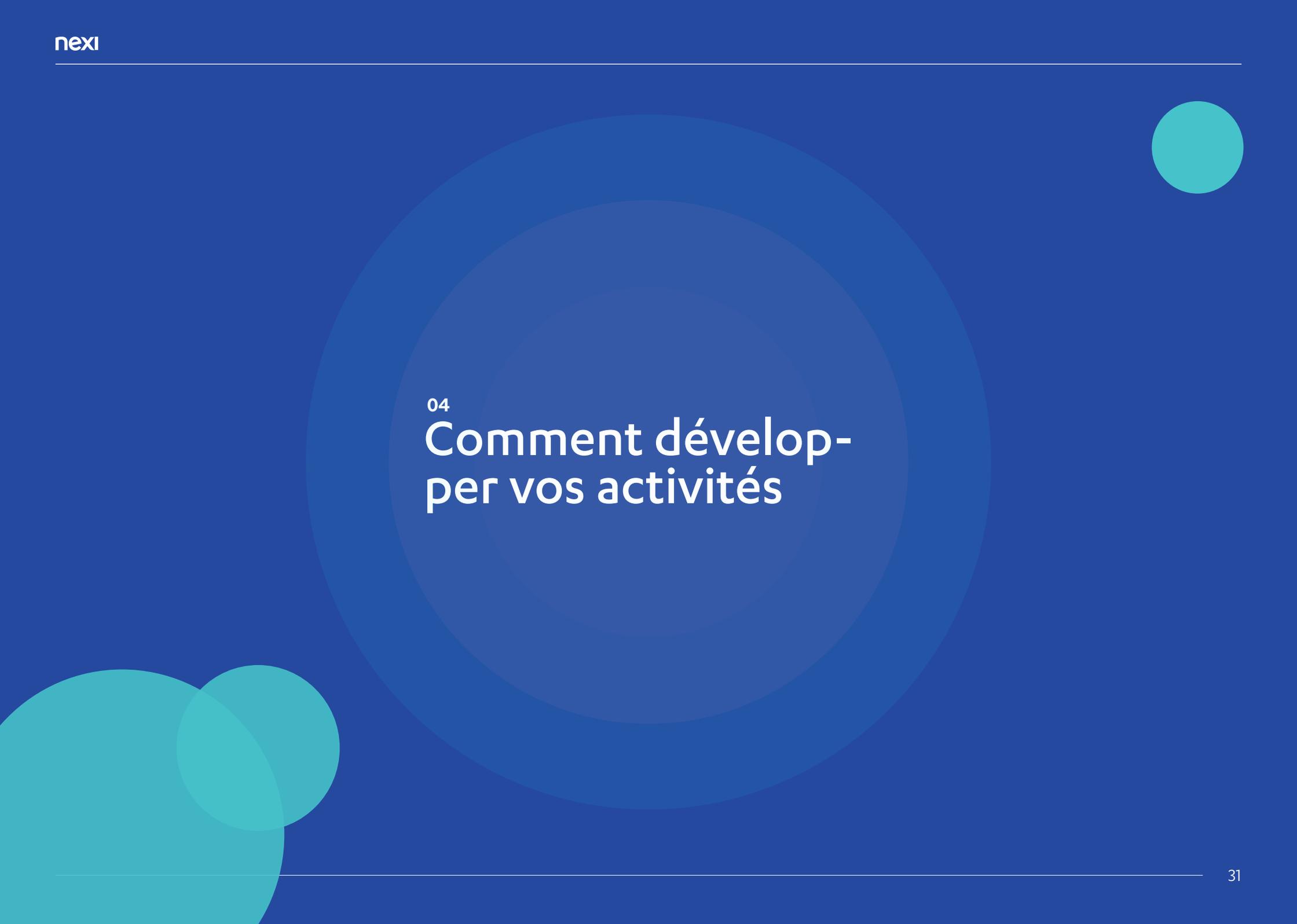


Tranche d'âge 50-64 ans



Tranche d'âge 65-79 ans





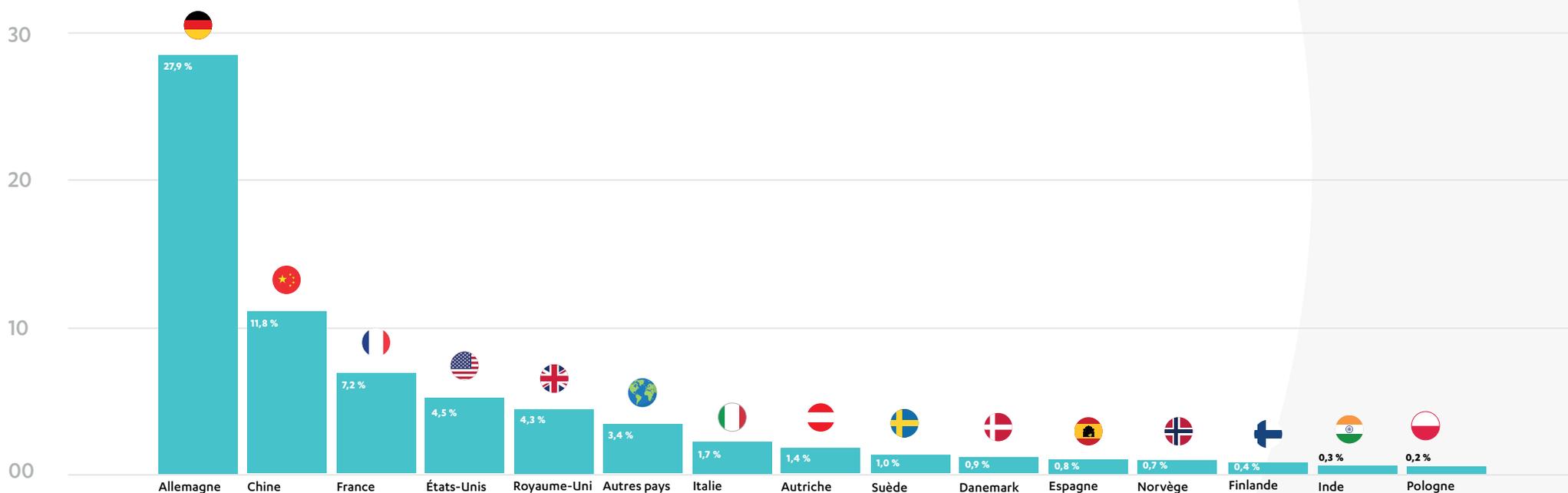
04
Comment dévelop-
per vos activités

Le monde est vaste, alors visez plus loin

L'un des grands avantages du commerce électronique est de pouvoir accéder à des marchés complètement nouveaux. Si cela peut être une opportunité pour certains, cela peut aussi constituer une menace pour les entreprises locales. Les boutiques en ligne étrangères continuent de s'approprier les acheteurs suisses pour de multiples raisons, mais que cela ne vous empêche pas de contrecarrer leurs tentatives et même, d'empiéter sur leur territoire. En amour comme dans le commerce en ligne, tous les coups sont permis!

Si 55 % des Suisses n'achètent pas régulièrement sur des sites Web étrangers, ceux qui le font sont principalement attirés, dans l'ordre, par l'Allemagne, la Chine, la France, les États-Unis et le Royaume-Uni. La raison majeure en est que ces pays vendent des produits moins chers et non disponibles en Suisse, et que leurs boutiques en ligne offrent une gamme plus étendue de produits.

Pourcentage de consommateurs qui ont acheté des produits sur des sites de commerce en ligne dans les pays suivants



Nouveaux marchés à l'étranger: concurrence internationale

Actuellement, le commerce international inquiète de plus en plus l'e-commerce Suisse. La concurrence internationale a redoublé d'efforts pour revendiquer plus de consommateurs locaux, en s'appuyant sur ses points forts. Il est également utile de noter que selon les estimations, 41 % des consommateurs suisses achetant sur des sites internationaux seraient conservateurs.

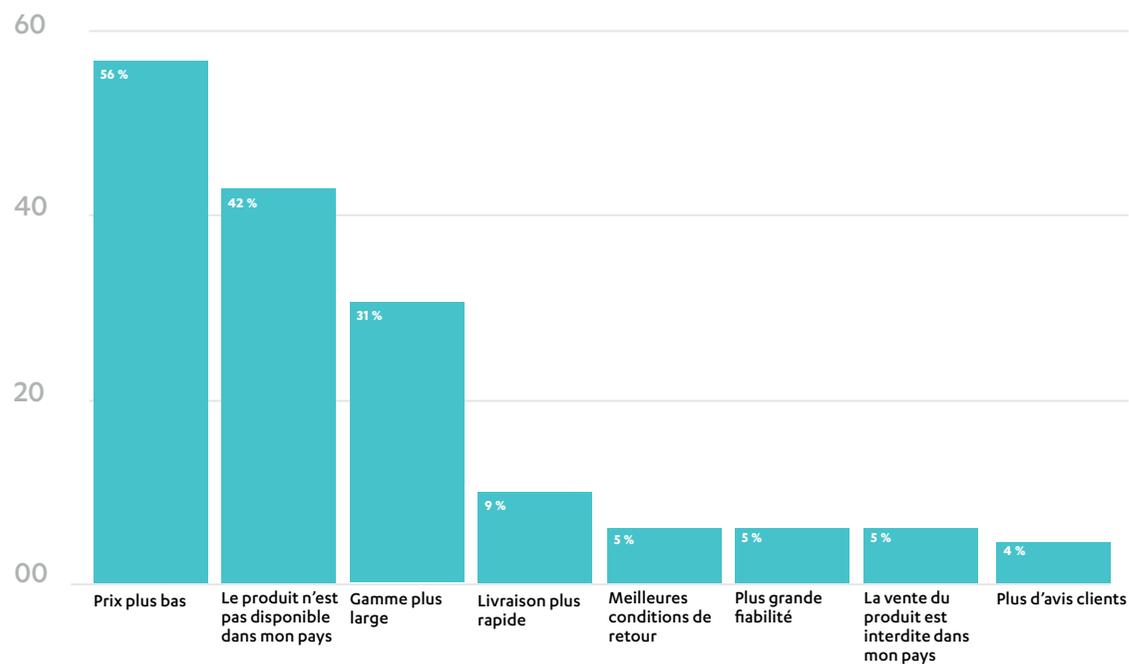
De nombreux consommateurs ne réalisent pas toujours qu'ils achètent sur des boutiques en ligne étrangères, car ces boutiques s'avèrent être suisses. Des traductions soignées, des options de paiement locales, des modes de livraison locaux et une personnalisation culturelle de la boutique peuvent tromper n'importe qui.

«Il est également utile de noter que selon les estimations, 41 % des consommateurs suisses achetant sur des sites internationaux seraient conservateurs.»

Pourquoi les consommateurs achètent dans des boutiques internationales

Acheter dans des boutiques internationales présente de nombreux obstacles, comme des taxes plus élevées et des produits de qualité inconnue. Cependant, les consommateurs ont également cité des raisons valables de le faire.

Raisons poussant les Suisses à faire des achats sur des sites étrangers



Voici les trois premières:



Prix plus bas

56 % des acheteurs suisses se tournent vers les marchés internationaux pour faire des économies. Du fait des prix élevés des produits suisses, justifiés par leur haute qualité, la tentation d'économiser de l'argent ici et là est toujours forte.



Accès à des produits non disponibles en Suisse

42 % des acheteurs suisses se tournent vers des boutiques internationales pour se procurer des produits non disponibles en Suisse. Le pays étant relativement petit, cela n'est pas surprenant, toutefois les boutiques de commerce en ligne devraient penser à élargir leur gamme de produits.



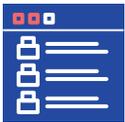
Gamme plus large

31 % des acheteurs suisses déclarent se tourner vers les marchés internationaux principalement en raison de la gamme plus large d'options qu'ils offrent. Encore une fois, les boutiques locales doivent impérativement faire preuve de flexibilité pour être concurrentielles.

Rester concentré sur le marché national pour conserver les acheteurs locaux

S'il est vrai que la concurrence internationale peut s'approprier vos acheteurs, cela ne veut pas dire que vous devez rester les bras croisés sans rien faire. Ce n'est pas dans la nature des Suisses.

Voici quelques moyens que les boutiques de commerce en ligne peuvent utiliser pour décourager la concurrence internationale.



Diversifier votre offre de produits

Offrir une gamme de produits variée est la mesure numéro un qui vous permettra de lutter contre la concurrence internationale. Prenez note des articles que vos clients recherchent chez la concurrence internationale et proposez vous-mêmes ces articles.



Offrez une meilleure expérience d'achat

Comme l'ont révélé les précédentes données recueillies, offrir une expérience d'achat plus simple et plus pratique séduit la plupart des consommateurs. Si l'expérience que vous proposez est plus facile, rapide et meilleure que sur les sites Web étrangers, vous serez plus à même d'accrocher les acheteurs locaux.



Jouer sur leurs points faibles

Aucune entreprise n'est parfaite, pas même celle qui tire son nom du plus grand fleuve du monde. Les délais de livraison de la majorité des entreprises étrangères sont longs, ces entreprises offrent des articles génériques, incluent le risque de dommages lors de l'expédition et facturent un prix élevé pour la livraison. Vous pouvez utiliser ces éléments à votre avantage en offrant des services opposés, c'est-à-dire une livraison rapide, des articles exceptionnels et une expédition sécurisée et bon marché.

Voir plus loin pour vendre au niveau international

Les boutiques de commerce en ligne ont la capacité de vendre au niveau international.

Si tel est votre projet, vous pourriez vouloir garder les considérations suivantes à l'esprit:



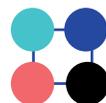
Habitudes de paiement différentes

Pour ceux qui veulent vendre leurs produits dans d'autres pays, il est important de se rappeler que la plupart de ces pays ont des habitudes de paiement différentes de celles de la Suisse. En Autriche ou au Danemark, pour ne citer que ceux-là, on observe des différences très importantes.



Processus de paiement personnalisé

Dans de nombreux pays, il existe également des méthodes de paiement locales privilégiées. Ainsi, il est important que vous puissiez offrir aux consommateurs les méthodes de paiement qui leur conviennent. Par exemple, alors que l'Allemagne et l'Autriche se contentent très bien de l'option de paiement par portefeuille électronique, au Danemark, l'utilisation de MobilePay est un must pour les transactions intérieures. Pour éviter l'annulation des achats, nous vous recommandons de personnaliser votre processus de paiement en fonction de ces spécificités locales.



Rendez le processus accueillant

Plus vous ferez en sorte que les acheteurs internationaux se sentent à l'aise, plus vous aurez de chances de faire des ventes internationales. Des traductions soignées, des méthodes de paiement locales, des modes de livraison locaux et une personnalisation culturelle de la boutique y contribueront dans une large mesure.

Nouveaux modèles d'affaires – abonnements

N'oubliez pas de liker et de vous abonner

À l'heure actuelle, il semble y avoir un service d'abonnement pour tout et n'importe quoi, et pour cause. Les services d'abonnement constituent une part importante de l'écosystème de l'e-commerce et, à de nombreux égards, ils incarnent ses forces. Ils sont pratiques, flexibles et, selon le produit que vous achetez, rapides d'accès. Tout ce que vous avez à faire, c'est de liker, vous abonner et attendre les notifications de la cloche.

Nous avons examiné les abonnements souscrits par les acheteurs suisses en 2021 et pu constater quels étaient les secteurs et services qui avaient

Pourcentage de personnes ayant souscrit un abonnement



Les gagnants



35 %

Livres audio

Les abonnements à des livres audio ont augmenté de 35 % depuis 2020. Cependant, avant que vos Air Pods ne vous en tombent de surprise, sachez que le niveau reste relativement bas, car les livres audio ne se placent qu'en sixième position en termes d'abonnements en Suisse.



34 %

Épiceries

Les abonnements à des épiceries ont bondi de 34 % en 2021. La commodité devenant une priorité pour les consommateurs suisses, cela n'est guère surprenant. Choisir un abonnement peut vous aider à gagner du temps pour vous consacrer à des activités plus importantes telles que vous prélasser au spa ou faire du ski.



25 %

Nourriture pour animaux

Médor a aussi besoin de manger, et il mange beaucoup à en juger par le bond de 25 % réalisé en Suisse cette année par les abonnements en ligne de nourriture pour animaux. Avec la montée en flèche du nombre de chiots et de chatons acquis pendant la pandémie, cela fait beaucoup plus de petites bêtes à fourrurer à nourrir suite à la recrudescence des adoptions en 2020 dans l'ensemble des pays européens.

Les perdants



-7 %

Journaux

Les abonnements à des journaux n'ont malheureusement pas eu le vent en poupe. Les souscriptions ont chuté de 7 %, la plupart des gens cherchant à s'éloigner des médias.



-17 %

Abonnements à des clubs de fitness

Les Suisses semblent prendre l'expression «les abdos commencent à se travailler dans votre assiette» un peu trop littéralement. Les salles de gym ont perdu 17 % de leurs abonnements mensuels réguliers par rapport à 2020.



-23 %

Produits ménagers

Avez-vous vraiment besoin de vous faire livrer de nouveaux produits ménagers tous les mois? Pas en Suisse, où ces abonnements ont chuté de 23 %.

Les finalistes



9 %

TV en streaming

Les services de télévision en streaming mènent toujours la danse, malgré leur progression relativement faible de 9 %. La TV en streaming détient donc toujours la plus grosse part de marché.



14 %

Musique en streaming

La musique en streaming obtient le respectable résultat de 14 % d'abonnements supplémentaires en 2021, continuant ainsi à occuper une position importante après 2020, bien qu'étant toujours à la traîne derrière la TV en streaming, ce qui, par conséquent, lui vaut d'être le deuxième marché le plus lucratif.

Points clés à retenir

Les services d'abonnement ont tendance à bien fonctionner avec les produits intangibles, qui offrent une variété d'utilisations ou de produits. Lorsque l'on s'abonne à un service de musique en streaming, on obtient un accès à des milliers de chansons. Concernant les abonnements TV, des nouveaux contenus sont disponibles quotidiennement. Toutefois, en Suisse, de nouveaux modèles semblent être en train de prendre de la vitesse, en témoigne l'augmentation des épiceries, des produits alimentaires pour animaux et d'autres produits tangibles. Il convient de noter que ces secteurs sont encore minuscules en comparaison des géants de la télévision et de la musique en streaming, mais ils montrent néanmoins des signes prometteurs pour l'e-commerce.



05
Places de marché
en ligne

Inutile d'aller chercher la lune

En Suisse, il y a longtemps que les marchés d'e-commerce existent, ainsi les consommateurs locaux sont relativement habitués à ce concept. Ils permettent aux consommateurs qui les utilisent d'accéder à une vaste gamme de produits à des prix avantageux.

Cependant, l'incursion de certains conglomérats internationaux a mis à mal les boutiques en ligne locales. Comment se sont-ils développés en Suisse et quelles sont les conséquences pour les propriétaires de boutiques locales?

Amazon, du balai!

Il est clair qu'Amazon a fait une forte impression sur les consommateurs suisses, du moins sur ceux qui l'ont utilisé. 31 % déclarent y avoir effectué au moins un achat au cours des six derniers mois, mais 85 % de ces personnes disent qu'elles en referont probablement d'autres. Il est clair que certains consommateurs hésitent encore à acheter sur des places de marché en ligne comme Amazon. Ils ne sont pas sûrs de la qualité des articles, manquent de confiance dans l'expérience d'achat et hésitent à soutenir l'entreprise pour des questions d'éthique.

69 % des consommateurs suisses n'ont pas acheté sur Amazon depuis les six derniers mois.

C'est un excellent indicateur pour le commerce en ligne local. Si elles créent de solides bases fondées sur la loyauté, alors les boutiques de commerce en ligne n'auront pas à craindre qu'Amazon ou d'autres places de marché en ligne viennent leur chiper leurs consommateurs. Tant qu'elles continueront d'offrir une meilleure expérience, de répondre aux préoccupations d'ordre éthique et de fournir une qualité constante, elles pourront tenir les places de marché telles qu'Amazon à distance.

Les deux avantages majeurs des places de marché en ligne sont leur gamme de produits et leurs prix abordables

Les acheteurs qui ont décidé d'acheter sur une place de marché en ligne ont cité la variété des produits et les prix avantageux comme étant les principaux atouts de ces sites d'e-commerce. La majorité des places de marché en ligne comptent sur des articles bon marché qui doivent être vendus avec des marges élevées pour couvrir les coûts. Du fait de la majorité de consommateurs suisses faisant le choix de s'abstenir d'utiliser ces places de marché en ligne, peut-être n'est-ce qu'une question de temps d'ici à ce que la concurrence disparaisse et que les boutiques de commerce en ligne locales puissent proposer des alternatives.

Ce qui dissuade le plus les acheteurs d'utiliser les places de marché en ligne est la qualité incertaine et l'absence de contact

La qualité est importante pour les Suisses, ainsi que la possibilité de pouvoir s'adresser à quelqu'un en cas de problème. Les préoccupations liées à la qualité ont été suivies par l'absence de point de contact unique pour tous les groupes d'âge, sauf le groupe des 18-29 ans qui a cité les préoccupations d'ordre éthique. Ce serait donc la génération Z qui sauverait le monde, finalement?

Les boutiques de commerce en ligne locales peuvent mettre à profit ces éléments en fournissant un service personnalisé et des produits de qualité afin de tenir leurs clients à distance des places de marché en ligne. L'adoption d'emballages durables, un engagement en faveur de causes louables et des salaires décents contribueraient dans une large mesure à attirer la jeune génération.

Devenir un magnat local

L'adage «charité bien ordonnée commence par soi-même» pourrait s'appliquer aussi à l'e-commerce. Personne ne lève les yeux au ciel en voyant une étiquette «Made in Switzerland» et aucun pays ni place de marché en ligne ne peuvent revendiquer le label d'excellence de la Suisse. Pas étonnant donc que les consommateurs suisses préfèrent de toute évidence la fabrication locale.

Voici quelques faits intéressants issus de nos recherches pour découvrir ce qui pousse les acheteurs suisses à acheter local, et ce qu'ils aimeraient voir améliorer par les boutiques locales:

Top 3 des avantages de l'e-commerce

40 %

Cela fait plaisir d'acheter local

40 % des Suisses interrogés ont confié qu'il leur était agréable d'acheter local. 21 % des acheteurs suisses ont également déclaré qu'ils refusaient de soutenir les vastes marchés mondiaux en ligne comme Amazon. Cela montre que les e-boutiques locales devraient mettre l'accent sur des éléments locaux pour rendre leur expérience d'achat plus personnalisée, amicale et, vous l'avez compris, locale.

30 %

C'est plus personnel et familial

Le paramètre sentimental était toujours présent avec la deuxième raison poussant les consommateurs à acheter local. 30 % des Suisses ont ainsi déclaré préférer acheter local, car ils ressentaient un attachement émotionnel. Cela montre que même si les places de marché mondiales fournissent aux clients les produits dont ils ont besoin, elles ne pourront jamais gagner leur cœur.

23 %

Options de livraison

Moins satisfaisantes, les options de livraison étaient la troisième raison la plus populaire pour laquelle les consommateurs avaient choisi d'acheter local. Tout comme pour les cours de yoga et les options de paiement, la flexibilité est cruciale pour les boutiques de commerce en ligne.

Top 3 des inconvénients de l'e-commerce

39 %

Plus cher

Certes, vous en avez pour votre argent, mais avez-vous vraiment besoin de mouchoirs brodés d'or? 39 % des acheteurs se sont plaints des prix locaux élevés par rapport aux places de marché internationales. Si nous ne vous demandons jamais de baisser le prix de vos produits, rappelez-vous que les boutiques d'e-commerce locales peuvent offrir une gamme de produits à des prix variés. Vous pourriez par ailleurs améliorer la qualité de vos produits afin qu'ils soient uniques et au-delà de toute concurrence.

34 %

Choix limité

34 % des acheteurs suisses n'ont pas apprécié le choix limité proposé par les boutiques d'e-commerce locales. Être spécialisé dans un domaine est une chose, mais ne pas avoir de clients en est une autre. Veillez à diversifier votre offre de produits et à rester à l'écoute des besoins des consommateurs.

27 %

Livraison onéreuse

27 % des acheteurs suisses ont confié que la livraison était trop chère dans les e-boutiques locales. Voilà qui est surprenant vu que de nombreuses places de marché internationales doivent passer par les services de douane avant d'arriver chez vous. Les boutiques en ligne locales devraient s'efforcer de présenter des coûts de livraison transparents afin d'éviter les mauvaises surprises. En outre, mettre l'accent sur le conditionnement et le processus de livraison éthique de vos produits peut vous faire gagner des points, si vous ne pouvez pas réduire vos frais de livraison.



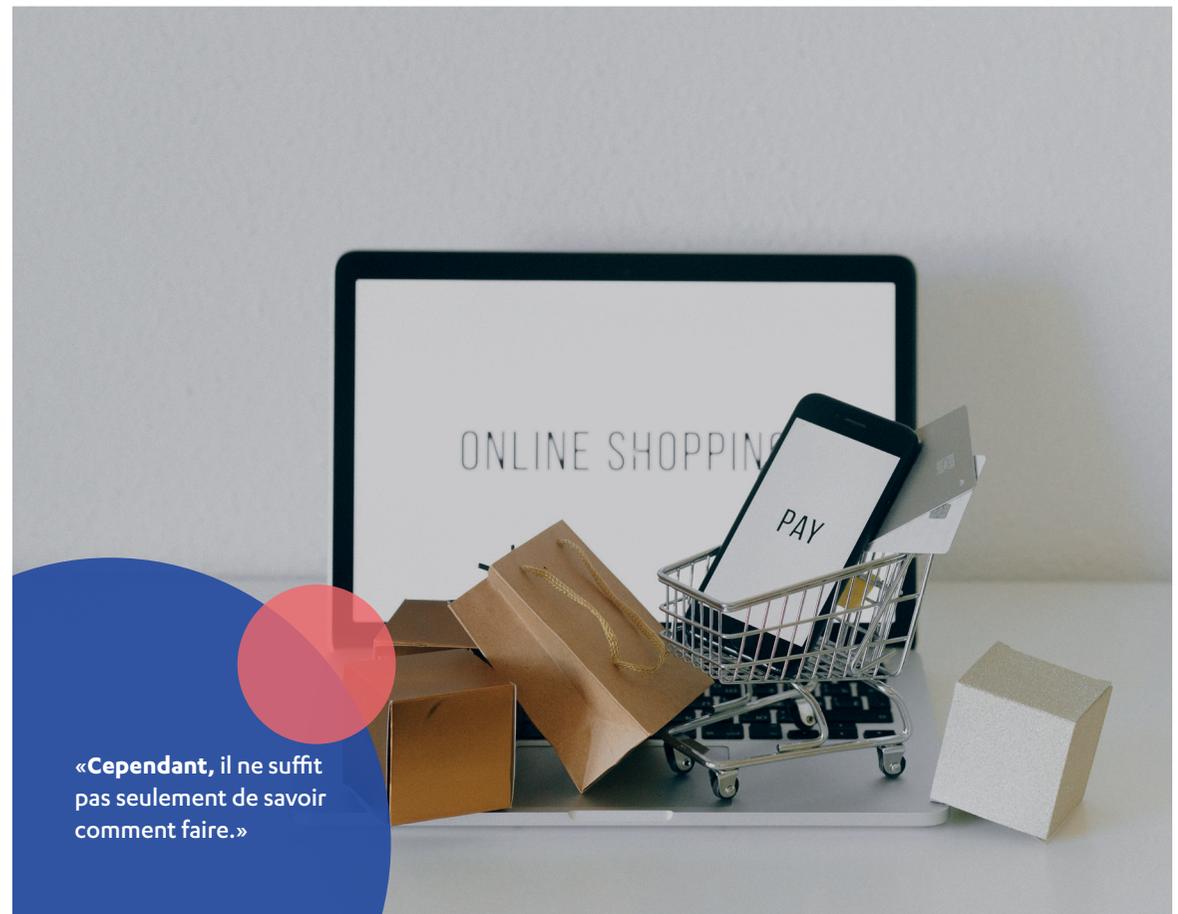
⁰⁶
Conclusion

Franc succès pour la Suisse!

En 2021, l'e-commerce suisse a affiché une performance éblouissante. La plupart des secteurs étaient en progression, et même la perte de 5 % des achats de produits physiques était le résultat du pas pris par les petites entreprises sur les plus grandes. Le contexte de l'e-commerce suisse en 2021 montre un secteur en passe de trouver son équilibre après l'année imprévisible qu'a été 2020. La majorité des secteurs peinant à faire des ventes et à obtenir une part de marché, c'est un constat de très bon augure pour l'économie du commerce en ligne.

Il est trop tôt pour dire si la situation actuelle se prolongera dans le temps. Le climat géopolitique imprévisible laisse de nombreuses questions en suspens et personne ne peut dire avec certitude de quelle manière celui-ci affectera l'appétence pour les achats en ligne. Malgré tout, l'e-commerce suisse enregistre une solide performance depuis plusieurs années et est en très bonne position pour surmonter tous les obstacles qui pourraient lui barrer le chemin.

Cependant, il ne suffit pas seulement de savoir comment faire. La connaissance sans les actes, c'est comme un vélo sans roues ou espérer vendre des jetons non fongibles lors d'un premier rendez-vous galant. Cela ne peut pas fonctionner. Vous devez utiliser ces connaissances pour agir et être prêt à bouleverser votre approche actuelle. Si vous êtes un fournisseur d'e-commerce, essayez de voir comment vous pouvez appliquer les éclairages ci-dessus à votre propre cas et n'hésitez pas à contacter un spécialiste pour vous faire aider – d'ailleurs, au cas où vous ne l'auriez pas encore compris, nous sommes les personnes tout indiquées pour vous conseiller!



«**Cependant**, il ne suffit pas seulement de savoir comment faire.»

Méthodologie



Le rapport e-commerce de Nexi analyse les difficultés, les conditions et les opportunités du commerce en ligne dans huit pays européens. Faisant fond sur les tendances et les statistiques locales, le rapport révèle les habitudes d'achat en ligne et les préférences de différents groupes démographiques.

Le rapport est fondé sur les résultats des enquêtes menées par Kantar/Sifo au nom de Nets, qui fait partie de Nexi Group, sous la forme de 50 entretiens hebdomadaires avec 15 000 utilisateurs d'Internet. Pour les besoins de cette étude, nous avons interrogé des personnes dans les pays suivants: Norvège,

Danemark, Finlande, Suède, Suisse, Allemagne, Autriche et Italie.

Les estimations de la consommation en ligne globale sont fondées sur la multiplication des valeurs médianes par le nombre de personnes qui achètent des produits en ligne dans chaque catégorie. L'avantage de cette méthode est que les valeurs médianes sont moins sensibles aux variations extrêmes, ce qui permet de fournir une représentation plus fidèle du comportement des consommateurs.

Les participants ont été sélectionnés parmi la population locale de chaque région, étaient âgés de 18 à 79 ans et possédaient une

connexion Internet.

Ces personnes ont été comparées par groupes de même tranche d'âge aux données de juin 2021 fournies par internetworldstats.com. Chaque réponse a été pondérée par âge, sexe et région, et tient compte de la composition accumulée. Les habitudes de chaque utilisateur ont été basées sur leur activité au cours des 28 jours précédents.

Les données figurant dans le présent rapport ne peuvent pas être comparées directement aux données collectées en utilisant une autre méthode.

nexi

Nets Suisse SA
Richtistrasse 17
8304 Wallisellen ZH

Site Web: www.nets.eu/de-CH/payments