

A



## Le retour des Suisses dans les magasins

**Jusqu'en 2012, les consommateurs suisses allaient régulièrement sur Internet pour faire des achats. Selon une nouvelle étude, en 2015, ce comportement n'est plus le même.**

(1) Depuis trois ans, les Suisses font de moins en moins leurs achats en ligne. C'est un signe que les magasins traditionnels ont trouvé le moyen de faire revenir l'acheteur grâce à des prix plus compétitifs. Mais cela montre également que l'e-commerce helvétique est devenu moins attractif. Les frais de port sont souvent trop élevés et les acheteurs ne sont pas satisfaits des livraisons: colis endommagés et retards de livraison, par exemple. Et en ce qui concerne le paiement par téléphone mobile, les Suisses restent toujours sceptiques parce qu'ils pensent que le système n'est pas assez sûr.

(2) Selon la dernière étude annuelle de PricewaterhouseCoopers (PwC) sur la vente de détail, la tendance est claire. Contrairement à la Suisse, les consommateurs des pays voisins font de plus en plus leurs achats sur Internet. En ce qui concerne les intentions d'achat en ligne, l'écart entre la Suisse et l'Allemagne, par exemple, a augmenté de 9%. En étudiant les données de ce sondage, les spécialistes ont d'abord cru à une erreur, mais les chiffres étaient exacts.

(3) Les vêtements, les articles de bricolage, les produits de beauté et de soin se vendent mal sur le Net, mais l'alimentation intéresse encore moins le consommateur. En fait, les Suisses aiment surfer sur Internet pour comparer les produits en ligne, mais ils achètent plutôt dans un supermarché de leur pays. Le franc fort influence-t-il ce comportement? Pour les achats faits à l'étranger, bien meilleur marché, les Suisses doivent payer des taxes en passant la douane, ce qu'ils refusent de faire. C'est une des raisons pour lesquelles les Suisses ne vont plus faire leurs courses dans les centres commerciaux de France voisine. En 2015, même les soldes de janvier ont été catastrophiques pour beaucoup de ces magasins.

(4) L'étude a fait une autre observation intéressante. De toutes les catégories de population, ce sont les seniors (55 à 65 ans) qui achètent le plus en ligne et utilisent le mieux le web pour cette activité. En revanche, la génération digitale (les 18–24 ans) ne consomme pas beaucoup sur le Net, par manque de pouvoir d'achat. Mais ce sont des visiteurs très influents sur Internet. Ils peuvent détruire une marque en publiant un grand nombre de commentaires négatifs sur les réseaux sociaux. C'est peut-être une des raisons pour lesquelles un grand nombre de détaillants suisses ne possède pas de compte Facebook. Les détaillants suisses auraient donc intérêt à adapter leur offre en ligne pour obtenir le soutien des jeunes sur les réseaux sociaux.

D'après Le Temps

# B

## Les Suisses gaspillent

En Suisse, deux millions de tonnes d'aliments finissent chaque année à la poubelle. Un phénomène inacceptable pour le WWF qui lance une pétition pour réduire ce gaspillage de moitié d'ici 2025. Par habitant, le gaspillage atteint près de 250 kg par année. Ainsi, chaque foyer dépense 500 à 1000 francs en moyenne pour des produits alimentaires jetés à la poubelle. Mais la nourriture représente à peine 10% du budget des ménages contre 50% à 80% il y a 50 ans.

Le gaspillage ne concerne pas seulement les restes laissés dans l'assiette. Il se produit déjà souvent bien avant, pendant la phase de production. Ainsi en Suisse, deux pommes de terre sur trois n'arrivent jamais sur les marchés. En effet, pour les légumes, c'est pendant la production que le gaspillage est le plus important: il va de 8% à 32%. Car le consommateur n'achète pas de produits qui présentent un défaut, même s'ils sont tout à fait comestibles.

Pour les autres denrées, le bilan est tout aussi alarmant : le gaspillage est de 17% pour le lait, de 43% pour le pain et de 19% pour la viande. Contrairement à la France, l'Allemagne ou l'Autriche, la Suisse n'a pas encore établi de plan précis pour lutter contre cette situation.

**D'après La Côte**