



LA TENDANCE

Le portable sert aussi à faire du shopping

PAR SYLVIE DE MACEDO

SELON UN SONDAGE OpinionWay pour Proximis* que nous dévoilons en exclusivité, près d'un consommateur sur deux (48 %) utilise son mobile pour faire des achats sur Internet. « Et ça augmente d'année en année », affirme Eric Voltzenlogel, de Proximis, acteur du commerce unifié.

L'avantage du portable, « c'est qu'on l'a toujours avec soi », précise Mike Hadjadj, fondateur de lloveretail.fr, qui décrypte cette étude. 24 % des Français disent ainsi faire des achats sur leur téléphone depuis leur chambre, 18 % dans les transports, 15 % en voiture, 13 % aux toilettes et 11 % dans la salle de bains. « Ce sont des endroits où on a souvent du temps devant soi », sourit Eric Voltzenlogel.

Pour faire ses courses... ou les préparer

Son côté pratique séduit les consommateurs, également moins réticents à utiliser leur carte bancaire sur ce terminal. « Auparavant, le taux de transformation était assez faible sur mobile. Maintenant, c'est aussi un outil de transaction », indique Eric Voltzenlogel. Il faut dire que « les sites marchands se sont adaptés, leur navigation est beaucoup plus fluide », note Mike Hadjadj. Selon l'étude, ce sont Amazon, Decath-

lon et Jeff de Bruges qui offrent sur ce support « la meilleure expérience d'achat ».

Le consommateur utilise aussi son portable pour préparer ses courses, que ce soit pour chercher la localisation d'un point de vente (31 %), ses

horaires d'ouverture (30 %) ou le prix d'un produit (20 %). Une fois dans le magasin, il s'en sert pour rechercher des informations sur un article (42 %), le prendre en photo (41 %) ou comparer les prix

(40 %). Sans oublier qu'il est devenu un support idéal pour les cartes de fidélité (48 %).

* Etude réalisée en ligne les 20 et 21 janvier 2021 sur un échantillon représentatif de 1 001 personnes.



ISTOCK

