

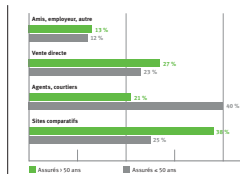
LA VOIX DES CONSOMMATEURS

FAITS, CHIFFRES ET QUESTIONS SOUS-JACENTES À LA CONSOMMATION – PAR **COMPARIS.CH**



2 Téléphonie mobile

Prix élevés,
clients satisfaits >



3 Assurance maladie

La liberté d'affiliation
est une réalité >



4 Comptes bancaires

Ces frais qui dévorent
les rémunérations >

FORCES ET FAIBLESSES DU E-COMMERCE SUISSE

En Suisse, le nombre des sites de vente est en forte augmentation. Le label décerné par **comparis.ch** lève maintenant le voile sur la qualité de 120 sites suisses de e-commerce ; pour les consommateurs.

Peter Düggele



Acheter en ligne, c'est pratique, mais pas sans défauts

80 % des internautes suisses achètent en ligne. Ils ont ainsi dépensé près de 6 milliards en 2008. Et la tendance est à la hausse, rapide. Les experts estiment ainsi que la croissance du e-commerce a été de 15 % l'an dernier. Et cette évolution fulgurante se répercute sur le comparatif des prix de **comparis.ch**, où les consommateurs peuvent actuellement comparer les produits de 120 sites de vente en ligne, soit 5 millions de produits culturels et 10 000 produits d'électronique de loisir.

En dépit de ses petits prix et de l'intérêt qu'il suscite, le e-commerce a aussi ses défauts. Beaucoup de gens sont ainsi encore sceptiques à l'idée d'acheter sur internet. Une raison suffisante, aux yeux de **comparis.ch**, pour évaluer les services des sites de vente en ligne dont les prix sont comparés sur son site.

Des critères comme le déroulement de la commande, la livraison, les droits accordés aux consommateurs, les modes de paiement et la transparence, ont été analysés du point de vue client. Résultat : un peu plus de la moitié des sites a obtenu entre 5 et 6, sur une échelle allant de 1 (insuffisant) à 6 (très bien). Ces sites sont donc maintenant estampillés du nouveau label convivialité de **comparis.ch**. 50 sites ont eu une note entre 4 et 5, et trois une note « insuffisante ».

Il est à noter qu'au fil du temps, ces sites de e-commerce répondent mieux aux besoins de leurs clients et ont gagné en transparence. Par contre, ils pèchent au niveau des modes de paiement : seuls un quart d'entre eux livraient la marchandise sur facture. Si la carte de crédit est le moyen de paiement le plus courant

sur internet, de nombreux consommateurs refusent encore de donner leur numéro de carte en ligne, pour des raisons de sécurité. Et pour l'instant, le e-commerce n'offre aucune alternative à ces clients-là.

Normalisation du droit de rétractation

Les progrès du droit de rétractation valent la peine que l'on s'y intéresse. Lorsque l'achat est fait sur internet, ce droit n'est pas reconnu par la loi suisse, contrairement à ce qui se fait dans l'UE. L'automne dernier, une intervention parlementaire de Simonetta Sommaruga, Conseillère aux Etats bernoise (PS), visant à faire inscrire ce droit dans la loi aussi pour le e-commerce, a échoué. Mais même sans base légale, environ la moitié des sites accordent déjà aux consommateurs le droit de se rétracter et de rendre la marchandise dans un certain délai sans avoir à se justifier. L'évaluation de **comparis.ch** a fait bouger le secteur. De nombreux sites ont immédiatement modifié leurs CG pour mieux répondre aux attentes de leurs clients.

L'évaluation rencontre un bon accueil

Les acteurs du secteur saluent l'évaluation de **comparis.ch** en très grande majorité. Pour Patrick Kessler, Président de l'Association Suisse de Vente par Correspondance ASVPC, évaluer les sites de e-commerce est une chose nécessaire. « Du point de vue des consommateurs, je trouve l'initiative de **comparis.ch** très louable », explique-t-il. Mais il souhaiterait que les clients puissent aussi eux-mêmes noter les sites. Car ce sont les expériences des anciens clients qui ont le plus de valeur aux yeux des nouveaux. **comparis.ch** va étudier les réactions du secteur et fera une nouvelle évaluation cette année. •

Foto: iStockphoto.com/pagadesign

TELEPHONIE MOBILE : CHER PASSE-TEMPS !

Les utilisateurs de téléphone portable sont grosso modo satisfaits de leur opérateur, mais paient le prix fort. Une enquête menée par comparis.ch, le comparateur sur internet, montre d'ailleurs que le potentiel d'économie inutilisé s'élève à presque 2 milliards.

Gabi Lämmler



Foto: iStockphoto.com/vm's

Les usagers paient presque toujours trop pour téléphoner mobile

En Suisse, on compte davantage de téléphones mobiles que d'habitants. Mais être joignable partout et à tout moment a un prix, comme les calculs de comparis.ch le montrent. 90 % des Helvètes téléphonent ainsi avec une formule tarifaire beaucoup trop chère, et seuls 4 % ont vraiment la formule la moins chère pour eux. Ces calculs résultent d'une enquête de comparis.ch auprès de 5 810 internautes, interrogés en ligne sur leur opérateur de téléphonie mobile, leur produit et leur comportement téléphonique.

Potentiel d'économies à neuf zéros...

En optimisant leur formule tarifaire, les particuliers – entreprises exclues – pourraient économiser 1,9 milliard par an. Mais leur faible propension à changer d'opérateur fait que ce potentiel restera encore inutilisé dans l'avenir. Seuls 15 %, tout juste, ont indiqué vouloir quitter leur opérateur. Or, changer d'abonnement est d'autant plus difficile que beaucoup de clients ne savent pas à quel moment ils peuvent résilier leur contrat. « Les questions sur la date limite de résiliation des contrats, restent bien souvent sans réponse précise », explique Ralf Beyeler, expert télécom chez comparis.ch. Certes, il est possible de résilier son contrat par lettre recommandée, mais les opérateurs essaient fréquemment de convaincre leurs clients que leur résiliation ne sont pas valides juridiquement,

avec des arguments cousus de fil blanc. Aux yeux de R. Beyeler, la reconduction automatique du contrat pour un an, s'il n'est pas résilié à la date limite, est particulièrement brutale et peu respectueuse du client.

Si une partie de cette cagnotte demeure inutilisée, c'est parce que beaucoup de clients ne sont pas vraiment prêts à opter pour une formule prépayée. Car c'est une offre prépayée bon marché d'Aldi ou de Coop qui reviendrait le moins cher à 75 % des clients. Surprenant : même pour ceux qui surfent mobile, les abon-

nements sont la formule qui est le plus rarement la meilleure marché. R. Beyeler, expert télécom, subodore que les clients choisissent un abonnement pour des questions de facilité. C'est la seule raison susceptible d'expliquer pourquoi 60 % des clients en ont encore un.

Petits prix et notes fantastiques

Les participants à cette enquête devaient aussi indiquer s'ils étaient satisfaits de leur opérateur de téléphonie mobile, en donnant des notes de 1 à 6, inspirées du système scolaire : 4 pour « Moyen » et 5 pour « Bien ». Les questions portaient sur la qualité des communications, l'étendue du réseau, la clarté des informations données au client, ainsi que sur la compétence et l'amabilité de la hotline et le temps d'attente à celle-ci. Les prix pratiqués étaient aussi analysés. Sur les neuf opérateurs évalués, cinq ont obtenu « Assez bien », et quatre « Bien ». Migros M-Budget a remporté la meilleure note (5,4), suivi d'Aldi et de Yallo. Tous proposent des produits prépayés relativement bon marché. Swisscom, n°1 du marché et fournisseur de cartes prépayées et d'abonnements, n'arrive qu'en quatrième position, avec un 5, tandis que Sunrise et Orange obtiennent respectivement 4,5 et 4,4.

(www.comparis.ch/telecom/mobile.aspx)

Orange-Sunrise : les consommateurs sur le carreau

Ralf Beyeler, expert télécom chez comparis.ch

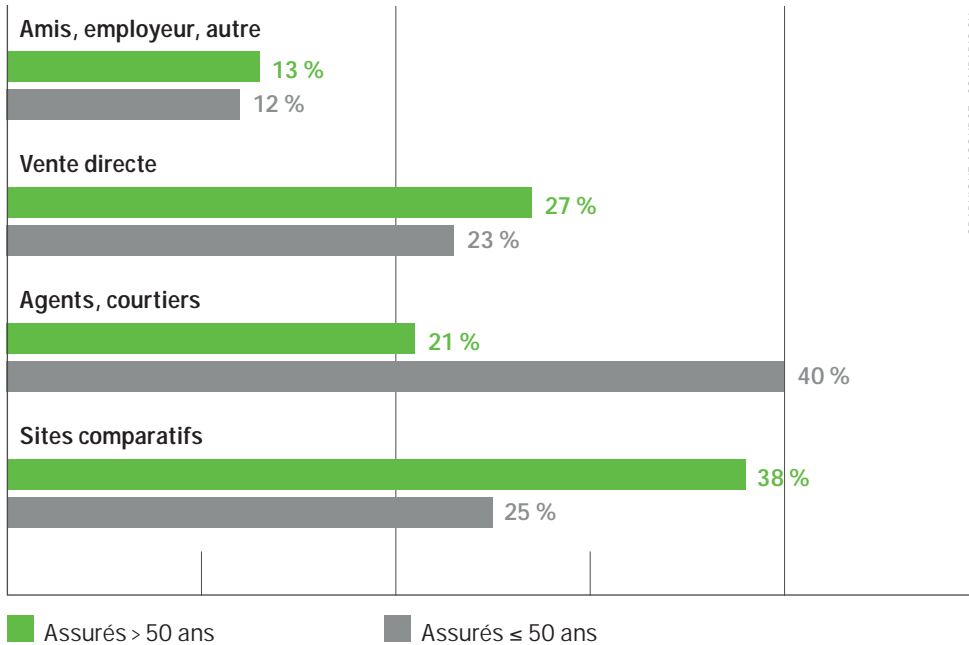
Orange et Sunrise ont annoncé leur fusion fin novembre 2009. La commission de la concurrence (COMCO) doit, certes, encore entériner cette décision mais les grands perdants seront les clients. Car, mis à part le nouvel opérateur, Swisscom sera la seule à avoir un réseau de téléphonie mobile en Suisse et il est improbable que cette situation de duopole accroisse la concurrence. Tout comme il est improbable qu'un nouvel opérateur construise son propre réseau de téléphonie mobile. Les investissements nécessaires sont trop lourds (environ 10 milliards) et se faire une clien-

tèle est trop difficile. Il existe bien des fournisseurs d'accès virtuels, mais encore faut-il qu'ils aient eux-mêmes accès à un réseau de téléphonie mobile. Or, à l'inverse de ce qui se fait pour la téléphonie fixe, rien n'oblige les opérateurs mobiles à laisser d'autres opérateurs utiliser leur réseau à des prix régulés. Les propriétaires de réseau ont ainsi la mainmise sur les conditions proposées aux fournisseurs virtuels. Dans l'avenir, les Suisses continueront donc à payer largement plus que les autres Européens pour téléphoner mobile.

LIBERTÉ D’AFFILIATION : TOUJOURS PLUS UTILISÉE

Les assurés utilisent la liberté d’affiliation que leur accorde le système de santé suisse. Les migrations entre caisses font pression sur celles-ci pour qu’elles soient les plus compétitives possible, afin de freiner la hausse des dépenses de santé.

Jonas Grossniklaus



GRAPHIQUE / SOURCE : COMPARIS.CH

coûts de l’ordre de 100 francs, de l’aveu même des caisses maladie.

Seuls les sites des caisses maladie proposent des informations aussi bon marché que les sites de comparaison en ligne. Avec un bémol toutefois : le consommateur n’y trouve qu’une partie de l’information, celle qui concerne la caisse en question. Et souvent, n’y trouve pas non plus le modèle ou la franchise souhaitée. Ainsi, un article de K-Tipp du 14 octobre 2009, décortiquant les sites des caisses maladie, souligne le risque dit de « montée en gamme » que court l’internaute désireux de s’assurer : il voulait seulement l’assurance de base, mais il se retrouve avec une assurance complémentaire en plus.

La concurrence fait baisser les coûts

Le nombre élevé des migrations entre caisses amènent beaucoup à insister sur le coût administratif générés par ces changements. Tout en oubliant que, pour de nombreuses familles, avoir 200 francs de plus ou de moins à la fin du mois, n’est pas négligeable. De plus, la liberté d’affiliation oblige les caisses à proposer les primes les plus basses possible. Elles doivent donc négocier les meilleurs tarifs pour leurs assurés et – comme le prévoit la loi sur l’assurance maladie – être elles-mêmes les plus compétitives possibles.

Les effets de la pression exercée sur les caisses maladie se mesurent à leurs frais administratifs. Ils s’élèvent actuellement à 5,8 % du volume des primes, alors qu’ils se situaient à 8,6 % en 1996.

La pression concurrentielle se répercute aussi sur les tarifs des prestations médicales, et donc sur les dépenses de santé elles-mêmes : selon le Tages-Anzeiger du 4 novembre 2009, la Suva débourse par exemple jusqu’à 10 % de plus que les caisses maladie pour les mêmes prestations. Et son ratio, frais administratifs sur volume des primes, est deux fois plus élevé que le leur.

* Enquête menée par l’institut GfK d’Hergiswil à la demande de comparis.ch, entre fin novembre et mi-décembre 2009, auprès de 6 000 personnes réparties sur toute la Suisse.

Canal utilisé pour changer de caisse, selon l’âge

Les assurés âgés sont de plus en plus nombreux à changer de caisse, comme le montre une enquête représentative réalisée à la demande de comparis.ch*. C’est chez les 51-60 ans que ce phénomène est le plus net : 54 % de changements en plus par rapport à l’an dernier. La concurrence entre les caisses maladie ne se limite donc pas aux jeunes assurés en bonne santé, communément appelés « les bons risques ».

En tout, un assuré suisse sur quatre a optimisé son assurance de base en vue de 2010, soit 15,4 %. Et 11,2 % d’assurés sont restés fidèles à leur caisse, tout en optant pour un autre modèle d’assurance et/ou en optimisant leur franchise.

Les deux tiers des personnes intéressées changent de caisse

Le fait qu’autant d’assurés optimisent leur assurance de base, montre qu’ils savent comment le système fonctionne et qu’ils veulent concrètement profiter de leur liberté d’affiliation. Ainsi, parmi les assurés ayant déclaré envisager de changer de caisse, deux sur trois l’ont vraiment fait.

Les assurés plus âgés ont largement recours aux comparaisons sur internet. Près de 40 % des assurés de plus de 50 ans passent ainsi par un comparateur en ligne pour changer de caisse, alors que les jeunes assurés, « les bons risques », s’y prennent différemment : la majorité des moins de 50 ans changent d’assureur par l’intermédiaire d’un agent d’assurance ou un courtier.

Source d’information préférée :

les sites comparateurs

43 % des personnes ayant envisagé de changer de caisse se sont renseignées sur un comparateur sur internet. Aucun autre vecteur d’informations n’est aussi fréquemment cité. Ce qui est positif pour les assurés : en changeant via un site comparateur, ils économisent plus de 60 % de plus que ceux qui passent par un courtier ou un agent d’assurance, en moyenne. Et en termes de coûts aussi les comparateurs sur internet ont des atouts : la mise à disposition des informations est entièrement automatisée. Dès lors, se procurer une vue d’ensemble des primes maladie sur internet ne coûte rien, tandis qu’une simple demande d’offre par téléphone génère des

QUAND LES FRAIS COÛTENT PLUS QUE NE RAPPORTENT LES INTÉRÊTS



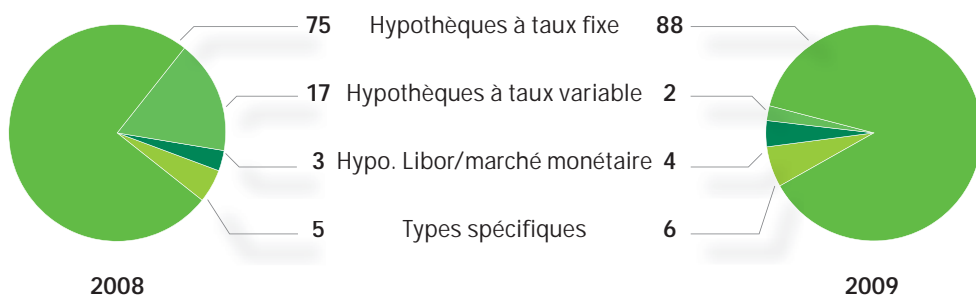
Placez votre argent à la banque, il sera à l'abri des voleurs et en plus vous toucherez des intérêts. Mais attention, le cumul des frais payés tous azimuts - retrait d'espèces, trafic des paiements, frais de port... - peut se révéler plus élevé que les intérêts engrangés. Dans le pire des cas, les clients ont même moins d'argent à la fin de l'année qu'au début. comparis.ch a scruté à la loupe les intérêts versés et les frais prélevés par les principaux établissements financiers (banque Coop, Cre-

dit Suisse, Postfinance, banque Migros, banque Raiffeisen, UBS et Zürcher Kantonalbank). Les calculs, basés sur un exemple dans lequel le client avait 20 000 francs sur un compte d'épargne et 7 000 francs sur un compte privé, montrent que c'est chez Postfinance qu'il toucherait le plus, un établissement qui précisément n'est pas une banque. Et chez la banque la plus chère, le client devrait même mettre la main à la poche pour finir de payer les frais. (lâm) •

Types d'hypothèque demandés, en %

Des taux hypothécaires historiquement bas

GRAPHIQUE / SOURCE : COMPARIS.CH



Types d'hypothèque demandés, en %

Quelle année ! En matière d'hypothèque, 2009 s'est surtout distinguée par la faiblesse exceptionnelle des taux d'intérêt. Après le plongeon spectaculaire de l'automne 2008, et l'agitation qui a suivi début 2009, les taux sont restés toute l'année à un faible niveau. C'est le bilan que dresse le Baromètre des Hypothèques de comparis.ch, paraissant tous les trimestres. Exemple : le taux moyen réclamé pour une hypothèque fixe sur 5 ans était de 2,6 % au cours du dernier trimestre,

alors qu'il était de 3,4 % pour une sur 10 ans. Vu le niveau des taux, il n'est pas étonnant que les hypothèques à taux fixe aient caracolé une fois de plus en tête des demandes au quatrième trimestre 2009. En effet, 85 % des internautes de la Bourse aux Hypothèques de comparis.ch souhaitaient alors souscrire une hypothèque à taux fixe pour financer l'acquisition de leur résidence principale. (lâm) •

Pour en savoir plus : www.comparis.ch/voix-des-consommateurs

Nouvelle tendance : acheter en direct

Un nouveau produit chaque jour. Le concept du shopping en direct rencontre de plus en plus de succès. Gudi.ch, daydeal.ch ou schlagzu.ch... seulement trois sites parmi plus d'une douzaine. Avantages pour les consommateurs : bas prix et grandes chances de faire une affaire, comme le montre une analyse de comparis.ch. Souvent, le prix affiché est de 70 % inférieur au prix classique, et en général aussi, nettement moins cher que les prix « normaux » du e-commerce. On y vend de l'électroménager, des vêtements, des jeux, des articles de divertissement, des curiosités aussi parfois. En Allemagne, le shopping en direct est rentré dans les mœurs, avec plus de 100 prestataires, et des grandes entreprises comme Lidl ou T-Online qui proposent tous les jours de bonnes affaires. Ce n'est qu'une question de temps avant que ce phénomène ne s'impose aussi en Suisse. (pd) •

Consommateurs et internet : histoire d'une symbiose

Les comparateurs sur internet sont de plus en plus populaires auprès des internautes. Une enquête représentative de l'institut GfK début décembre 2009, montre que 44 % des internautes utilisent les comparatifs souvent ou de temps en temps ; soit 1,6 million de Suisses. L'utilisation d'internet comme source d'information varie en fonction des produits. Pour les banques, les assurances et les caisses maladie, les consommateurs se renseignent volontiers en ligne. Dans ces secteurs, internet constitue déjà une source d'information aussi importante que les traditionnels conseillers : 28,7 % des internautes se renseignent sur internet tandis que 28,3 % ont recours à un conseiller. D'après l'étude «Media Use Index 2009» du groupe Young & Rubicam. (chs) •

EDITEUR

comparis.ch
Stampfenbachstrasse 48
CH-8006 Zurich
© 2010 comparis.ch

REDACTION

Ralf Beyeler, Peter Düggeli, Jonas Grossniklaus,
Gabi Lämml, Christian Schmelter

VERSION FRANÇAISE

Magali Delamarche
Téléphone: +41 (0)44 360 52 62
Fax: +41 (0)44 360 52 72
www.comparis.ch/voix-des-consommateurs
redaktion@comparis.ch