

Les consommateurs fuient les sites web trop lents

Compuware Gomez, le spécialiste de la performance web, [publie les résultats](#) d'une étude menée par Equation Research auprès d'un millier d'utilisateurs américains. À défaut de révolutionner le marché, ces résultats rappellent quelques faits essentiels. En résumé, ils montrent que **les internautes quittent rapidement les sites web qui ne sont pas assez rapides**.

32 % des utilisateurs le font au bout d'une fourchette de temps allant d'une à cinq secondes. **84 %** renoncent à se connecter après un maximum de trois tentatives infructueuses. La lenteur d'un site web a aussi un impact très négatif sur les visites futures : **37 %** des internautes déclarent qu'ils n'ont guère envie de retourner sur un site lent. **27 %** se disent même prêts à passer à la concurrence. Même constat avec les connexions réalisées depuis un réseau mobile : **la moitié** des personnes interrogées estime que les temps de chargement sur un téléphone mobile doivent être identiques à ceux mesurés sur un ordinateur.

*« Les sites web ou mobiles lents mettent à mal la patience et la fidélité des internautes », déclare **Matt Poepsel**, vice-président performance strategies chez Gomez. « Nombre d'entreprises ne se rendent pas compte que quelques secondes peuvent vraiment faire la différence. Leurs clients établissent en effet des comparaisons par rapport à des sites tels que Facebook, Google et Yahoo!, sur lesquels ils ont l'habitude d'aller et qui offrent des performances hors pair. »*

N'en déplaise aux partisans de l'intégration à tout prix de nouvelles technologies, **39 %** des personnes interrogées pensent que la vitesse compte plus que la fonctionnalité, seuls **19 %** des sondés donnant la priorité sur la fonctionnalité. Voilà qui donnera peut-être envie aux entreprises de revoir leur infrastructure d'hébergement, d'optimiser leur site web, voire de mettre en place **des stratégies d'urgence** (par exemple, un site web allégé qui prend le relai en cas de pic de charge).