



Communiqué de presse du 22 octobre 2019

ZHAW School of Management and Law

## **Popularité accrue des achats en ligne à l'étranger auprès des Suisses et des Suissesses**

**Sur mandat de la Poste, la ZHAW et la HWZ ont interrogé des prestataires et des clients du commerce en ligne suisse. Les études montrent que les commerçants en ligne suisses proposent de plus en plus de prestations complémentaires pour lutter contre la concurrence venue de l'étranger.**

Les commerçants en ligne suisses proposent souvent des prestations complémentaires telles que le suivi des envois en ligne (48%) ou l'avis préalable de la date de distribution de l'envoi (34%). La part des commerçants en ligne proposant l'expédition gratuite (2019: 54%; 2018: 51%) et le retour gratuit (2019: 28%; 2018: 25%) a aussi légèrement augmenté par rapport à l'année dernière. C'est ce que montre un sondage auprès des commerçants en ligne suisses, réalisé en 2019 par la ZHAW School of Management and Law sur mandat de la Poste. Il s'agit de la réaction des commerçants en ligne suisses face à la popularité croissante des places de marché étrangères comme AliExpress. Pour les acheteurs en ligne aussi, ces prestations complémentaires gagnent en importance: le suivi des envois (76%) et l'avis préalable de la distribution de l'envoi (74%) occupent une place centrale pour les personnes faisant leur shopping en ligne. La distribution le jour même, par contre, est moins primordiale. C'est ce que montre le baromètre de l'e-commerce de la Haute école de gestion de Zurich (HWZ).

### **De plus en plus d'acheteurs utilisent les places de marché étrangères**

35% des commerçants en ligne sont également présents sur des places de marché numériques, notamment Digitec ou Galaxus, afin de générer des ventes. L'entreprise Digitec Galaxus SA a encore gagné des parts de marché par rapport à l'année précédente grâce à la disparition de la plateforme Siroop (2019: 37%; 2018: 34%). 33% des commerçants en ligne utilisent les places de marché numériques afin de faciliter leur entrée sur le marché étranger. Outre leurs propres boutiques en ligne, places de marché et surfaces de vente, la moitié des commerçants vendent également leurs produits via Google Shopping et Facebook Marketplace. «De plus en plus de commerçants en ligne suisses utilisent aussi des canaux de messagerie instantanée tels que WhatsApp», explique Darius Zumstein, auteur de l'étude de la ZHAW. Selon le sondage, cela représente déjà un sixième des prestataires. Par ailleurs, les «shopping days» sont très appréciés des commerçants en ligne: près de la moitié d'entre eux participent au Black Friday.

Du côté des consommateurs et des consommatrices, les plateformes comme Ricardo (80%), Amazon (76%) et Digitec Galaxus (67%) sont encore nettement plus populaires que les prestataires asiatiques tels que Wish (40%) et AliExpress (2019: 35%; 2016: 21%). D'autre part, on constate aussi que l'achat de marchandises asiatiques sur les places de marché étrangères est de mieux en mieux accepté par les clients suisses. Par contre, la plateforme eBay est de moins en moins utilisée (2019: 49%; 2016: 58%).



Pour les acheteurs en ligne, la convivialité de l'interface constitue de moins en moins un obstacle dans le processus d'achat (2019: 53%; 2016: 66%). L'achat via smartphone est également de plus en plus simple. Ainsi, 45% des commerçants en ligne proposent déjà des méthodes de paiement mobile telles que TWINT (2019: 31%; 2018: 24%). Cela répond à un besoin croissant de la clientèle qui privilégie de plus en plus souvent le paiement via smartphone: on a en effet constaté une hausse importante entre 2016 et 2019, passant de 6% à 23%. Les analyses montrent l'évolution des moyens de paiement mobile au détriment du paiement par facture (2019: 75%; 2016: 85%). Les factures les cartes de crédit restent toutefois les modes de paiement standard dans les boutiques en ligne (83% chacun). Cela va dans le sens des besoins des consommateurs et des consommatrices, qui estiment qu'un traitement des paiements approprié est particulièrement important (87%) et qui paient principalement par facture ou par carte de crédit.

### **Les obstacles à l'exportation sont nombreux**

Plus de 74% des commerçants en ligne vendent principalement leurs produits en Suisse, car les obstacles à l'importation sont trop importants. En particulier, les droits de douane (69%), l'expédition et la logistique (58%) et les coûts élevés des salaires et du stockage en Suisse (57%) sont perçus comme de véritables défis pour la distribution internationale. «Les droits de douane et les formalités douanières constituent le principal obstacle à l'exportation dans le secteur du commerce numérique», explique Darius Zumstein. «De plus, les législations étrangères freinent également l'exportation pour les fabricants et commerçants suisses.» Pour la plupart des consommateurs et consommatrices suisses, le fait que les marchandises soient achetées en Suisse ou à l'étranger ne semble pas avoir d'importance: 70% des personnes interrogées ont réalisé des achats sur des boutiques en ligne allemandes au cours des douze derniers mois et 41% sur des plateformes chinoises.

Plus de résultats détaillés sur [www.poste.ch/digital-commerce/commerce-en-ligne](http://www.poste.ch/digital-commerce/commerce-en-ligne).

### **Informations sur les études**

#### **Sondage auprès des commerçants en ligne suisses 2019**

L'étude a été menée par la ZHAW School of Management and Law (Institut de Marketing Management) sur mandat de la Poste. L'objectif de cette étude était de relever et d'analyser le point de vue des commerçants en ligne concernant le commerce numérique. La recherche s'est fondée sur une étude empirique quantitative. Le sondage en ligne a eu lieu à la mi-2019 et plus de 279 commerçants en ligne y ont participé.

#### **Baromètre de l'e-commerce suisse 2019**

L'étude a été menée par l'Institute for Digital Business de la Haute école de gestion de Zurich (HWZ) en collaboration avec la Poste. Elle est réalisée chaque année depuis 2015. L'objectif de cette étude était d'appréhender et d'analyser l'ambiance et le comportement des clients sur le marché de l'e-commerce suisse. La recherche s'est fondée sur une étude empirique quantitative. Le sondage a été réalisé au moyen d'un questionnaire en ligne en juin 2019. À l'issue de la correction, l'échantillon comportait 14 326 participants.



## Contact

- Darius Zumstein, ZHAW School of Management and Law, Institut de Marketing Management, téléphone +41 58 934 66 08, e-mail [darius.zumstein@zhaw.ch](mailto:darius.zumstein@zhaw.ch)
- Manuel P. Nappo, responsable de l'Institute for Digital Business, Haute école de gestion de Zurich (HWZ), téléphone +41 43 322 26 30, e-mail [manuel.nappo@fh-hwz.ch](mailto:manuel.nappo@fh-hwz.ch)
- ZHAW Corporate Communications, téléphone +41 58 934 75 75, e-mail [medien@zhaw.ch](mailto:medien@zhaw.ch)
- Jacqueline Bühlmann, Service de presse Poste, téléphone +41 58 341 37 80, e-mail [presse@poste.ch](mailto:presse@poste.ch)