

Communiqué de presse

E-Commerce Suisse: la croissance se poursuit à un rythme soutenu

- ✓ En 2021, les consommatrices et les consommateurs suisses ont dépensé CHF 32,5 mrd en achats en ligne sur le marché intérieur et à l'étranger, soit 13 % de plus qu'en 2020.
- ✓ Le secteur du voyage a progressé de 61 % et a augmenté son chiffre d'affaires à CHF 8,9 mrd.
- ✓ Sur ce total, CHF 3,3 mrd ont été dépensés en réservations d'hôtel, soit 51 % de plus que l'année précédente, et CHF 2,9 mrd en billets d'avion (+107 %).
- ✓ Le secteur des services, avec CHF 7,6 mrd et une progression de 15 %, fait également partie des gagnants de l'e-commerce.
- ✓ Le commerce de marchandises a, avec CHF 16 mrd, défendu sa première place en ayant tout de même perdu 5 % de son chiffre d'affaires par rapport à l'année précédente.
- ✓ Les vêtements comptent, avec CHF 3,2 mrd de chiffre d'affaires, parmi les marchandises en ligne les plus appréciées, 46 % de la population suisse s'habillant en effet en ligne.
- ✓ Acheter en toute commodité et en toute simplicité est presque trois fois plus important pour les consommateurs qu'un prix bas.
- ✓ Environ 1250 consommatrices et consommateurs en Suisse ont été interrogés sur leurs habitudes d'achat et de paiement en ligne pour le Nexi E-Commerce Report Suisse. Les chiffres d'affaires annoncés se réfèrent aux dépenses sur le marché intérieur et à l'étranger et sont des estimations sur la base de valeurs médianes.

Wallisellen, le 18 août 2022. Dans l'ensemble, l'e-commerce suisse a poursuivi sa progression en 2021. Divers secteurs ont encore pu nettement augmenter leur chiffre d'affaires en ligne,

d'autres à un niveau plus élevé se sont contentés d'une légère augmentation, et quelques-uns ont vu leur chiffre d'affaires en ligne reculer en raison d'une normalisation de la situation générale. «Les consommatrices et les consommateurs suisses ont découvert les avantages de l'e-commerce pendant la pandémie. Ils apprécient de pouvoir faire leurs achats indépendamment du temps et du lieu», déclare Marianne Bregenzer, Country Director de Nets Suisse SA. «Nous partons du principe que le commerce en ligne continuera à prendre de l'ampleur dans les années à venir. Les investissements des commerçants en raison de la pandémie n'ont donc pas été inutiles. L'avenir est au numérique.»

Les gagnants de l'e-Commerce

Le secteur du voyage a particulièrement profité de la normalisation de la situation générale et a accru son chiffre d'affaires en ligne de 61 %, à CHF 8,9 mrd. CHF 3,3 mrd ont été dépensés en réservations d'hôtel (+51 %), et CHF 2,9 mrd en billets d'avion (+107 %). Les domaines de la maison et du jardin ont également vu leur chiffre d'affaires en ligne à nouveau progresser de 57 %, pour atteindre CHF 300 mio. Le chiffre d'affaires des appareils électroménagers tels que les réfrigérateurs et les machines à laver a progressé de 38 %, pour atteindre CHF 600 mio. Des produits pharmaceutiques ont été commandés en ligne pour un volume de CHF 400 mio (+38 %). «Le confinement au printemps 2020 a incité à faire des achats en ligne pour la maison et la santé; cette tendance s'est encore accentuée et s'est poursuivie au cours de la deuxième année de pandémie», explique Marianne Bregenzer.

La progression de la mobilité a des répercussions sur les chiffres d'affaires en ligne

En 2021, la restauration et le commerce stationnaire ont pu accueillir leur clientèle sur place quasiment en continu. La mobilité a continué à progresser, ce que différents secteurs ont également remarqué au niveau de leur chiffre d'affaires en ligne. En 2021, nettement moins de produits alimentaires et d'alcool que l'année précédente ont été commandés en ligne, et le chiffre d'affaires a baissé de 29 %, pour passer de CHF 3,2 mrd à CHF 2,3 mrd. Les fournisseurs de médias n'ont pas non plus réussi à renouer avec la progression de leur chiffre d'affaires de la première année de pandémie, les ventes en ligne de livres, de films et d'offres musicales ont reculé de 21 %, pour se stabiliser à CHF 600 mio. Le chiffre d'affaires en ligne des marchandises est passé à 5 % tous secteurs confondus et s'est élevé en 2021 à CHF 16 mrd. «Du fait de la pandémie, beaucoup de ventes se sont réorientées pendant la première année vers le canal en ligne. Avec la progression de la mobilité, il y a eu un retour de balancier, et le commerce stationnaire a pu reconquérir du terrain en terme de ventes», poursuit Marianne Bregenzer. «Mais cela ne vaut pas pour tous les secteurs. De nouvelles habitudes d'achat en ligne se sont établies, lesquelles marqueront durablement les comportements.»

Les vêtements, les produits alimentaires et l'alcool, ainsi que les chaussures, sont les favoris en ligne

Les vêtements continuent de faire partie des achats en ligne les plus appréciés, 46 % des

consommatrices et des consommateurs suisses ayant indiqué qu'ils s'étaient vêtus en ligne au cours des 28 derniers jours - ce qui correspond à une dépense totale de CHF 3,2 mrd pour ces articles. 27 % ont, au cours de la même période, acheté des chaussures, 26 % des produits alimentaires et de l'alcool, et 21 % des produits de beauté.

La commodité et la simplicité comptent, le prix est secondaire

Parmi les motivations les plus importantes pour l'achat en ligne, le prix est retombé à la cinquième place. La commodité est presque trois fois plus importante qu'un prix avantageux. 27 % citent la simplicité et la commodité comme leurs principales motivations d'acheter en ligne, 15 % apprécient la souplesse d'achat, 12 % le vaste assortiment, et 12 % le gain de temps. À peine 10 % ont indiqué que le prix le plus bas était important pour l'achat. Le fait que néanmoins 56 % des consommatrices et des consommateurs interrogés choisissent un canal d'achat en ligne à l'étranger en raison du prix bas n'est pas une contradiction. Cela reflète ce que nous constatons également dans le commerce stationnaire: ceux qui habitent en zone frontalière achètent plus souvent dans l'un des pays voisins. Il faut que ce soit simple et commode, et, pour cela, avoir une succursale à l'étranger n'est pas nécessaire à l'ère du numérique. Une boutique en ligne attractive et conviviale, associée à une proximité régionale inspirant confiance ainsi qu'à un service rapide, est un facteur clé avec lequel même les petits commerçants peuvent marquer des points.

Souhait de simplification de la procédure d'achat

Le souhait d'une expérience d'achat rapide et simple s'étend également à l'ensemble du processus d'achat. En Suisse, la carte de crédit est le moyen de paiement préféré dans l'e-commerce: 62 % l'utilisent pour payer leurs achats, 30 % même la privilégiant. 44 % commandent sur facture, 23 % de façon préférentielle.

Les e-wallets et les cartes de débit prennent leur envol

18 % ont déjà utilisé leur carte de débit pour des achats en ligne en 2021. Cette proportion devrait vite augmenter avec la diffusion croissante des nouvelles cartes de débit de Mastercard et de Visa. L'argent liquide et les cartes de débit sont les moyens de paiement les plus appréciés en Suisse. Ayant le vent en poupe, les nouvelles cartes de débit marqueront des points dans l'e-commerce, notamment auprès des consommatrices et des consommateurs plus jeunes, qui ne possèdent pas encore de carte de crédit. Tout comme les e-wallets tels que PayPal ou Twint. Ils ont été utilisés par 29 % des consommatrices et des consommateurs, et privilégiés par 13 % d'entre eux. «Les moyens de paiement constituent la toute dernière étape, importante, dans le processus d'achat et contribuent largement à l'expérience d'achat», souligne Marianne Bregenzer. «Le principe est le suivant: plus c'est simple et numérique, plus c'est apprécié.»

Faire profiter le marché suisse des tendances de l'e-commerce en Europe

L'E-Commerce Report est établi depuis plusieurs années déjà pour les pays scandinaves par le groupe Nets, prestataire de services de paiement européen appartenant au groupe Nexi.

L'extension à d'autres pays tels que la Suisse, l'Autriche et l'Allemagne a donné lieu à un E-Commerce Report paneuropéen, qui permet d'enregistrer très tôt les nouvelles tendances et de soutenir les opérations menées localement par les commerçants. Les données destinées à l'E-Commerce Report ont été collectées par l'entreprise d'études de marché Kantar Sifo, qui a interrogé pour ce faire environ 1250 consommatrices et consommateurs en Suisse de janvier à décembre 2021. Les chiffres d'affaires annoncés se réfèrent aux dépenses sur le marché intérieur et à l'étranger et sont des estimations sur la base de valeurs médianes.

[Télécharger l'E-Commerce Report Suisse 2021 \(document en anglais\)](#)

À propos de Nets Suisse SA

Nets Suisse SA est un prestataire de paiements indépendant et un véritable partenaire pour le commerce suisse. Nous permettons aux commerçants d'accéder à toutes les normes de paiement locales et mondiales, et les aidons à créer une expérience client numérique en continu. Faisant partie du groupe Nexi, un prestataire de services de paiement leader en Europe, nous agissons en position de force et aidons les commerçants locaux à développer leur relation commerciale numérique axée sur la fidélisation de la clientèle et sur la création de valeur. Nous introduisons des innovations internationales en Suisse à des prix adaptés à la structure du marché et aux besoins des commerçants locaux. Plus d'informations sur Nets Suisse SA sur <https://www.nets.eu/fr-CH/payments/press-and-media>

Contact presse Nets

Christian Drixler

Head of Media Relations DACH

Tel.: +49 170 310 8978

E-Mail: christian.drixler@nexigroup.com