

Zurich, le 13 juin 2017

Communiqué de presse sur le E-Commerce Report Suisse 2017

**Embargo jusqu'au mardi 13 juin 2017, 14.00 heures**

## **La transformation numérique en est seulement à ses débuts dans le E-Commerce**

Attitudes et méthodes de travail en pleine mutation dans la distribution aux clients finaux

**Il ne s'agit pas seulement de lancer une boutique en ligne pour faire une histoire à succès dans le E-Commerce. Les premiers fournisseurs en ligne suisses entament la prochaine étape: en finir avec la focalisation sur le produit, en finir avec les actions isolées, en avant vers de nouveaux potentiels, en suivant l'exemple des grands acteurs mondiaux.**

**La transformation numérique est un processus que les différents secteurs passent à des vitesses différentes. Une discussion détaillée avec le secteur de l'hébergement permet d'identifier des évolutions typiques, des champs conflictuels et des solutions éventuelles transférables dans d'autres secteurs. Au centre de l'enjeu, il y a le combat pour l'accès aux clients.**

Le E-Commerce Report Suisse est une série d'études qui analyse depuis 2009 l'importance, l'évolution et les tendances de la distribution aux consommateurs finaux – elle est la seule à le faire du point de vue des fournisseurs. L'enquête est réalisée par Datatrans, le prestataire de services de paiements en ligne et la Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW.

### **Concentration sur les fournisseurs importants en Suisse et à l'étranger**

Même si le commerce en ligne enregistre en Suisse encore une augmentation de 8% en 2016, tous les fournisseurs en ligne ne profitent pas pour autant de la croissance du marché. Dans de nombreux secteurs, on enregistre une croissance de la domination d'un petit nombre de fournisseurs en ligne. Les plus gros bénéficiaires continuent d'être les quelques rares marques en ligne venant de l'étranger – et dans l'ensemble, les fournisseurs étrangers enregistrent une croissance de plus du double par rapport aux Suisses.

«Les pertes récurrentes des parts de marché depuis des années au profit des fournisseurs E-Commerce étrangers sont préoccupantes» explique Wölfle, l'auteur de l'étude. «Les frontières sont plus basses en ligne. Et la part de l'étranger dans le E-Commerce a déjà atteint le double du commerce stationnaire.»

# E-Commerce Report Suisse: Concentration chez les fournisseurs dominants

**La domination de quelques rares fournisseurs de E-Commerce en augmentation dans le business en ligne.**



n = 30

E-Commerce Report Suisse  
Juin 2017 FHNW/Datatrans  
[www.e-commerce-report.ch](http://www.e-commerce-report.ch)

## Accélération de la dynamique dans le E-Commerce suisse

La dynamique dans le E-Commerce suisse s'est encore accélérée. Ce qui s'explique par les projets d'investissement de grande envergure de Galaxus et Siroop qui veulent de manières diverses, profiter en tant que places de marché, du créneau à fort potentiel occasionné par l'engagement timide d'Amazon en Suisse, BRACK.CH étend également son offre grâce à des partenariats: dans ce nouveau rôle de commerçant Intersport spécialisé, les compétences-clés pour le E-Commerce sont utilisées pour la première fois dans les offres de textile.

## Constat sur la perte de possession des clients

Pour beaucoup de commerçants traditionnels, l'image de « leurs » clients est profondément enracinée. L'indépendance du lieu et la transparence du marché qui vont de paire avec les smartphones, ont remis en question ce mariage. De nombreux services en ligne soutiennent même la préparation des achats bien mieux que certains fournisseurs ne pourraient le faire. C'est ainsi que les clients changent leurs habitudes – et que les fournisseurs perdent leurs clients en ce sens qu'ils ne sont plus leurs points de contact préférés pour des besoins précis. L'évolution est particulièrement douloureuse dans le secteur de l'hébergement qui perd actuellement de plus en plus de réservations directes au profit des plateformes en ligne.

## Nouveaux accès aux clients – Entrée dans la transformation numérique

L'adieu aux droits sur les clients entraîne des attitudes et des pratiques commerciales nouvelles si l'on comprend les instruments de la numérisation. Les fournisseurs qui ont du succès, sont ceux qui vont activement au devant du client plutôt que de les accueillir passivement. Le chemin qui mène à ce succès est l'analyse des données qui permet de reconnaître les situations dans lesquelles les clients veulent ce que le fournisseur peut leur offrir. «L'équivalent de l'emplacement exceptionnel dans le commerce stationnaire c'est le mot-clé de recherche dans le E-Commerce.» explique Wölfle, l'auteur de l'étude. «La discipline reine du marketing en ligne consiste à identifier le client en ligne exactement au moment où celui-ci a une attente.»

## De l'agilité plutôt que des contrats de location à long terme

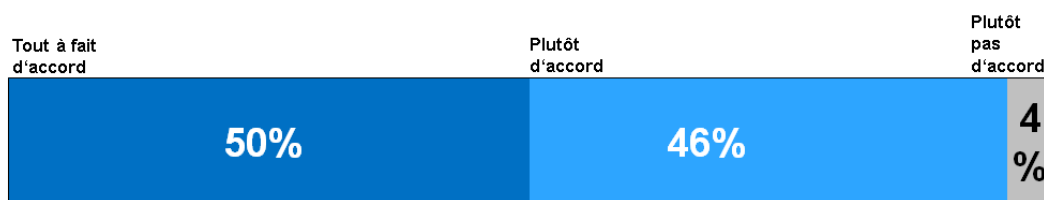
Lorsque les décisions d'achat spontanées varient constamment et que les schémas préétablis disparaissent, le fournisseur n'a plus d'autres alternatives que de s'adapter à des exigences qui changent constamment. Cela nécessite des organisations agiles. D'où la nécessité d'une haute compétence technologique parallèlement à des décisions efficaces basées essentiellement sur les données financières, afin d'implémenter rapidement de nouvelles solutions. Les moyens permettant de financer les expérimentations sont également nécessaires ainsi qu'une volonté d'accepter les erreurs.

## Augmentation continue des prestations dans la logistique

Fiabilité, rapidité et flexibilité sont les caractéristiques de la logistique dans le E-Commerce sur lesquelles on travaille d'arrache pied. Les solutions qui y sont apportées divergent de plus en plus. Les fournisseurs se demandent quel est aujourd'hui le niveau de prestations nécessaire, quels sont les frais qu'ils sont en mesure de supporter et où ils pourraient peut-être même se différencier de la concurrence dans cette logistique. Pour les clients les points de contact se multiplient.

# E-Commerce Report Suisse: Plus de choix à la livraison

**L'assouplissement des chaînes de livraison offre aux clients la possibilité de choisir à chaque commande entre une livraison standard et des prestations de confort supérieures payantes .**



n = 24

### **Importance persistante des stratégies commerciales à multi canaux**

Les fournisseurs continuent de développer les points de contact physiques et numériques. Mais les stratégies à multi canaux sur lesquelles ils sont basés ne sont pas encore pleinement développées. Seuls quelques fournisseurs parviennent à offrir une customer experience complète sur multi canaux. La complexité et les frais d'adaptation organisationnelle y sont pour beaucoup mais aujourd'hui, ce qui est considéré comme de véritables facteurs critiques de succès, ce sont les manques de stratégie et si les collaborateurs sont prêts à jouer le jeu.

### **Nouvelle impulsion dans le paiement mobile**

De plus en plus de systèmes de paiement mobiles sont à disposition sur le marché suisse. Les wallets de commerçants se sont répandus avec succès: les applis natives avec fonction de paiement intégrée sont très souvent utilisées dans la billetterie. Aux CFF, le chiffre d'affaires des ventes de billets via smartphones a déjà dépassé le chiffre d'affaires en ligne en 2016. Les solutions de paiement mobile ouvertes comme Twint ou Apple Pay en sont par contre à leurs débuts. Les commerçants suisses sont encore réservés quant à l'implémentation. L'attitude des banques Twint entraîne encore une trop grande incertitude.

### **Croissance constante du commerce en ligne**

Bien des commerçants stationnaires seraient heureux de voir le déplacement du chiffre d'affaires vers le E-Commerce s'épuiser, mais ce n'est pas encore le cas. Pour l'année courante, trois quarts des participants au groupe d'étude s'attendent à une augmentation du E-Commerce dans leur secteur de 5 % ou plus. Dans la perspective sur cinq ans, près de 40 %, s'attendent à ce que la part de E-Commerce dans leur secteur augmente d'au moins la moitié par rapport à aujourd'hui.

### **La transformation numérique dans le secteur de l'hébergement**

Le secteur de l'hébergement qui était déjà sous pression depuis des années du fait de la dévaluation de l'euro, a du mal à s'adapter à la transformation numérique. Certes, les mécanismes qui sont à la base du succès des plateformes de réservation en ligne, sont connus depuis deux décennies. Et pourtant le commerce de ce secteur – comme de bien d'autres encore – est mal préparé à l'ampleur de la perte des réservations directes. La motion politique Bischof devait soulager la misère mais le groupe d'étude doute nettement de son efficacité. Les solutions simples pour les problèmes de ce secteur ne sont pas à portée de main.

## **Thèmes du E-Commerce Report Suisse 2017**

- Bilan du E-Commerce suisse en 2017
- Attrait du commerce pour les investissements
- Stratégies commerciales à multi canaux
- Développements actuels dans la logistique
- Développements actuels des places de marché en ligne  
(Mots clés: siroop, Galaxus, BRACK.CH, Amazon, Zalando)
- Thème spécial annuel: la transformation numérique dans le secteur de l'hébergement  
(Mots clés: plateformes de réservation, méta-moteur de recherche, Google, Airbnb, frais de distribution, fixation des prix, motion Bischof)
- Activités spéciales en 2017
- Prévision pour le E-Commerce pour une période de cinq ans d'ici 2022

**L'étude est à disposition gratuitement dès le 13.6.2017 à 14.00 heures sur: [www.e-commerce-report.ch/commandes](http://www.e-commerce-report.ch/commandes)**

## **Objectif**

Le E-Commerce Report Suisse analyse chaque année l'importance, le développement et les tendances du commerce en réseau – elle est la seule étude suisse réalisée du point de vue des fournisseurs.

## **Méthode**

- Étude menée sur le long terme, annuelle depuis 2009
- Empirique, qualitative
- Enquête: discussions entre experts et questionnaire
- Durée de l'étude: du 13 décembre 2016 au 21 avril 2017

## **Échantillonnage**

- 36 leaders potentiels du marché et fournisseurs en ligne et en multi canaux de biens de consommation et de prestations de service ayant leur siège en Suisse
- Ils représentent ensemble un volume de E-Commerce de plus 4.7 milliards de CHF
- Critères de sélection: plusieurs années de succès dans le E-Commerce, importance dans le secteur, degré de nouveauté du modèle commercial.
- Liste des participants à l'étude: [www.e-commerce-report.ch/panel\\_fr](http://www.e-commerce-report.ch/panel_fr)

## **Réalisation**

Institut für Wirtschaftsinformatik der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW commanditée par Datatrans, le leader des spécialistes suisses des paiements sur internet.

## **Informations**

[www.e-commerce-report.ch/presse\\_fr](http://www.e-commerce-report.ch/presse_fr)

## **Contacts:**

- Prof. Ralf Wölfle, Fachhochschule Nordwestschweiz  
Leiter Kompetenzzschwerpunkt E-Business  
061 279 17 55, [ralf.woelfle@fhnw.ch](mailto:ralf.woelfle@fhnw.ch)
- Hanspeter Maurer, Datatrans AG  
044 256 81 91, [hanspeter.maurer@datatrans.ch](mailto:hanspeter.maurer@datatrans.ch)