

Zurich, le 27 juin 2019

Article sur le E-Commerce Report Suisse 2019

**Embargo jusqu'au 27 juin 2019, 12.00 heures**

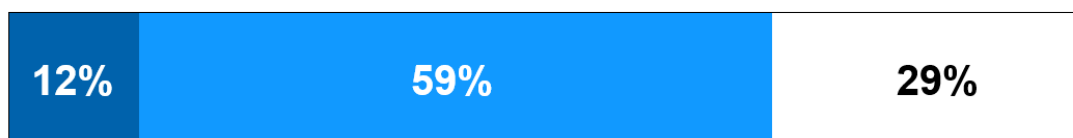
## Du produit de masse vers la valeur individuelle

Datatrans et la Fachhochschule Nordwestschweiz publient, dans le E-Commerce Report Suisse 2019, les dernières tendances dans la distribution en ligne.

**L'internet a permis l'accès à une énorme place de marché. Désormais, les consommateurs montrent des signes de saturation par rapport à la masse des biens industriels et se concentrent sur des offres comportant des services complémentaires et une valeur individuelle. Pour résister à la pression concurrentielle, il faut comprendre qu'à l'avenir, ce ne seront plus les fabricants qui vont décider de ce que l'on va acheter, mais les clients qui diront ce que la distribution devra leur livrer.**

La consommation sur le web garde un niveau élevé: en 2018, les Suisses ont acheté en ligne pour près de 10 milliards de francs. Ce qui représente une croissance de 10% du volume d'E-Commerce. Les participants à l'étude escomptent également une croissance en 2019.

### Évolution du chiffre d'affaires E-Commerce dans votre secteur en 2019?



- Progresser fortement (15% ou plus)
- Progresser sensiblement (5% à 15%)
- Progresser légèrement (jusqu'à 5%)

n = 34

E-Commerce Report Schweiz  
Juni 2019 FHNW/Datatrans  
[www.e-commerce-report.ch](http://www.e-commerce-report.ch)

### Les plateformes étrangères croissent plus fortement en proportion

La valeur des commandes sur les plateformes étrangères en ligne a augmenté fortement de 16%. Au cours des cinq dernières années, les fournisseurs étrangers se sont développés deux fois plus rapidement que les fournisseurs locaux. À l'heure actuelle, la part étrangère dans le commerce en ligne atteint 22 %. Une croissance plus que proportionnelle est également attendue pour 2019.

### **D'une chaîne de distribution linéaire à un centrage sur le client**

Traditionnellement, le secteur des biens de consommation était organisé sous forme de chaîne de création de valeur qui commençait avec le fabricant, qui se terminait avec le consommateur et qui passait par le commerce de gros et de détail. Les plateformes numériques telles que les places de marché en ligne, les médias sociaux et les moteurs de recherche ont supprimé les anciens rôles et se positionnent désormais, avec leurs services utiles, entre le commerce de détail et les consommateurs. Résultat: le client passe au centre. Les plateformes numériques sont son fidèle compagnon – les fournisseurs et leurs prestations passent après.

### **Le commerce de détail recule en faveur d'un nouveau monde interconnecté d'offres**

Du fait de la disponibilité constante des offres sur Internet, le commerce régional de détail perd de l'importance. La disparition des commerces et la réduction des surfaces de vente ont déjà commencé en Suisse. Tous les stades de la distribution sont sous pression. Le résultat est un nouveau monde interconnecté d'offres aux nombreuses possibilités de collaboration.

### **Le client est en ligne – les marques suivent**

Pour atteindre leurs clients en ligne dans les principaux points de contact, les marques doivent renforcer leur engagement sur l'internet. Les services fournis par elles-mêmes façonnent le profil de la marque et donnent des indications très utiles sur les clients et leur comportement lors de l'achat. Les propres boutiques B2C en ligne restent toutefois un instrument marketing et ne constitueront qu'une petite part du chiffre d'affaires des marques d'ici 2025.

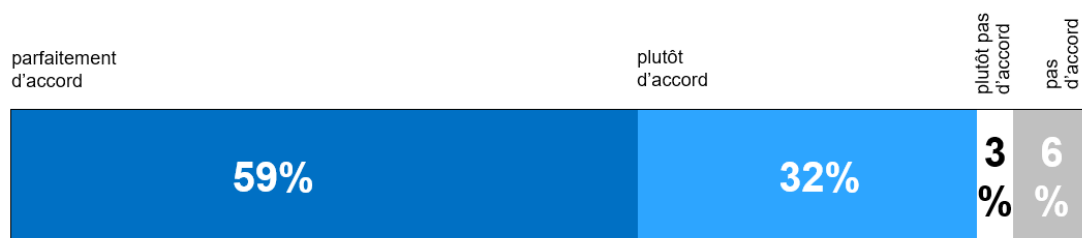
### **Les commerces de détail peuvent se profiler avec une gamme virtuelle**

À la place de grandes surfaces de vente, le commerce de détail va se profiler à l'avenir avec des commerces plus petits et gérés de manière intensive. Les gammes virtuelles en constituent une approche: aux produits disponibles dans les magasins vont venir s'ajouter ceux qui peuvent être commandés directement sur place en d'autres coloris et tailles.

### **Quiconque souhaite profiter de la croissance devra investir continuellement**

L'E-Commerce reste une activité très dynamique et très concurrentielle qui continue à promettre une forte croissance. Pour pouvoir tenir le rythme, les entreprises doivent constamment étendre leurs prestations et modeler leurs processus de manière de plus en plus efficace. L'E-Commerce présuppose des investissements continus dans les domaines de l'informatique et de la logistique. L'exercice consiste à mettre en place des mesures de personnalisation et de gestion des relations.

## Notre secteur continuera à investir massivement dans l'E-Commerce.



n = 34

E-Commerce-Report Schweiz  
Juni 2019 FHNW/Datrans  
[www.e-commerce-report.ch](http://www.e-commerce-report.ch)

### Les solutions intelligentes pour téléphones portables accroissent la conversion

L'achat par smartphone devient de plus en plus populaire. Pour augmenter leur conversion dans le segment des appareils mobiles, les entreprises réorientent leur marketing sous forme ciblée vers l'utilisation des smartphones. Les solutions pour mobiles avec des données de paiement enregistrées constituent, pour des achats réguliers, une mesure simple qui fidélise les clients. Les billets intelligents de TP de Fairtiq, Easy Ride des CFF ou le kiosque sans caisse «avec box» de Valora sont de bons exemples.

### Tendance continue à la croissance de l'E-Commerce au cours des prochaines années

Les attentes du panel de l'étude sont élevées par rapport à la croissance de l'E-Commerce au cours des prochaines années: plus des deux-tiers des entreprises interrogées partent du principe que les chiffres d'affaires générés par l'E-Commerce devraient augmenter de 50% et plus d'ici à 2025. Personne n'attend une stagnation ou un baisse.

---

### Le E-Commerce Report Suisse 2019 en bref:

Le E-Commerce Report Suisse analyse depuis 2009 l'importance, les changements et les tendances dans la distribution vers les consommateurs finaux – en tant que série unique d'études du point de vue des fournisseurs. L'enquête est réalisée par Datrans et la Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW.

#### Thèmes:

- État des lieux de l'E-Commerce suisse au cours de l'année 2019
- Position des fournisseurs étrangers en ligne
- Chaîne de distribution initiée par les fournisseurs contre distribution centrée vers les clients
- Les prestataires ayant accès aux clients tels que les moteurs de recherche, les places de marché en ligne et les médias sociaux sont les grands vainqueurs
- Situation et points forts dans les activités des fabricants de marques
- Situation du commerce traditionnel de détail
- Réduction des surfaces dans le commerce de détail
- Potentiel des concepts multicanaux
- Augmentation de la capacité digitale
- Situation du commerce en ligne

- Attentes en termes de croissance et rentabilité
- Engagement sur les places de marché en ligne
- Avancées de la Chine dans le commerce mobile
- AMIGOS – Social Shopping
- Le monde interconnecté d'offres en 2025

### **Méthode**

- Étude de longue terme, renouvelée chaque année, depuis 2009
- Empirique, principalement qualitative
- Méthode d'enquête: entretiens avec des experts et questionnaires
- Période d'enquête: du 9 janvier au 23 avril 2019

### **Participants**

- 35 fournisseurs en ligne et multicanaux influençant le marché suisse dans les biens de consommation et les prestations de services avec un volume d'E-Commerce de près de 4 milliards de CHF
- Critères de sélection: justification de réussite sur plusieurs années dans l'E-Commerce, importance dans le secteur, degré de nouveauté du modèle d'affaires

### **Réalisation**

Institut d'informatique économique de la Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW sur mandat de Datatrans, le principal fournisseur de services de paiements en Suisse.

### **Téléchargement gratuit**

[www.e-commerce-report.ch/commandes](http://www.e-commerce-report.ch/commandes)

### **Plus d'informations**

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

### **Contact**

- Prof. Ralf Wölfle, Fachhochschule Nordwestschweiz  
Directeur du centre de compétences 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)