

Les achats en ligne restent populaires en Suisse – hausse des retours

Buchs, février 2019 Si le nombre d'acheteurs en ligne en Suisse est resté stable comparé à l'année précédente, il est toujours inférieur à la moyenne européenne. Les Suisses et Suissesses achètent avant tout articles de mode et chaussures en ligne. L'écrasante majorité (82%) des e-acheteurs suisses ont déjà effectué des achats sur des sites Web étrangers; cependant, il semble y avoir une augmentation des erreurs d'achats, comme l'indique le taux de retour de nouveau reparti à la hausse. Ce sont les résultats du baromètre e-shopper, une étude de DPDgroup réalisée dans 22 pays européens.

La mode en vogue – recul des ventes de livres

Les Suisses et Suissesses achètent avant tout des articles de mode (55%) et des chaussures (41%) en ligne, mais également des aliments et des boissons pour quelque 13% d'entre eux: les commandes de boîtes de prêt-à-cuisiner et d'aliments surgelés sur Internet sont de plus en plus fréquentes. Les livres restent bien représentés (35%) mais semblent perdre de leur attractivité et enregistrent un recul constant (-10% depuis 2016). Les achats en ligne demeurent très populaires: 70% des e-acheteurs apprécient la simplicité et 74% sont satisfaits de leurs achats. Cependant, les erreurs d'achats semblent également en hausse: le taux de retour est de 12%, soit une nouvelle augmentation de 4% par rapport à l'année dernière.

Hausse des achats transfrontaliers en ligne

En Suisse, la part des achats en ligne déclarés dans le total des achats est constante à 10,9% et est donc légèrement inférieure à la moyenne européenne (11,5%). En revanche, la part des achats sur les sites Web étrangers s'élève à 22%, ce qui est supérieur à la moyenne européenne (19%). 82% des e-acheteurs ont également déjà effectué au moins une fois un achat sur un site Web étranger, principalement en Allemagne (63%), tandis que les commandes en Chine se sont stabilisées à 35% après avoir connu une forte hausse en 2017.

Fidélité des e-acheteurs suisses

L'ordinateur portable reste l'appareil le plus utilisé pour les achats en ligne (63%), suivi par le PC de bureau (48%) et le smartphone (47%). Les millennials et les gros acheteurs favorisent cependant nettement le smartphone. Une très large majorité des e-acheteurs (88%) achètent régulièrement sur les mêmes sites Web, une grande partie d'entre eux les visitant directement via leur navigateur.

Livraison rapide et date de livraison précise souhaitées

La majorité des e-acheteurs suisses (73%) utilisent un seul lieu de livraison et se font généralement livrer leurs colis chez eux; les millennials et les gros acheteurs sont plus ouverts aux livraisons sur le lieu de travail. Les acheteurs en ligne s'accordent sur un point: leurs achats doivent être livrés le plus rapidement possible et dans les délais convenus à l'endroit souhaité – 82% sont ainsi favorables à une livraison le lendemain et 77% souhaitent recevoir des informations en temps réel sur le processus de livraison. Quelque trois quart d'entre eux veulent avoir la possibilité de reprogrammer la livraison et 72% aimeraient disposer de plusieurs options de livraison. Plusieurs autres options (livraison le soir, livraison le jour même, créneau de deux heures pour la livraison le soir) sont également très populaires et ont pour effet d'inciter les prestataires à se démarquer de leurs concurrents. Outre une livraison pratique et flexible, la confiance joue également un rôle capital: 65% des e-acheteurs considèrent qu'il est important de connaître l'entreprise de livraison avant d'effectuer un achat.

Impact néfaste sur les ventes des commentaires négatifs sur les médias sociaux

Livraison gratuite, retour de colis gratuit et description détaillée du produit sont les trois facteurs les plus importants lors de l'achat en ligne. Les principales raisons de ne pas acheter en ligne sont les commentaires négatifs sur l'expérience d'achat sur les réseaux sociaux (37%, voire 43% chez les millennials), la sécurité insuffisante lors du paiement (34%), les frais de livraison élevés (28%) et les retours payants (28%). Les frais de livraison élevés sont également le motif le plus fréquent pour lequel les acheteurs en ligne interrompent leur achat (30%), suivis par ceux qui ont changé d'avis (28%) ou qui ont besoin d'un peu plus de temps pour réfléchir (25%).

À propos de l'étude «Baromètre e-shopper»

Dans le cadre de l'étude commandée par DPDgroup, 24 328 entretiens ont été menés dans 22 pays européens entre le 30 mai et le 12 juillet 2018. 1001 personnes, dont 52% d'hommes et 48% de femmes entre 18 et 34 ans (millennials, 37%), 35 et 54 ans (46%) et de plus de 55 ans (17%), ont participé à l'enquête en Suisse. Le ratio urbain-rural était de 85 à 15 pour cent.

À propos de DPD Suisse

DPD Suisse est l'un des plus grands prestataires privés de transport de colis et d'envois en express en Suisse. Avec ses 900 collaborateurs et chauffeurs, l'entreprise gère un volume de plus de 19 millions de colis par an, distribués à des clients privés ou commerciaux. Outre son siège social à Buchs (ZH), elle est représentée sur onze sites en Suisse et dans les pays limitrophes. DPD Suisse appartient à DPDgroup.

Contact média

Marco Kaiser
DPD (Suisse) SA
Tel: +41 43 355 27 18
presse@dpd.ch
www.dpd.ch