

Commerce social en Suisse: déjà plus de la moitié des acheteurs en ligne achètent sur les réseaux sociaux



Buchs, le 13 novembre 2025. **En Suisse, six personnes sur dix commandent régulièrement des biens ou des services sur une plateforme de réseaux sociaux. Le commerce social est donc nettement plus répandu dans notre pays que la moyenne européenne. Les achats se font le plus souvent sur Facebook, tandis que TikTok gagne en importance et obtient le meilleur résultat parmi les grandes plateformes en termes de conversions. C'est ce que révèle une enquête menée par le prestataire de services de colis DPD dans 22 pays européens.**

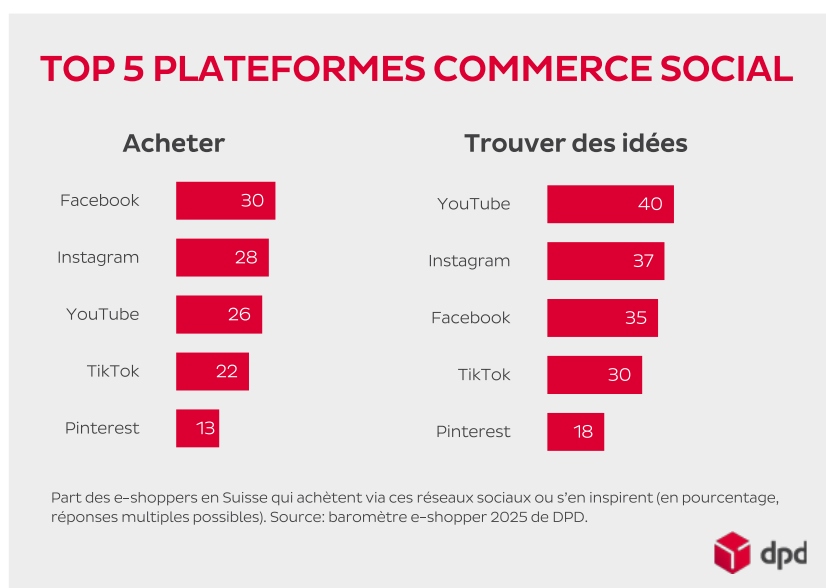
Le commerce social a atteint la majorité de la population suisse: 59 % des acheteurs en ligne réguliers ou occasionnels achètent sur au moins une plateforme sociale, directement ou en cliquant sur des liens vers une boutique en ligne externe. Ce taux est nettement supérieur à la moyenne européenne, qui est de 44 %. Seuls les acheteurs en ligne roumains sont encore un peu plus actifs sur les réseaux sociaux (62 %). C'est ce qui ressort du baromètre e-shopper 2025 de DPD.

Les trois quarts des plus de 1'000 personnes interrogées en Suisse ont indiqué s'être inspirées des réseaux sociaux pour faire des achats en ligne. Et elles ne s'en servent pas que pour chercher des informations sur les produits des fournisseurs. Elles s'intéressent aux commentaires et aux avis d'autres utilisateurs ou aux démonstrations vidéo et aux

«unboxings» des youtubeurs. 35 % des acheteurs en ligne sont incités à faire des achats par les recommandations de parents et d'amis sur les réseaux sociaux. Seuls 25 % indiquent que les influenceurs exercent une influence comparable sur leurs décisions d'achat.

Trouver des idées sur YouTube, acheter sur Facebook

YouTube est la source d'inspiration préférée des acheteurs en ligne suisses. 40 % utilisent la plateforme vidéo, devant Instagram (37 %), Facebook (35 %), TikTok (30 %) et Pinterest (18 %). Facebook (30 %) arrive en tête en tant que plateforme de vente, devant Instagram (28 %), YouTube (26 %), TikTok (22 %) et Pinterest (13 %).



Le tableau est différent si l'on compare la fréquence d'utilisation d'un réseau social aux achats effectués sur cette plateforme (conversions). Sur ce point, ce soit Reddit et Pinterest qui obtiennent les meilleurs résultats, avec une nette avance sur X, TikTok, Facebook et Snapchat, qui se situent tous à peu près au même niveau. Par exemple, 48 % des personnes qui utilisent Facebook au moins une fois par semaine déclarent qu'elles achèteraient également sur cette plateforme. Sur YouTube, ce chiffre n'est que de 32 %.

Champion d'Europe de la vente et du retour

Au-delà du commerce social, l'étude livre des informations intéressantes sur le comportement d'achat en ligne. Alors qu'en Europe, 45 % des particuliers vendent des produits d'occasion sur des plateformes en ligne, ce chiffre est de 60 % en Suisse. En moyenne, ils vendent 20,5 objets par an sur Internet — un record européen.

36 % des acheteurs en ligne suisses déclarent avoir renvoyé le dernier colis qu'ils ont commandé sur Internet, soit deux fois plus qu'avant la pandémie de coronavirus. Aucun autre pays européen n'a un taux de retour aussi élevé que la Suisse.

Dans le cadre de l'étude commandée par le groupe Geopost, dont fait partie DPD Suisse, plus de 30'500 entretiens ont été menés entre mai et juillet 2025 dans 22 pays européens. En Suisse, plus de 1'000 personnes ont participé à l'enquête. Le baromètre se concentre sur les «acheteurs en ligne réguliers»: les personnes âgées de 18 à 70 ans qui font des achats en ligne au moins une fois par mois, soit 80 % de la population.

De nouveaux outils pour les particuliers et les petites entreprises

Le baromètre e-shopper, établi régulièrement, sert également de base à DPD pour optimiser son service à la clientèle. Depuis cette année, les particuliers et les petites entreprises peuvent envoyer leurs colis de manière flexible et simple avec le DPD Web Parcel Tool. Ils peuvent créer, payer et imprimer l'étiquette d'expédition en ligne, et moyennant un supplément de 5 francs, le colis est récupéré à domicile.

La nouvelle application myDPD répond au besoin croissant de flexibilité temporelle et géographique. Grâce à de nombreuses fonctions différentes, comme la modification du lieu ou du jour de livraison ou l'enregistrement d'une préférence de livraison en quelques clics seulement, la gestion des colis n'a pratiquement plus de limites.

«Chez DPD, nous suivons de très près l'évolution du comportement des acheteurs en ligne. L'activité C2C, c'est-à-dire l'envoi de colis entre particuliers, connaît une croissance fulgurante. Avec le DPD Web Parcel Tool et l'application myDPD, nous avons développé une solution pratique pour les petites entreprises et les particuliers. Ce groupe de clients profite en outre de l'extension de nos sites out of home en collaboration avec Valora. Si vous envoyez un colis avec DPD Web Parcel, vous pouvez le déposer dans plus de 1'000 points de vente en Suisse, situés dans un emplacement central», explique Tilmann Schultze, CEO de DPD Suisse.

A 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 1'200 collaborateurs et livreurs, l'entreprise distribue un volume de plus de 24 millions de colis par an à des clients privés ou commerciaux. L'entreprise, dont le siège est à Buchs (ZH), est représentée en Suisse et dans les pays limitrophes sur treize sites et avec plus de 1'000 DPD Pickup parcelshops. DPD Suisse fait partie de Geopost.

<https://www.dpd.com/ch/fr/>

Contact médias

DPD (Suisse) SA

Marco Kaiser

presse@dpd.ch

<https://www.dpd.com/ch/fr/>

<https://www.dpd.com/ch/fr/e-shopper-barometer/>