

# Une surabondance massive d'options d'achat oblige les commerçants à repenser leur approche

*Datatrans from Planet et l'Haute école spécialisée de Suisse du Nord-Ouest présentent le 15e Commerce Report Suisse*

Zurich, le 22 septembre 2022 // Le coronavirus a entraîné un changement d'époque en matière de commerce. Les acheteurs ont découvert la diversité des achats en ligne. Les fournisseurs ont continué à investir moyennant un nombre croissant d'investissements. L'effet secondaire indésirable : il y a trop d'options d'achat pour les mêmes produits. Aujourd'hui, les fournisseurs cherchent désespérément à se démarquer. Une orientation plus axée sur la valeur des clients et une grande ouverture aux services constituent des points de convergence. Dans l'ensemble, le commerce en ligne prévoit une augmentation du chiffre d'affaires de 50 % d'ici 2030.

« 25 filiales stationnaires avec la même offre réparties dans toute la Suisse, cela fait du sens. Contrairement à 25 boutiques en ligne identiques. Si le même produit est disponible à la vente dans un trop grand nombre d'endroits, seul le prix compte », résume le professeur Ralf Wölfle, responsable de l'étude. « Seuls les plus grands fournisseurs peuvent rivaliser en termes de prix. C'est pourquoi les commerçants veulent maintenant créer une valeur ajoutée attrayante pour leurs clients, qui va au-delà d'un produit interchangeable. »

## **Diversité croissante des offres, y compris sur les réseaux sociaux**

Au fur et à mesure que le commerce se différencie en termes de valeurs et de services, la variété des offres devrait également continuer à augmenter. Les ventes directes de marques aux clients finaux ainsi que la distribution croissante via les réseaux sociaux jouent un rôle important dans cette évolution. Par rapport aux places de marché en ligne habituelles, les réseaux sociaux prennent de plus en plus d'importance, car ils permettent de mieux transporter les offres axées sur les valeurs.

## **Grande disponibilité de services dans le Quick Commerce**

Les services de livraison en ligne marquent des points grâce à leur grande disponibilité. Ils profitent du fait que près de la moitié des achats dans les supermarchés ne sont pas planifiés. En cas d'oubli, les clients ne veulent pas revenir en magasin, mais se font livrer les produits. Chez l'opérateur zurichois le plus rapide, cela ne prend que 15 minutes. Les tests de différentes chaînes de supermarchés concernant les livraisons directes depuis le magasin sont également un exemple de nouveaux segments émergents dans l'e-commerce alimentaire.

## **Les ventes d'e-commerce devraient augmenter de 50 %**

Malgré la redécouverte du commerce stationnaire après le coronavirus, la croissance en ligne reste inchangée selon les participants à l'étude : les deux tiers s'attendent à ce que les ventes en ligne de leur secteur augmentent de 50 % ou plus d'ici 2030. Les tendances qui influenceront le plus le secteur dans les années à venir sont, du point de vue des participants, la durabilité et les bouleversements dans la logistique.

## **Crise des relations entre les distributeurs et les marques**

Ce qui préoccupe actuellement les marques et les distributeurs est un conflit larvé : depuis la fermeture des magasins liée aux confinements, les marques établies stimulent leur distribution directe aux consommateurs finaux. Les distributeurs se sentent de plus en plus concurrencés par leurs fournisseurs. Les marques se plaignent quant à elles de ne pas représenter suffisamment les revendeurs et de ne pas disposer de suffisamment de données sur le comportement des clients. Les positions sont dans un état de paralysie – même si les distributeurs et les marques auront besoin les uns des autres à l'avenir.

### À propos du Commerce Report Suisse

Depuis 2009, le Commerce Report Suisse étudie l'importance, l'évolution et les tendances dans la distribution aux consommateurs finaux - en tant que seule série d'études du point de vue des fournisseurs. Les participants sont interrogés par l'Haute école spécialisée de Suisse du Nord-Ouest FHNW. Le promoteur de l'étude est Datatrans from Planet.

### Thèmes sélectionnés

- Des modes de travail plus flexibles pour des besoins d'achat plus variés
- Des possibilités de différenciation dans une concurrence croissante
- Des attentes croissantes en matière de durabilité et d'orientation valeur
- Sept paradigmes de fournisseurs performants en matière de commerce connecté
- Perspectives d'ici 2030 et classement des principales tendances

### Participants

Cette année, l'enquête qualitative a porté sur 32 fournisseurs suisses leaders sur le marché, tels que Brack, Pfister, ON, Ricardo, Migros, Coop et Aldi. Les entreprises participantes génèrent un volume d'e-commerce d'environ 3,1 milliards de francs.

### Téléchargement gratuit

[www.commerce-report.ch/fr/etude-actuelle/](http://www.commerce-report.ch/fr/etude-actuelle/)

### En savoir plus

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

---

### À propos de Datatrans from Planet

Datatrans est leader du marché suisse en matière de solutions de paiement sur mesure pour les boutiques en ligne et les applications mobiles. Dans le cadre de Planet, l'une des plus grandes entreprises technologiques au monde, une plateforme globale de Connected Commerce est en cours de développement. En fusionnant les logiciels, les solutions de paiement et les technologies, les entreprises doivent profiter des avantages d'un monde de plus en plus connecté pour créer des expériences d'achats récurrentes attrayantes pour leurs clients.

Plus d'infos sur [www.weareplanet.com](http://www.weareplanet.com).

### Nous contacter

Patrick Hagmann, Marketing & Project Manager, Datatrans from Planet

044 256 81 91, [marketing@datatrans.ch](mailto:marketing@datatrans.ch)

Prof. Ralf Wölfle, responsable d'étude, Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW)

Responsable Compétences E-Business, 061 279 17 55, [ralf.woelfle@fhnw.ch](mailto:ralf.woelfle@fhnw.ch)

### Annexes à télécharger

- Graphique 1 « Surdistribution et recherche de caractéristiques distinctives »
- Graphique 2 « Les réseaux sociaux comme point de départ des commandes »
- Graphique 3 « Prévisions de croissance de l'e-commerce d'ici 2030 »
- Image de couverture « Commerce Report Suisse 2022 »
- Image d'illustration « Feel-good connected commerce »
- Photo du prof. Ralf Wölfe