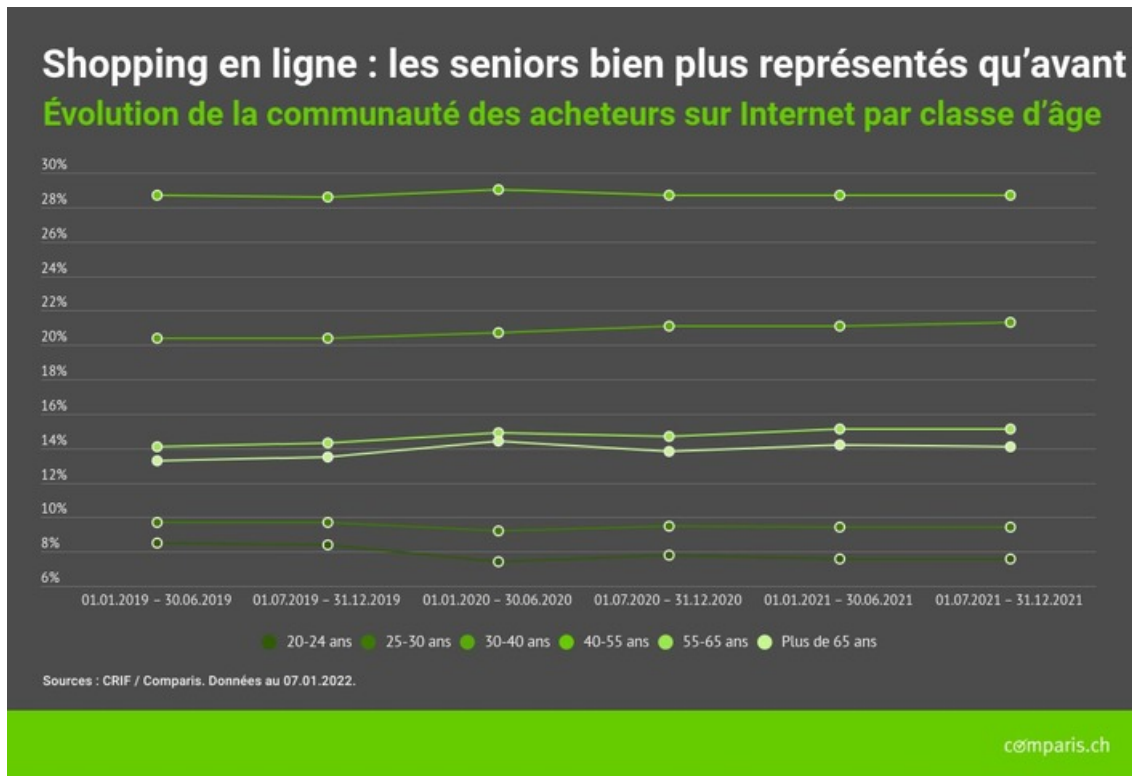


09.02.2022 – 00:30 Uhr

Communiqué de presse: L'impact de la pandémie de coronavirus sur le commerce en ligne



Communiqué de presse

Analyse de l'impact de la pandémie de coronavirus sur le commerce en ligne

Shopping en ligne : les étrangers et les seniors rattrapent leur retard

Les seniors et les titulaires d'un passeport étranger n'ont jamais autant commandé sur Internet. C'est ce que révèle une analyse de Comparis réalisée en collaboration avec la société d'information financière sur la clientèle CRIF. « Sous l'effet de la pandémie de coronavirus, la conversion des seniors au shopping en ligne s'est accélérée, tandis que les jeunes sont en perte de vitesse », déclare Michael Kuhn, expert Consumer Finance chez Comparis. Par ailleurs, la part de la population qui achète sur Internet est beaucoup plus forte en Suisse alémanique qu'en Suisse romande ou italophone.

Zurich, le 9 février 2022 – La pandémie de coronavirus a donné un sérieux coup d'accélérateur aux achats sur Internet : le chiffre d'affaires suisse lié au commerce en ligne devrait atteindre 15 milliards de francs en 2021*, alors qu'il ne s'élevait encore qu'à 13,1 milliards en 2020**. Toujours en 2021, par rapport à l'année précédente, l'entreprise Digitec Galaxus à elle seule a vu son chiffre d'affaires bondir de 16 % pour atteindre 2,1 milliards de francs.

« Forte demande de produits du quotidien »

Le profil de la communauté d'acheteuses et d'acheteurs sur Internet a lui aussi fortement évolué entre début 2019 et fin 2021. Tels sont les résultats d'une analyse menée par le comparateur sur Internet Comparis en collaboration avec la société d'information financière sur la clientèle CRIF. La pandémie a refaçoné sa structure par âge : la proportion des 55-65 ans y est passée de 14,1 % avant la pandémie à 15,1 % à fin 2021. Celle des personnes retraitées (âgées de 65 ans et plus) est passée de 13,3 % à 14,1 % au cours de la même période. Et parmi les plus jeunes, seuls les 30-40 ans marquent une progression dans cette communauté, à savoir de 0,9 point de pourcentage, pour atteindre 21,3 %.

À contrario, la proportion des jeunes adultes âgés de 20 à 24 ans enregistre un léger recul (-0,9 point de pourcentage). En d'autres termes, les générations plus âgées ont contribué de manière disproportionnée à la croissance de ce marché dans le contexte de la pandémie.

« La forte demande de produits du quotidien est l'une des raisons de ce glissement entre les générations », explique Michael Kuhn, expert Consumer Finance chez Comparis. En témoignent les chiffres de Digitec Galaxus : c'est dans les secteurs Supermarché, Bricolage + jardin, Intérieur, Bébé et Jouets que le détaillant en ligne a enregistré la plus forte croissance des ventes. Coop Online n'est pas en reste, avec une progression de 13,4 % en 2021.

Un élan porté par les Alémaniques et les personnes de nationalité étrangère

La forte croissance du shopping en ligne a été largement tirée par les personnes de nationalité étrangère et les Alémaniques. À l'inverse, la proportion des autres régions linguistiques et des titulaires de passeports suisses dans la communauté des adeptes du shopping en ligne a globalement diminué. Avant la pandémie, le poids des acheteuses et acheteurs étrangers (21 % seulement) y était bien largement inférieur à celui de leur représentation dans la population totale (qui est de 25 %). Au second semestre 2021, cette proportion est passée à 23 %.

La part des Alémaniques est en forte hausse : fin 2021, ils représentaient environ 79 % de l'ensemble des acheteuses et acheteurs en ligne, un pourcentage nettement supérieur à leur représentation dans la population totale (74 %).

Premier confinement : augmentation massive des personnes retraitées parmi les acheteuses et acheteurs en ligne

C'est pendant le premier confinement (du 16 mars au 26 avril 2020) que l'évolution du shopping en ligne est la plus flagrante : plus les personnes sont âgées, plus leur part dans les achats sur Internet a augmenté. Au second semestre 2019, la part des personnes retraitées dans la communauté des acheteuses et acheteurs sur Internet était de 13,5 %. Elle est passée à 14,4 % au premier semestre 2020 (soit une augmentation de 0,9 point de pourcentage). La part des 55-65 ans dans le diagramme du shopping en ligne a augmenté de 0,6 point de pourcentage pour atteindre 14,9 %. La proportion des 40-50 ans a progressé de 0,4 point de pourcentage (pour atteindre 29 %). La part des 30-40 ans se relève timidement de 0,3 point de pourcentage (pour atteindre 20,7 %).

En revanche, la proportion de jeunes a diminué. Dans le groupe des 25-30 ans, elle a chuté de 0,5 point de pourcentage (à 9,2 %) lors du premier confinement. La classe des 20-24 ans s'est infléchie de 1 point de pourcentage (à 7,4 %).

« Pendant le premier confinement, les seniors sont restés à la maison plus souvent et ont évité de se rendre dans les magasins. Des enfants, des petits-enfants et des voisins plus jeunes ont parfois pu les aider à réaliser des achats en ligne », explique M. Kuhn.

La poussée du shopping portée par les femmes lors du premier confinement

Même avant la pandémie, la proportion de femmes à réaliser des achats sur Internet était significativement plus élevée que celle des hommes (55,1 % contre 44,5 %). Pendant le premier confinement, au printemps, alors que le shopping en ligne était en plein essor, elle est remontée à 56,1 %. La proportion de femmes dans la population totale étant de 50,4 % selon l'Office fédéral de la statistique (OFS), les femmes sont nettement surreprésentées parmi les auteurs de commandes sur Internet.

« En raison de la fermeture de tous les commerces non essentiels, de la peur du risque d'infection et, généralement, des restrictions de déplacement, de nombreux produits du quotidien, par exemple des denrées alimentaires, ont été achetés sur Internet plutôt qu'en magasin. Le plus souvent par des femmes », déclare l'expert Comparis.

Du point de vue des régions linguistiques, c'est la population alémanique qui a stimulé la croissance du marché lors du premier confinement. Les titulaires d'un passeport étranger achètent également beaucoup plus sur Internet. Ainsi, la part du commerce en ligne attribuable aux Allemands vivant en Suisse est passée de 17,5 % à 18,4 % de tous les étrangers.

Deuxième confinement : la plus forte croissance concerne les étrangers

Lors du deuxième confinement (du 11 janvier au 1er mars 2021), les générations plus âgées ont une fois de plus été le moteur de la croissance du shopping en ligne. Cependant, l'effet a été plus faible que lors du premier confinement. La proportion de personnes âgées de 65 ans et plus et des 55-60 ans a augmenté de 0,5 et 0,3 point de pourcentage respectivement. Quant à la classe des 20-24 ans, leur proportion a diminué de 0,2 point de pourcentage.

Lors du deuxième confinement, la progression des personnes de nationalité étrangère sur le marché du shopping en ligne a été nettement plus dynamique que lors du premier confinement. Leur proportion est passée de 22 % à 23 %. La part des Suissesses et des Suisses a quant à elle perdu 1,1 point de pourcentage, passant de 78 à 76,9 %.

Les personnes à la retraite gardent du potentiel

« Comme de plus en plus de seniors et de titulaires d'un passeport étranger achètent en ligne, les écarts se resserrent entre le poids de ces catégories dans la population et leur représentation parmi les acheteuses et acheteurs sur Internet », observe M. Kuhn. Étant donné que de plus en plus de personnes de plus de 65 ans achètent derrière un écran par rapport à 2019, leur proportion de 14,1 % parmi les acheteuses et acheteurs sur Internet est déjà nettement plus proche de leur potentiel, à savoir 18,8 % de la population totale.

À l'autre bout du spectre : les 40-55 ans. Fin 2021, ils étaient les plus surreprésentés par rapport à la pyramide des âges en Suisse. Au second semestre 2021, ils représentaient 28,7 % de l'ensemble des acheteuses et acheteurs en ligne, alors qu'ils ne représentent que 21,4 % de la population.

* Enquête en ligne de l'association de commerce.swiss (en allemand)
https://digitalcollection.zhaw.ch/bitstream/11475/23074/3/Zumstein-Oswald-Brauer_Onlinehaendlerbefragung-2021-final_final.pdf

** Données de l'association de commerce.swiss, de l'institut de sondage et d'études de marché GfK et de La Poste Suisse
https://handelsverband.swiss/wp-content/uploads/2021/03/Marche-de-la-vente-en-ligne-Suisse-2020_Version-Medias.pdf

Autres sources

- Office fédéral de la statistique ([Bilan démographique selon le niveau géographique institutionnel](#)). PxWeb [admin.ch])

Méthode

Données de CRIF, partenaire de solvabilité Comparis, données du 07.01.2022, ainsi que de l'Office fédéral de la statistique ([Bilan démographique selon le niveau géographique institutionnel](#). PxWeb [admin.ch]). L'analyse porte sur les semestres écoulés entre 2019 et 2022. Dans la mesure du possible, les données analysées ont été comparées aux statistiques officielles de l'ensemble de la population suisse. Chaque sujet n'a été compté qu'une fois par semestre, quel que soit le nombre d'achats qu'il a réalisés.

Informations complémentaires:

Michael Kuhn

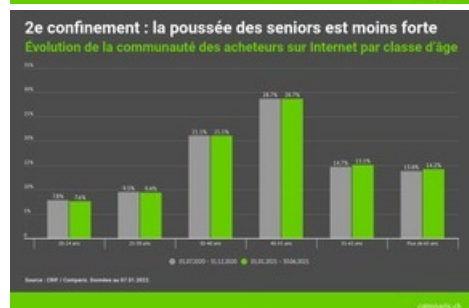
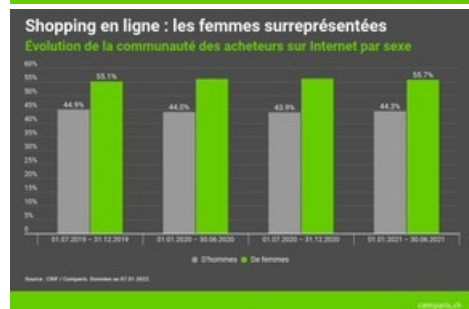
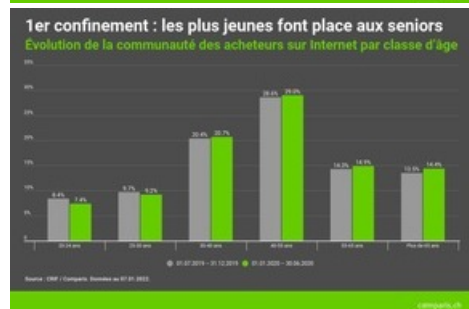
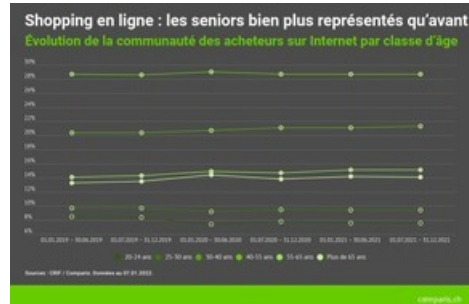
Expert Consumer Finance

Téléphone : 044 360 53 91

E-Mail : media@comparis.ch

comparis.ch

Medieninhalte





Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100003671/100884913> abgerufen werden.