

EXTRAIT DE CONCLUSIONS IMPORTANTES : LA NOUVELLE CLIENTÈLE DU COMMERCE DE DÉTAIL SUISSE

Tendances, habitudes d'achat et satisfaction des clients

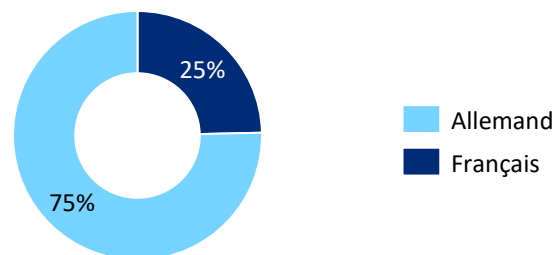
Décembre 2021

RÉSUMÉ DES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

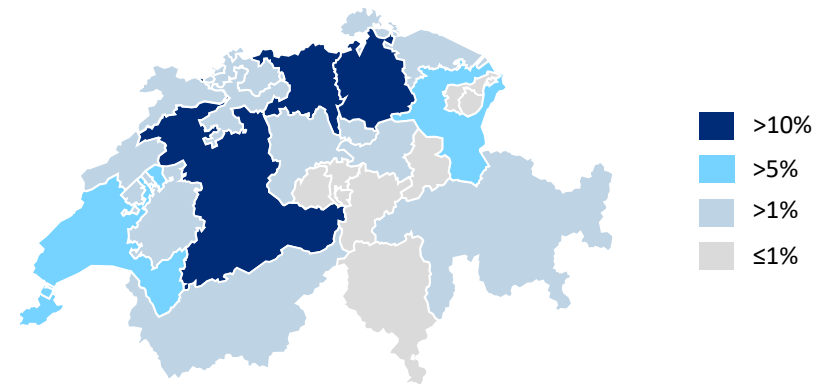
- Ces dernières années, on a observé une nette augmentation du nombre de clients qui achètent principalement en ligne ou à la fois en ligne et en magasin ;
- Seule une petite majorité de l'ensemble des clients fait encore ses achats principalement en magasin : ces achats correspondent aux articles de commodité et de kiosques (94%) ainsi qu'aux produits alimentaires (84%) pour la part la plus élevée, aux livres et à la musique (22%) ainsi qu'à l'électronique (25%) pour la part la plus faible;
- Les plus fortes réticences à l'achat en ligne sont dues à l'impossibilité de choisir ou de tester les produits et au montant des frais de livraison ;
- L'essor de la vente en ligne ou omnicanal est généralement dû davantage aux circonstances de la pandémie qu'au profil des entreprises. Fait exception à cette règle le e-commerce alimentaire (« E-food », avec la nouvelle apparition de « livreurs express » ;
- La mégatendance de la durabilité est un facteur pertinent pour tous les clients, mais le prix reste néanmoins plus important que les éventuels labels de durabilité ;
- Les labels et les certifications sont pris en compte lors de l'achat, mais de nombreux clients ne savent pas exactement ce que représentent les labels, même s'ils les connaissent.

LA PRÉSENTE ÉTUDE A ÉTÉ RÉALISÉE SUR UN ÉCHANTILLON REPRÉSENTATIF DE 2'094 PARTICIPANTS AU COURS DES SEMAINES 45/46 DE 2021

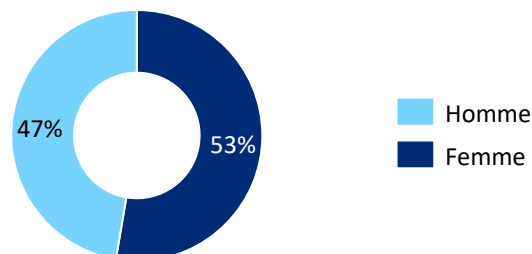
Langue



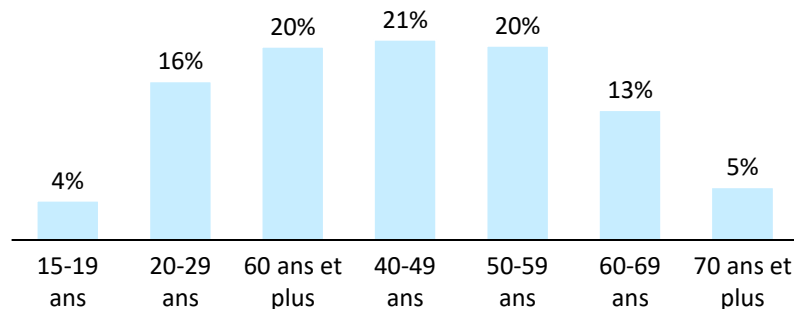
Canton de domicile



Sexe



Age



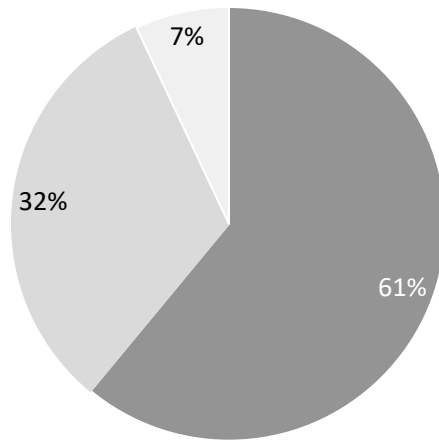
Les résultats de 2021 ont été partiellement comparés à ceux de l'étude équivalente de 2019

UNE PETITE MAJORITÉ CONTINUE À FAIRE SES ACHATS PRINCIPALEMENT EN MAGASIN, MAIS LES ACHATS EN LIGNE ET PAR INTERNET ONT PRIS DE L'IMPORTANCE DEPUIS 2019.

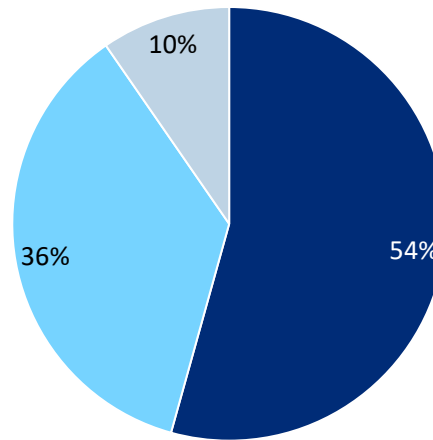
Canaux d'achat¹

n = 2'094

Etat 2019



Etat 2021



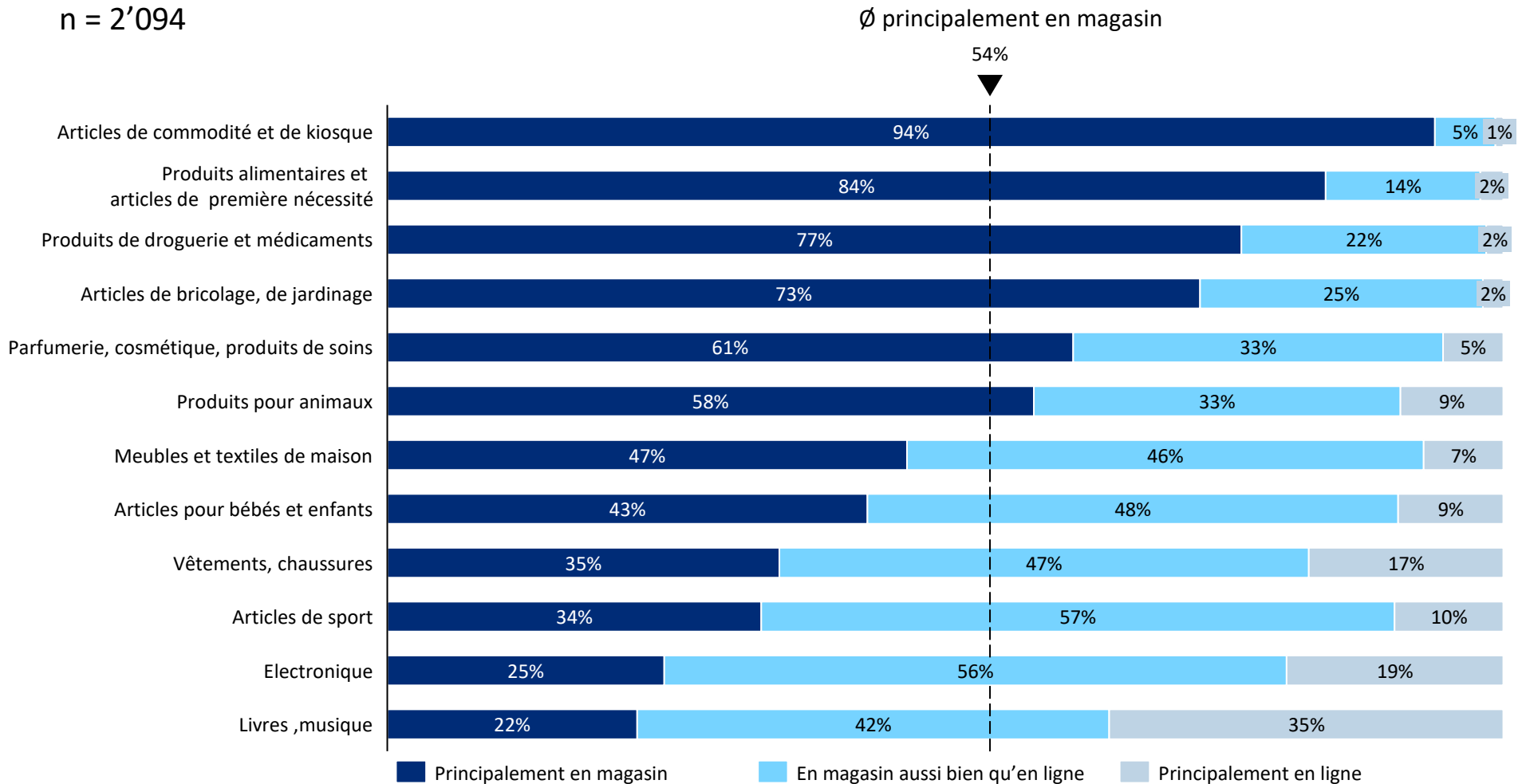
- Une petite majorité continue d'acheter «principalement en magasin»
- Les réponses «aussi bien en magasin qu'en ligne» et «principalement en ligne» progressent
- Canaux préférés pour les achats en ligne:
 - PC / Laptop 49%
 - Smartphone / tablette 34%
 - Les deux 17%

■ Principalement en magasin ■ En magasin aussi bien qu'en ligne ■ Principalement en ligne

1. Question : Par quel canal couvrez-vous la majeure partie de vos achats ? | Source : étude Oliver Wyman (2021)

L'IMPORTANCE DU CANAL EN LIGNE DIFFÈRE NETTEMENT SELON LE SEGMENT CONSIDÉRÉ

Canaux d'achat¹, par segment,
n = 2'094

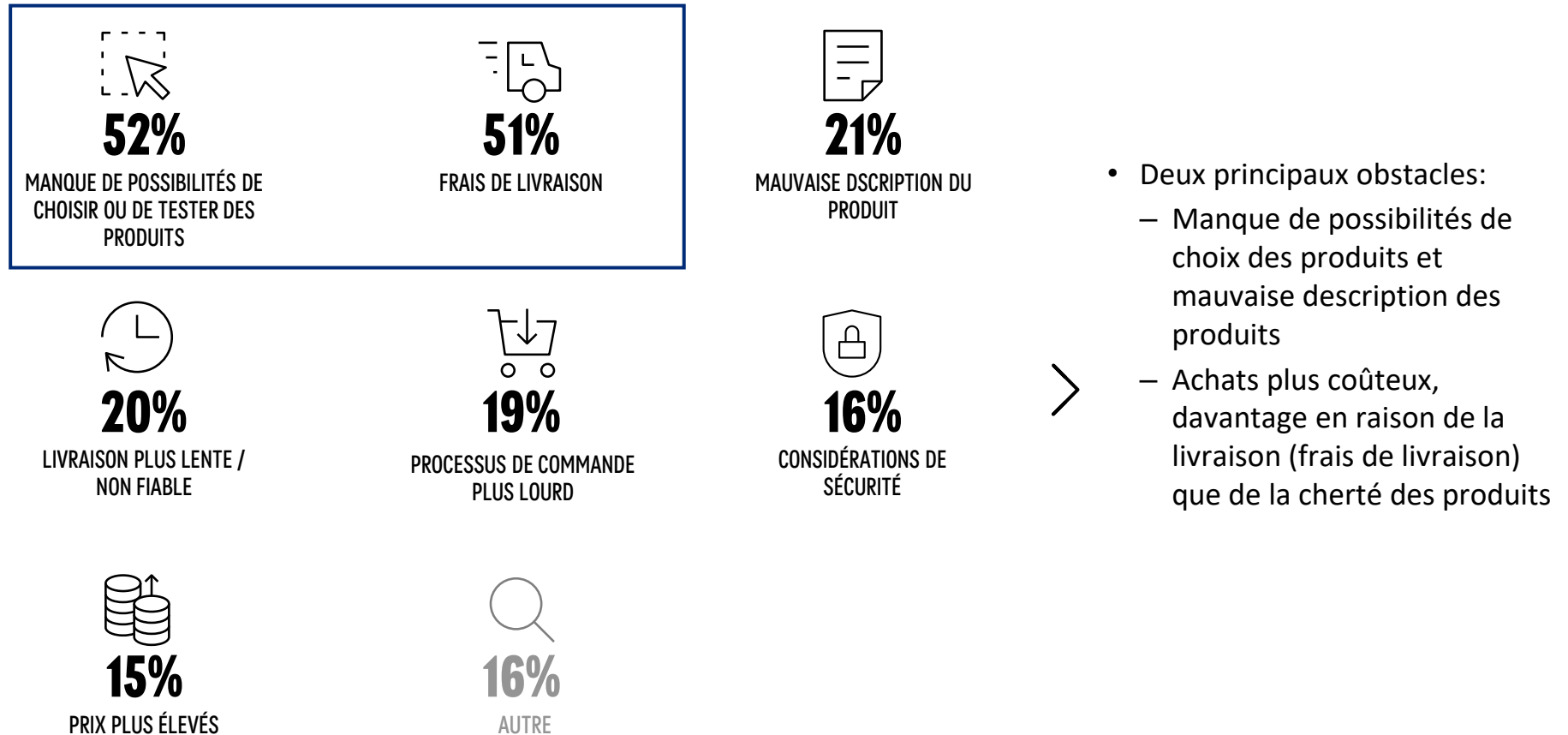


1. Question : Par quel canal couvrez-vous la majeure partie de vos achats ? | Source: étude Oliver Wyman (2021)

LES PERSONNES QUI ACHÈTENT PRINCIPALEMENT EN MAGASIN POINTENT SURTOUT L'IMPOSSIBILITÉ DE CHOISIR/TESTER AINSI QUE LES FRAIS DE LIVRAISON POUR LES ACHATS EN LIGNE.

Principaux obstacles au shopping en ligne¹, au total

n = 2'094, dont uniquement des «acheteurs principalement en commerce stationnaire»



Question : Quels sont pour vous les principaux obstacles à l'achat en ligne ? (plusieurs réponses possibles) ; uniquement les personnes interrogées qui achètent principalement en stationnaire | Source: étude Oliver Wyman (2021)

QUELQUES AUTRES TENDANCES, DONT TROIS SONT APPROFONDIES DANS LES PAGES SUIVANTES





- Le tourisme d'achat a perdu de son importance par rapport à 2019.
- L'éventail des services omnicanaux a finalement peu changé, mais les consommateurs sont plus nombreux à les utiliser qu'en 2019.
- 🔍 L'une des exceptions à cette règle est l'apparition de nouveaux "livreurs express" pour les achats alimentaires. Ils expliquent entre autres la nette progression de l'utilisation du canal en ligne pour ce type d'achat.
- Le paiement en liquide reste apprécié chez les acheteurs en magasin, mais a été dépassé par d'autres formes de règlement au total.
- 🔍 La durabilité joue un rôle (important) pour la majorité des acheteurs, ce qui se reflète aussi dans les habitudes d'achat.
- 🔍 Les labels et certifications sont prise en compte par les acheteurs, mais beaucoup d'entre eux ne savent pas exactement à quoi ils correspondent, même s'ils les connaissent.

🔍 Approfondissements sur les pages suivantes

UNE FORTE AUGMENTATION A ÉTÉ CONSTATÉE CHEZ LES PERSONNES INTERROGÉES QUI ACHÈTENT ÉGALEMENT DES PRODUITS ALIMENTAIRES EN LIGNE, PAR EXEMPLE DANS LES SUPERMARCHES EN LIGNE ET AUPRÈS DES LIVREURS EXPRESS.

Ont ces 12 derniers mois acheté des denrées alimentaires en ligne¹

n = 2'094

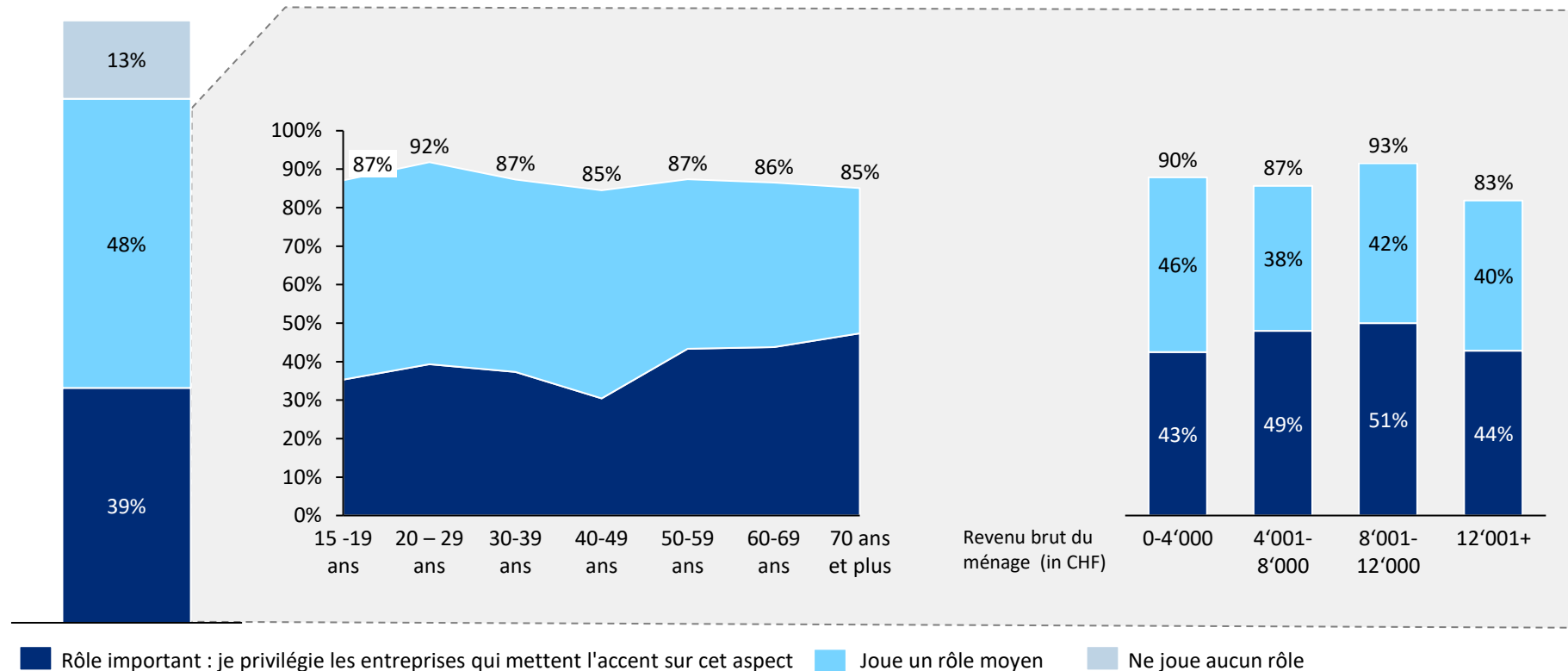
		TOUS LES SONDÉS		Variation (en points de pourcentage)
		2021	2019	
	Comme solution de recharge aux achats en magasin auprès de Supermarchés en ligne (p. ex. LeShop, Coop@home, Farmy)	22%	17%	+5
	Comme solution de recharge à l'achat en ligne, auprès de fournisseurs express (p. ex. Stash, heymigrolino)	3%	(0%)	+3
	Pour des recettes (p. ex. par Hello Fresh)	3%	4%	-1
	Pour des repas finis (p. ex par Eat.ch)	15%	13%	+2

Questions : Au cours des 12 derniers mois, avez-vous acheté des produits alimentaires en ligne ? | Source: étude Oliver Wyman (2021)

PAS PLUS DE 13% DES PERSONNES INTERROGÉES DÉCLARENT QUE LA DURABILITÉ NE JOUE AUCUN RÔLE DANS LE CHOIX DE LEUR FOURNISSEUR.

Importance de la durabilité selon des critères démographiques¹

n = 2'094

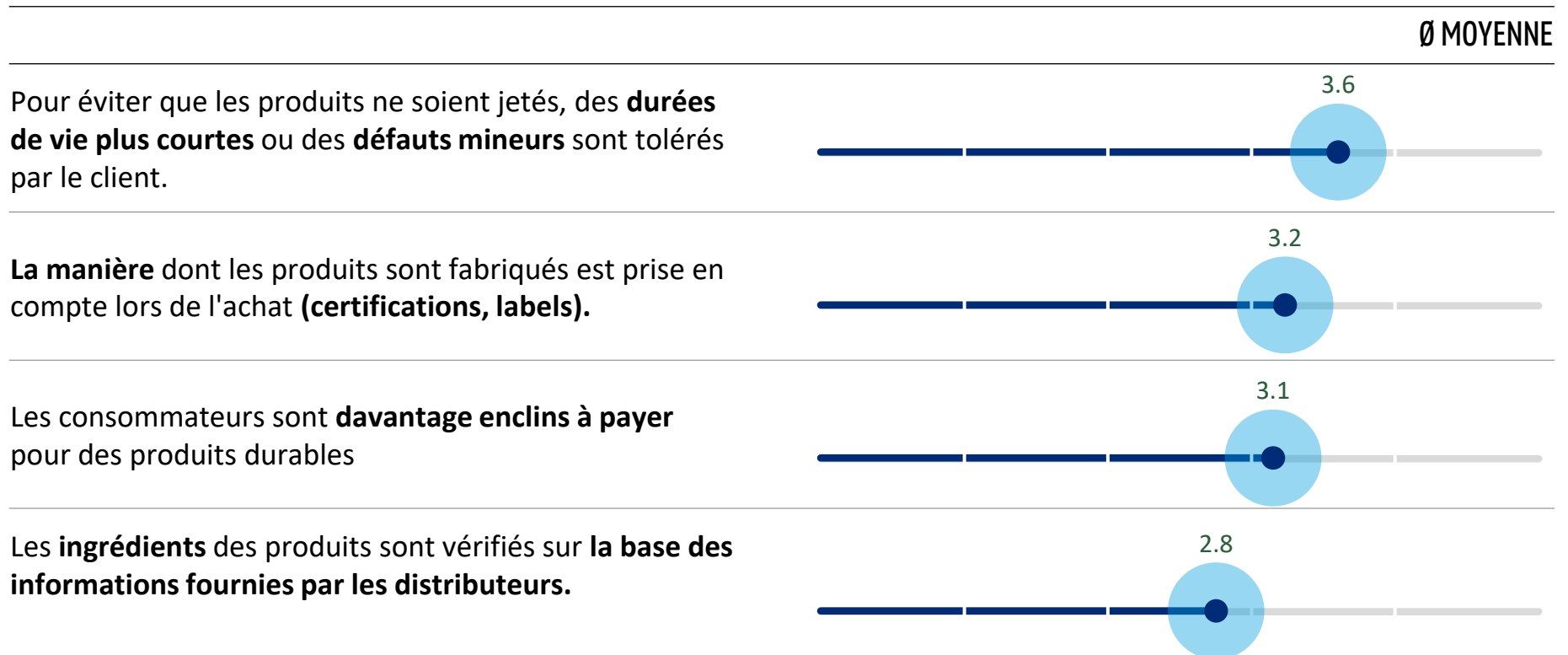


1. Question : Quel rôle joue pour vous le fait que les entreprises accordent une grande importance à la durabilité de leurs produits ? | Source : étude Oliver Wyman (2021)

LES PERSONNES INTERROGÉES SONT ÉGALEMENT ATTENTIVES À DIFFÉRENTS CRITÈRES DE DURABILITÉ, LE PLUS SOUVENT POUR ÉVITER LE GASPILLAGE.

Durabilité et habitudes d'achat¹

n = 2'094, échelle 1 - 5 (jamais - toujours)

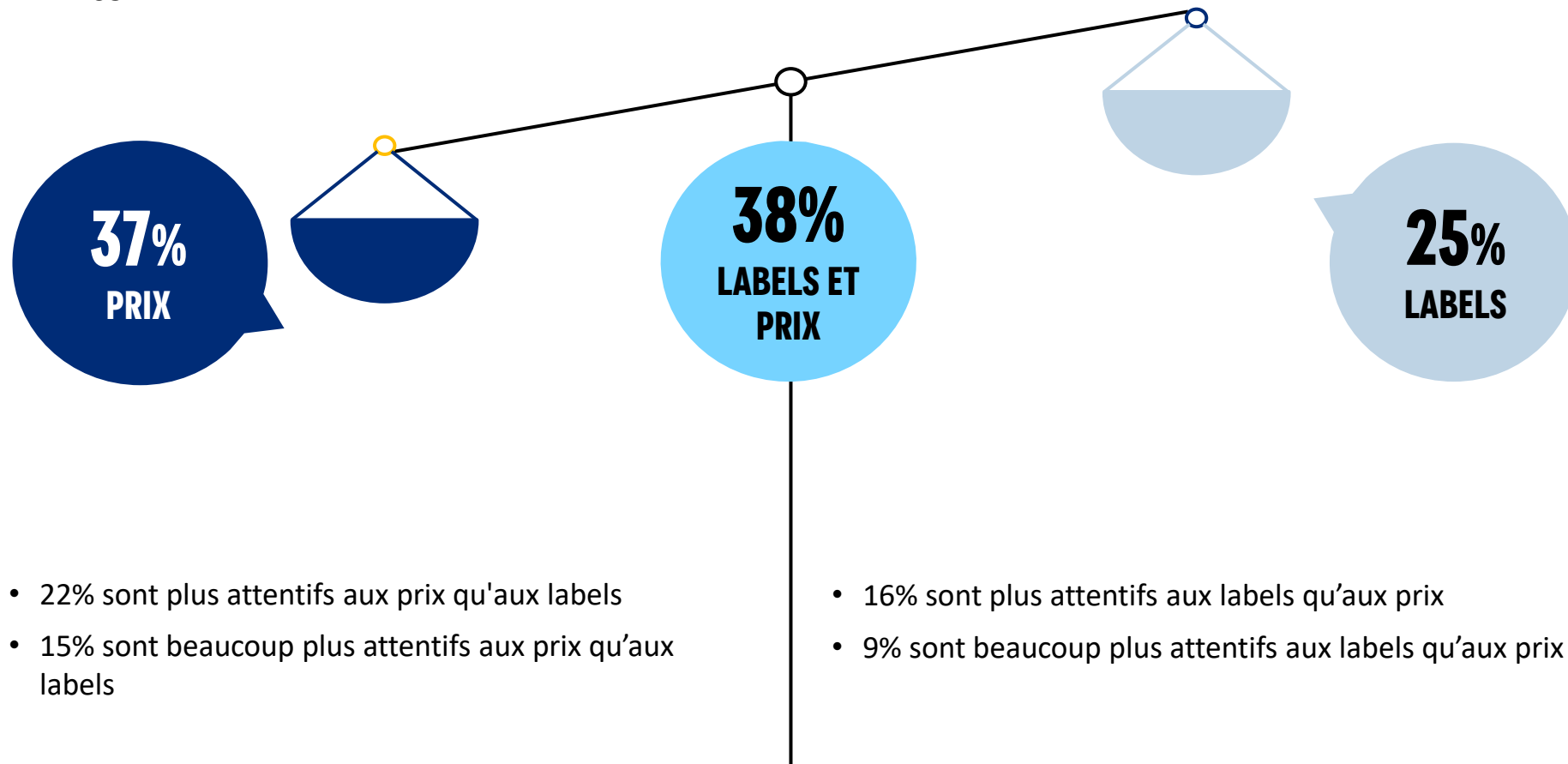


Question : A quelle fréquence faites-vous attention aux caractéristiques suivantes lorsque vous faites vos achats, ou vous reconnaissez-vous dans ces caractéristiques. Caractéristiques à évaluer : 1) "Je suis prêt-e à payer davantage pour des produits à durée de vie courte ou présentant de petits défauts pour éviter qu'ils ne soient jetés" ; 2) "Je fais attention à la manière dont les produits sont fabriqués (certifications, labels)" ; 3) "Je suis prêt-e à payer plus cher pour des produits dont je pense qu'ils ont été fabriqués selon des critères de durabilité" ; 4) "Je vérifie les ingrédients des produits que j'achète grâce aux informations fournies par les commerçants (par ex. codes QR sur l'emballage ou l'étiquette)". Source: étude Oliver Wyman (2021)

A L'ACHAT, TOUTEFOIS, LE PRIX COMPTE DAVANTAGE QUE LE LABEL DE DURABILITÉ

Importance comparée du prix et du label de durabilité¹

n = 2'094



1. Question : Labels de durabilité ou prix, à quoi faites-vous en principe davantage attention lors de vos achats ? | Source: étude Oliver Wyman (2021)

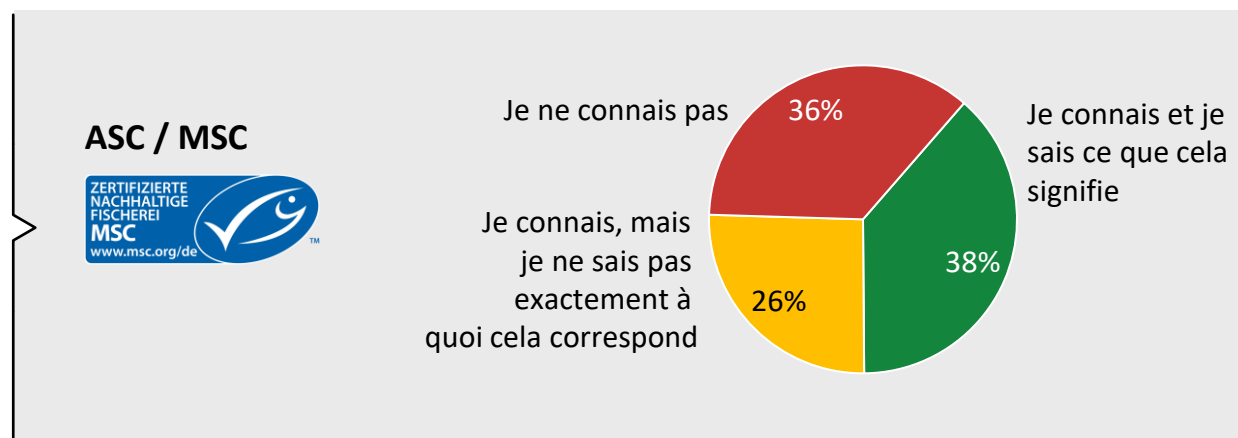
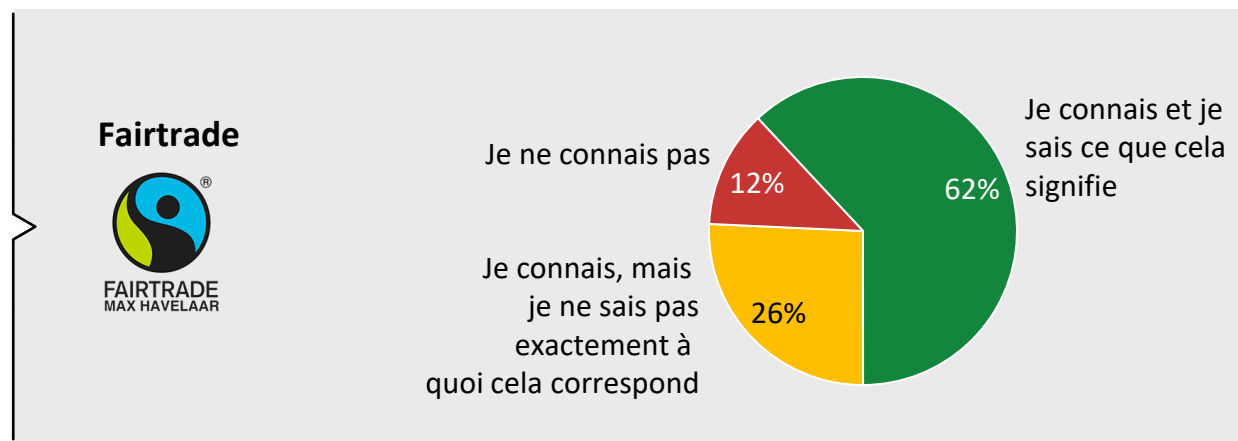
26% DE TOUS LES CLIENTS NE SAVENT PAS EXACTEMENT CE QUE REPRÉSENTE UN LABEL, MÊME S'ILS LE CONNAISSENT.

Degré de notoriété des labels pour des denrées alimentaires et des articles de première nécessité (sélection)¹

n = 2'094

26%

Indiquent, en moyenne, qu'ils connaissent un label, mais sans savoir exactement ce qu'il représente



1. Question; quels labels de durabilité pour des produits alimentaires et des articles de première nécessité connaissez-vous et lesquels pouvez-vous évaluer? | Source: étude Oliver Wyman (2021)



A business of Marsh McLennan