



LE E-COMMERCE EN SUISSE - 2016

UN SECTEUR EN FORTE CROISSANCE

La situation géographique de la Suisse nichée au cœur de l'Europe et à proximité directe de l'Allemagne, la France, l'Italie ou encore le Liechtenstein lui confère une place de choix pour les acteurs étrangers qui souhaitent développer leur activité en ligne. La diversité des langues parlées apporte un réel avantage et permet ainsi aux acteurs du web de communiquer dans trois langues différentes qui sont l'allemand, le français et l'italien.

Avec un taux de pénétration d'Internet qui s'élève à 82%, contre 78% pour la moyenne mondiale et un panier moyen d'achat en ligne encore une fois plus élevé que la moyenne avec 1'949 CHF (1'763 EUR) dépensés par acheteur chaque année, la Suisse dispose d'avantages marqués en matière de E-Commerce et les entreprises étrangères ont tout à y gagner !

Doté d'un pouvoir d'achat parmi les plus élevés au monde et face à des prix plus hauts que dans les autres pays, le consommateur a tendance à se diriger vers de l'E-Commerce transfrontalier. En effet, l'achat transfrontalier gagne du terrain et les consommateurs suisses sont près de 90% à avoir déjà commandé sur des boutiques en ligne étrangères.

Les Suisses ont ainsi placé des commandes en ligne auprès d'acteurs étrangers à hauteur de près de 1,2 milliard de CHF en 2014. La valeur des commandes en ligne que les Suisses font expédier par des acteurs étrangers à un poste de retrait proche de la frontière et qu'ils importent eux-mêmes en Suisse est estimée à 200 millions de CHF.

Les principales motivations des clients seraient les coûts réduits (prix des articles, avantages en termes de devises, avantages en termes de taxe sur la valeur ajoutée) et l'étendue de l'offre étrangère ce qui comprend l'accès à des marchandises non disponibles en Suisse, notamment des produits de marque.

Les statistiques de l'Association suisse de vente à distance et de GfK Switzerland confirment ainsi la croissance : en 2015, 6,1 milliards de CHF de produits physiques ont été achetés en ligne en Suisse, soit 9,9% de plus que l'année précédente. Rapportée au volume total du commerce de détail en Suisse estimé par GfK à 98,1 milliards de CHF en 2014, la part des commandes en ligne atteint 6,2%.

LE PORTRAIT DU CONSOMMATEUR SUISSE

En Suisse le consommateur moyen est plutôt à l'aise avec les achats en ligne, puisque 56% des internautes achètent au moins une fois par mois en ligne. La part de la population n'ayant jamais effectué d'achats sur internet est relativement faible : 6%. Les femmes constituent la majorité des consommateurs qui effectuent leurs achats sur internet, en revanche, elles achètent moins fréquemment que les hommes, qui sont 42,3% à effectuer un à deux achats par mois.

Un autre profil qui est plutôt bien représenté dans le secteur du E-Commerce est le senior. En effet, cette tranche d'âge atteint les 80% à surfer quotidiennement sur internet. De plus, un tiers d'entre eux achète au minimum une fois par mois sur une boutique E-Commerce, cependant les seniors sont toujours adeptes du multicanal et se rendent fréquemment en magasins physiques pour voir et toucher les produits qu'ils commanderont en ligne une fois chez eux.

LES PRODUITS CONVOITÉS EN SUISSE

Comme dans de nombreux pays à l'heure actuelle, les produits électroniques et l'habillement sont les deux types de produits phares. Le secteur de l'alimentation fonctionne plutôt bien en ligne, puisqu'il a généré 15,8% des revenus du E-Commerce suisse l'an passé. La dépense moyenne annuelle pour la mode et les accessoires atteint 535 CHF par consommateur.

L'ÉMERGENCE DU SOCIAL-MOBILE

Les réseaux sociaux font partie du quotidien des internautes suisses, puisque 40% d'entre eux les fréquentent tous les jours, mais seulement 12% ont déjà passé commande sur une boutique en ligne via un réseau social. En revanche le canal mobile est à présent bien intégré puisque 70% des internautes actifs sont en fait des mobinautes, mais là encore la part de ces personnes effectuant des achats en ligne est encore faible : seulement 15,8% des ventes totales réalisées en ligne sont concernées. Quant au référencement, il semble être le meilleur moyen pour les E-Commerçants de générer du trafic et donc d'obtenir des chances supplémentaires de générer des ventes.

De nombreux acteurs de la vente en ligne considèrent Google comme la meilleure source de trafic et se lancent également dans des campagnes de référencement payantes, les fameuses campagnes Google Adwords, pour gagner en visibilité.



INDICATEURS CLÉS

POPULATION SUISSE EN 2014 : 8,1 millions d'habitants

NOMBRE D'INTERNAUTES

- Proportion d'utilisateurs réguliers en 2014 : 89%
- 8 Suisses sur 10 sont actifs sur internet avec une durée moyenne de 5 heures par semaine
- 75% des internautes ont plus de 14 ans
- 98% des 14 – 30 ans utilisent internet
- 53% des plus de 60 ans utilisent régulièrement internet
- 69% possèdent un smartphone (moyenne européenne de 44%)

% DE LA POPULATION QUI ACHÈTE EN LIGNE

La Suisse arrive au troisième rang européen pour les achats en ligne (71% pour le Royaume-Uni, suivi du Danemark, la Suisse puis l'Allemagne en 4ème position) avec 62% des adultes suisses qui effectuent au moins un achat en ligne en un trimestre contre 38% pour la moyenne européenne. 50% des Suisses achètent en ligne régulièrement.

ACTEURS ÉTRANGERS DU E-COMMERCE PLÉBISCITÉS

Le marché du E-commerce est estimé à 9.1 milliards de CHF en Suisse dont 6,1 milliards de CHF de produits physiques qui ont été achetés en ligne en Suisse. La Suisse enregistre ainsi un taux de croissance stable qui atteint 13% en 2015.

Les acteurs étrangers du E-commerce sont particulièrement plébiscités. En effet, plus d'un tiers des achats en ligne, soit 35% sont effectués sur des plateformes étrangères dont:

- 36% depuis des sites allemands
- 14% depuis des sites français
- 13% depuis des sites américains
- 10% des sites chinois

Le Franc fort pèse sur la compétitivité des entreprises suisses et pousse les consommateurs à se tourner de plus en plus vers la concurrence étrangère à proximité directe de la Suisse :

- 72% pour des raisons de prix
- 41% par nécessité car le produit est introuvable sur le marché
- 37% pour bénéficier d'un plus grand choix

PANIER MOYEN

- Montant des dépenses annuelles moyennes par acheteur : 1'949 CHF / an
- Nombre moyen d'articles commandés : 8

QU'ACHÈTENT LES CYBERACHETEURS ? En millions de CHF

• Transport de personnes par avion.....	35
• Équipement informatique.....	13
• Livres et brochures.....	12
• Vacances et hébergements.....	12
• Équipements et accessoires audiovisuels et de photographie.....	8
• Théâtre, concert, cinémas, musées.....	7
• Transport (sans avion).....	4

DÉPENSES MOYENNES ANNUELLES EN LIGNE

- 1500 CHF pour les vacances et transports
- 538 CHF pour les produits électroniques
- 535 CHF pour la mode et les accessoires
- 480 CHF pour la nourriture et les boissons

À noter que les acheteurs sont abonnés à 6,5 Newsletter en moyenne, et que 79% d'entre eux ont déjà acheté via une Newsletter.

POINTS FORTS DU MARCHÉ

- Marché en pleine expansion et exacerbé depuis l'abolition du taux plancher par la BNS le 15 janvier 2015 de 1,20 franc suisse pour 1 euro, plateformes étrangères de E-commerce et limitrophes de la Suisse particulièrement plébiscitées. (France et Allemagne notamment).
- Rapidité de livraison, flexibilité, accès client 24/24, facilité de retour sont les plus grands motivateurs d'achat pour les Suisses et les facteurs clés de succès.
- Marché très fréquenté par les seniors (> 55 ans) : 80% se connectent par jour, 1/3 achètent au moins une fois par mois en Suisse, dans un pays marqué par une population vieillissant.
- Acteurs étrangers du E-commerce particulièrement plébiscités pour l'étendue de l'offre et la compétitivité des prix (par exemple Amazon).
- 70% des Suisses se connectent par appareils mobiles : 5.3% des achats se font via ce moyen.

LES PRINCIPAUX ACTEURS DU E-COMMERCE EN SUISSE

- Les 100 plus grands sites de shopping de Suisse ont réalisé un chiffre d'affaires de 0,7 milliard de francs en 2014, soit une augmentation de 1,5% par rapport à 2013.
- Selon le classement de l'EHI Retail Institute, c'est le site Digitec qui a réalisé le meilleur chiffre d'affaires parmi les plateformes d'E-commerce helvétiques. En 2012, le vendeur de matériel informatique et high-tech affichait 508,5 millions de francs.
- En quatrième position, Zalando réalise un chiffre d'affaires de 160 millions de francs, devant le shop.ch (Migros) et ses 152 millions. Avec les 92,5 millions de francs de coopathome.ch, la Coop se place huitième.

MOYENS DE PAIEMENT PROPOSÉS PAR LES SITES E-COMMERCE

- Sur facture : 88%
- Carte de crédit : 6%
- Paiement par avance : 4%
- Carte de paiement (débit) : 2%

Il est à noter également que Paypal est un moyen de paiement peu utilisé, et que 40% des acheteurs préfèrent la carte de crédit. Ils dépensent en moyenne 41% de plus que ceux qui utilisent un moyen de paiement différent.

PRINCIPAUX SECTEURS DU E-COMMERCE EN SUISSE

SUPERMARCHE (Coop, Migros, Manor etc.)
VENTE PAR CORRESPONDANCE (Jelmoli, VAC etc.)
VENTES PRIVEES
ALIMENTATION & EPICERIE
TRAITEUR, CHOCOLATERIE & CONFISERIE
PIZZERIA, REPAS A DOMICILE
BOISSONS, VINS & ALCOOLS
PRODUITS DU TERROIR
TAB
AC & CIGARES
MODE, CHAUSSURES & ACCESSOIRES
LINGERIE
BIJOUTERIE & HORLOGERIE
SPORT, VETEMENTS & STREETWEAR
BEAUTE & COSMETIQUE
SANTE, SOINS

BIO & PRODUITS NATURELS
INFORMATIQUE & BUREAUTIQUE
TV, HI-FI & MULTIMEDIA
JOUETS, LOISIRS ET JEUX
NAISSANCE & PETITE ENFANCE
LIVRES, CD-DVD & JEUX VIDEOS
IMPRESSION & PHOTOS
GARDEN CENTER, OUTILLAGE & JARDINAGE
FLEURISTES
DECORATION, TISSUS & INTERIEUR
EQUIPEMENT D'INTERIEUR & MAISON
AMEUBLEMENT & ELECTROMENAGER
ARTISANAT, LOISIRS CREATIFS & BRICOLAGE

LEGISLATION E-COMMERCE EN SUISSE

ABSENCE DE TEXTE LEGISLATIF POUR LE COMMERCE ELECTRONIQUE

Contrairement à l'Union européenne qui s'est dotée de règles protégeant les consommateurs, aucune législation ne couvre le commerce électronique en Suisse, hormis la loi contre la concurrence déloyale entrée en vigueur en 2012. Néanmoins, les règles du Code des obligations, applicables aux contrats de vente traditionnels, font foi.

CONTRAT DE VENTE : UN SEUL CLIC SUFFIT

En cliquant sur l'onglet "je passe commande", le client d'une boutique en ligne suisse conclut un contrat de vente au sens des articles 197 et suivants du Code des obligations. La forme écrite n'est pas nécessaire, un seul clic suffit.

DROIT DE REVOCATION

Le droit suisse ne prévoit aucun délai de rétraction ou autre droit de retour une fois la commande passée. Le vendeur peut prévoir une telle clause, mais n'est soumis à aucune obligation en la matière. Cela signifie qu'en Suisse, par défaut, un achat en ligne est final (sauf si les conditions de vente ne sont pas remplies par le marchand), une fois que le numéro de carte de crédit a été donné et que le bouton "Confirmer la commande" a été cliqué.

A noter que la majorité des sites marchands s'aligne sur la législation européenne et prévoit un droit de retour dans leurs Conditions générales de vente.

DELAI DE LIVRAISON

Le droit suisse ne prévoit pas de délai maximal de livraison. Pour rassurer les clients, le vendeur peut en prévoir un dans le contrat.

RECOURS EN CAS DE NON-LIVRAISON

Contrairement à la réglementation européenne qui prévoit que les produits achetés en ligne doivent être livrés dans un délai de 30 jours à compter de la commande, sauf accord contraire avec le vendeur, en Suisse, comme il n'y a pas de délai maximal à respecter pour le vendeur, c'est à l'acheteur de mettre en demeure le vendeur de s'exécuter dans un délai raisonnable et ensuite de demander soit la résiliation soit la diminution du prix.

OBLIGATIONS DE L'ACHETEUR EN CAS DE RÉTRACTATION

En Suisse, le renvoi est aux frais de l'acheteur, mais aucun délai n'est précisé.

LE DROIT À UNE INFORMATION CLAIRE

Depuis avril 2012, la Loi contre la concurrence déloyale oblige les sites de vente en ligne à faire figurer certaines informations conformément à l'article [3 al.1 let. s LCD](#).

L' article 3 définit quelles informations doivent obligatoirement être fournies par les exploitant de E-commerces:

"Agit de façon déloyale celui qui, notamment, propose des marchandises, des œuvres ou des prestations au moyen du commerce électronique sans remplir les conditions suivantes:

1. Indiquer de manière claire et complète son identité et son adresse de contact, y compris pour le courrier électronique
2. Indiquer les différentes étapes techniques conduisant à la conclusion du contrat (l'acheteur doit pouvoir savoir où il en est dans le processus d'achat)
3. Fournir les outils techniques appropriés permettant de détecter et de corriger les erreurs de saisie avant l'envoi d'une commande, (si j'écris « Tartempion » dans la case « numéro de téléphone », le système doit m'avertir d'une erreur)
4. Confirmer sans délai la commande du client par courrier électronique"

GARANTIE DE DEUX ANS

En Suisse, depuis le 1er janvier 2013, si un produit se révèle défectueux ou non conforme à sa description, l'acheteur bénéficie d'une garantie de deux ans (pour les produits non périssables). La durée de la garantie ne peut pas être diminuée, mais la garantie peut être supprimée par le contrat.

RÉPARATION, REMPLACEMENT, REMBOURSEMENT

Lorsqu'un consommateur achète un produit défectueux en Suisse, il dispose de deux ans pour en demander l'échange, le remboursement ou une diminution du prix. La réparation n'est quant à elle pas prévue par la loi, mais elle l'est très souvent par les conditions de vente. Si le produit ne peut être remplacé par un objet similaire, il est possible d'exiger un remboursement ou une réduction de prix. Par contre si le vendeur propose un échange immédiat par un objet strictement similaire, l'acheteur est tenu de l'accepter.

LOI SUR LA PROTECTION DES DONNÉES

A partir du moment où des données sensibles sont récoltées sur les clients, un site de e-commerce est soumis à la loi fédérale sur la protection des données.

FOR ET DROIT APPLICABLE

Comme il s'agit de contrat de consommation, ce sont généralement des règles protectrices du consommateur qui s'appliquent. Ce dernier pourra choisir d'attaquer en justice le vendeur soit au lieu de son propre domicile soit au lieu du domicile du vendeur ([art. 32 du Code de procédure civile](#) et [art. 15 à 17 de la convention de Lugano](#); [art. 114 LDIP](#)). Le vendeur ne peut en principe pas lui imposer le lieu. De même, ce sera généralement le droit du domicile du consommateur qui trouvera application si le contrat a été conclu sur un site disponible en Suisse et permettant les commandes depuis la Suisse ([art. 120 LDIP](#)). Compte tenu de la meilleure protection donnée en Europe, le consommateur aurait intérêt à ce que ce soit le droit européen qui s'applique et non le droit suisse.

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Il est obligatoire pour tous les E-marchands de mettre en ligne des Conditions générales de ventes. Le Contenu minimum dont il faut traiter dans les Conditions générales de vente est:

1. Champ d'application
2. Prestations
3. Prix
4. Livraison
5. Garantie et responsabilité
6. Droit applicable et for juridique



PÔLE E-COMMERCE

LA CCIFS PARTENAIRE DE VOTRE DÉVELOPPEMENT
EN SUISSE

Premier réseau d'affaires franco-suisse, la CCIFS est une institution qui regroupe à la fois la grande majorité des implantations françaises recensées en Suisse et de nombreuses sociétés helvétiques entretenant des relations commerciales avec la France.

Fondée en 1894, la CCIFS est la plus ancienne Chambre de commerce étrangère établie en Suisse. La CCIFS est une association de droit local d'utilité publique, à vocation bilatérale, regroupant plus de 500 entreprises (suisse et françaises), représentant un total de plus de 1'500 contacts d'affaires. Elle est membre fondateur du réseau UCCIFI (Union des Chambres de Commerce Françaises à l'International) qui compte 113 Chambres de Commerce Françaises à l'International et plus de 32'000 adhérents dans le monde. Chaque année la CCIFS, à travers ses différents services d'appui à l'entreprise, traite plus de 500 dossiers d'entreprise, de toutes tailles et de tous secteurs d'activité, tant pour les exportateurs suisses que français.

Afin de vous appuyer dans vos projets de développement en Suisse, la CCIFS vous propose des solutions clés en main et sur mesure dans le secteur du E-commerce, telles que détaillées dans le tableau suivant:

CONTACT

M^{me} Valentine ACHI
Tel : +41 44 262 10 70
vachi@ccifs.ch
www.ccifs.ch

PRESTATION	DESCRIPTIF	TARIF HT EN CHF
Appui Administratif		
Domiciliation postale à Genève et/ou Zurich	Utilisation de l'adresse de la CCIFS comme coordonnées postales de votre entreprise + tri/renvoi périodique de votre courrier	<ul style="list-style-type: none">• 200 CHF / mois à Genève, Zurich et Bâle• 250 CHF / mois à Genève, Zurich et Bâle
Domiciliation active	Domiciliation postale + ligne téléphonique dédiée + mise à disposition d'un service de télécopie	<ul style="list-style-type: none">• 350 CHF / mois à Genève, Zurich et Bâle• 400 CHF / mois à Genève et Zurich• Service local de prise d'appel : 65 CHF / heure
Représentation fiscale	<ul style="list-style-type: none">• Assurer la représentation fiscale de votre société en Suisse• Inscription auprès de l'Administration Fédérale des Contributions (AFC) pour obtenir un numéro de TVA en Suisse• Exécution des prescriptions de la TVA pour votre compte• Mise en œuvre d'une comptabilité et enregistrements de faits importants pour le calcul de l'impôt	Représentation fiscale: forfait annuel de 3'000 CHF
Appui logistique et transport		
Logistique	<ul style="list-style-type: none">• Gestion de commande, gestion de stock, préparation de commande, picking, co-packing, labelling, packaging, palletisation, transport amont et aval• Reverse logistique : gestion des retours des colis (Suisse vers France ou inversement) : traitement du retour en entrepôt, contrôle, orientation des produits en retour (recyclage, destruction, remise en stock, etc.), reconditionnement, ré-expédition• Mise à disposition de surface, d'entrepôts avec espaces sécurisés, d'entrepôts en température ambiante ou dirigée• Entrepôt sous douane	SUR DEVIS

Transport	<p>Transport amont :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acheminement du stock de la France vers la Suisse ou de la Suisse vers la France • Dédouanement <p>Transport national : livraison des colis</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enlèvement standard • Suivi des colis en 24h/24 • Facturation électronique • Ordre de reprise • Délai moyen de livraison en priority pack : 24h et en économie : 48h • Livraison contre signature 	SUR DEVIS
Stratégie de communication et marketing digital		
Déploiement et gestion de votre stratégie digitale (marketing & communication) pour la Suisse	<ul style="list-style-type: none"> • Définition de la stratégie et roadmap du déploiement de la stratégie digitale / adaptation des solutions eCommerce pour votre société/adapté à votre cible, pour le marché Suisse, sur l'ensemble du territoire • Conseil, implémentation, optimisation et suivi multilingue de votre stratégie webmarketing en Suisse (français, allemand, italien et anglais) : <ul style="list-style-type: none"> o Acquisition: adaptée au client, domaine et cibles (approche sur-mesure), Conversion et Fidélisation o Conseil, création & design, développement et maintenance de solutions eCommerce (Magento, Hybris, ...) o Conseil, création & design, développement et maintenance de solutions mobiles (applications) o Service de Traduction (français, allemand, italien et anglais) o Service de gestion des réseaux sociaux, adapté à votre cible sur le marché suisse o Service de création de contenus 	SUR DEVIS

Gestion de la relation client		
Service après-vente	<p>Interface entre votre société et votre client via un service client dédié avec la réception et le traitement des appels.</p> <p>Abonnement mensuel incluant les prestations suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Permanence téléphonique de 8h à 18h du lundi au vendredi. <p>3 forfaits au choix :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Réception de 40 appels et transmission de 40 messages • Réception de 80 appels et transmission de 80 messages • Réception de 200 appels et transmission de 200 messages • Réception téléphonique personnalisée (au nom de votre entreprise) • Traitement des appels selon vos instructions • Réception des appels par mois • Transmission des messages (e-mail ou fax) • Mise en place d'une boîte vocale personnalisée en dehors des heures d'ouverture • Transfert d'appel sur ligne fixe • Service multilingue (français, anglais, allemand, italien) 	Abonnement mensuel Sur devis

