

Did you know ?



Cédric Zwicky
Media Planner
mediatonic sa

Dans notre rubrique «Did you know», nous cherchons à souligner des divergences de comportement, tous domaines confondus, selon les régions linguistiques. Relevons ici que mediatonic fait partie des grandes agences média en Suisse et qu'elle est la seule à avoir son siège en Suisse romande. Dans cette édition, nous cherchons à relever les différences touchant à l'utilisation des achats online dans notre pays.

Afin de poser un cadre à mes recherches, il me semble important de vous faire part de quelques précisions. Les proportions entre les différentes régions linguistiques de Suisse sont les suivantes en 2017 : la région alémanique représente 72 % de la population, 24 % pour la région romande et 4 % pour la région tessinoise.

Notre agence ayant des clients actifs dans la vente 100 % online de produits et services, je me suis posé la question s'il y avait une différence marquée dans ce domaine entre les régions linguistiques de Suisse.

En comparant l'utilisation des achats online sur la MA Strategy Consumer 2017, j'ai réalisé qu'en Suisse il n'y a aucune différence conséquente entre les régions linguistiques. Selon l'outil statistique

susmentionné, 74 % des acheteurs online sont des Alémaniques, 23 % des Romands et 3 % des Tessinois. En 2017, 58 % de la population suisse a acheté quelque chose en ligne, contre 41 % seulement en 2010.

Ce résultat a attisé ma curiosité et j'ai voulu savoir s'il y avait dès lors une différence par groupe de produits. De mes recherches, il ressort que les Suisses romands sont plus friands de bonnes affaires que leurs voisins alémaniques. En Suisse, 43 % des personnes qui cherchent et achètent sur des sites comme Qoqa, deindeal, etc. sont des Romands, contre 54 % d'Alémaniques et 3 % de Tessinois.

Par contre, les Suisses allemands sont beaucoup plus intéressés par des offres online sur les activités en plein air. En Suisse alémanique, les internautes commandent plus d'équipement de loisirs, de plein air et de camping que le reste de la population, ils représentent 79 % des acheteurs en Suisse, contre 18 % en Suisse romande et 3 % au Tessin.

Pour revenir à l'envie de mettre mon texte en comparaison avec nos clients actifs dans la vente en ligne, j'ai pu constater que concernant les vêtements et les chaussures, les Suisses commandent tout autant en Romandie que de l'autre côté de la

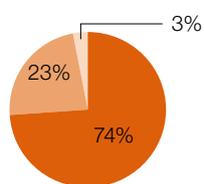
En Suisse, 43 % des personnes qui cherchent et achètent sur des sites comme Qoqa, deindeal, etc. sont des Romands, contre 54 % d'Alémaniques et 3 % de Tessinois.

Sarine. Ils sont 72 % en Suisse alémanique et 25 % en Suisse romande à acheter des vêtements sur le web; Ils sont 69 % de Suisses allemands et 27 % de Romands à commander des chaussures online.

En conclusion, on constate que les différences entre les régions de Suisse sont majoritairement dues à des segments de produits et pas directement aux achats en ligne.

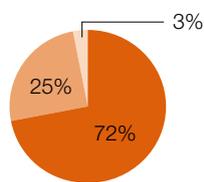
PROFIL «CERCLE DES ACHETEURS ONLINE»*

58 % de la population suisse entre 14 et 99 ans, 3'852'000 personnes



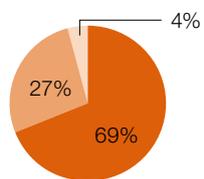
PROFIL «ACHETEURS ONLINE DE VÊTEMENTS/SOUS-VÊTEMENTS»*

30 % de la population suisse entre 14 et 99 ans, 1'978'000 personnes



PROFIL «ACHETEURS ONLINE DE CHAUSSURES»*

20 % de la population suisse entre 14 et 99 ans, 1'296'000 personnes



■ D-CH ■ F-CH ■ I-CH

*Source: MA Strategy Consumer 2017