



Communiqué de presse

Zurich, le 7 décembre 2011

Etude de fin d'année du commerce de détail suisse 2011

CHF 612 alloués aux cadeaux de Noël - Les Suisses maintiennent leur niveau de dépenses de fin d'année malgré des perspectives économiques pessimistes

Malgré des perspectives économiques qui s'assombrissent, les Suisses restent de fervents consommateurs pendant les Fêtes. 70% d'entre eux estiment avoir le même montant voire plus à dépenser que l'année dernière. Tels sont les résultats de l'étude réalisée chaque année par la société d'audit et de conseil Deloitte. Le budget total pour Noël 2011 a légèrement augmenté et atteint CHF 1'038 par ménage, dont CHF 612 seront alloués aux cadeaux. Les livres, l'argent et les voyages arrivent en tête des cadeaux souhaités, les chocolats et les parfums en tête des cadeaux les plus offerts. La persistance d'un Franc Suisse fort incite de plus en plus les consommateurs suisses à effectuer leurs achats dans les pays européens voisins (56% cette année contre 48% en 2010). Par ailleurs, les consommateurs souhaiteraient disposer d'un plus large éventail de possibilités dans le commerce électronique.

Plus de 17'000 consommateurs européens ont participé à cette étude, dont environ 800 en Suisse. Ils ont notamment été interrogés sur la situation économique actuelle ainsi que sur leurs dépenses prévues pour les cadeaux, les denrées alimentaires et les activités de loisirs pendant les Fêtes de fin d'année.

Les Suisses tablent sur une incertitude économique persistante pour 2012. Le pouvoir d'achat en Suisse reste toutefois élevé : si les dépenses moyennes par ménage pendant les Fêtes de fin d'année augmentent légèrement par rapport à l'année précédente pour atteindre CHF 1'038 (contre CHF 1'035 en 2010), le reste de l'Europe affiche une baisse marginale.

Comportement d'achat pendant les Fêtes de Noël :

- Le budget cadeaux moyen pour Noël s'élève à CHF 612 en 2011 (contre CHF 618 l'an dernier). Les dépenses pour les denrées alimentaires par ménage s'élèvent à CHF 300 (contre CHF 299 l'année passée). Enfin, les Suisses prévoient de dépenser CHF 126 pour les activités sociales (contre CHF 118 en 2010).

- Les livres se retrouvent tout en haut de la liste des cadeaux souhaités, suivis de l'argent, et des voyages.
- En revanche, si l'on interroge les consommateurs sur leurs intentions d'achat, il s'avère que les parfums, les chocolats et les bons-cadeaux arrivent en tête des cadeaux prévus.

Zone Euro avantageuse et conseil d'achat personnalisé

- Le Franc Suisse fort entraîne de plus en plus de consommateurs à effectuer leurs achats dans la zone Euro. L'augmentation est considérable : pas moins de 56% des consommateurs suisses ont l'intention d'effectuer une partie de leurs achats en Euros en 2011, contre 48% l'an passé. En outre, plus de la moitié des consommateurs prévoient, cette année, de dépenser « significativement » plus (au moins 15% en plus) en Euros.
- Les consommateurs suisses apprécient un conseil personnalisé lors de l'achat et le service après-vente offerts par les magasins traditionnels.

Les achats en ligne de plus en plus importants

- Les consommateurs considèrent les investissements dans le commerce électronique comme la priorité numéro un pour améliorer leurs expériences d'achat.
- Plus de 48% des consommateurs suisses déclarent qu'ils effectueront leurs achats de Noël via des portails en ligne, soit 36% de plus que l'an passé. Il faut s'attendre à ce que cette tendance se poursuive dans les années à venir. Les horaires d'ouverture plus restreints des commerces en Suisse par rapport à d'autres pays accentuent peut-être cette tendance.
- Les consommateurs migrant de plus en plus des commerces traditionnels vers le shopping en ligne, on peut craindre que les sites web européens continuent à dérober des parts de marché aux détaillants suisses.

Comparer et acheter en ligne

- Les consommateurs utilisent de plus en plus Internet comme aide à la décision d'achat : les recherches et comparaisons de produits et de prix sont de plus en plus effectuées en ligne. Les principaux sites web consultés à cet effet sont ceux d'enseignes en ligne possédant aussi un ou plusieurs magasins traditionnels (par 58% des consommateurs interrogés), les moteurs de recherche (56%), les sites web de marques/fournisseurs (55%) et les sites comparatifs (52%). Les blogs et réseaux sociaux sont actuellement les 2 sources les moins utilisées, mais leur utilisation est toutefois passée de 8% en 2010 à 25% en 2011.
- Contrairement aux consommateurs européens qui préfèrent les chaînes spécialisées, les suisses privilégient les grands magasins traditionnels pour leurs achats de Noël. 68% d'entre eux prévoient de faire leurs achats de Noël dans ce type de magasins.

« Les détaillants suisses doivent réfléchir à la manière dont ils peuvent se rapprocher encore plus de leurs clients afin de mieux satisfaire leurs besoins. L'accent mis, en Suisse, sur la

qualité de l'expérience d'achat peut aider les principaux détaillants traditionnels à maintenir leur position pour un certain temps, mais l'émergence du commerce électronique de détail va s'avérer décisive, si bien que l'offre en ligne des commerces de détail peut devenir un véritable avantage concurrentiel », déclare Howard da Silva, Responsable du secteur Consumer Business chez Deloitte.

Pour consulter le rapport complet, veuillez cliquer [ici](#).

A propos de l'étude de Noël Deloitte

L'étude de Noël 2011 constitue la treizième édition du sondage réalisé chaque année par Deloitte en Europe. La Suisse y participe depuis 2007. Pour les détaillants, les fabricants de biens de consommation et les observateurs sectoriels, l'étude de Noël est un baromètre important pour apprécier le climat de consommation sur le marché.

A propos de Deloitte

Deloitte compte parmi les principales sociétés suisses fournissant des services professionnels dans les domaines de l'Audit, de la Fiscalité, du Conseil en gestion et du Corporate Finance. Nous comptons aujourd'hui plus de 1'000 collaborateurs répartis dans les villes de Bâle, Berne, Genève, Lausanne, Lugano et Zurich.

Contacts :

Michael Grampp (Allemand)
Chief Economist
mgrampp@deloitte.ch
Tél : 044 421 68 17

Neil Tyler (Français)
Associé, secteur Consumer Business
Tél : 022 747 17 75
neityler@deloitte.ch

Karen Seifert
Marketing & Communications
kaseifert@deloitte.ch
Tél : 044 421 65 06

Note aux rédacteurs

Dans le présent communiqué de presse la désignation Deloitte fait référence à Deloitte SA, une filiale de Deloitte LLP, qui est la société britannique affiliée de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ('DTTL'). DTTL est une « UK private company limited by guarantee » (une société à responsabilité limitée de droit britannique), dont les sociétés affiliées constituent des entités juridiques indépendantes et séparées. Pour une description détaillée de la structure juridique de DTTL et de ses sociétés affiliées, veuillez consulter le site www.deloitte.com/ch/about.

Deloitte LLP et ses filiales font partie des leaders dans le domaine de l'audit, de la fiscalité, du conseil et des fusions-acquisitions avec plus de 12'000 collaborateurs de premier plan au Royaume-Uni et en Suisse. Reconnu comme employeur de choix grâce à ses programmes novateurs en matière de ressources humaines, Deloitte LLP recherche l'excellence pour ses clients et ses interlocuteurs.

Deloitte SA est reconnue comme société d'audit agréée par l'Autorité fédérale de surveillance en matière de révision (ASR) et par l'autorité fédérale de surveillance des marchés financiers (FINMA).

L'information contenue dans le présent communiqué est correcte au moment de sa distribution à la presse.

Pour de plus amples informations, veuillez consulter notre site www.deloitte.ch.