

Communiqué de presse

Les achats à l'étranger continuent d'augmenter

Hergiswil, 21 février 2014

Thomas Hochreutener
Consumer Choices
thomas.hochreutener@gfk.com

Hergiswil, 21 février 2014. Les consommateurs suisses se rendent toujours plus à l'étranger pour faire des achats, achètent en plus grandes quantités et parcourent de plus longues distances à cette fin. C'est ce que montre la deuxième étude GfK consacrée au tourisme d'achat.

GfK a réalisé l'étude «Achats à l'étranger» pour la deuxième année consécutive pour le compte de la Communauté d'intérêt du commerce de détail suisse (CI CDS) et de ses membres Migros, Coop, Manor, Denner, Valora et Charles Vögele. L'étude 2012 avait été la première à apporter des définitions claires sur le tourisme d'achat et à évaluer la nature et le volume des biens achetés. Les valeurs comparatives pour l'année 2013 que fournit la deuxième édition de l'étude permettent d'analyser l'évolution du phénomène.

Les résultats détaillés attirent l'attention sur les points suivants:

- Bien que les écarts de prix diminuent, les **achats à l'étranger ont augmenté de 7% en 2013** pour atteindre un niveau record. De plus, les consommateurs suisses ont effectué pour une contre-valeur de quelque 1,2 milliard de francs d'achats en ligne payés en monnaies étrangères (euro, dollar, etc.). Ce chiffre comprend près de 200 millions de francs de marchandises qu'ils sont allés chercher dans des points de retrait en région transfrontalière. Il en résulte un montant total d'environ 10 milliards de francs, qui représente quelque 10% du chiffre d'affaires global du commerce de détail en Suisse.
- **La part du lion**, environ 3,4 milliards de francs, est revenue en 2013 aux denrées alimentaires et aux produits apparentés alimentaires tels que les produits d'entretien et d'hygiène, suivis des chaussures et des vêtements (2,5 milliards de francs).
- L'augmentation est due avant tout aux **achats effectués lors de déplacements entrepris dans ce but** dans les pays limitrophes. En 2013, ces achats ont augmenté de 10% pour atteindre 5 milliards de francs.

- Une **augmentation marquée** des achats à l'étranger a notamment été constatée en **Suisse romande**. Sur les 2,1 milliards de francs au total que les consommateurs romands ont dépensés en 2013 dans le commerce stationnaire au-delà de la frontière, la part résultant d'achats effectués lors de déplacements ciblés s'est accrue de 26% par rapport à l'année précédente.
- L'**impact écologique du tourisme d'achat** est considérable. Une **sensible augmentation du nombre de kilomètres parcourus** a été enregistrée en 2013 (300 millions de kilomètres de plus que l'année précédente). Fait surprenant, les déplacements individuels sur une distance de plus de 100 kilomètres ont fortement augmenté. Les consommateurs effectuent ainsi des trajets plus longs pour aller fréquemment faire des achats au-delà de la frontière. Au total 1,16 milliard de kilomètres sont parcourus dans ce but, ce qui correspond à une émission de 214'600 tonnes de CO₂ – comparable à celle d'une ville de 35'000 habitants – et autant de matières polluantes pour l'environnement et les infrastructures.
- **Les prix plus bas restent le motif principal** des achats à l'étranger, même si les écarts de prix perdent en importance en tant que motif unique.

A armes égales

Le commerce de détail suisse est contraint de renforcer la qualité de ses produits et prestations, ainsi que de poursuivre une politique des prix attractive. Parallèlement, il est également du devoir de la sphère politique de créer des conditions générales attrayantes pour que les distributeurs suisses puissent lutter à armes égales contre leurs concurrents étrangers.

La présentation contenant des chiffres détaillés peut être consultée sous:

<http://www.gfk.ch>

www.igdhs.ch

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, nos salutations les meilleures.



GfK Switzerland
Thomas Hochreutener

Les définitions de termes suivantes ont été retenues pour l'étude:

Achats à l'étranger

- Marchandises telles que les denrées alimentaires, vêtements, chaussures, articles de sport, soins du corps/articles d'hygiène, électronique, livres, médicaments, produits pour le ménage, la maison et le jardin, aménagement du logement, etc.

Ne sont pas inclus:

- Les prestations de services de toute nature, l'achat d'une automobile, les achats des entreprises des secteurs de la restauration et de l'artisanat.
- Les repas et dépenses dans les restaurants.

Distinctions parmi les achats à l'étranger:

- **Déplacements ciblés dans les pays limitrophes afin d'y faire des achats**

Déplacements entrepris spécialement pour faire des achats à l'étranger (les achats en étant la première raison)

- **Vacances / visite / déplacement professionnel / excursion**

Vacances / visite / déplacement professionnel ou excursion à l'étranger avec séjour impliquant des achats.

- **Achats en ligne sur des sites étrangers**

Les produits sont commandés en ligne et la marchandise livrée en Suisse depuis l'étranger. Si la marchandise a été envoyée depuis la Suisse, il ne s'agit pas d'un achat en ligne à l'étranger.

Selon la statistique des branches de l'asms, GfK Switzerland SA (Hergiswil/NW) est le plus grand institut d'études de marché de Suisse. Il propose ce type d'études dans tous les domaines. GfK Switzerland appartient depuis 1999 au groupe GfK actif au plan international, dont le siège est à Nuremberg. Avec des entreprises dans plus de 100 pays, GfK fait partie des principaux instituts d'études de marché du monde.