



Média: journal

Jour de parution: 26 septembre 2012

LE TEMPS

Google décrit la Suisse comme un eldorado du commerce en ligne

> **Etude** Témoignage d'eboutic.ch, une PME lausannoise 100% web

Les Suisses sont parmi les plus gros consommateurs en ligne du monde. Selon l'étude internationale «Consumer Barometer» présentée mardi par Google, 28% de la population helvétique effectue ses achats (tous produits confondus) sur Internet. «Mais 71% des Suisses réservent leur hôtel sur le Web, 67% d'entre eux compilent leur voyage d'affaires sur la Toile et la moitié utilisent ce canal pour acquérir des livres, des CD ou des DVD», énumère Nadine Gerspacher, industry manager chez Google Suisse.

Pour le géant californien de la Toile, la Suisse tient une place particulière dans la révolution digitale en cours. «Le taux de pénétration d'Internet y est de 89%, ce qui en fait le pays leader d'Europe en la matière», résumant les responsables de Google, quelques heures avant de donner un cours gratuit – 150 participants étaient attendus dans une salle de cinéma lausannoise – destiné à se familiariser avec les bases du marketing en ligne.

Si 43% de la population suisse (29% en Allemagne) est connectée via smartphone et 11% par tablette tactile (5% en Allemagne), le potentiel d'achat diffère selon le support. Il est respectivement de 5% et de 8%. Autre enseignement tiré de cette étude: 11% des Suisses achètent leurs chaussures en ligne, contre

16% en France. «Cela paraît peu, mais, en réalité, la majorité des Suisses prospecte online, pour, dans 89% des cas, acheter ses produits offline», nuance Nadine Gerspacher, qui recense 400 millions de recherche par mois sur google.ch.

Complicité de survie

La population helvétique est toutefois un peu moins versée dans les achats par Internet que les pays scandinaves (champions du monde en la matière), mais elle est plus active que la clientèle américaine. L'institut de recherche Forrester prédit une croissance helvétique de l'e-commerce de 11% entre 2011 et 2016, à plus de 5 milliards de francs.

Google dénombre plus d'un million d'annonceurs dans le monde pour plus du double d'éditeurs internet, générant des revenus par la diffusion d'annonces ciblées. Le moteur de recherche américain, qui se targue aussi de toucher 92% de la population mondiale – plus de 90% des Suisses – active sur Internet, est mieux placé que quiconque pour profiter du filon helvétique.

Pour la PME vaudoise eboutic.ch, créée en 2007 et qui vend en ligne des produits déstockés sur le marché suisse, le partenariat avec Google est vital. Les services qui en découlent lui coûtent plus de

1 million de francs par an, soit 90% de ses dépenses publicitaires.

83% d'internautes concernés

Résultat: une croissance à deux chiffres jusqu'en 2014. «Cette collaboration est plus profitable qu'avec Facebook, où la publicité est plus chère et le retour sur investissement moindre», résume Laure de Gennes, cofondatrice d'Eboutic, qui emploie 50 salariés et écoule des dizaines de milliers de produits dégriffés par an. Le dernier né de sa gamme: Etravel, des offres de villégiature soldées. «Google nous est indispensable pour cibler les profils sociaux et démographiques de nos clients, ainsi que leurs critères comportementaux», relève-t-elle en faisant référence au Réseau Display, qui lui a permis d'attirer plus de 18 000 nouveaux membres en trois mois.

Comment marche ce dispositif, censé toucher 83% des internautes de la planète? «C'est un écosystème permettant de diffuser des annonces AdWord [ndlr: principale source de revenu de Google, soit 28 milliards de dollars sur un chiffre d'affaires 2011 d'environ 38 milliards] sur nos sites partenaires, tous supports et formats compris, et de qualifier l'audience souhaitée en fonction du comportement de chaque consommateur», conclut Nadine Gerspacher. **Dejan Nikolic**