



Session des Jeunes 2022

10 - 13 novembre 2022

Dossier

Commerce en ligne

Auteure : Anna Gubler

Sommaire

| | |
|--|----|
| De quoi s'agit-il ? | 3 |
| Glossaire | 3 |
| Arguments | 4 |
| 1. Retours | 4 |
| 2. Transport sur le dernier kilomètre | 5 |
| 3 Données personnelles | 6 |
| 4. Emballage | 6 |
| Bases juridiques | 7 |
| Actualités en politique | 8 |
| 21.4208 Motion : Vente par correspondance. Eviter les transports de colis inutiles en réduisant le nombre des envois en retour | 8 |
| 22.3476 Motion : Droit de révocation des contrats commerciaux conclus en ligne | 9 |
| Liens intéressants | 9 |
| Bibliographie | 10 |
| Table des illustrations | 11 |

De quoi s'agit-il ?

Ça ne pourrait pas être plus simple : depuis notre vieux sofa fatigué, nous pouvons commander en quelques clics un nouveau canapé confortable et moelleux. Il sera ensuite livré gratuitement jusque devant chez nous et, dans la plupart des cas, nous pouvons encore changer d'avis et le renvoyer à l'expéditeur.

Ce n'est pas surprenant que toujours plus de consommatrices et consommateurs suisses achètent en ligne. La pandémie de coronavirus a notamment contribué au développement du secteur : en 2020, les Suisse-ses ont acheté pour 13.1 milliards de francs en ligne. Ce qui représente une augmentation de 27.2 % par rapport à 2019 (association de commerce.swiss, 2021) et permet à la branche de faire un grand bond en avant. En 2021 aussi le commerce en ligne continue sur sa lancée avec une croissance de presque 10%. On peut ainsi partir du principe que les chiffres d'affaires enregistrés seront récurrents.

Le commerce en ligne représente aujourd'hui un dixième du commerce de détail suisse. Mais ce résultat est jugé insuffisant par certain-es. Selon Ralf Wölfle (professeur à la FHNW), le commerce en ligne suisse suit le devise suivante : « Avancer trop lentement est synonyme de reculer » (Wölfle, 2018). Le commerce en ligne est destiné à poursuivre sa croissance et le commerce stationnaire (dans les magasins) sera progressivement remplacé. Ce passage du commerce stationnaire au commerce en ligne libère des espaces dans les centres-villes et augmente graduellement le volume de colis postaux. Comment seront utilisés les espaces libérés des centres-villes à l'avenir ?



Illustration 1 : caricature du Père Noël qui dirige un drone au lieu de distribuer lui-même ses cadeaux

Dans le domaine du commerce en ligne, il existe quatre thèmes principaux : (1) les retours, (2) le transport sur le dernier kilomètre, (3) les emballages et (4) les données personnelles. Nous aborderons l'ensemble de ces thèmes dans le présent dossier. À la fin, nous présenterons les lois qui réglementent déjà le commerce en ligne ainsi que deux motions actuellement traitées par le Parlement. Le glossaire définit quatre notions centrales.

Glossaire

- **Commerce en ligne/e-commerce** : il s'agit de la vente et de l'achat de marchandises et biens économiques sur Internet (Dudenredaktion (o. J.), 2022).
- **Commerce stationnaire** : il s'agit du commerce se déroulant sur un site statique, où la clientèle se rend pour aller chercher ses achats. Il s'oppose au commerce en ligne, qui repose de son côté sur le principe de la livraison avec le commerçant qui fait apporter les achats à sa clientèle. Une troisième variante est le commerce de marché, dans lequel les parties se rencontrent sur un lieu tiers pour échanger les biens (Auteur inconnu A, Wikipédia, 2021).

- **Le dernier kilomètre** : il s'agit de la dernière partie du trajet dans le transport des biens jusqu'au destinataire final. Il génère la plus grande partie des coûts lors de l'envoi d'un colis (Völkert, 2019).
- **Services courrier** : les services courrier sont des entreprises logistiques et postales responsables du transport des commandes jusqu'au domicile des destinataires (Auteur inconnu B, Wikipédia, 2021).

Arguments

1. Retours

Selon les statistiques de l'*Association de commerce.swiss*, 22.5% des colis envoyés en Suisse en 2021 sont revenus à l'entreprise expéditrice. À première vue, il s'agit d'un surcoût inutile d'environ 20%. Toutefois, une analyse plus approfondie permet de relativiser ce chiffre.

Du point de vue de la clientèle, les retours sont un luxe confortable et tout sauf inutile. Ils permettent par exemple la flexibilité d'essayer les articles comme dans le commerce stationnaire. Sans les retours, la branche de la mode ne pourrait pas opérer dans le commerce en ligne, car peu de personnes prendraient le risque de faire un achat irréversible. C'est la raison pour laquelle dans cette branche, le taux des retours s'élève à 40%, un pourcentage élevé en comparaison avec d'autres secteurs.

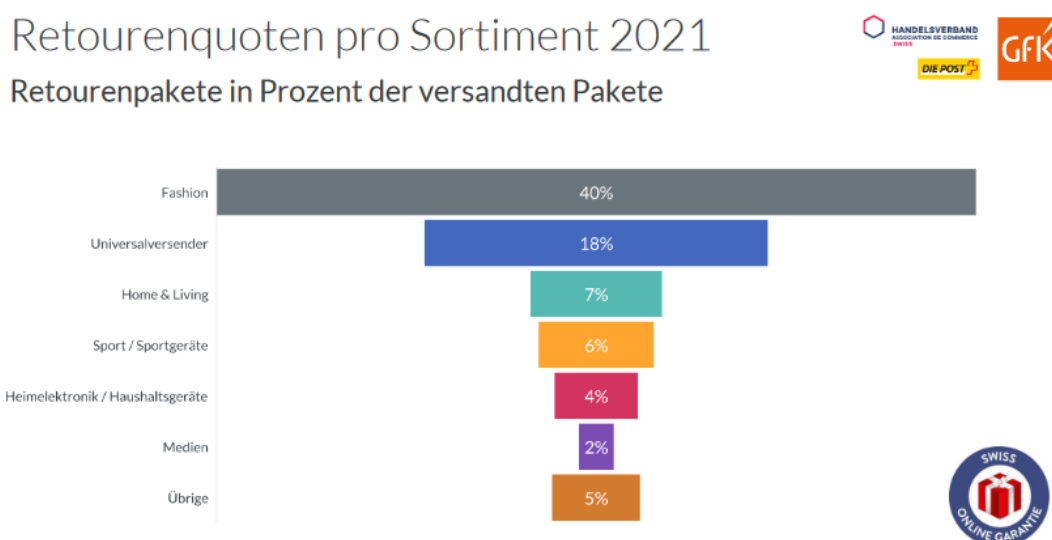


Illustration 2 : taux de retours par catégorie 2021 [source : handelsverband.swiss]

Lorsque les consommatrices et consommateurs renoncent à un article et le retournent, celui-ci est renvoyé aux commerçant·es. Cela génère des émissions de CO₂. Une étude de l'Université Bamberg révèle ainsi que les retours en 2018 auraient causé 238.000 tonnes d'équivalent CO₂. Cela correspond à l'impact environnemental de 2200 trajets quotidiens en voiture de Hambourg à Moscou (Universität Bamberg, 2019). Quant à savoir s'il s'agit réellement de trajets supplémentaires, la question se pose. En effet, un camion doit dans tous les cas se rendre jusqu'au site du commerce en ligne pour prendre en charge les nouvelles commandes. Si, au lieu de s'y rendre à vide, il transporte en même temps les retours récupérés au bureau de poste, il ne s'agit pas d'un trajet supplémentaire. Malheureusement, aucune étude n'a analysé le pourcentage de retours qui impliquent des trajets additionnels et combien de trajets se font à vide.

Le transport du domicile à la filiale de services courrier la plus proche, ce qu'on appelle le dernier kilomètre, est ainsi décisif pour la quantité d'émissions générées. Si les consommatrices et consommateurs se rendent en voiture à la poste ou jusqu'au commerçant en ligne pour retourner

le colis, les émissions sont plus élevées que si le paquet est récupéré et renvoyé par les services courrier (Universität St. Gallen, 2017).

Un jour, Oliver Roskopf a confié au journal Kölner Stadtanzeiger : « Les hommes sont des clients plus rentables. Ils renvoient plus rarement des articles et sont plus attachés à une marque. » Et, pour le chef du marketing en ligne chez Zalando, moins de retours signifie moins de coûts. Toutefois, l'importance des coûts générés par les retours au sein d'une entreprise dépend de la branche et de la taille de l'entreprise. Les plus grandes entreprises ont plus de ressources pour gérer les retours que les petites. Selon la branche, les produits peuvent être revendus comme des nouveaux articles (p. ex. dans le secteur de la mode) ; dans d'autres, s'ils ne sont plus dans leur emballage d'origine, ils doivent être vendus comme articles de second choix. En Allemagne, seuls 4% des retours sont mis au rebut, en Suisse c'est encore moins (Blank, 2019).

2. Transport sur le dernier kilomètre

Les client-es qui se rendent au magasin causent plus d'émissions que lorsque les articles sont livrés directement à la maison (Wyman, 2021). De plus, une livraison à domicile est plus pratique et écologiques que l'option « click and collect »¹. En termes écologiques, il vaut généralement mieux que le paquet vienne au client plutôt que l'inverse.

Les sociétés de services courrier ont aussi une influence sur l'empreinte écologique d'un achat en ligne. En effet, 44% des émissions de CO₂ causées par un colis (voir Illustration 3) sont dues à la livraison (Wyman, 2021). La planification² et le regroupement³ des commandes peuvent réduire les émissions. Avec un taux de première distribution⁴ supérieur à 95%, la Poste suisse, qui livre la plupart des colis dans notre pays, ne dispose plus d'aucun potentiel d'amélioration dans ce domaine.

Les émissions sur le dernier kilomètre peuvent généralement être réduites avec l'utilisation de véhicules électriques. Citons par exemple la société de livraison de colis Quickpac qui, en tant que premier service du secteur en Europe, n'utilise que des voitures électriques⁵ pour la livraison. La Poste suisse est aussi en train d'électrifier sa flotte automobile. L'objectif principal de la Poste est de pouvoir proposer une livraison sans impact sur le climat d'ici 2040. Pour cela, elle mise aussi sur l'utilisation de drones. La quantité de colis est cependant trop importante pour que les drones revêtent un rôle fondamental dans la livraison sur l'ensemble du territoire. La Poste considère

¹ La clientèle se rend à la filiale afin de retirer le colis.

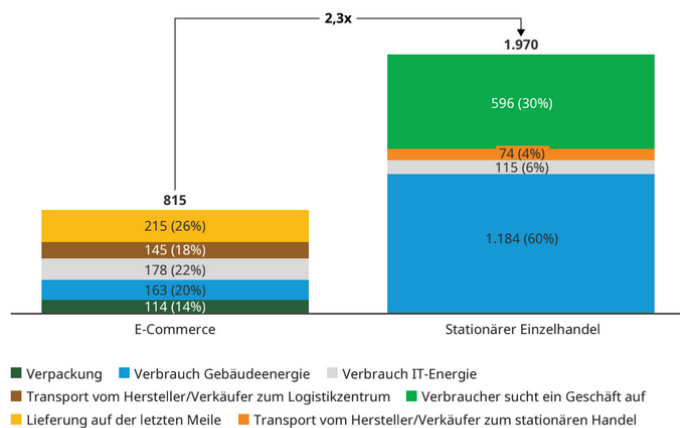
² Les client-es indiquent un horaire pour la livraison, de manière à pouvoir la planifier

³ Plusieurs colis destinés au même foyer sont regroupés et livrés en même temps

⁴ Taux de colis qui sont livrés pour la première fois

⁵ Les jours marqués par un gros volume de colis, il peut arriver que des véhicules de location soient utilisés. Vu qu'il n'y a pas en Suisse de véhicules de location électriques, environ 1% des colis livrés par Quickpac sont transportés avec ce type de véhicules. (Auteur inconnu, Quickpac, 2022)

In Gramm CO₂-Äquivalent-Emissionen für ein durchschnittliches Non-Food-Produkt, Europa



Quelle: Oliver Wyman-Analyse

Illustration 3 : émissions générées par l'achat d'un produit dans l'e-commerce et dans le commerce stationnaire (scénario moyen)

auprès de leur société. Par exemple, la Migros collecte toutes les données sur les achats de sa clientèle à travers la carte Cumulus. Par la suite, ces connaissances lui permettent d'envoyer une publicité ciblée pour les articles achetés plus souvent (economiesuisse, 2021).

Dans la déclaration de protection des données, l'entreprise donne des informations plus précises sur ce qu'elle fait avec les données et si elle les transmet à des tiers (SECO, 2022).

4. Emballage

Parfois, le déballage d'un colis ressemble à l'ouverture d'une poupée russe, avec ses nombreuses couches. Le suremballage, qui protège le packaging d'origine, et différents matériaux de remplissage comme les flocons de polystyrène doivent d'abord être écartés. Même si, pour les consommatrices et consommateurs, ce déballage peut évoquer un doux souvenir de cadeaux sous le sapin, les fondateurs de la start-up d'emballage Manyfolds ont réfléchi à une alternative. Leur application permet de concevoir des cartons sur mesure, afin de générer moins de déchets (Martschin, 2022). Ces cartons sur mesure pourraient aussi avoir un effet sur les émissions du dernier kilomètre : si un colis occupe moins de place, il est possible d'en charger et d'en distribuer davantage avec un véhicule.

Selon une étude de la Poste, les consommatrices et consommateurs souhaitent que le commerce en ligne utilise davantage d'emballages réutilisables (Services logistiques, 2021). L'enveloppe de retour Kickbag est un exemple. Les client·es peuvent mettre une nouvelle adresse sur cette pochette en plastique et la glisser sous forme de missive dans une boîte aux lettres, pour un retour à l'expéditeur. Ces emballages peuvent être réutilisés jusqu'à trente fois, contrairement aux traditionnels emballages en carton, qui sont mis au recyclage après la première utilisation (Baettig, 2020).

que le potentiel des drones se situe surtout dans le secteur de la santé, où des livraisons rapides et sans embouteillages pourraient sauver des vies (Services logistiques, 2021).

3 Données personnelles

Lors d'un achat sur Internet, les client·es indiquent certaines données personnelles, comme leur nom et leur adresse. Il y a des données strictement nécessaires pour garantir la livraison, tandis que d'autres sont des informations optionnelles. Les entreprises collectent les données afin, d'un côté, de pouvoir assurer la livraison et, de l'autre, de prévoir une publicité ciblée pour un futur achat

Il ne faut cependant pas négliger le fait que les colis retournés en tant que lettres génèrent des coûts et des émissions lorsqu'ils sont renvoyés au fabricant. Une autre difficulté : les fabricants dépendent de l'initiative de leur clientèle. Si les emballages ne sont pas retournés, ils sont perdus pour eux. Bernhard Schodrowski, responsable communication de la fédération allemande BDE⁶, indique à ce sujet : « avec la réutilisation et la caution, il faut toujours organiser aussi le trajet retour. Un système de collecte est toujours mieux qu'un système d'apport. » (Martschin, 2022) Il n'indique cependant pas à quoi pourrait ressembler ce système de collecte.



Illustration 4 : Kickbag en plastique avec fermeture autograppante et un champ noir pour coller l'adresse [source : <https://www.kickbag.ch/>]

Bases juridiques

Les actrices et acteurs du commerce en ligne sont principalement les consommatrices et consommateurs, les entreprises et les services d'expédition. Le commerce en ligne est réglementé, comme toutes les obligations⁷, par le droit des obligations. En cas de conflit entre les différentes parties, selon les circonstances, il peut y avoir l'intervention des organisations de protection des consommatrices et consommateurs, du SECO (Secrétariat d'Etat à l'économie) et du préposé fédéral à la protection des données et à la transparence.

En plus du droit des obligations, la loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) et l'ordonnance sur l'indication des prix (OIP) peuvent aussi être utiles en cas de litige.

[LCD, art. 3, al. 1, lettres b et c](#)

« Agit de façon déloyale celui qui, notamment :

b. donne des indications inexactes ou fallacieuses sur lui-même, son entre-prise, sa raison de commerce, ses marchandises, ses œuvres, ses prestations, ses prix, ses stocks, ses méthodes de vente ou ses affaires ou qui, par de tel-les alléga-tions, avantage des tiers par rapport à leurs concurrents ;

s. 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, [...]*
2. *indiquer les différentes étapes techniques conduisant à la conclusion d'un contrat,*
3. *fournir les outils techniques appropriés permettant de détecter et de corriger les erreurs de saisie avant l'envoi d'une commande,*
4. *confirmer sans délai la commande du client par courrier électronique; »*

⁶ BDE = Bundesverband der Deutschen Entsorgungs-, Wasser- und Rohstoffwirtschaft e. V.

⁷ Une obligation est une responsabilité contractuelle entre deux parties qui survient par exemple lors d'un achat (p. ex. le client doit de l'argent à la Migros, la Migros doit un bien au client).

[LCD, art. 3, al. 1](#)

« Agit de façon déloyale envers un client en Suisse celui qui, notamment, en matière de vente à distance, sans motifs objectifs, pour des raisons liées à la nationalité de ce client, à son domicile, à son lieu d'établissement, au siège de son prestataire de service de paiement ou au lieu d'émission de son instrument de paiement:

- a. applique des tarifs ou conditions de paiement discriminatoires;
- b. lui bloque ou limite l'accès à une interface en ligne, ou
- c. le redirige sans son consentement vers une version différente de l'interface en ligne à laquelle le client a voulu initialement accéder. »

[OIP, art. 3, al. 1](#)

« Pour les marchandises offertes au consommateur, le prix à payer effectivement en francs suisses (prix de détail) doit être indiqué à tout moment. »

[OIP, art. 10, al. 1](#)

« Pour les prestations de services offertes au consommateur dans les domaines énumérés ci-après, le prix à payer effectivement en francs suisses doit être indiqué à tout moment:

- a. salons de coiffure;
- c. restauration et hôtellerie; [...]

Qu'il s'agisse de la LCD ou de l'OIP, les deux concernent le droit suisse.

Actualités en politique



[21.4208](#) Motion⁸ : Vente par correspondance. Eviter les transports de colis inutiles en réduisant le nombre des envois en retour

Déposée par Tönig Michael le 30.09.2021

Dans sa motion, Michael Tönig demande au Conseil fédéral de prendre des mesures afin de rendre payants les envois en retour dans le cadre de la vente par correspondance. Dans son avis du 24.11.2021, le Conseil fédéral estime que : « L'obligation de payer les frais d'acheminement pourrait effectivement entraîner une diminution des retours. Toutefois, les résultats escomptés semblent minimes, voire contraires à l'effet souhaité. (...) Après la pesée de tous les arguments avancés, le Conseil fédéral ne voit pas de justification suffisante à une telle atteinte à la liberté économique. Une taxe de ce type diminuerait de manière disproportionnée la liberté d'entreprise et les avantages des consommateurs, compte tenu de l'impact environnemental incertain. Toutefois, le Conseil fédéral attend des entreprises de commerce en ligne qu'elles décrivent le mieux possible les produits et les tailles, afin de réduire les retours dus à l'inexactitude des tailles ou à des informations incomplètes. »

Le Conseil fédéral propose de rejeter la motion. La motion n'a pas encore été traitée au Conseil.

⁸ La motion est une intervention qui charge le Conseil fédéral de déposer un projet [de loi, d'ordonnance, etc.] ou de prendre une mesure. Une motion peut être déposée par [...] un député. Pour être transmise au Conseil fédéral, elle doit avoir été adoptée par les deux Chambres fédérales (Lexique du Parlement, date inconnue).



22.3476 Motion : Droit de révocation des contrats commerciaux conclus en ligne

Déposée par Masshardt Nadine le 11.05.2022

Avec cette motion, Nadine Masshardt souhaite introduire un droit de révocation d'au moins quatorze jours pour les contrats commerciaux conclus en ligne. En Suisse, les produits ne peuvent être retournés que lorsque le commerçant en ligne propose volontairement ces retours. Cela signifie que les commerçants peuvent décider que, par exemple, seuls les produits encore emballés peuvent être retournés et dans un délai d'une semaine.

Dans l'Union européenne, ce droit de révocation existe déjà depuis 20 ans. Cela conduit à des situations paradoxales, dans la mesure où les commerçants en ligne suisses doivent accorder un droit de révocation aux personnes commandant un produit depuis l'Union européenne, mais peuvent en priver leur clientèle suisse. Nadine Masshardt demande donc dans sa motion : « Le Conseil fédéral est chargé de modifier le droit des obligations de telle sorte qu'il y ait désormais aussi un droit de révocation d'au moins quatorze jours pour les contrats commerciaux conclus en ligne. »

La motion n'a pas encore été traitée au Conseil.

Liens intéressants

| Liens | Code QR |
|--|---------|
| Guide des achats en ligne https://www.e-commerce-guide.admin.ch/ecommerce/fr/home.html | |
| Tendances en matière de commerce en ligne <i>Comment les détaillants en ligne suisses se comportent-ils ? Comment réagissent-ils à cette évolution ?</i> https://e-commerce.post.ch/onlinehandel-2021/fr/?_ga=2.180512359.1987127053.1648552213-2134603410.1639249105 | |
| Affaire Viagogo : les pratiques de Viagogo sanctionnées par le Tribunal fédéral <i>Le revendeur de billets Viagogo avait par exemple indiqué pour plusieurs représentations du Cirque Knie que les places étaient toutes vendues. Mais les informations étaient fausses...</i> https://www.frc.ch/victoire-des-consommateurs-viagogo-condamne/ | |

| | |
|--|--|
| <p>Die letzte Meile in der Logistik</p> <p>https://www.mm-logistik.vogel.de/die-letzte-meile-in-der-logistik-definition-transport-zukunft-a-592894/</p> |  |
| <p>Ombudsstelle E-Commerce-Konsumentenforum</p> <p>https://konsum.ch/it/ombudsstellen/ombudsstelle-e-commerce/</p> |  |
| <p>Affaire Viagogo : Rejet de l'action civile du SECO contre Viagogo</p> <p>https://www.seco.admin.ch/seco/fr/home/seco/nsb-news.msg-id-82171.html</p> |  |

Bibliographie

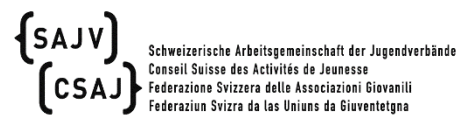
- Auteur inconnu A. (8. August 2021). *Wikipedia*. Abgerufen am 5. April 2022 von Stationärer Handel: https://de.wikipedia.org/wiki/Station%C3%A4rer_Handel
- Auteur inconnu B. (31. Oktober 2021). *Wikipedia*. Abgerufen am 5. April 2022 von Kurier-Express-Paket-Dienst: <https://de.wikipedia.org/wiki/Kurier-Express-Paket-Dienst>
- Auteur inconnu. (2022). *Quickpac*. Consulté le 30.09.2022 sur *Une distribution électrisante* : <https://www.quickpac.ch/fr/processus>
- Le Parlement suisse. (Date inconnue). Lexique du Parlement. Consulté le 01.10.2022 sur Motion : <https://www.parlament.ch/fr/%C3%BCber-das-parlament/parlamentsw%C3%B6rterbuch/parlamentsw%C3%B6rterbuch-detail?WordId=146>
- Baettig, L. (28. August 2020). "Die Idee": Onlineshopping ohne Verpackungsmüll. Zürich. Abgerufen am 16. Juli 2022 von <https://www.srf.ch/play/tv/10-vor-10/video/10vor10-vom-28-08-2020?urn=urn:srf:video:87f7938d-ed1b-4a71-817f-75ac35dc225f&startTime=1368>
- Blank, V. (15. September.2019). "So viele Retouren werfen Onlinehändler in den Müll". Abgerufen am 15. September 2022. <https://www.20min.ch/story/so-viele-retouren-werfen-onlinehaendler-in-den-muell-946217964634>
- Dudenredaktion (o. J.). (2022). *Duden online*. (Bibliographisches Institut GmbH) Abgerufen am 5. April 2022 von Onlinehandel: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Onlinehandel>
- economiesuisse*. (19 mai 2021). Consulté le 30.09.2022 sur *Protection des données: tour d'horizon de la nouvelle loi* : <https://www.economiesuisse.ch/fr/articles/protection-des-donnees-tour-dhorizon-de-la-nouvelle-loi>

- Association de commerce.swiss. (2021). *Association de commerce.swiss*. Facts sur la Suisse, consulté le 30.09.2022 : <https://handelsverband.swiss/fr/facts/facts-sur-la-suisse/>
- Services logistiques (2021). e-commerce.post.ch. Consulté le 30.09.2022 sur *Tendances en matière de commerce en ligne et souci de durabilité* : https://e-commerce.post.ch/onlinehandel-2021/fr/?cmpg=x1ls_x2ecommerceprojekt_x3202110_x4de_x5refe_x6referral_x7610687_x8dch_omepage_x9na&_ga=2.176308837.1945043276.1649236548-2134603410.1639249105
- Martschin, M. (2022). Business Insider. Abgerufen am 16. Juli 2022 von *Ist die App dieser Gründer die Antwort auf den deutschen Paket-Irrsinn?*: <https://www.businessinsider.de/gruenderszene/business/manyfolds-pakete-app/>
- SECO, S. f. (2022). *Guide des achats en ligne*, admin.ch. Consulté le 6 avril 2022 sur *Données personnelles* : <https://www.e-commerce-guide.admin.ch/ecommerce/fr/home/surfer/persdaten.html>
- Universität Bamberg. (26. April 2019). *retourenforschung.de*. Abgerufen am 6. April 2022 von *Retourentacho 2018/2019 ausgewertet*: <http://www.retourenforschung.de/info-retourentacho2019-ausgewertet.html>
- Universität St. Gallen. (2017). *Die letzte Meile im Schweizer Detailhandel. CO2-Emissionen in Distributionskanälen im Vergleich*. St. Gallen. Abgerufen am 6. April 2022 von https://iscm.unisg.ch/-/media/dateien/instituteundcenters/iscm/2-forschung/abgeschlossene-forschungsprojekte/studie_co2_management-summary.pdf
- Völkert, A. (16. Januar 2019). *MM Logistik Online*. Abgerufen am 5. April 2022 von *Die letzte Meile in der Logistik: Definition, Transport & Zukunft!*: <https://www.mm-logistik.vogel.de/die-letzte-meile-in-der-logistik-definition-transport-zukunft-a-592894/>
- Wölfle, R. (23. November 2018). *Netzwoche*. Abgerufen am 16. Juli 2022 von *E-Commerce: Zu langsam vorwärts bedeutet rückwärts*: <https://www.netzwoche.ch/news/2018-11-23/e-commerce-zu-langsam-vorwaerts-bedeutet-rueckwaerts>
- Wyman, O. (2021). *Ist E-Commerce gut für Europa? - Studie zur Auswirkung auf Wirtschaft und Umwelt*. Universität St. Gallen.

Table des illustrations

| | |
|--|---|
| Illustration 1 : caricature du Père Noël qui dirige un drone au lieu de distribuer lui-même ses cadeaux..... | 3 |
| Illustration 2 : taux de retours par catégorie 2021 [source : handelsverband.swiss]..... | 4 |
| Illustration 3 : émissions générées par l'achat d'un produit dans l'e-commerce et dans le commerce stationnaire (scénario moyen)..... | 6 |
| Illustration 4 : Kickbag en plastique avec fermeture autogrippante et un champ noir pour coller l'adresse [source : https://www.kickbag.ch/]..... | 7 |

CSAJ |Équipe de projet Session des jeunes
projektleitung@jugendsession.ch
www.sessiondesjeunes.ch



Ce dossier a été préparé avec le soutien du *Secrétariat d'Etat à l'économie SECO, la Poste et l'Association de Commerce.*