



SCHENKER

FM LOGISTIC



“opinionway

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 1^{er} décembre 2020

SprintProject, en partenariat avec DB Schenker, FM Logistic, GS1-France et Savoye, publie la 3^{ème} édition du baromètre « Services à la livraison : réalités sur les attentes des Français », réalisée par OpinionWay

Pour la 3^e année consécutive, cette étude menée auprès d'un échantillon de 2 000 personnes, permet d'analyser de manière qualitative et quantitative, l'évolution des usages et attentes des Français en matière de services à la livraison depuis 2018. Cette nouvelle édition reflète l'évolution des comportements en pleine crise du Coronavirus, notamment sur l'achat en ligne de produits alimentaires (+7% par rapport à 2019).

COVID19 : UN IMPACT NON NÉGLIGEABLE SUR LES HABITUDES DE LIVRAISON

L'année 2020 restera dans les mémoires comme celle de l'apparition de la COVID 19. Les semaines de confinement et les réticences de certains à se déplacer dans les grandes surfaces, ont entraîné une **hausse importante des achats de produits alimentaires en ligne**. On assiste ainsi à une progression de 7 points (de 25% en 2019 à 32% en 2020) pour les achats en ligne de produits alimentaires, faisant de cette **catégorie de produits l'une des 5 les plus achetées en ligne**.

Autre conséquence de la COVID 19, les magasins ont proposé plus systématiquement **la livraison à leurs clients** pour des raisons évidentes de sécurité sanitaire (réduction des risques de contamination lors de l'achat / risques maîtrisables lors de la réception de la livraison en appliquant les gestes barrières) et ainsi contribué à **la hausse de fréquence des commandes en ligne** : 58% des interviewés achètent en ligne au moins une fois par mois, soit + 4 points par rapport à 2019.

Toutefois, pendant le confinement, une majorité de Français déclare ne pas avoir changé ses habitudes : **55% d'entre eux ont autant utilisé la commande de produits en ligne qu'avant et**

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« Etude SprintProject, en partenariat avec DB Schenker, FM Logistic, GS1-France et Savoye, réalisée par OpinionWay »
et aucune reprise de l'étude ne pourra être dissociée de cet intitulé.

60% ont autant eu recours à la livraison à domicile. En revanche, la part des Français ayant intensifié leur recours à ces deux prestations excède la part de ceux l'ayant réduite : **30% des Français ont davantage utilisé la commande de produits en ligne quand 13% l'ont diminuée. 21% ont accru leur recours à la livraison à domicile quand 17% l'ont baissé.**

*« Oui lors du confinement nous achetions plus en ligne car nous avons besoin de produits rapidement que nous ne pouvions pas trouver en magasin et nous avons gardé ces habitudes car nous étions très satisfaits »
(Femme, 35 ans, rurale, utilisatrice modérée)*

Reste à déterminer si ces nouveaux comportements d'achat répondent à la crise sanitaire ou s'ils s'imposeront comme une habitude de consommation pérenne.

DES CONSOMMATEURS EXIGEANTS

Les Français expriment globalement des exigences élevées concernant les différents aspects de la livraison. De façon transversale, le type de livraison, les délais de livraison et la possibilité de retourner ou d'échanger facilement son achat sont les critères jugés les plus importants. Comme pour les deux éditions précédentes, **le prix de la livraison demeure le critère décisif clé pour 29% des Français dans le cadre d'un achat sur Internet et pour 30% des Français pour un achat en magasin.** Viennent ensuite le délai de livraison et la possibilité de retourner ou échanger facilement son achat.

*« Certains sites de vente permettent d'avoir la livraison gratuite et je privilégie ces sites pour diminuer le coût de mon achat mais pas au détriment de la qualité de livraison »
(Femme, 39 ans, rurale, utilisatrice modérée)*

Principale nouveauté de cette édition 2020, on constate **que la connaissance et l'utilisation des modes de livraison lancés les plus récemment est en hausse** : livraison en mobilité (+3 % sur la connaissance et l'utilisation), livraison en consigne (+8% sur la connaissance et +7% sur l'utilisation), livraison dans un casier réfrigéré (+10 % sur la connaissance et +3% sur son utilisation).

De plus, la connaissance des différents services et fonctionnalités associés à la livraison (**suivi en temps réel de l'acheminement des colis, livraison le lendemain de la commande, installation du matériel livré, abonnement permettant de bénéficier des meilleures conditions**) est partagée par une large moitié des français alors qu'ils ne l'étaient globalement que par une mince moitié en 2018.

DES AXES DE PROGRESSION IDENTIFIÉS ET D'AUTRES À EXPLORER

Bonne nouvelle de ce nouveau baromètre, la part des Français ayant eu de mauvaises expériences en matière de livraison s'est significativement résorbée. **La moitié des sondés déclare avoir été confrontée à au moins un problème de livraison au cours des 12 derniers mois (54%).** C'est 8

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« Etude SprintProject, en partenariat avec DB Schenker, FM Logistic, GS1-France et Savoye, réalisée par OpinionWay »
et aucune reprise de l'étude ne pourra être dissociée de cet intitulé.

points de moins qu'en 2019 (62%) et 13 de moins qu'en 2018 (67%), signe d'une amélioration globale très nette de l'expérience clients.

On note également une baisse considérable des commandes reçues après la date annoncée (**24% en 2020, - 12 points**) ainsi que de la casse et de l'endommagement des produits lors de la livraison (**19%, - 17 points**). Le taux d'abandon des achats a également diminué (**67% vs 70% en 2019 et 82% en 2018**) et des progrès substantiels ont été réalisés au niveau des conditions de remboursement proposées, frein jusqu'alors très important.

De plus **les sites français bénéficient d'une très bonne considération**, notamment sur la qualité des produits fournis et la livraison, à contrario des sites étrangers (hors UE et USA) notamment chinois.

Enfin, si la majorité des français s'accordent à reconnaître les bénéfices économiques de la livraison à domicile (**création d'emploi** pour 83%, **option bénéfique pour les grandes enseignes** pour 75% des sondés), la livraison rencontre néanmoins deux écueils : **la congestion urbaine** et **les causes préjudiciables sur l'environnement** qu'elle peut engendrer. Deux thématiques sur lesquelles les entreprises peuvent se positionner pour rassurer les consommateurs.

« On a le discours anti Amazon, mais les personnes y font de plus en plus appel. Avec un sentiment de honte, on ne le dit pas à tout le monde, mais on le fait » (36-70 ans, ruraux / péri-urbains, petits acheteurs en ligne et utilisateurs peu fréquents de la livraison)

MÉTHODOLOGIE :

Le baromètre « **Service à la livraison : réalités sur les attentes des Français** » a été réalisé de manière **quantitative** et **qualitative**.

L'étude quantitative a été réalisé auprès d'un **échantillon de 2064 personnes**, du **18 septembre au 1er octobre 2020**, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. **OpinionWay** rappelle par ailleurs que les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : **1 à 2,2 points** au plus pour un échantillon de 2000 répondants.

L'étude qualitative a été réalisé sous la forme de **22 blogs en ligne** du **3 au 5 novembre 2020**, puis **3 focus groups** de 2h du **10 et 12 novembre 2020** en ligne avec les mêmes participants. Les participants ont été sélectionnés parmi des acheteurs internet et utilisateurs de services de livraison variés (critères d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de lieu de résidence, de fréquence d'achat et de livraisons variés).

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« **Etude SprintProject, en partenariat avec DB Schenker, FM Logistic, GS1-France et Savoye, réalisée par OpinionWay** »
et aucune reprise de l'étude ne pourra être dissociée de cet intitulé.



I A PROPOS

SprintProject est une société créée en 2017 par Fabien Esnault et Hervé Dechene. **SprintProject** chasseur en Open Innovation et expert en datas sur les sujets Smart Supply. **SprintProject** identifie et analyse les signaux faibles, les tendances et les innovations des startups internationales susceptibles de faire pivoter la filière Supply Chain. **SprintProject** est un réseau d'experts qui sensibilise et acculture les décideurs aux nouveaux modèles et au bouleversement du secteur ; conseille les grands groupes de la Supply Chain et du Retail sur leurs enjeux stratégiques ; met à leur disposition des datas et des outils d'aides à la décision pour une meilleure collaboration avec les startups et pilote les projets de codéveloppement pour assurer leur leadership de demain.

Cellule d'open innovation mutualisée, **SprintProject** challenge et accélère les performances des acteurs de la Mobilité

Retrouvez-nous sur notre site internet : www.sprint-project.com

Suivez-nous sur les réseaux sociaux : LinkedIn [SprintProject](#) | Twitter [@SprintProject](#)

CONTACT PRESSE

Coralie LOUBOUTIN

Responsable Communication

07.88.17.88.05

c.louboutin@sprint-project.com



SCHENKER | A PROPOS

DB Schenker est la division transport et logistique de la Deutsche Bahn. Présent à l'international avec 2 000 sites et plus de 76 000 collaborateurs, DB Schenker est l'un des principaux acteurs du monde de la logistique. L'entreprise met en place des solutions en logistique intégrée, en messagerie nationale et en fret international aérien, maritime, routier, ferroviaire, fluvial ou multimodal.

En Europe, DB Schenker est le 1er réseau de transport intégré. DB Schenker Logistics (division hors Rail) possède 124 agences en propre sur l'ensemble du territoire français (métropole et DOM) et a réalisé un chiffre d'affaires de 1,412 milliard d'euros en 2019 pour un effectif total de plus de 6 300 personnes.



LOGISTIC | A PROPOS

Créée en 1967, **FM Logistic** est une société de services logistiques familiale et indépendante, qui accompagne de grandes entreprises internationales et nationales, en particulier dans les secteurs de la grande consommation, de la distribution, des parfums et cosmétiques, de l'industrie et de la santé. Présente dans 14 pays d'Europe, d'Asie et d'Amérique latine (Brésil), elle emploie 27 500 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de 1,43 milliard d'euros lors de son dernier exercice (clos le 31 mars 2020). FM Logistic investit dans l'innovation pour offrir des services de supply chain qui répondent à l'essor de la distribution omnicanale, du e-commerce et de la logistique urbaine, dans un souci constant de développement durable.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« Etude **SprintProject**, en partenariat avec **DB Schenker**, **FM Logistic**, **GS1-France** et **Savoie**, réalisée par **OpinionWay** »
et aucune reprise de l'étude ne pourra être dissociée de cet intitulé.



I A PROPOS

GS1 est l'organisation mondiale de standardisation, neutre et à but non lucratif, créée par les entreprises pour faciliter l'échange d'information et le commerce. Avec plus de 44 000 entreprises adhérentes en France, de toute taille et de tout secteur et 2 millions dans le monde, GS1 offre un véritable espace de collaboration leur permettant de définir et d'adopter des règles communes – des standards - qui profitent à tous. Elles peuvent ainsi mieux vendre et digitaliser leurs produits, automatiser leurs transactions, optimiser leur logistique et améliorer la traçabilité des flux.

Avec les standards GS1, les entreprises identifient de façon unique et internationale leurs produits, lieux, assets, tout au long de leur cycle de vie, quel que soit le canal de vente. C'est un langage commun qui fluidifie et sécurise le partage d'information avec tous leurs partenaires et clients partout dans le monde.

On a tous intérêt à parler le même langage.

www.gs1.fr



SAVOYE | A PROPOS

SAVOYE, acteur mondial dans la conception, fabrication et l'intégration de systèmes automatisés et robotisés pour l'intralogistique et de solutions logicielles pour la Supply Chain, propose une offre complète de solutions répondant aux besoins des organisations logistiques, des plus simples aux plus complexes, au service des PME et des grands comptes.

SAVOYE a réuni début 2020 ses deux expertises majeures sous deux gammes:

- Advanced Software pour l'édition de progiciels pour la Supply Chain Execution (OMS, WMS, WCS, TMS, EDI), comprenant ses produits-phares: LM XT, LOGYS, MAGISTOR, LM TMS, LM OMS.
- Advanced Technologies pour les solutions automatisées et robotisées goods-to-person pour charges lourdes (MAGMATIC) et légères (X-PTS), systèmes de préparation de commandes, automatisation des emballages d'expédition (machines JIVARO, E-JIVARO, PAC 600...), convoyeurs (INTELIS).

Par ailleurs, Savoye a étendu le périmètre de ses solutions de Supply Chain Execution au retail omnicanal :

- la société SoCloz, leader des plateformes logicielles SaaS pour les enseignes physiques au travers de solutions de stock unifié, a été acquise en février 2020.

SAVOYE est présente internationalement au travers de 3 unités : Savoye North America Inc, aux États-Unis, Savoye China en Asie et Savoye Europe & MEA.

Savoye emploie 760 collaborateurs dans le monde et a réalisé en 2019 un chiffre d'affaires de 130 millions d'euros.

Site web : www.savoye.com

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :
« Etude **SprintProject**, en partenariat avec **DB Schenker**, **FM Logistic**, **GS1-France** et **Savoye**, réalisée par **OpinionWay** »
et aucune reprise de l'étude ne pourra être dissociée de cet intitulé.