

SERVICES À LA LIVRAISON

Réalités sur les attentes des Français

3^{ème} édition

2020

LES FRANÇAIS FONT MOINS D'ACHAT SUR INTERNET À L'EXCEPTION DE L'ALIMENTAIRE

Les produits alimentaires

+7 points pour les achats sur internet par rapport à 2019, soit 32%



Les plats préparés

+3 points pour les achats sur internet par rapport à 2019, soit 13%

LA LIVRAISON À DOMICILE RESTE N°1 MAIS LES AUTRES MODES DE RETRAITS AUGMENTENT



Livraison à domicile : 86% l'utilisent

Livraison en magasin (Click & Collect, drive..) : 55% l'utilisent (+6 points par rapport à 2019)

Retrait en consigne : 24% l'utilisent (+7 points par rapport à 2019)

Retrait en casiers réfrigérés : 12% l'utilisent (+3 points par rapport à 2019)

LES SUJETS SOCIÉTAUX PLUS IMPORTANTS QUE L'ENVIRONNEMENT ?



87% jugent que les plateformes numériques de livraison à domicile doivent être davantage responsables socialement

63% jugent que le développement de la livraison à domicile peut devenir un problème de circulation dans les villes

56% jugent que le développement de la livraison à domicile a un impact écologique négatif

LES -35 ANS : DES ATTENTES ET DES EXIGENCES DIFFÉRENTES



Abandon lié au coût de la livraison :

36% chez les -35 ans (**44%** pour la moyenne nationale)

Ont déjà renvoyé un produit commandé en ligne :

34% chez les -35 ans (**26%** pour la moyenne nationale)

Insatisfaction globale du SAV suite au renvoi :

16% chez les -35 ans (**11%** pour la moyenne nationale)

Taux d'insatisfaction de la démarche de retour :

23% chez les -35 ans (**14%** pour la moyenne nationale)

Une étude **SprintProject**, en partenariat avec **DB Schenker**, **FM Logistic**, **GSI-France** et **Savoie**, réalisée par **OpinionWay**

contact@sprint-project.com