



Le développement du e-commerce satisfait les Français, qui restent très vigilants sur les prix dans le contexte de crise économique

La livraison des colis reste le point clé de la satisfaction client, mais près d'un français sur deux avoue ressentir un certain stress lorsqu'il effectue des achats en ligne, selon l'étude IFOP réalisée pour Relais Colis

Boissy-Saint-Léger, le 11 septembre 2012 – L'IFOP a réalisé pour Relais Colis une étude sur les attentes du client final quant à la livraison en point de proximité *.

- 98% des français interrogés accordent autant d'importance au prix et au choix du produit qu'à la livraison
- Le retrait des colis chez un commerçant point relais est utilisé par 50% des acheteurs en ligne
- 76 % des interviewés qui indiquent récupérer leurs colis non volumineux à domicile et à la Poste déclarent le faire par défaut.

Les français, consommateurs d'e-commerce :

Deux tiers des personnes interrogées par l'Ifop pour Relais Colis - premier réseau de livraison de colis aux particuliers en France - indiquent acheter leurs produits régulièrement (39%) ou occasionnellement (19%) sur Internet. **L'importance de ce réflexe se confirme dans la fréquence même de l'achat en ligne** : si 4% des internautes indiquent acheter plutôt rarement (« moins souvent ») en ligne, 17% indiquent le faire tous les deux ou trois mois. En outre, plus d'un interviewé sur cinq déclare acheter via Internet au moins une fois par mois (22%).

Les principaux acheteurs en ligne se comptent parmi les professions libérales et les cadres supérieurs (69%) ainsi que parmi les ménages disposant d'un revenu mensuel d'au moins 3 000 euros (66%).

Dans le contexte actuel de crise économique, la sensibilité au prix demeure particulièrement accrue :

Si les internautes accordent beaucoup d'importance aux différentes étapes de l'achat en ligne, l'aspect prépondérant restant sans surprise le prix du produit (98%, dont 81% le considèrent même comme « très important »), confirmant ainsi la vigilance de l'opinion à l'égard du pouvoir d'achat. La quasi-totalité des interviewés achetant en ligne juge également très important le choix du produit lui-même (98%, dont 74% « très important ») et les modalités de sa livraison (98%, dont 66% « très important »). On note que le prix semble davantage jouer un rôle dans le choix des jeunes (84% l'estiment « très important », contre 75% des seniors), les personnes âgées de 65 ans et plus accordant en revanche plus d'importance aux modalités de livraison (100%) et au service après-vente (93% contre 85% des moins de 35 ans). La livraison et le service après-vente impactent également davantage le choix

des internautes en zone rurale (99% et 93%) que les internautes vivant en agglomération parisienne (95% et 87%).

Si le prix constitue l'aspect le plus important lors de l'achat en ligne, le choix du produit apparaît comme l'étape dont les internautes se disent le plus satisfaits (99%, dont 43% affirment même être « très satisfaits »).

La quasi-totalité des personnes interrogées fait ensuite part de sa satisfaction à l'égard de la livraison, mais on observe tout de même qu'ils estiment trop élevés les prix du transport (46% s'en disent insatisfaits). A noter également qu'un internaute sur quatre souhaiterait bénéficier d'un meilleur service après-vente (24%). De manière générale et dans le détail, les seniors expriment des jugements plus cléments que les autres interviewés.

En corrélation logique avec les résultats précédents, les internautes se disent surtout attentifs aux coûts et aux délais de livraison (97% et 95%). Prêtant une attention supérieure au prix de l'article qu'ils souhaitent acheter, trois quarts d'entre eux indiquent être même très attentifs au coût de la livraison (73%). De même, si les délais de livraison sont souvent source d'insatisfaction, la moitié des interviewés affirme y faire très attention (53%). La diversité des solutions est également source d'attention (90%).

Le prix de la livraison, pourtant en tête des préoccupations lors de l'achat en ligne, déçoit le plus les internautes, puisque quatre interviewés sur dix s'en déclarent insatisfaits (41%, dont 8% ne sont pas satisfaits du tout).

Les acheteurs en ligne, confrontés à différents problèmes logistiques, ont besoin d'être rassurés, notamment sur les délais et les coûts :

La moitié des acheteurs en ligne admet ressentir beaucoup (8%) ou au moins un peu de stress (40%) lorsqu'ils effectuent des achats sur Internet. Paradoxalement car constituant le cœur de la génération Internet, les jeunes sont particulièrement nombreux à exprimer une certaine angoisse quand ils achètent des produits sur Internet : 75% des 18 à 24 ans contre 35% des 65 ans et plus se sentent ainsi stressés lors de cette expérience.

De manière plus attendue, le niveau de stress semble reculer avec la fréquence des achats virtuels, 59% des acheteurs très occasionnels ayant besoin d'être rassurés, contre 44% chez les acheteurs les plus réguliers. Enfin, le niveau de stress ressenti semble varier selon la modalité de récupération du colis non volumineux : dans la moyenne en ce qui concerne la livraison à domicile (47%) ou chez un commerçant (49%), ce sentiment est majoritaire lors d'une livraison à la Poste (56%) et s'élève à 71% lors d'une livraison sur leur lieu de travail.

L'appréhension ressentie par les acheteurs peut s'expliquer par les différents problèmes qu'ils expérimentent lors d'achats en ligne. Recevoir une livraison en retard constitue la principale difficulté rencontrée : elle a été vécue par 80% des interviewés, quatre personnes sur dix affirmant même l'avoir subie à plusieurs reprises (40%). L'insuffisance de l'information est déplorée par 56% des personnes interrogées s'agissant du suivi de la commande (dont 29% estiment qu'ils l'ont vécu plusieurs fois) et 53% en ce qui concerne la livraison plus généralement (dont 26% déclarent y avoir été confrontés à plusieurs reprises). En revanche, recevoir une commande incomplète (46%) ou endommagée (46%), bien que s'établissant à des niveaux importants, concerne moins de la moitié des internautes. Enfin, seul un acheteur virtuel sur cinq déclare avoir reçu par le passé des produits qu'il n'avait pas commandés (21%).

Une diversité de solutions de livraison satisfaisante pour les français :

90% des acheteurs virtuels se montrent très satisfaits de la diversité des solutions de livraison proposées et indiquent leur satisfaction à l'égard des délais. Alors que 85% des interviewés achetant en ligne prêtaient de l'importance à la proximité du commerce relais partenaire, une proportion semblable s'en dit satisfaite (87%). Les personnes âgées de 65 ans et plus expriment un degré de satisfaction nettement supérieur à celui des plus jeunes, l'écart étant le plus marqué en matière de diversité des solutions de livraison proposées (92% des seniors étant satisfaits, soit un écart de 9 points). Les internautes de province comptent également parmi les interviewés plus satisfaits.

Parmi les différents modes de livraison, 77% des internautes effectuant des achats en ligne utilisent un mode de livraison traditionnel : la livraison des colis non volumineux à leur domicile. Ce mode de livraison est logiquement favorisé par les personnes les plus âgées, souvent moins mobiles (85% des 65 ans et plus se font livrer à la maison). **Le retrait chez un commerçant est utilisé par 50% des acheteurs en ligne** et constitue une option qui apparaît plus courante en province (51%) que dans la capitale (42%). Seuls 15% des acheteurs choisissent de retirer leurs colis à la Poste, et il s'agit par ailleurs d'une pratique plus installée à Paris (23%) qu'en province (14%). Enfin, 18% des personnes ressentant du stress lors de leurs achats en ligne indiquent par ailleurs procéder à un retrait à la Poste. Enfin, 6% des internautes indiquent profiter de leur lieu de travail pour se faire livrer leurs colis.

76% des interviewés qui indiquent récupérer leurs colis non volumineux à domicile et à la Poste déclarent le faire par défaut, soit parce qu'ils n'étaient pas présent au moment du passage du facteur à leur domicile (76%), soit parce que le livreur ne s'est pas présenté (17%). L'option de retrait à la Poste s'inscrit donc comme un recours, seuls 7% des interviewés choisissant cette option de prime abord.

La proximité du domicile se révèle logiquement comme la principale motivation dans le choix d'un point relais de proximité (92%), un facteur qui impacte particulièrement le choix des Français dans les communes urbaines de province (94%) et les seniors (99%). En revanche, seul 7% des interviewés privilégient la proximité de leur lieu de travail, une option notamment privilégiée par nombre de Français âgés de 25 à 34 ans (15%).

Les systèmes de livraison d'un achat en ligne chez un commerçant de proximité bénéficient d'une image particulièrement positive :

Le système de livraison en point relais convainc tout d'abord par sa facilité d'usage, les interviewés citant en premier lieu sa simplicité (72%), puis le temps qu'il fait gagner (68%) et sa souplesse (67%). En outre, deux tiers des Français avouent par ailleurs que ce système de livraison est rassurant (63%) et 62% le jugent économique (dont 22% tout à fait), tandis que 58% des Français qualifient ce système d'humain. Point important, une majorité de Français (58%) loue la discrétion du système de livraison, un aspect davantage mis en avant par les personnes qui récupèrent leur colis chez un commerçant point de relais (75%).

Aux yeux des Français, l'amplitude des horaires d'ouverture constitue la première condition que doit réunir un commerçant pour servir de point de relais pour la livraison de colis issus d'achats en ligne. 65% des interviewés citent les horaires d'ouvertures comme principal critère, une caractéristique qui joue un rôle particulièrement important pour les jeunes (74%) et les acheteurs réguliers (76%). Si les horaires jouent un rôle important, les Français accordent pourtant nettement moins d'importance à l'ouverture le week-end (37%).

Les Français font par ailleurs de l'accessibilité du commerce un critère primordial (55%, 67% auprès des jeunes et des seniors). Enfin, si la moitié des potentiels clients cite la qualité de l'accueil comme un

critère déterminant (54%), seul un interviewé sur quatre se préoccupe de l'atmosphère générale du magasin (23%).

La possibilité de retourner ou échanger le colis via le commerçant est le service jugé comme le plus important par les potentiels usagers des réseaux de livraison (92%), et il apparaît même essentiel pour deux tiers des interviewés (66%, 73% parmi les inactifs). Si le suivi individuel de leur colis en ligne semble également important (91%), voire très important (52%) aux interviewés, ils accordent sensiblement moins d'importance aux notifications d'arrivée du colis par e-mail (87%) ou SMS (79%).

***Méthodologie de l'étude :**

L'étude a été réalisée auprès d'un échantillon 1005 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing), du 27 au 29 août 2012

A propos de Relais Colis

Inventeur du concept de livraison en relais de proximité dès 1983, Relais Colis® est le 1er réseau de livraison aux particuliers en Relais et à Domicile. Riche de 40 ans d'expérience, Relais Colis® est aujourd'hui le partenaire de nombreux acteurs e-commerce et de la vente à distance de premier plan, grâce à des solutions complètes alliant livraison en points de proximité et livraison à domicile pour les colis plus volumineux.

Relais Colis® c'est :

- 26 millions de colis livrés par an en Relais, 2 millions à Domicile
- Un réseau intégré de 3 hubs nationaux, 27 agences régionales, 4000 commerçants de proximité partout en France métropolitaine
- 3 français sur 4 nous connaissent, plus d'1 sur 2 nous utilise (Etude IFOP Septembre 2012)

Attachant une importance particulière à la traçabilité des colis et à l'information client, Relais Colis® envoie une alerte SMS dès la mise à disposition au Relais et offre à chacun la possibilité de suivre ses colis en temps réel sur www.relaiscolis.com, et où que l'on soit depuis son Smartphone avec Mon Appli' Relais Colis qui permet aussi de trouver un Relais à proximité, ou d'évaluer une prestation.

Relais Colis® est une société du groupe Redcats (groupe PPR), l'un des leaders mondiaux de la distribution de mode et décoration sur Internet avec un groupe de marques implantées dans 31 pays.

Pour plus d'informations visitez le site www.relaiscolis.com

La proximité selon Relais Colis

- ◆ Toujours un Relais Colis à moins de 10 mn de chez soi, pour 82% de la population, 100% dans les grandes villes
- ◆ 60% de la population passe tous les jours à proximité d'un Relais Colis (domicile, travail ...)
- ◆ 52% de ses principaux lieux de vie sont à proximité d'un Relais Colis (commerçants, école ...)

(Etude Territoire et Marketing Juillet 2011, A proximité = moins d'1 km)

Contacts presse

RUMEUR PUBLIQUE

Anne-Lise Ibrahimoff

+33 (0)1 55 74 52 18

anne-lise@rumeurpublique.fr

Elodie Bailly

+33 (0)1 55 74 52 32

elodie@rumeurpublique.fr