
LES FRANCILIENS ET LE E-COMMERCE

ACHATS INTERNET ET MODES DE LIVRAISON ASSOCIÉS : QUELLES PRATIQUES?

Journées d'échanges sur la mobilité urbaine / 24 Mars 2017

Delphine Brajon / Corinne Ropital – IAU



Plan de la présentation

Pourquoi cette enquête?

Méthodologie

Principaux résultats relatifs aux pratiques de livraison

La mobilité des consommateurs associée aux points relais

POURQUOI CETTE ENQUÊTE?

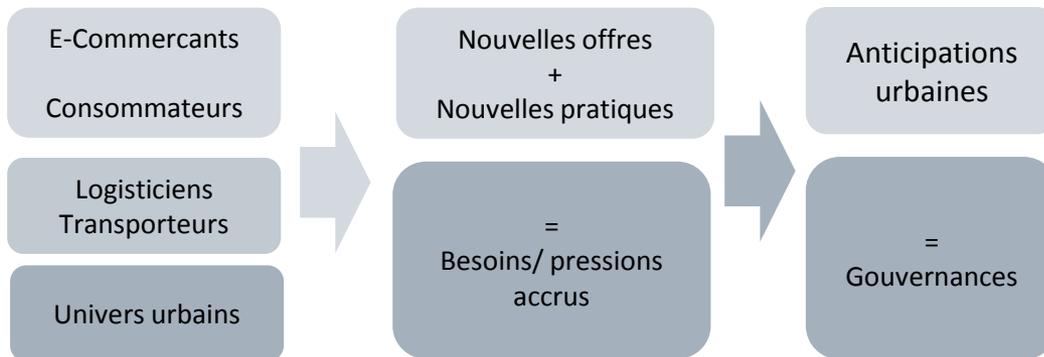


Pourquoi cette enquête?

Le clic du consommateur a enclenché une nouvelle révolution logistique

L'individualisation (un colis = un individu = une adresse) fragmente la logistique

Des enjeux de flux/d'espace sur les territoires



4,3 millions de mouvements par semaine en Ile-de-France générés par les établissements hors B2C (TMV IDF 2015)

Le e-commerce en France en 2016 c'est

72 mds d'€ - chiffres d'affaires (+14,6% par rapport à 2015)

+ d'1 md de transactions (+23% par rapport à 2015)

450 millions de colis en 2014 (Fevad)

Une multiplication du nombre de colis et de points à livrer

MÉTHODOLOGIE



Une enquête régionale

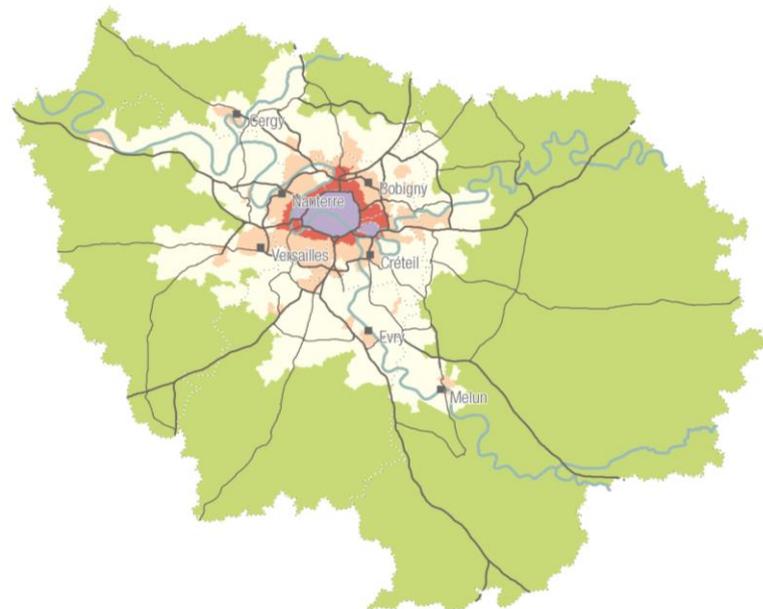
Enquête online via un panel de consommateurs, **financée par la région IDF**

Axes d'investigation de l'enquête

3 800 Franciliens de 15 à 75 ans interrogés

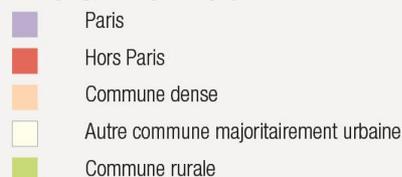
1. Les caractéristiques socio-démographiques de l'interviewé
2. Les informations relatives à son habitat
3. Son profil « numérique »
4. Le profil d'acheteur de l'interviewé / Ses habitudes d'achat
5. Les livraisons liées aux achats de l'interviewé
6. Les attentes vis-à-vis de la livraison
7. Son avis par rapport à des nouvelles propositions de livraison

Condition d'inclusion dans l'étude : **Avoir acheté sur internet au moins un produit neuf** au cours des 12 derniers mois



Résultats redressés selon les caractéristiques de la population francilienne

Découpage morphologique



Répartition de la population francilienne

S'agissant de la mobilité... les questions posées

4. Le profil d'acheteur de l'interviewé / Ses habitudes d'achat

La fréquence d'achat sur Internet/en Magasin

Le type de sites

Les catégories de produits et le nombre de produits achetés

5. Les livraisons / pratiques de déplacement

Le type de livraison choisi le plus souvent

→Livraison à domicile : Qui réceptionne le colis ?

→Points Relais et/ou Casier/consigne :

 Schéma de déplacement pour le retrait du colis

 Moyen de transport utilisé pour le retrait du colis

 Temps de déplacement

Durée entre la livraison et le retrait du colis

6. Ses attentes vis-à-vis de la livraison

Ses critères de choix du mode de livraison

Ses attentes en termes de délais

Son comportement en cas de défaillance d'un mode de livraison / de rupture du produit recherché

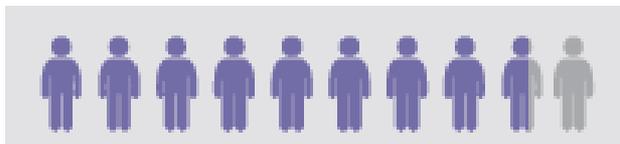
Sa satisfaction par rapport aux options de livraisons proposées

Tout le monde achète sur internet

	FRANCE	IDF	Source
Equipement et l'accès à internet	80%	87%	INSEE -Enquête TIC 2007 à 2015
Nombre d'acheteurs		65%	
Part des internautes acheteurs	78% des internautes		FEVAD / Médiamétrie 2015
Taux d'achat par région		71% des Franciliens	Eurostat 2015
<u>Enquête Région IDF / IAU</u>		86% des internautes	

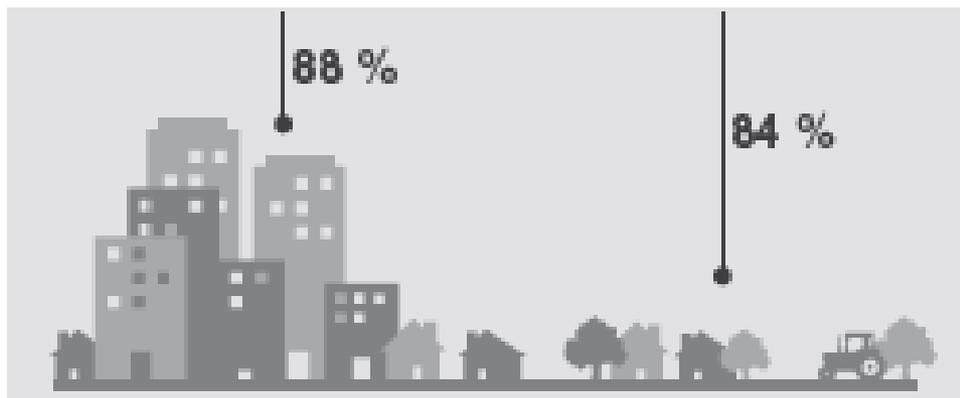
Les pratiques d'achats internet des Franciliens

Près de 9 internautes sur 10 achètent en ligne ...



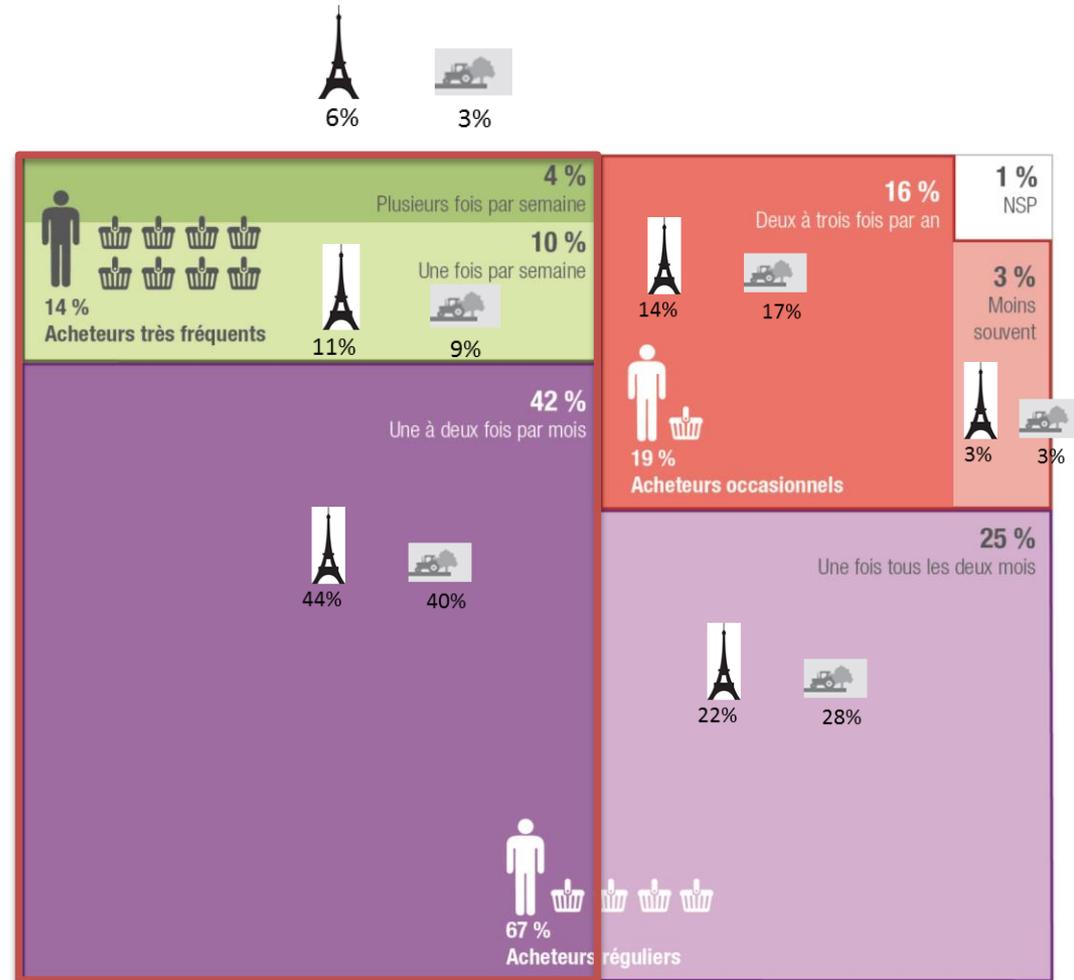
... soit près de 7 millions d'@cheteurs dans la région

En zone dense comme en zone rurale



Les achats : fréquence et produits

Plus de la moitié des internautes Franciliens achètent au moins une fois par mois



© IAU idF

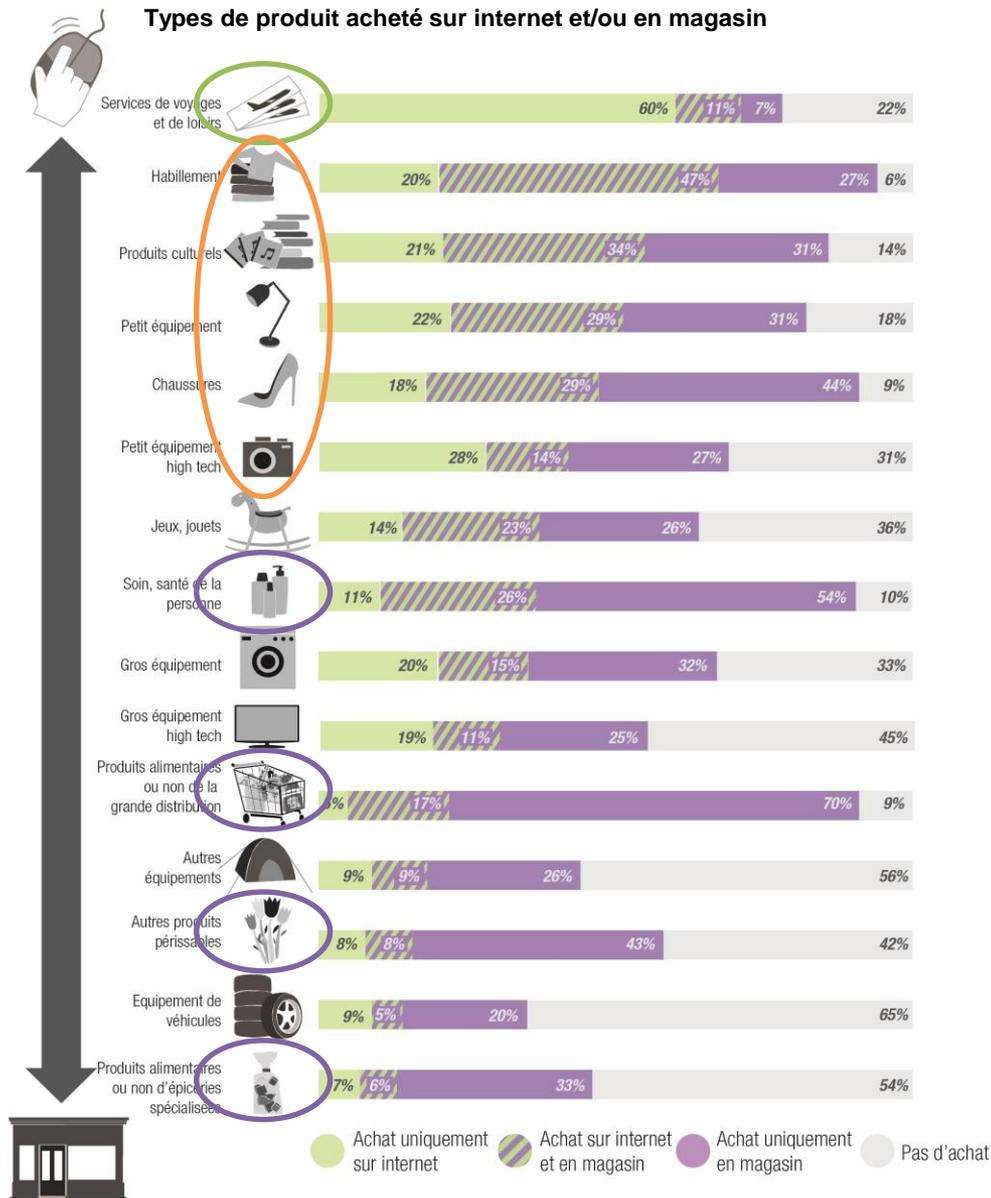
Comparaison des pratiques d'achat sur internet / en magasin

Services de voyages et de loisirs -
très largement dématérialisés
→ Génère moins de déplacements des individus

Habillement, Chaussures,
Équipement de la maison,
Produits culturels -**Pratiques mixtes Magasins / Internet**

Soin / Santé de la personne,
Produits alimentaires ou non de la grande distribution -
Le magasin reste le principal canal d'achat

Types de produit acheté sur internet et/ou en magasin



PRINCIPAUX RÉSULTATS RELATIFS AUX PRATIQUES DE LIVRAISON

84,4% des produits achetés en ligne génèrent des livraisons



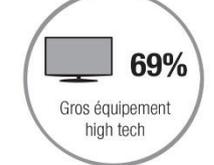
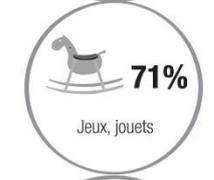
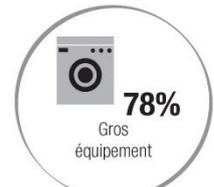
La livraison à domicile ...

... prédomine

- 87% des @cheteurs ont choisi un ou deux modes de livraison en général parmi les 9 proposés
- Lorsque 2 modes de livraison La LAD (46%) + les points relais (33%)
- Si un seul mode choisi La livraison à domicile pour 85%
- La LAD, quels que soient la nature du produit, son encombrement

Le plus souvent, où souhaitez-vous être livré lors de votre commande sur Internet ?

	Un mode	Deux modes
Domicile	85%	46%
Point relais	10%	33%
Magasin	1%	6%
Autres	1%	5%
Drive		3%
Bureau de poste	1%	2%
Lieu de travail	1%	2%
Entrepôt		1%
Consigne		



Principaux modes de livraison par type de produits (dernier achat)

La diversification des modes de livraison

Question de

- Fréquence d'achat

2,4 modes pour les acheteurs
plusieurs fois par semaine

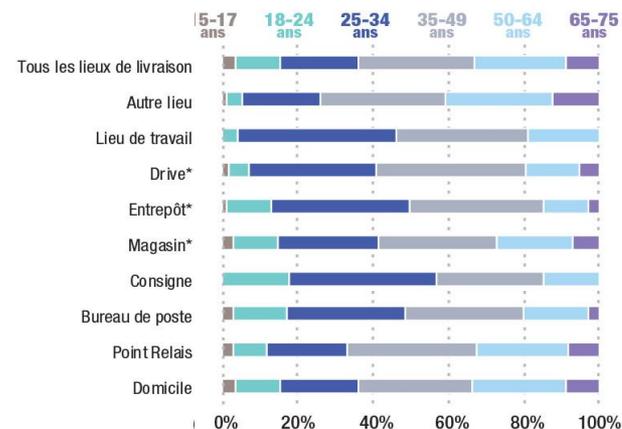
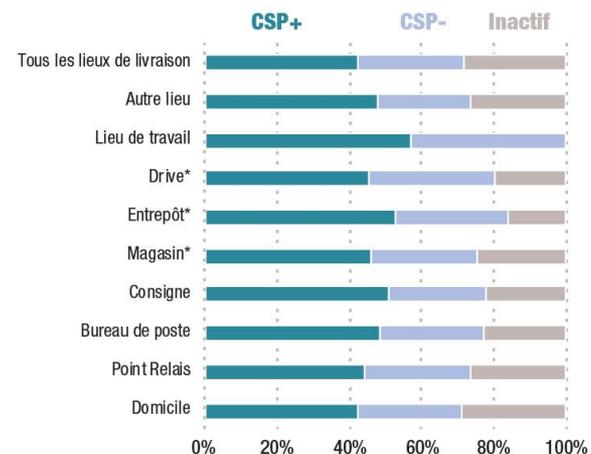
- De CSP

Les CSP+ diversifient davantage les
modes de livraison

- D'âge

Les 25-49 ans multiplient les
alternatives à la LAD

Le plus souvent où souhaitez-vous être livré ?



Les pratiques émergentes alternatives à la LAD

Les « hyper @acheteurs » franciliens montrent les pratiques de livraison de demain

Exemples

- Les consignes

4 fois plus utilisées par les très grands acheteurs (50 produits et plus) : 62% contre 17%

- Les magasins

Utilisés par plus de la moitié des grands acheteurs (30 produits et plus) : 51% contre 35%



Demain

Un rapport entre la nature de produit et le magasin (multicanal)

Le tissu commercial au service du e-commerce (et réciproquement)

Un lien étroit avec l'espace public et privé

LA MOBILITÉ DES CONSONAUTES ASSOCIÉE AU POINT RELAIS



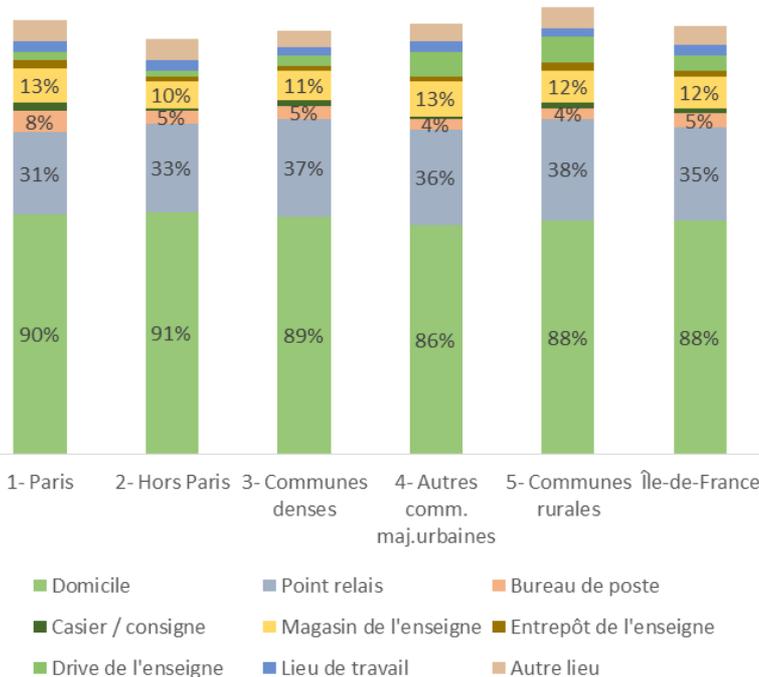
<http://www.abrugby.fr>

L'usage du point relais par les internautes franciliens

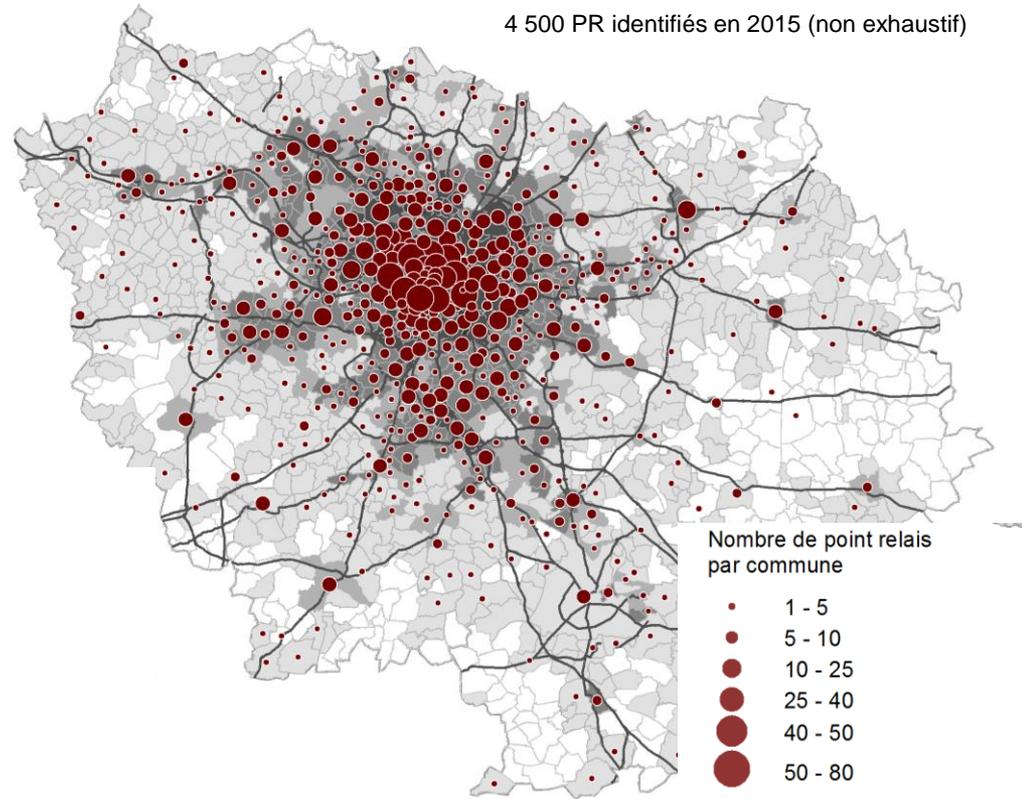
Les communes rurales

Utilisent plus la solution point relais (38%)

Le plus souvent où souhaitez-vous être livré ?



4 500 PR identifiés en 2015 (non exhaustif)



Sources : internet, IAU ÎdF
© IAU ÎdF

Le déplacement vers le Point relais

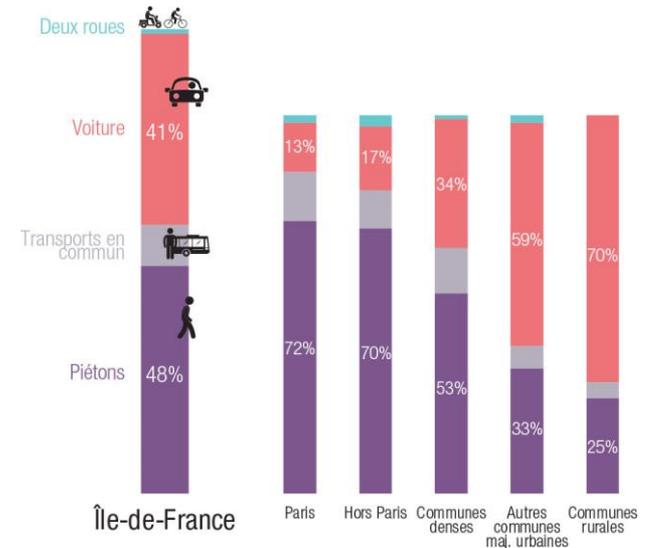
Le mode de déplacement

- Le plus souvent à pied : 48%
 - Puis en voiture : 41%
 - De fortes variations selon les territoires
- Paris et les communes limitrophes : 70% ou plus
Usage de la voiture dans les communes rurales : 70%

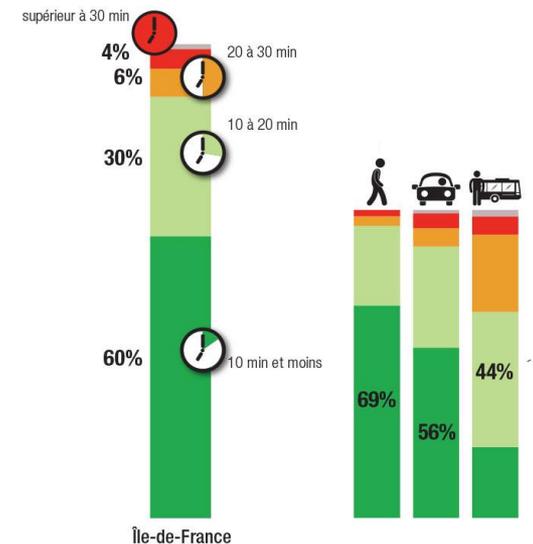
Le temps acceptable

- Inférieur à 10 minutes dans la majorité des cas (60%)
- Que ce soit à pied ou en voiture
- Une durée de parcours plus long en voiture pour Paris et les communes limitrophes (20 à 30 minutes)

Vous allez généralement chercher votre colis ...



Vous mettez généralement ...



Parutions

E commerce et logistique

Disponibles

- **Pratiques d'achats internet et de livraisons des Franciliens**

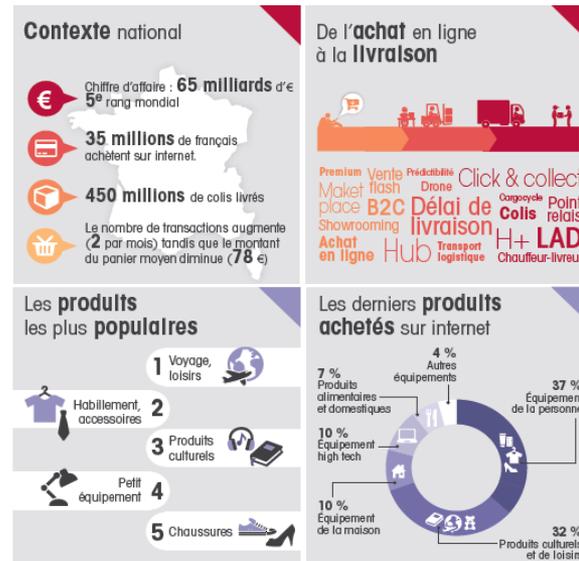
<https://www.iau-idf.fr/savoir-faire/nos-travaux/edition/comment-ameliorer-la-performance-logistique-du-e-commerce-1.html>

- **Le B2C et son fonctionnement logistique en Île-de-France**

<https://www.iau-idf.fr/savoir-faire/nos-travaux/edition/comment-ameliorer-la-performance-logistique-du-e-commerce.html>

À venir :

- Chiffres clés
- Scénarios pour l'Île-de-France



Contacts

delphine.brajon@iau-idf.fr
corinne.ropital@iau-idf.fr

Les Cahiers de l'IAU

« UNE MÉTROPOLE A MA TABLE : L'Île-de-France face aux défis alimentaires »

<http://bit.ly/lescahiers173>

