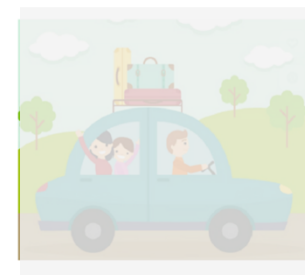
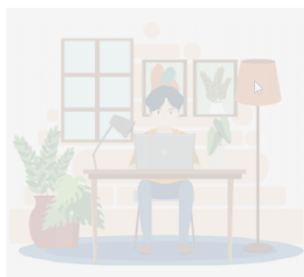




PRATIQUES D'ACHAT EN LIGNE ET MOBILITÉ

BAROMOB CEREMA-ADEME

F. Hasiak – Cerema
B. Christian – Cerema
M. Cottignies – Ademe

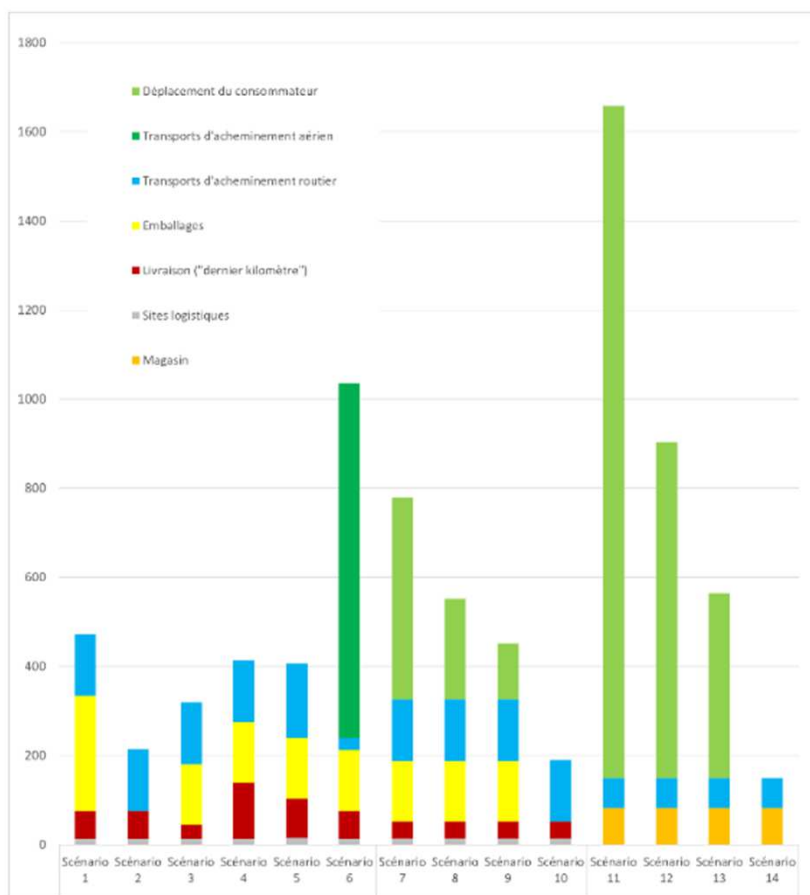


Financé par



Pourquoi étudier les pratiques d'achats en ligne ?

Mieux connaître la pratique d'achat en ligne pour mieux évaluer sa performance environnementale



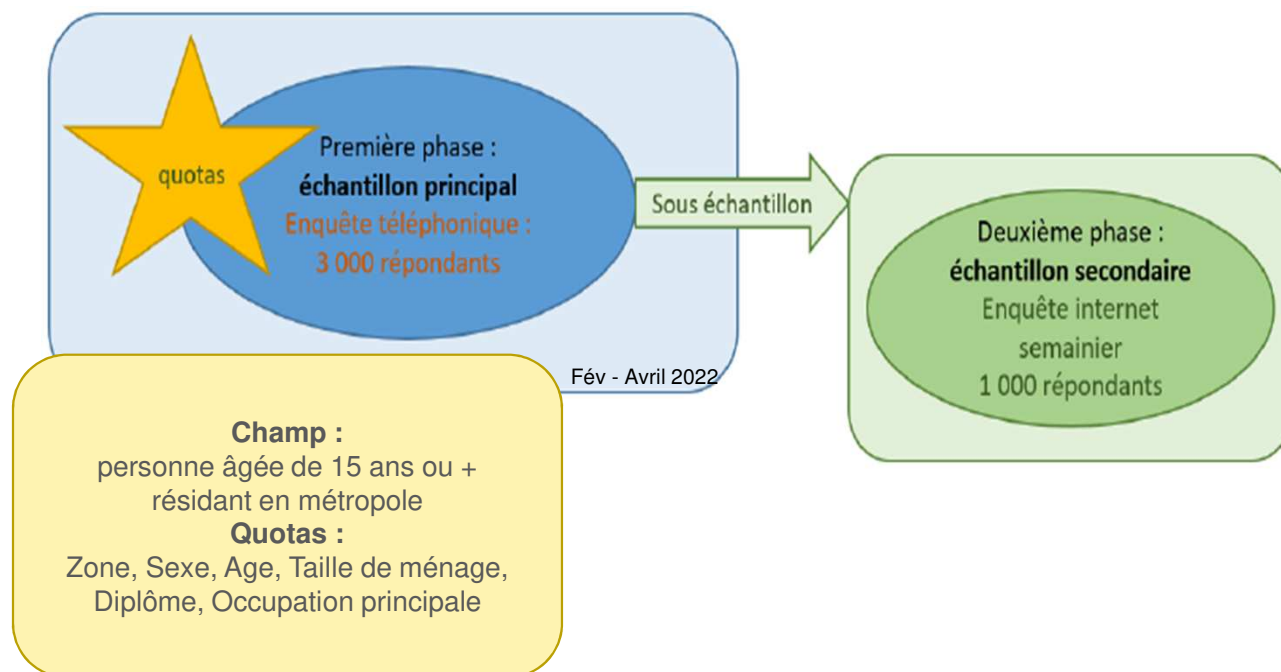
L'Ademe vient de publier un rapport qui modélise 14 scénarios d'émission de GES selon les pratiques d'achat en ligne et de délivrance du produit, et de gestion des emballages. Sous certaines hypothèses, l'achat en direct ne semble pas toujours le plus vertueux, en partant de l'idée que ces derniers sont remplacés par des achats sur internet.

<https://librairie.ademe.fr/mobilite-et-transport/6261-commerce-en-ligne-impacts-environnementaux-de-la-logistique-des-transport-et-des-deplacements.html>

Méthodologie Questionnaires

Utiliser BaroMob pour analyser la pratique des achats

Équipement internet du ménage
Pratiques d'achats régulières sur internet par familles de produit
Pratiques de livraison
Zoom sur les achats alimentaires et d'habillement



Description de tous les déplacements effectués une semaine donnée dont les déplacements pour achats

- vers les petits commerces, marchés supermarchés
- vers les hypermarchés, centres commerciaux

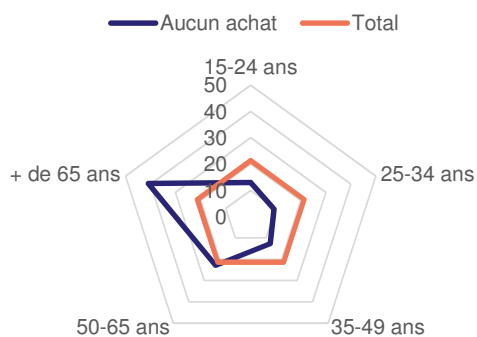
⇒ Fréquence de déplacement et distance

Pratiques d'achats en ligne

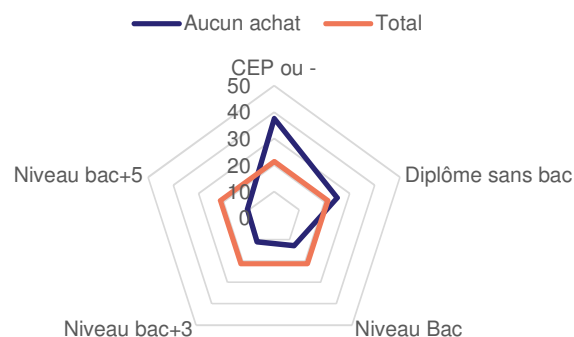
Un accès encore différencié

21% des personnes âgées de 15 ans ou plus ne pratiquent jamais d'achat en ligne, 15% en IDF seulement
 Parmi les acheteurs, 19% n'ont pas fait d'achat en ligne le mois passé

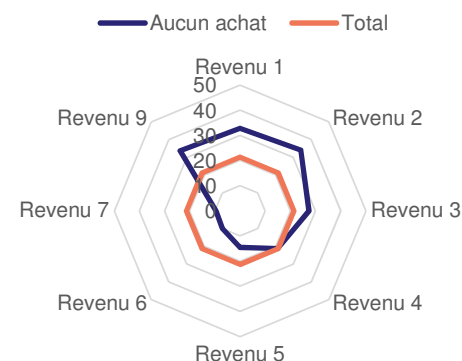
Selon l'âge de l'acheteur



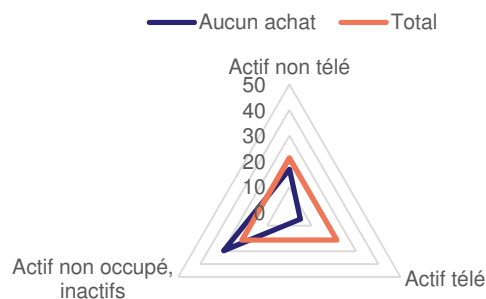
Selon le niveau de diplôme de l'acheteur



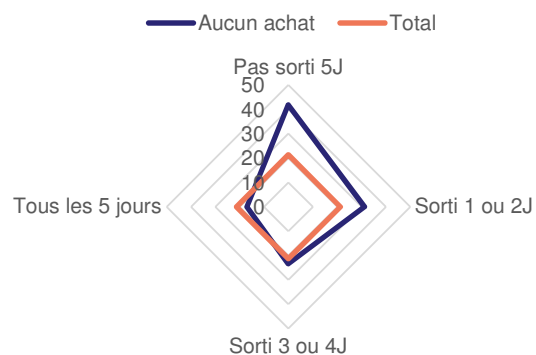
Selon la tranche de revenu du ménage



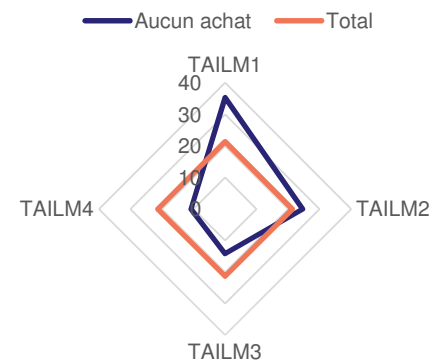
Selon la pratique du télétravail



Selon la mobilité du lundi au vendredi



Selon la taille du ménage



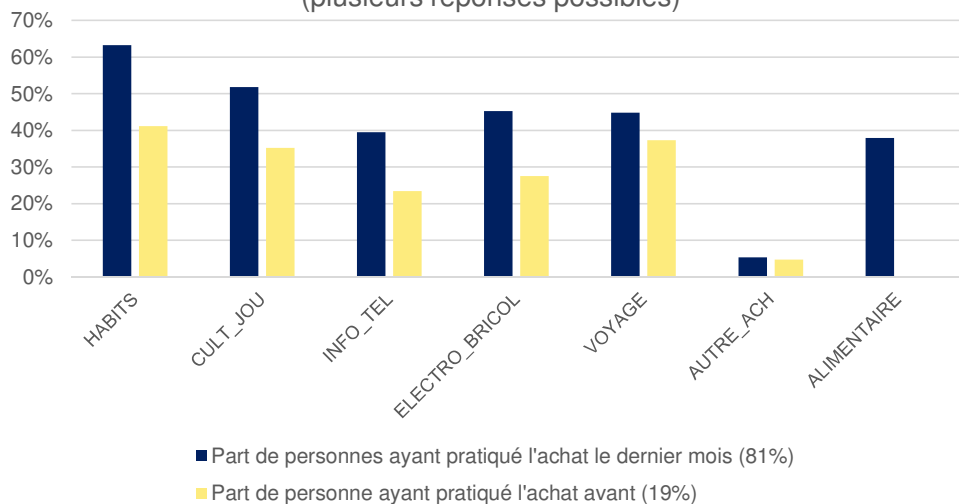
Lecture : dans chaque graphique, le comportement moyen de la population à n'effectuer aucun achat en ligne est repris à 19% (rouge) ; on le compare à chaque sous population analysée (en bleu).
 Par exemple 40% des personnes âgées de 65 ans et + ne réalise aucun achat en ligne

2.4 types de produits achetés en moyenne

Mais seulement 1,7 si la personne déclare ne rien avoir acheté en ligne le mois passé, et **3 si on télé-travaille**
 11% des acheteurs déclarent acheter tout type de produit sur internet

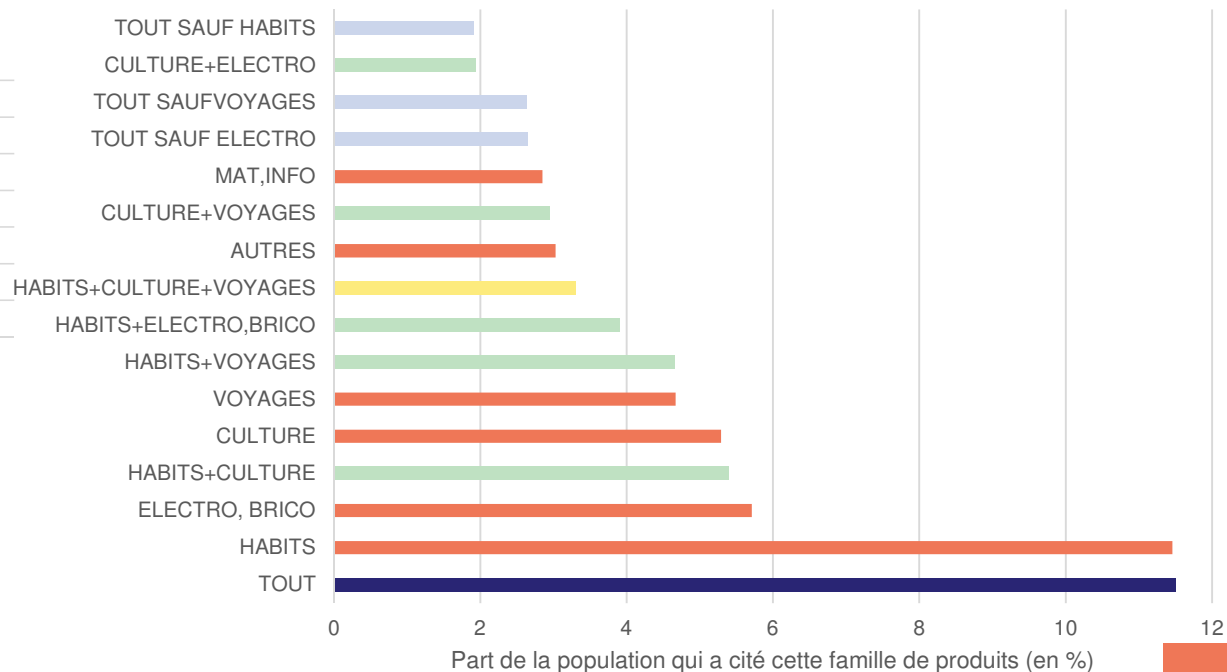
L'habillement reste le produit le plus souvent cité, seul, ou associé à d'autres, qu'on ait réalisé l'achat le mois passé, ou avant
25% achète de l'habillement plus d'une fois par mois, 41% moins souvent qu'une fois par mois.

Pratique d'achat en ligne selon la famille de biens
 (plusieurs réponses possibles)



Lecture : Parmi les personnes ayant pratiqué des achats le dernier mois, 60% ont acheté de l'habillement

Principaux types de produits achetés en ligne



Lecture : 11,5% des personnes pratiquant l'achat en ligne déclare acheter dans TOUTES les familles de produits proposées
 A contrario, 11,5% des personnes pratiquant l'achat en ligne déclare n'acheter que de l'habillement

BaroMob 2022

...Pas seulement livrés au domicile

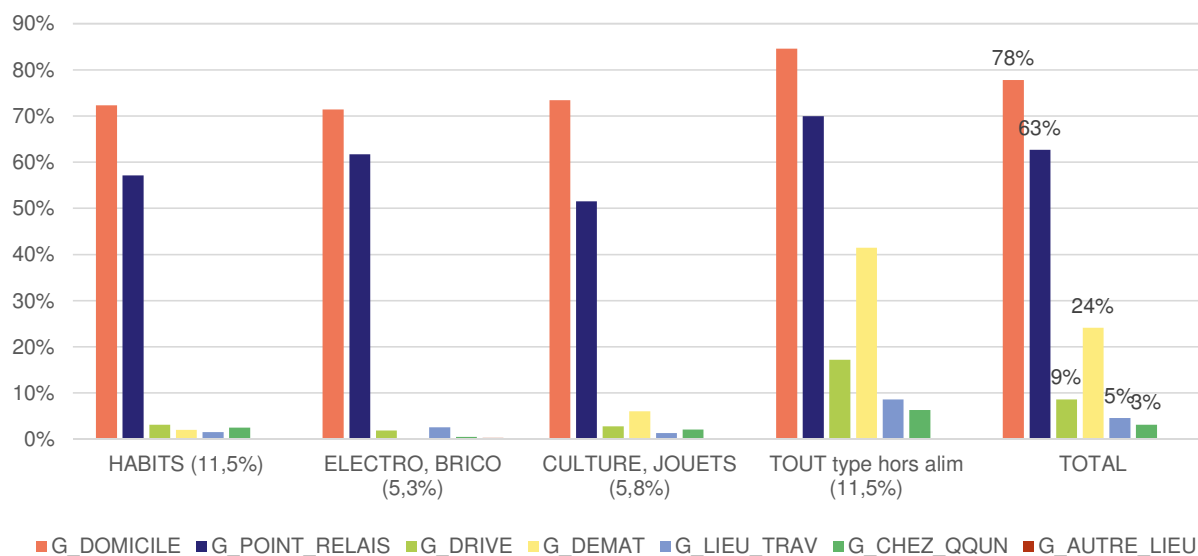
78% des personnes cite le domicile comme lieu de livraison, 27% ne cite QUE le domicile

Mais le déplacement dû à l'achat reste nécessaire puisque 63% cite le point-relais, et 9% du drive

Cette hiérarchie de choix ne varie pas selon qu'on habite en zone dense ou moins dense

Les acheteurs multi-produits varient plus leurs modes de livraisons

Lieu de livraison selon type de produit
(plusieurs réponses possibles)

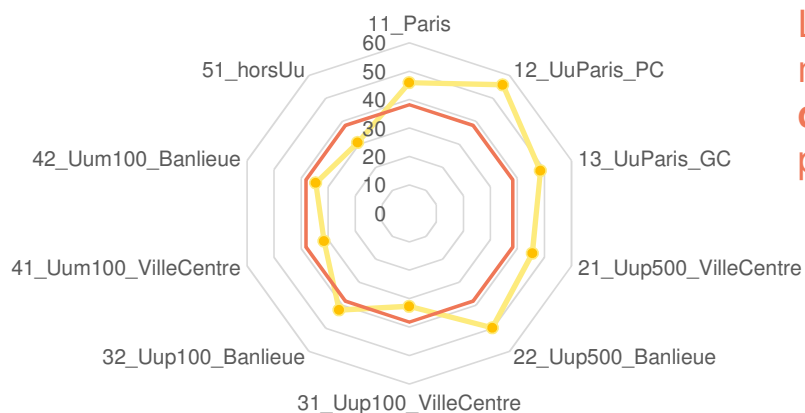


Lecture : Lorsque les personnes déclarent n'acheter par internet **que** de l'habillement, 70% déclare le domicile comme lieu de livraison, 57% déclarent un point relais ou drive

La consommation d'achat alimentaire

A réalisé un achat alimentaire par internet le dernier mois

— OUI, achat alim — Total(38%)

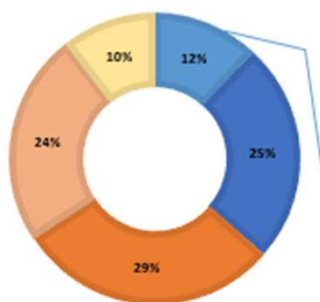


Parmi les personnes ayant réalisé un achat en ligne le dernier mois, 38% ont réalisé un achat alimentaire.

Cette pratique est plus répandue dans les zones très urbaines (50% en IDF). Le domicile est privilégié dans les zones denses et le drive dans les zones moins denses mais globalement un tiers des personnes ne se font livrer qu'au domicile, un tiers ne font que du drive, 10% associent les deux, le point relais venant compléter l'un ou l'autre pour 7% des personnes.

FRÉQUENCE D'ACHATS ALIMENTAIRES

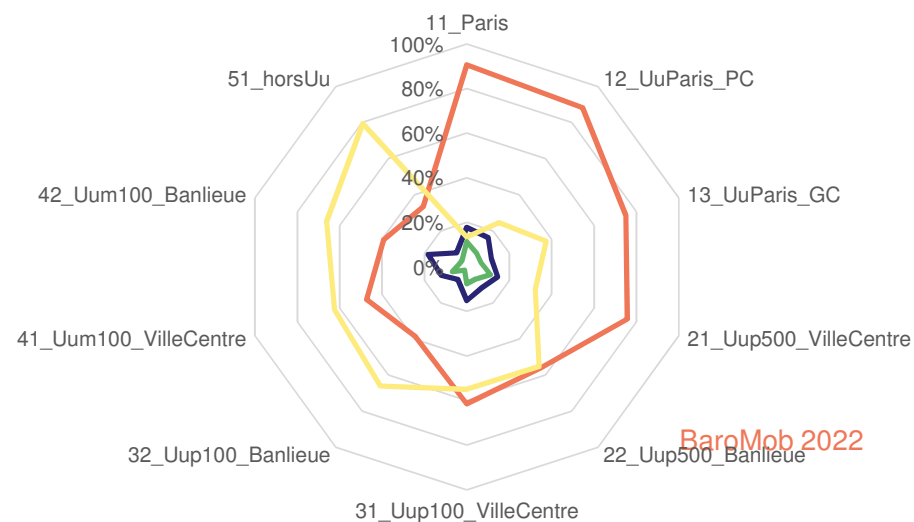
■ Plusieurs fois/sem ■ 1 fois/sem ■ 2 à 3 fois/mois ■ 1 fois/mois ■ Moins souvent



mais...
 - 28% à Paris-centre
 - 20% dans les centre- villes des UU+500 000h
 - Peu d'effet-revenu
 - Pas de surreprésentation des personnes qui ne sont pas sorties la semaine

Lieux de livraison des achats alimentaires (plusieurs réponses possibles)

— DOMICILE (56%) — POINT_REL AIS (12%)
 — DRIVE(54%) — LIEU_TRAV(6%)



L'intensité des pratiques d'achat en ligne et la mobilité pour achat sur une semaine



L'achat en ligne ne semble pas limiter la mobilité pour achat sur une semaine en moyenne : ni la fréquence des déplacements, ni les kms parcourus pour les achats

Une modélisation expliquant le nombre moyen d'achat déclaré met plutôt en avant des facteurs socio-démographiques liés aux pratiques de consommation en général (revenu notamment)

Tout motif-7Jours



Petit commerce



Hypermarché



	Pas d'achat en ligne	Achat en ligne Avant le mois dernier	Achat en ligne le mois dernier	Achat en ligne multi-produits
Tout motif-7Jours	230 km/sem 16 depl/sem	187 km/sem 17 depl/sem	220 km/sem 17 depl/sem	193 km/sem 17 depl/sem
Petit commerce	7 km/sem 1,3 depl/sem 43% 0-déplacement	13 km/sem 1,4 depl/sem 38% 0-déplacement	11 km/sem 1,5 depl/sem 40% 0-déplacement	9 km/sem 1,3 depl/sem 43% 0-déplacement
Hypermarché	5 km/sem 0,4 depl/sem 70% 0-déplacement	3,7 km/sem 0,5 depl/sem 57% 0-déplacement	5 km/sem 0,6 depl/sem 58% 0-déplacement	4,9 km/sem 0,7 depl/sem 45% 0-déplacement

BaroMob 2022

Merci de votre attention

Equipe Projet :

Maria Tebar – Cerema
Fabrice Hasiak – Cerema
Barbara Christian – Cerema
Elodie Trauchessec – Ademe
Séverine Boulard – Ademe
Pierre Taillant – Ademe
Marc Cottignies – Ademe
(Jérémy Almosni – Ademe)
Céline Ferret – Ifop
Nabila Kocheida – Ifop