

www.ecommercemag.fr

Pays : France

Dynamisme : 2



Page 1/2

[Visualiser l'article](#)

Livraison: le paradoxe entre envoi express et écosouhaits s'intensifie



Les délais et les frais de livraison demeurent les critères plus importants pour les consommateurs, malgré une hausse des demandes de livraison écoresponsable, selon une enquête de Star Service et Ifop.

Les **délais de livraison** figurent en tête des critères les plus importants à l'occasion d'un achat en ligne, selon une étude menée par l'institut de sondage Ifop pour le prestataire logistique Star Service concernant l'impact de la crise sanitaire sur les habitudes d'achat en ligne. **64% des répondants considèrent en effet la livraison un critère primordial par rapport au tarif du service**, 31% pensent l'inverse, tandis que 27% classent le produit comme facteur le plus important. Seuls 8% des clients perçoivent le choix du mode de livraison comme un critère important. En ce qui concerne les problèmes les plus fréquemment rencontrés, les consommateurs listent le **non-respect du créneau horaire prévu**, ainsi que la **non-livraison pour faux motif d'absence**.

Faute d'être satisfaits, **81% des cyberacheteurs n'hésitent pas à changer de site marchand afin d'y trouver des options plus adaptées**, telles que la livraison sur rendez-vous. Les résultats de l'enquête montrent d'ailleurs que 86% des cyberacheteurs choisissent le dispositif de livraison sur rendez-vous. 58% se déclarent être prêts à payer des frais de port plus élevés pour bénéficier de ce mode d'envoi. Par ailleurs, **54% optent pour la livraison express en une heure**. Selon le rapport, depuis la crise sanitaire, aucune baisse de performance n'a été enregistrée, la satisfaction globale lors d'un cyberachat demeurant aux alentours de 93%. Toutefois, la part des cyberconsommateurs ayant rencontré un problème au cours de l'année s'élève à 61%, versus 64% en 2019.

Les clients priorisent progressivement les livraisons responsables

www.ecommercemag.fr

Pays : France

Dynamisme : 2



[Visualiser l'article](#)

La prise de conscience environnementale des consommateurs est très importante. Ces derniers affirment être sensibles aux engagements RSE des e-commerçants, et **70% des sondés** affirment qu'ils auraient une meilleure image de leur site marchand s'il proposait une option de livraison écoresponsable, notamment les jeunes (85%), plus sensibles à la question de la pollution. **80% accepteraient même d'être livrés moins rapidement avec des véhicules propres** et 27% paieraient plus cher une livraison écoresponsable. Enfin, seuls 20% des répondants se disent favorables au modèle proposé par les plateformes digitales de livraison, conscients de leur impact social, notamment sur la précarité de l'emploi.

Méthodologie

L'enquête a été réalisée du 25 août au 6 septembre 2021 on line sur système CAWI (Computer assisted web interview) . Selon le rapport, dans le cadre de cette étude, un échantillon de 1004 cyberconsommateurs âgés de 18 ans et plus résidant dans les agglomérations de 500000 habitants et plus a été interrogé. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, agglomération, catégorie socioprofessionnelle).