

Une étude



pour



StrongPoint

Les Français et le « Click & Collect »

Quelles sont les habitudes des Français lors de leurs achats en magasin ? Quel est leur rapport avec l'achat en ligne et le retrait en magasin ?

Novembre 2017

Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** du **14** au **16 novembre** 2017.



Échantillon de **1001** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe**, **âge**, **catégorie socioprofessionnelle** et **région de l'interviewé(e)**.



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.
- Les chiffres en italique sont ceux qui apparaissent significativement au-dessus de la moyenne.

Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

Note de lecture : dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 points).

Principaux enseignements



Principaux enseignements

- **Les Français se montrent assez patients lorsqu'il s'agit d'attendre en caisse d'un magasin pour régler leurs achats... jusqu'à un certain point.**
 - Pour 6 Français sur 10, la durée d'attente maximale lorsqu'ils se trouvent dans un magasin pour régler leurs achats se situe à moins de 5 minutes. Si un tiers des Français déclare pouvoir attendre entre de 5 à 10 minutes (34%), la barre des 10 minutes semble être la limite maximale acceptable : au total 94% des Français déclarent pouvoir attendre 10 minutes ou moins.
 - En cas de longue file d'attente, les Français déclarent en priorité prendre leur mal en patience (50%), ou se déplacer vers une caisse automatique (31%), sachant que cette dernière possibilité n'existe pas dans tous les magasins.
- **Une grande part des Français affirme avoir déjà renoncé à rentrer dans un magasin, ou en être reparti sans acheter d'articles, à cause d'une file d'attente trop longue.**
 - 78% des Français déclarent qu'il leur arrive de renoncer à entrer dans un magasin en y voyant une file d'attente trop longue. Une situation qui se répète tous les mois pour 18% d'entre eux. Par ailleurs, 76% des Français déclarent renoncer à acheter un article et sortir d'un magasin une fois arrivés à la caisse, toujours à cause d'une file d'attente trop longue. Une situation qui se produit au moins une fois par mois pour 15% d'entre eux.
- **Pour remédier à cela, 18% des Français indiquent faire régulièrement leurs courses alimentaires sur Internet.**
 - 18% des Français déclarent faire leurs courses alimentaires sur Internet au moins une fois par mois. Une pratique plus répandue chez les personnes jeunes (moins de 35 ans : 26%), les cadres et professions libérales (25%), et les parents d'enfants (27%).
- **Dans cette optique, le « Click & Collect » est une des possibilités de retrait utilisée.**
 - Parmi les modes de retrait disponibles pour retirer ses courses alimentaires commandées sur Internet, le « Click & Drive » est le premier mode de retrait déclaré (55%), devant la livraison à domicile (37%), et le « Click & Collect » (23%).
 - Parmi ceux qui utilisent le retrait en magasin, c'est la rapidité, au moment de la commande sur Internet et au moment du retrait, qui est mise en avant : 53% invoquent le fait que ce soit une solution plus rapide, qui évite de parcourir toutes les allées du magasin, quand 44% mettent en avant le fait de ne plus devoir faire la queue pour régler leurs achats. Par ailleurs le fait de pouvoir retirer sa commande dans l'endroit de leur choix est cité par 32% des utilisateurs, quand 19% invoquent le bénéfice en termes de coût comparé à la livraison à domicile.

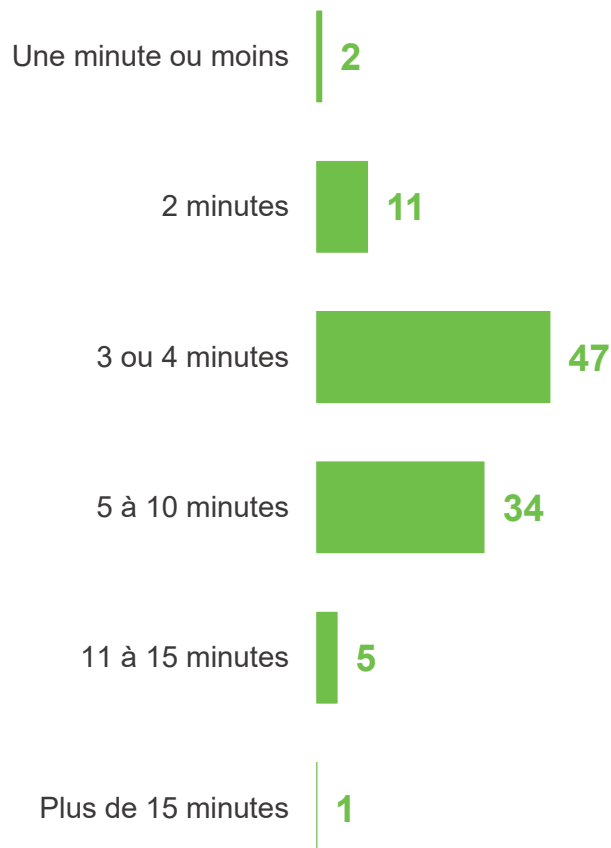
Résultats de l'étude



6 Français sur 10 jugent inacceptable d'attendre plus de 5 minutes lorsqu'ils se trouvent dans un magasin pour régler leurs achats

De façon générale, lorsque vous vous trouvez dans un magasin (quel qu'il soit), quelle est la durée d'attente maximale que vous trouvez acceptable pour régler vos achats en caisse ?

- À tous, en % -



Moins de 10 minutes : 94%

Hommes : 95%

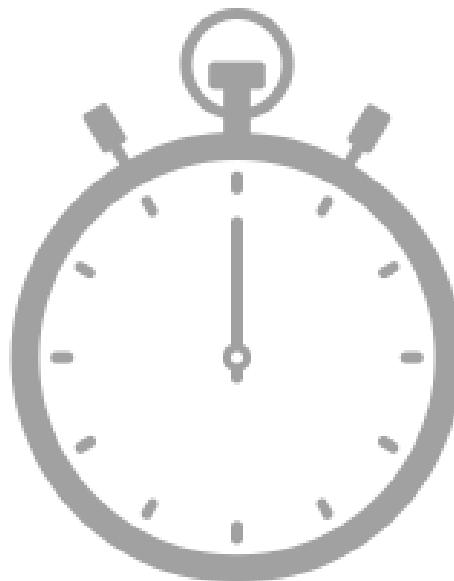
65 ans et plus : 97%

Parisiens : 97%

Moins de 5 minutes : 60%

Hommes : 63%

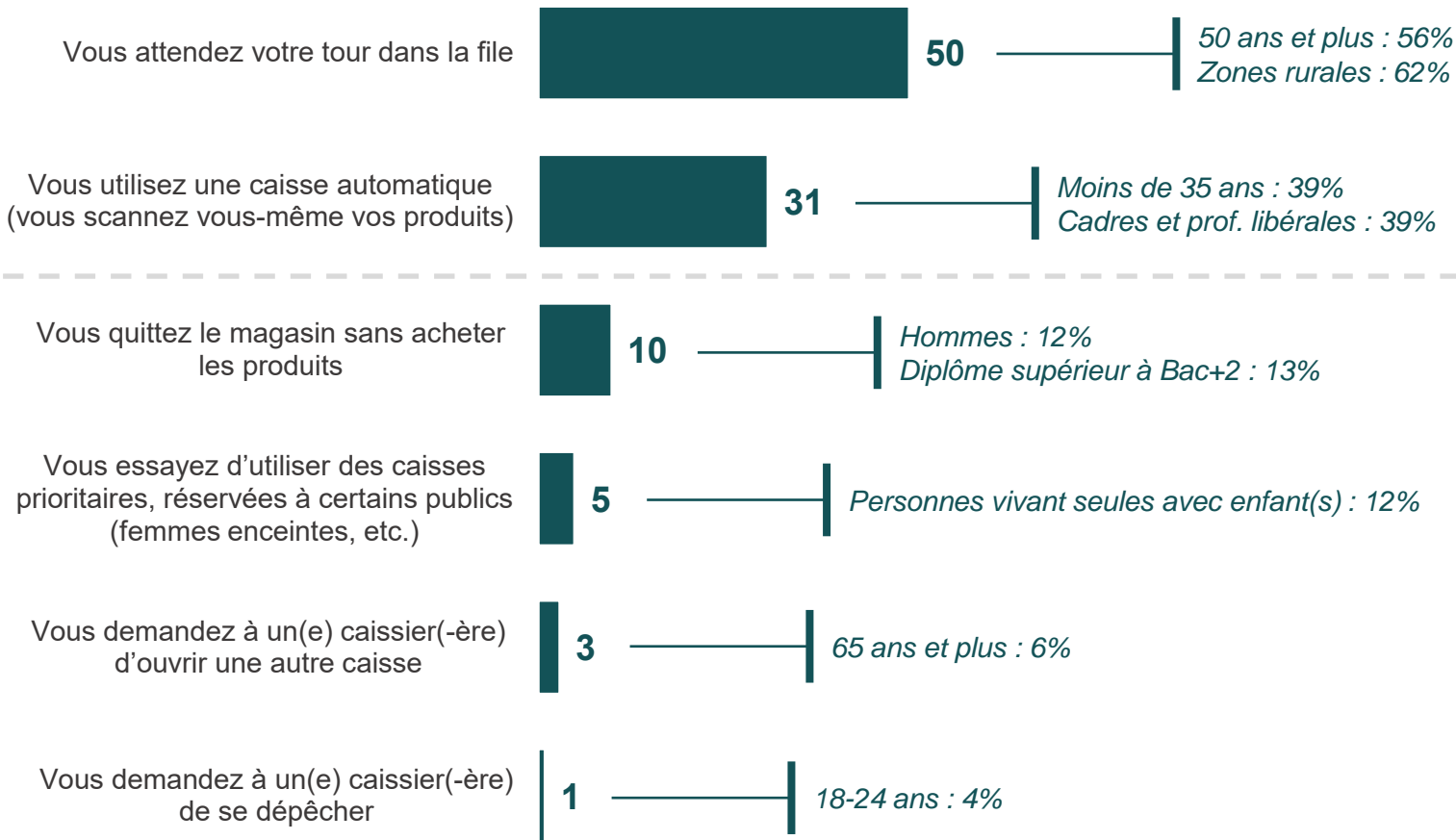
Cadres et prof. libérales : 69%



En cas de longue file d'attente, les Français déclarent le plus souvent prendre leur mal en patience, quand 31% affirment se tourner également vers les caisses automatiques

Lorsque vous êtes face à une longue file d'attente dans un magasin, que faites-vous le plus souvent ? – Réponses données à l'aide d'une liste, une seule réponse possible

- À tous, en % -



Près de 8 Français sur 10 déclarent parfois renoncer à entrer dans un magasin à cause de la queue. Près des trois quarts affirment également devoir parfois sortir d'un magasin sans rien acheter, pour la même raison

À quelle fréquence vous arrive-t-il de... ?

- À tous, en % -

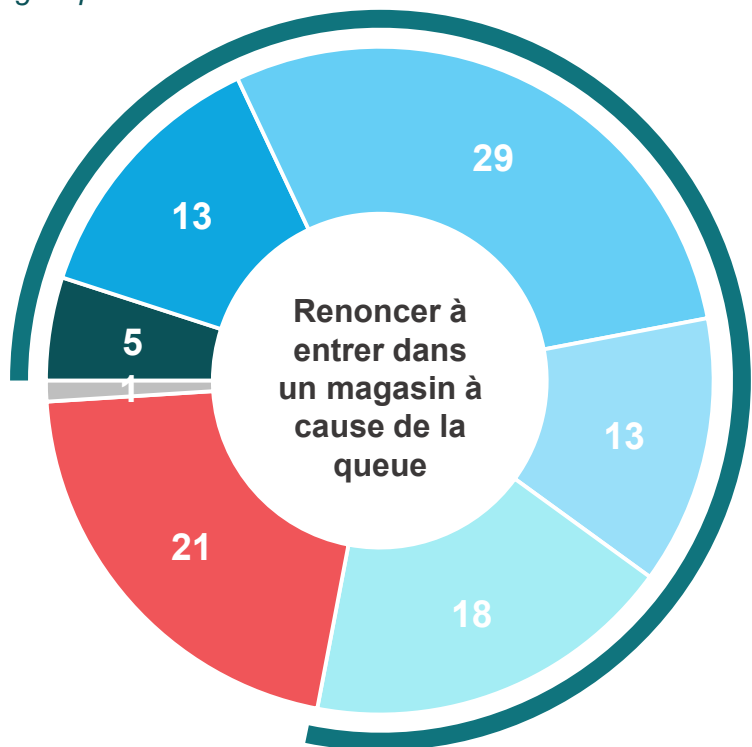
Cela arrive : 78%

Femmes : 81%

Moins de 35 ans : 82%

Cadres et prof. libérales : 90%

Région parisienne : 88%



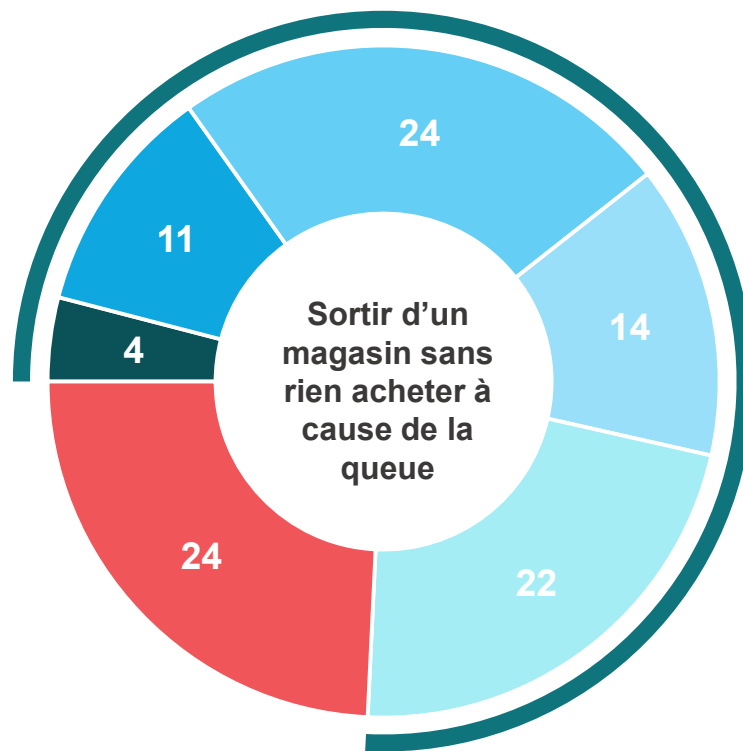
- Au moins une fois par semaine
- Une fois par an
- Ne se prononce pas

Cela arrive : 76%

Moins de 35 ans : 83%

Cadres et prof. libérales : 86%

Région parisienne : 85%



- Environ une fois par mois
- Moins souvent

- Plusieurs fois par an
- Jamais

31% des Français déclarent faire leurs courses alimentaires sur Internet au moins une fois par an, et 18% indiquent même le faire au moins une fois par mois

À quelle fréquence faites-vous vos courses alimentaires sur Internet ?

- À tous, en % -

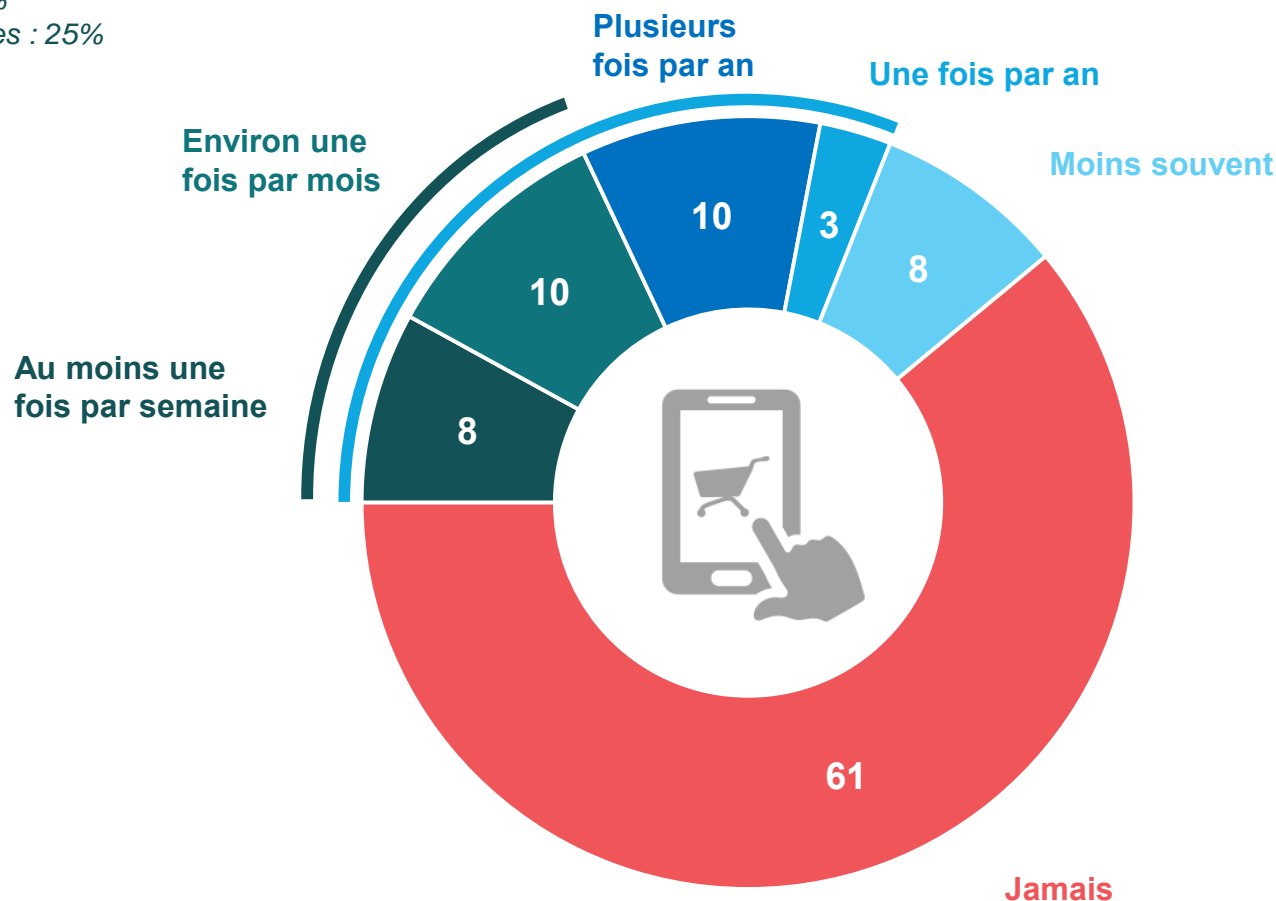
Au moins une fois par an : 31%

Au moins une fois par mois : 18%

Moins de 35 ans : 26%

Cadres et prof. libérales : 25%

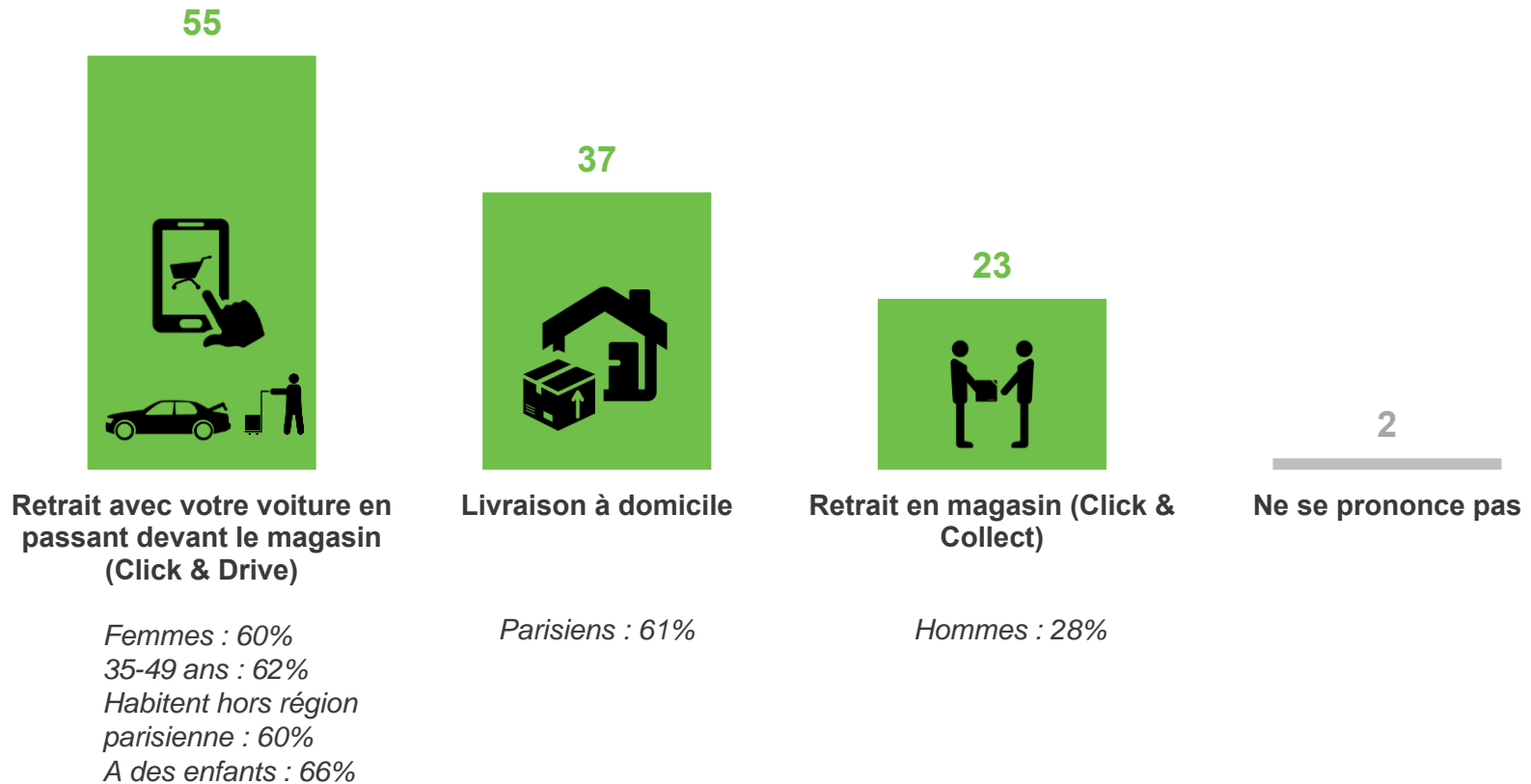
A des enfants : 27%



Parmi ceux qui déclarent avoir déjà fait leurs courses alimentaires sur Internet, près d'une personne sur 4 affirme avoir déjà utilisé le « Click & Collect » pour retirer ses courses alimentaires commandées sur Internet

Et quel(s) mode(s) de retrait/livraison avez-vous déjà utilisé(s) lorsque vous faites vos courses alimentaires sur Internet ? – Réponses données à l'aide d'une liste, plusieurs réponses possibles

- À ceux qui déclarent avoir déjà fait leurs courses alimentaires sur Internet, en % -



La rapidité de commande et de retrait est la principale raison associée à l'usage du « Click & Collect »

Pour quelle(s) raison(s) avez-vous déjà utilisé le retrait en magasin (« Click & Collect ») pour vos achats alimentaires sur Internet ? – Réponses données à l'aide d'une liste, plusieurs réponses possibles

- À ceux qui déclarent avoir déjà utilisé le mode de retrait « Click & Collect » pour leurs achats alimentaires sur Internet, en % -

