

EN BREF

Mapping des risques

Risques principaux cette semaine :

- La gestion des fêtes de fin d'année va constituer un risque important en termes de satisfaction client, dans un contexte où l'exigence des consommateurs se trouve accrue
- En outre, les différents métiers doivent faire face à une concurrence exacerbée (reprise d'Adrexo par Colis Privé, arrivée d'Orange sur le marché bancaire...)
- Des concurrents qui innovent également en matière technologique (livraison par drone, solutions de traçabilité...). L'enjeu est de ne pas se laisser distancer dans la bataille des nouvelles technologies



COURRIER-COLIS

Risque juridique**Un député veut revenir sur la réforme du droit de rétractation**

Depuis l'entrée en vigueur de la loi Macron, en août 2015, **le délai de rétractation de 14 jours en cas d'achat à distance ne s'exerce plus à compter de la conclusion du contrat mais à la réception du bien**. Une réforme à l'époque vivement critiquée par l'UFC-Que Choisir car perçue comme défavorable pour les consommateurs.

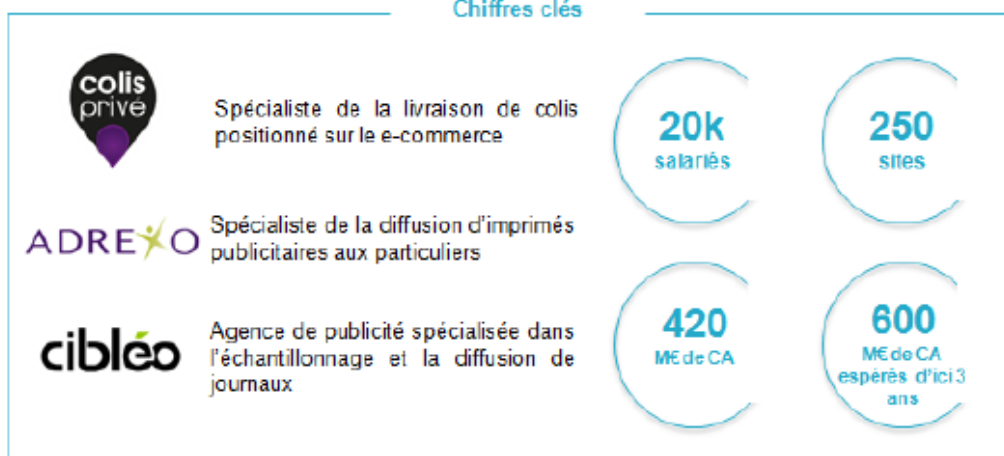
Cette position semble partagée par le député Yannick Favennec, qui vient de déposer une proposition de loi visant à permettre aux consommateurs de faire valoir leur droit de rétractation dès la confirmation d'une commande, expliquant que les frais de retour – qui restent en principe à la charge du client insatisfait – constituent généralement "une barrière psychologique et financière".

Il est toutefois peu probable que ce texte (déposé à l'identique il y a quelques semaines au Sénat) soit examiné durant cette législature.

nextinpact.comRisque concurrence**Le groupe Colis Privé reprend Adrexo**

Le tribunal de commerce de Marseille a entériné la reprise d'Adrexo, à compter du 3 janvier 2017, par les dirigeants de Colis Privé associés à l'agence de publicité Cibléo. Adrexo, qui accusait 17M€ de pertes en 2015, vise un retour à l'équilibre dès 2018. Le trio compte bâtir des synergies dans l'univers des médias de proximité ainsi que dans la livraison du dernier kilomètre.

Chiffres clés



Risque business

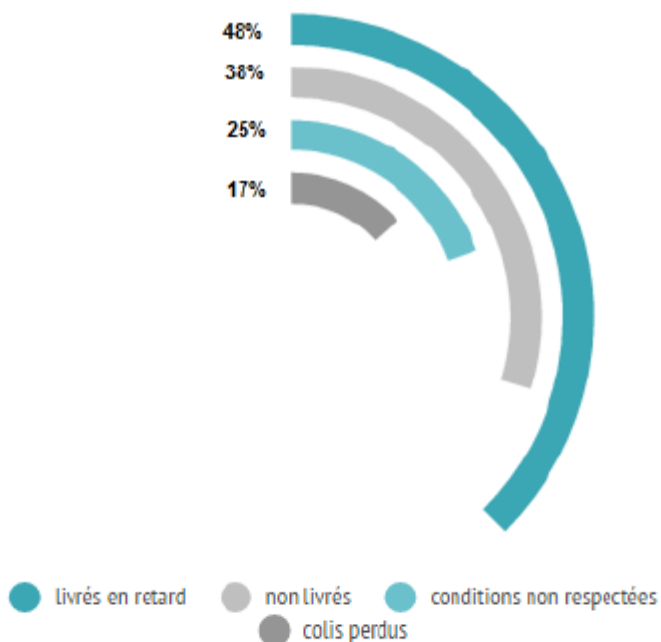
L'enjeu satisfaction client dans un contexte de pic d'activité

Contexte : des écarts notables entre l'offre proposée et les attentes des consommateurs en matière de livraison



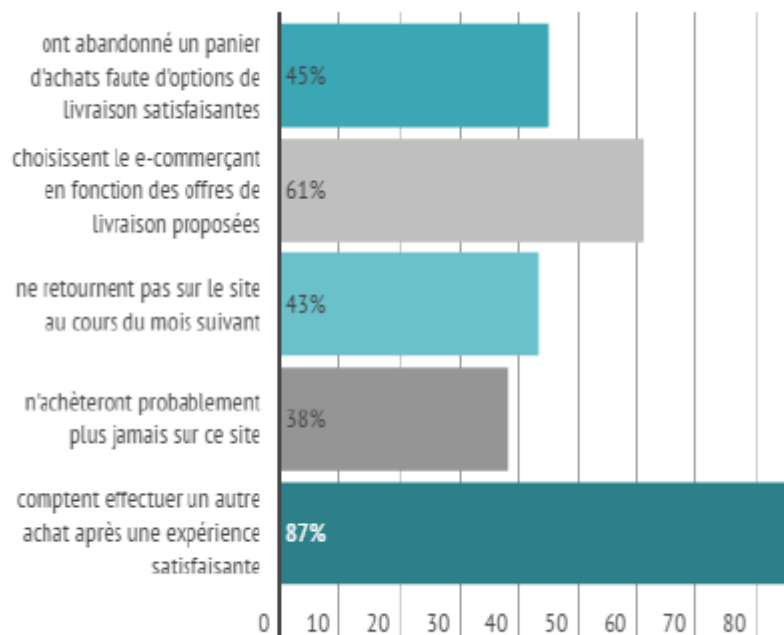
70% des acheteurs en ligne ont déjà été confrontés à des problèmes de livraison (enquête ITinSell/Ipsos)

Principaux types de problèmes rencontrés lors de la livraison de colis :



Un phénomène particulièrement impactant selon l'enquête « 2016 State of eComme Delivery Consumer Research Report » menée par Metapack auprès de 3 000 consommateurs âgés de 18 à 65 ans et plus aux États-Unis, au Royaume-Uni, France, en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas et en Italie.

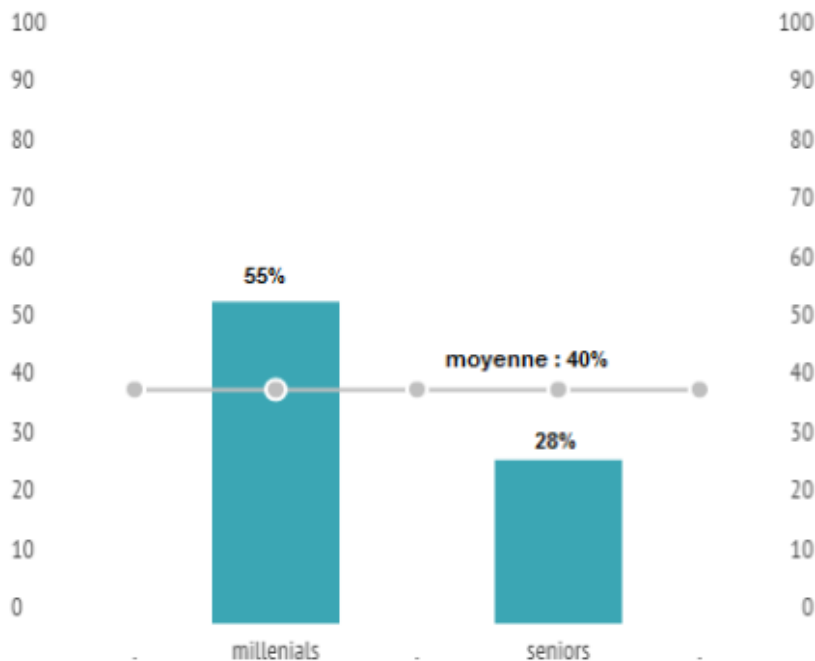
La livraison devient un facteur clé dans le processus de décision d'achat. Ainsi, par les consommateurs interrogés :



Une mauvaise expérience de livraison a donc des répercussions directes sur le chiffre d'affaires des commerçants

Une exigence sur le respect des délais renforcée en période de fêtes

Alors que les acteurs connaissent un pic d'expéditions avec un nouveau record en termes de volumes traités, le stress des fêtes de Noël altère le comportement des consommateurs : 40% d'entre eux admettent que leur **niveau d'exigence en matière de livraison grimpe lors des fêtes de fin d'année**, une tendance exacerbée chez les millennials. A contrario, les seniors savent anticiper et éviter ces périodes de pointe, car ils ne sont que 28% à changer leurs habitudes à cette période.



En période de pointe, les principaux facteurs qui poussent les consommateurs à se tourner ou non vers un site de e-commerce sont :

1) La gratuité

76% des personnes interrogées considèrent la livraison gratuite comme une option déterminante pour acheter auprès d'un commerçant. Ils sont même 85% en France à privilégier cette option à l'approche des fêtes de Noël.

2) La rapidité

La livraison rapide est, quant à elle, plébiscitée par 49% de l'ensemble des sondés et 60% des Français. 47% des citoyens déclarent même vouloir être livrés dans l'heure.

3) La flexibilité

Principales attentes :

- la possibilité d'apporter des changements à leur choix de livraison initial
- des créneaux horaires de livraison plus précis
- le développement de système de livraisons alternatifs

L'importance de la gestion des retours

Afin de maximiser la satisfaction client, les retailers doivent considérer l'«expérience de livraison», dans son ensemble, en intégrant notamment les modalités de retour, de plus en plus importantes aux yeux des e-consommateurs.

72% des acheteurs affirment ainsi être plus disposés à effectuer des achats auprès d'un site qui facilite les retours, et 39% consultent systématiquement la politique de retour avant de finaliser un achat.

Pourtant, si le recours aux services de retours des e-commerçant est très répandu, ceux-ci restent encore très perfectibles :



● utilisation des services de retour au cours des 6 derniers mois



● Taux de satisfaction

Les consommateurs pointent également un manque également de clarté, 43% estimant difficile de trouver des informations relatives à la gestion des retours sur les sites de e-commerce.

Risque environnemental

Pic de livraisons, pic de pollution

Alors que Paris et Lyon se relèvent à peine d'un pic historique de pollution, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) table sur une hausse de la fréquence des livraisons de 150 %. De son côté, la Poste prévoit de livrer 2,5 millions de colis par jour pendant les fêtes, contre 1 million en temps normal. Soit 800 camions et 7 000 camionnettes de plus que d'habitude.

« Cela représente un doublement de nos flux », précise Jean-Sébastien Leridon, directeur général de Relais Colis. L'entreprise a d'ailleurs mis en place une nouvelle initiative : les stations Autolib' servent désormais de point relais pour récupérer des paquets acheminés par Relais Colis.



900 camions mobilisés pendant les fêtes contre 500 en temps normal