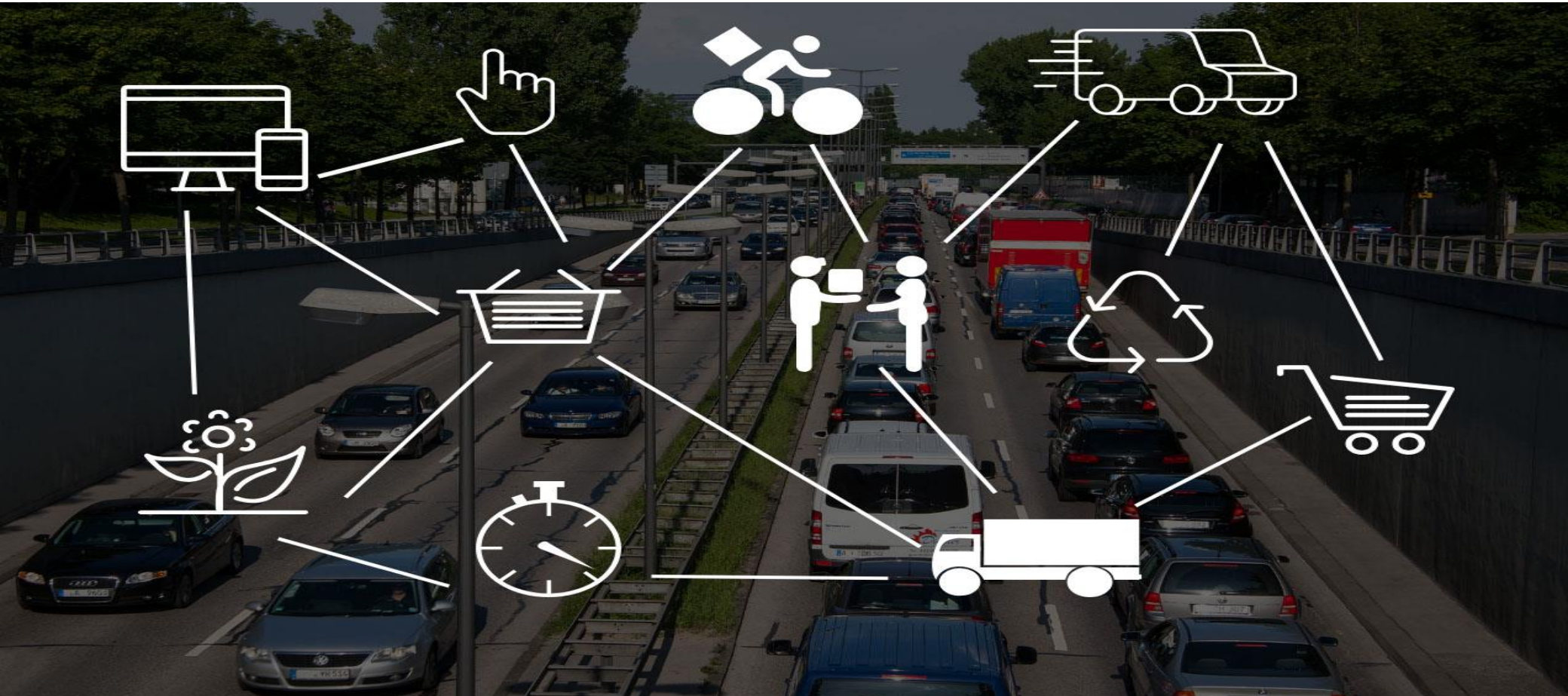


Comerç online i mobilitat: orientacions cap a un model sostenible

Presentació 27 de novembre de 2018



**Generalitat
de Catalunya**

Amb la col·laboració de:



5.- CONCLUSIONS



53 milions compres online / any

Els productes d'equipament de la persona i oci i cultura són els que presenten un major nombre de compradors, 2 de cada 3.



17,8 compres online / any

Per edats, el segment entre 35 i 64 anys són els que fan més compres online l'any. Els segments que menys online l'any fan són els joves (18 a 24 anys) i la gent gran (65 a 75 anys).



15% de les compres online

En aquest sentit, l'aplicació de la Llei 18/2017 de comerç, serveis i fires (art.16) per a impulsar al click&collect en detriment del lliurament a domicili podria generar més de 39 milions de visites addicionals a comerços i establiments físics.



73% de les compres online

El lliurament a domicili representa uns 39 milions de lliuraments l'any. **Existeixen uns lliuraments justificats a domicili.** Els principals factors que indueixen lliuraments a domicili són:



+8 milions anuals si el sector segueix creixent al mateix ritme i patró de lliuraments

5.- CONCLUSIONS



15,2% lliuraments domicili fallits / any

És a dir, gairebé 6 milions de lliuraments l'any a domicili són fallits.



8,2% lliuraments domicili es retornen

És a dir, més de 3 milions de lliuraments a domicili l'any es retornen total o parcialment.



23% "logística absurda"

La "logística absurda" generada representa 9 milions de desplaçaments/etapes l'any. El sector de la moda és el més penalitzat, amb un 33% de "logística absurda" associada



1/3 compradors

Es constata un baix nivell de consciència dels efectes del comerç online sobre el medi ambient. Només 1 de cada 3 està d'acord amb alguna de les afirmacions sobre els pitjors efectes medi ambientals, de congestió o de qualitat de l'aire que comporta el lliurament a domicili de les compres online. També s'observa el mateix percentatge (37,1%) en relació als compradors online que es mostra crític amb l'emblatge que rep, que considera excessiu.

En termes generals, el segment més conscient sobre els efectes ambientals i en relació a la qualitat de l'aire són els joves (el grau de conscienciació és inversament proporcional a l'edat), i les dones.

JOVES



DONES





>50% compradors
valoren instruments de
recollida en trama urbana

Els compradors valoren positivament totes les diferents iniciatives que tenen com a objectiu situar punts de recollida en trama urbana



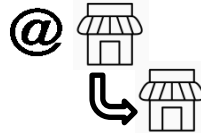
Recollida en botiga
69,1% dels compradors



Recollida en edificis públics
67,1% dels compradors



Recollida en eixos comercials / mercats municipals
53,5% dels compradors



Recollida en altres comerços / bars
52,8% dels compradors

11,5% volen i no ho poden utilitzar

17,1% volen i no ho poden utilitzar

43,6% volen i no ho poden utilitzar

25,8% volen i no ho poden utilitzar

No existeix l'opció al seu municipi

No es troba l'opció a la pàgina web

En general, als municipis petits hi ha una manca d'alternatives de Click&Collect més gran que a les grans ciutats.



**Generalitat
de Catalunya**

Amb la col·laboració de:

