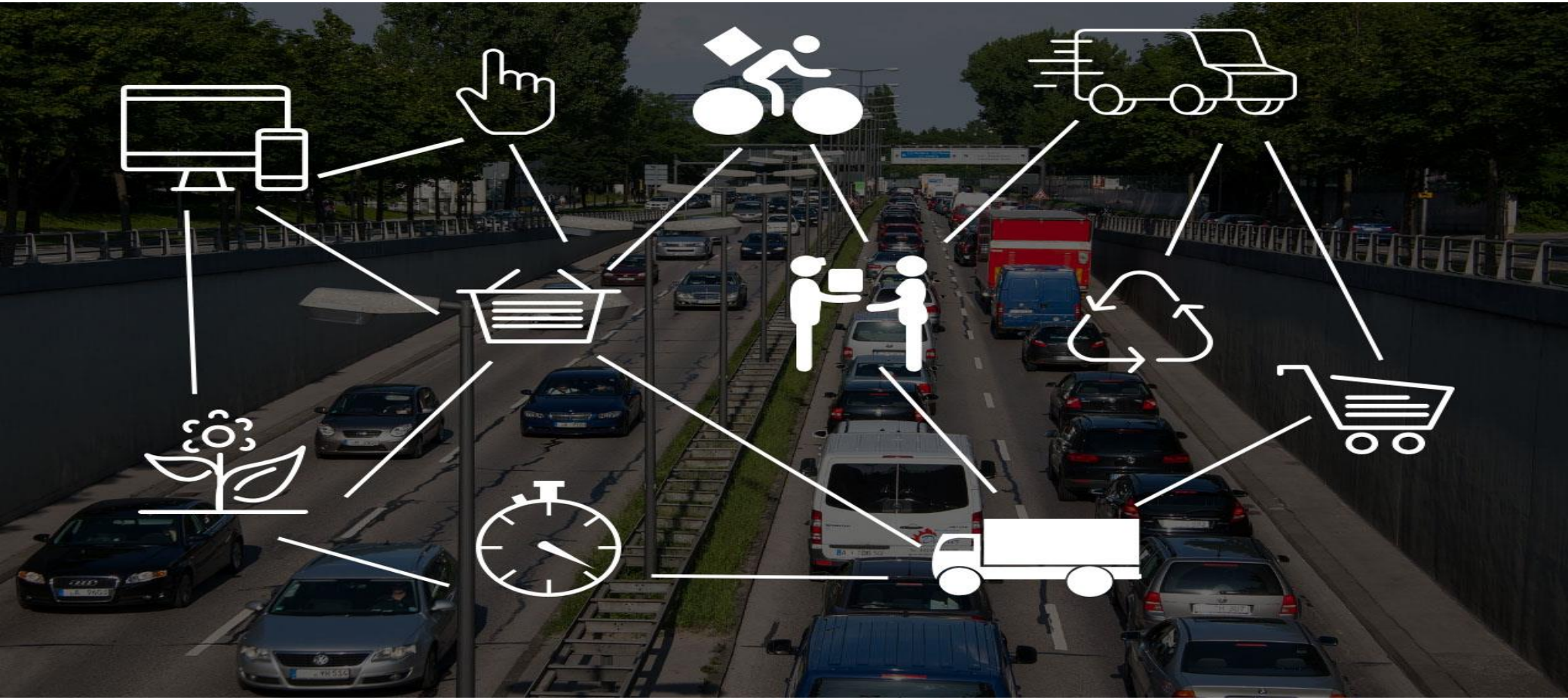
Comerç online i mobilitat: orientacions cap a un model sostenible

Presentació 27 de novembre de 2018



Generalitat de Catalunya

Amb la col·laboració de:

ATM Àrea de Barcelona Autoritat del Transport Metropolità

AMB Àrea Metropolitana de Barcelona

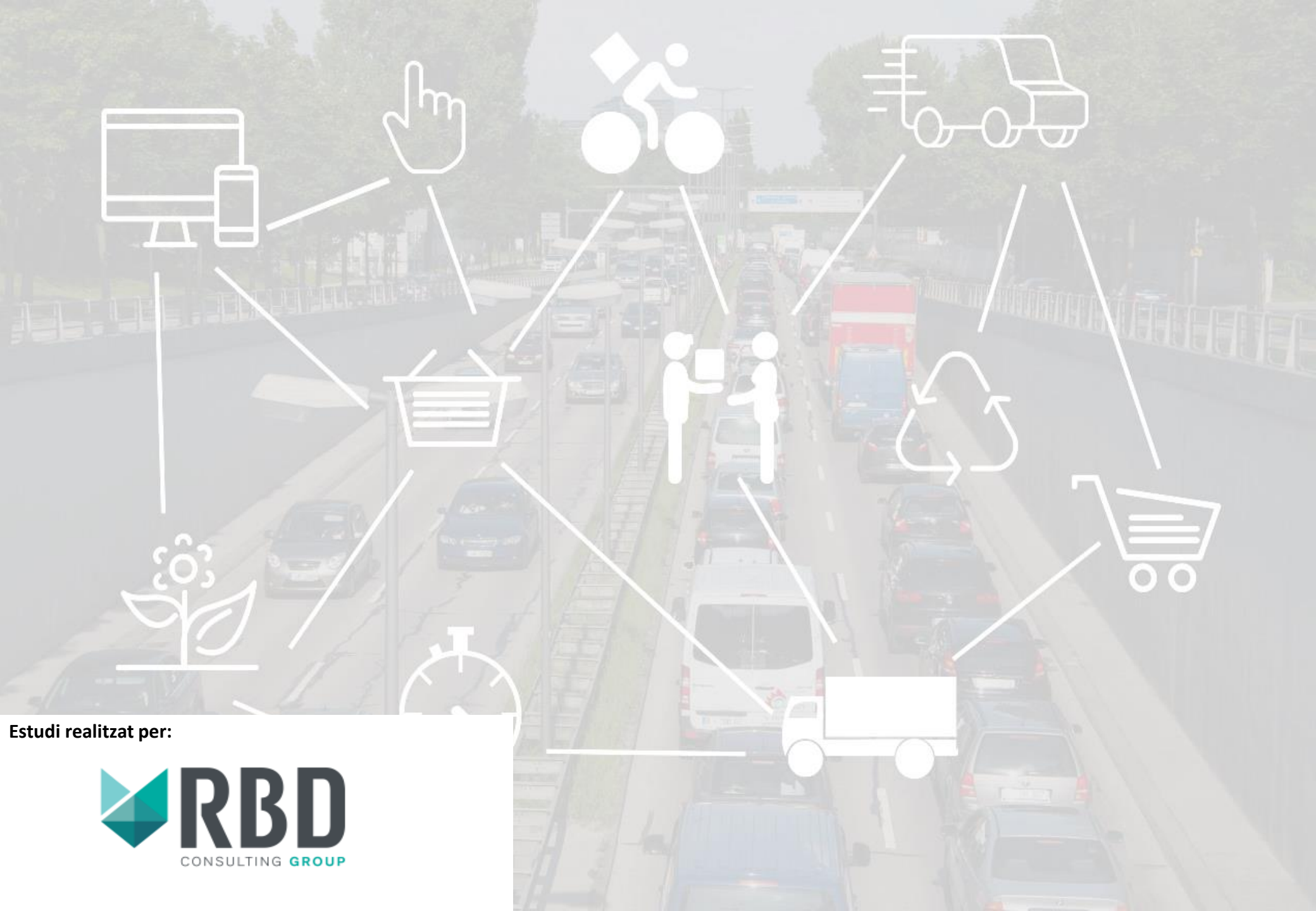
BCLC Barcelona Centre Logístic Catalunya

Diputació Barcelona

Diputació de Girona

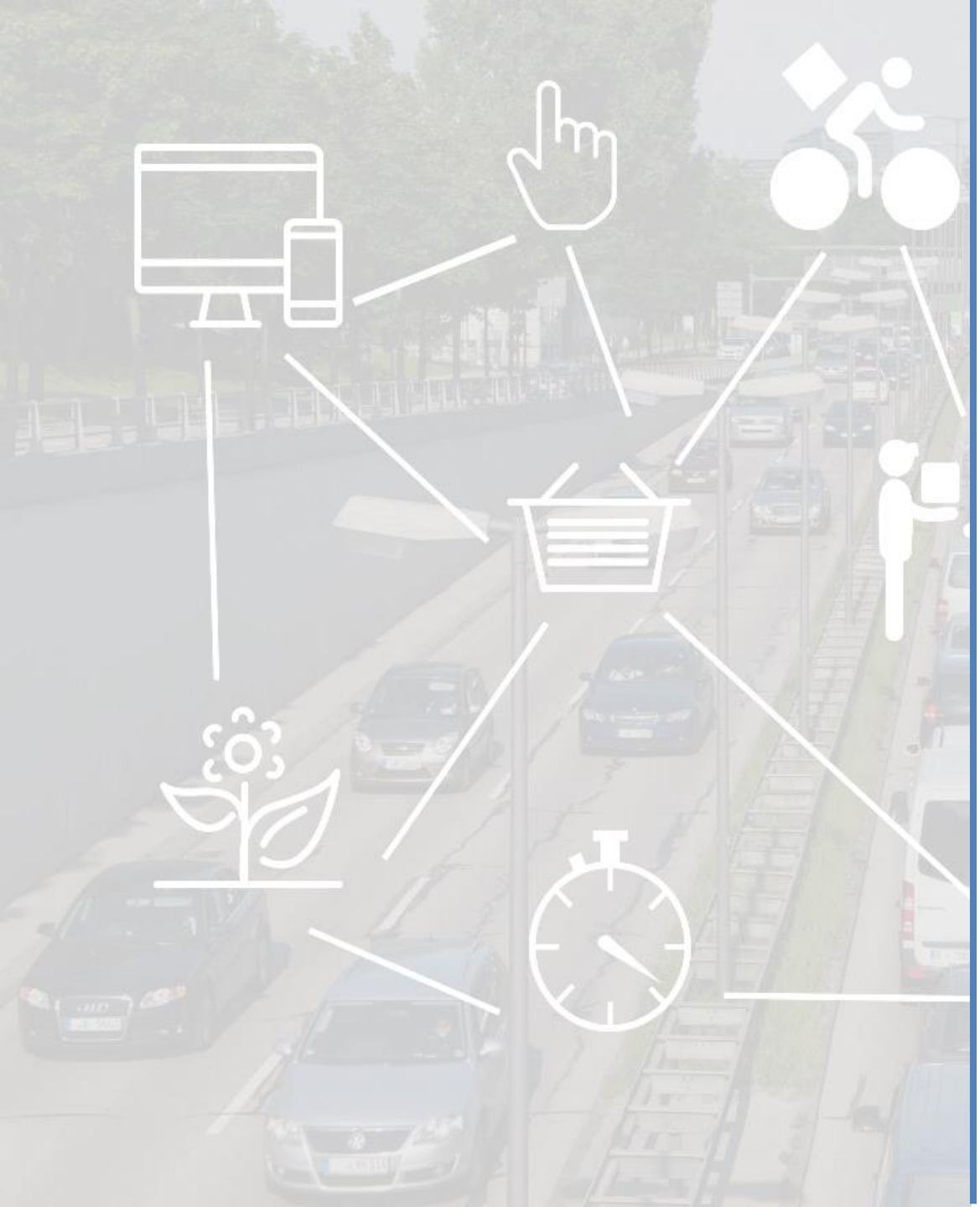
Diputació Tarragona

Diputació de Lleida



Estudi realitzat per:

RBD CONSULTING GROUP



INDEX

1.- Introducció

2.- Mobilitat associada a les compres online

3.- Percepció dels efectes del comerç online

4.- Oportunitats en Click&collect

5.- Conclusions

1.- INTRODUCCIÓ

OBJECTIU DE L'ESTUDI

Antecedents i justificació

La Llei 18/2017 de comerç, serveis i fires, en el seu article 16, determina que:

- Les empreses que venen productes per Internet han d'oferir als clients, en la mesura que sigui possible, l'opció de recollir-los en un establiment físic de llur entorn més proper, i facilitar així els acords entre les companyies o plataformes en línia i el comerç de proximitat.

- La distribució i el transport dels productes comercialitzats per Internet o a distància s'ha de fer d'una manera sostenible, amb el menor impacte mediambiental possible, i s'ha de garantir la seguretat de les persones que hi treballen.

- Els ajuntaments han de regular i taxar per mitjà d'ordenances municipals la distribució dels productes adquirits a Internet o a distància, d'acord amb llurs competències en matèria de mobilitat, sostenibilitat i seguretat en llur municipi.

- Els ajuntaments han de promoure i regular l'emplaçament, la instal·lació i l'ús de les consignes o punts de recollida (*drop box*) per als productes comprats per Internet o a distància.

L'Administració en general, i els Ajuntaments en particular, necessiten orientació de cara a poder implementar determinades mesures contemplades a l'article 16 de la Llei, per tal de millorar la centralitat comercial derivada de les compres *online*.

1.- INTRODUCCIÓ

OBJECTIU DE L'ESTUDI

L'objectiu de la present proposta **és aportar informació sobre els hàbits de consum online i les preferències de lliurament de la població**, per tal de **dotar d'eines a les administracions per a què puguin desenvolupar i aplicar propostes que generin atracció al centre urbà en relació a les entregues de les compres realitzades online, minimitzant els efectes sobre el trànsit i el medi ambient**, en base a l'article 16 de la Llei 18/2017 de Comerç, Serveis i Fires.

En particular, aquest objectiu genèric inclou els següents objectius específics:

1. Anàlisi de la **valoració dels residents i compradors online de les diferents alternatives i propostes per promoure una recollida de proximitat de les compres online al centre urbà del municipi.**

2. **Anàlisi dels models, alternatives, tipologies, *best practices*, etc. per a promoure la recollida de les compres online en un entorn proper i que sigui un servei respectuós amb el medi ambient i la logística associada**.

3. Anàlisi dels **hàbits de visita dels residents al centre urbà del seu municipi i els seus hàbits de compra i un conjunt de recomanacions per promoure i impulsar la visita als eixos comercials aprofitant la RECOLLIDA de les compres online (segmentat per tipologia de municipi).**

4. **Guia de recomanacions per als municipis de Catalunya per desenvolupar l'art. 16 de la Llei 18/2017** segons la segmentació que es podrà fer gràcies a la metodologia de treball proposada.

INVESTIGACIÓ DE MERCATS > Fitxa tècnica

821 Enquestes a COMPRADORS online de productes (no serveis) a Catalunya
(Període de realització: Octubre de 2018)

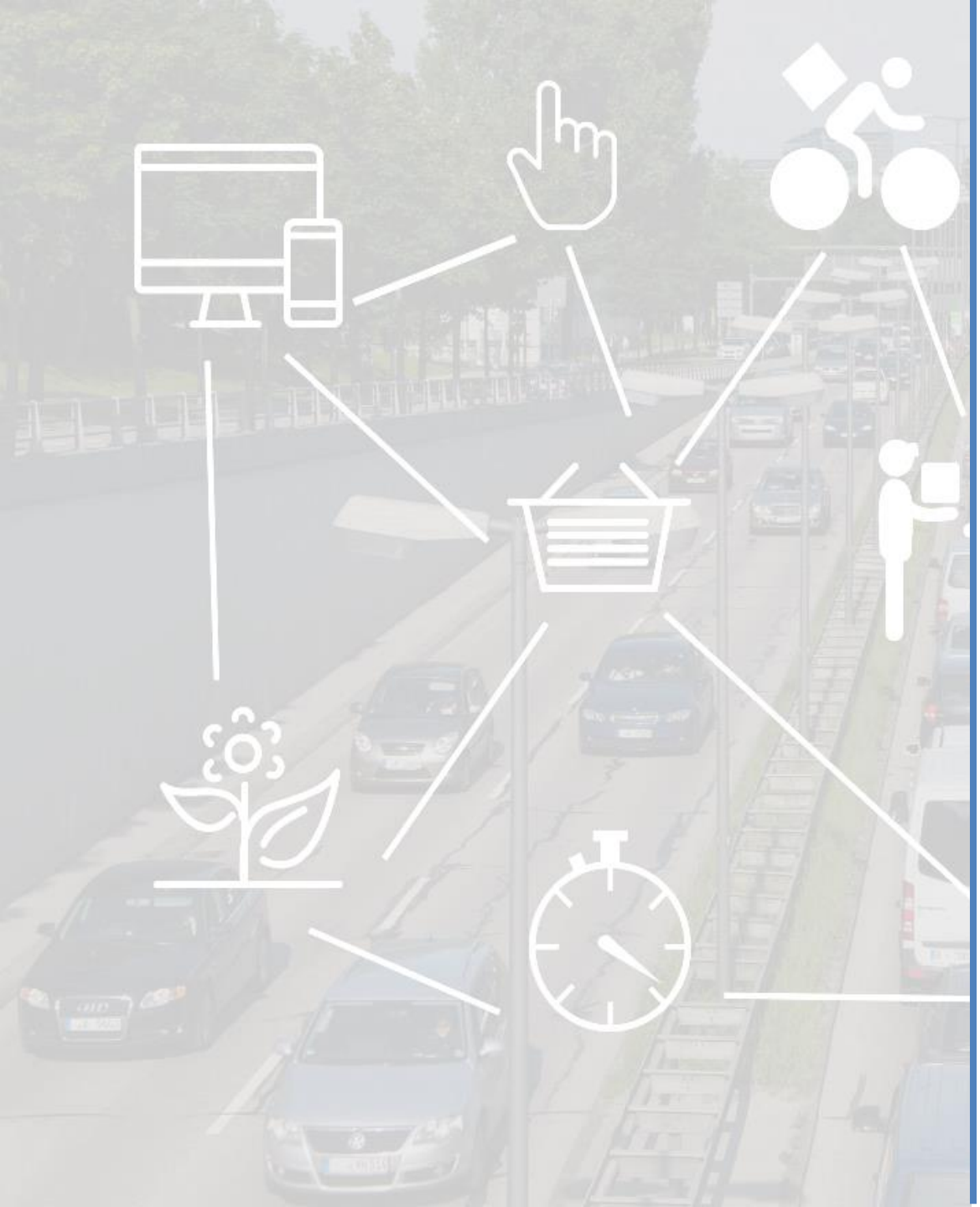
- Majors de 18 anys i menors de 75 anys
- Preferiblement el responsable de la compra, però no obligatòriament en el cas dels joves
- Duració 10'
- Online (CAWI)
- Marge d'error del 4,9%, per a un interval de confiança del 95,5 i el supòsit de màxima indeterminació p=q=0,5.
- Mostra en funció dels tamany d'hàbitat, aproprocional a l'univers

Tamany Hàbitat	821
<10.000 hab.	106
De 10.001 a 20.000 hab.	104
De 20.001 a 50.000 hab.	134
De 50.001 a 100.000 hab.	134
De 100.001 hab. a 1.000.000 hab.	141
> 1.000.000 hab.	202

ENTREVISTES EN PROFUNDITAT

S'han realitzat 7 entrevistes qualitatives en el marc de desenvolupament del projecte:

- Maria José Sarrias –**Dept. Mediambient, Generalitat de Catalunya.**
- Marc Iglesias – **AMB.**
- Xavier Cruzet – **Dept. Estratègia Mobilitat, Ecologia Urbana, Ajuntament de Barcelona.**
- Xavier Sanyer i Sergi Martinez – **ATM.**
- Santi Bassols – **BCL.**
- Sara Hernandez - **Dept. Territori, Generalitat de Catalunya.**
- Josep Maria Fortuny – **Direcció general d'Ordenació del Transport i Desenvolupament Sectorial. Generalitat de Catalunya.**



INDEX

1.- Introducció

2.- Mobilitat associada a les compres online

3.- Percepció dels efectes del comerç online

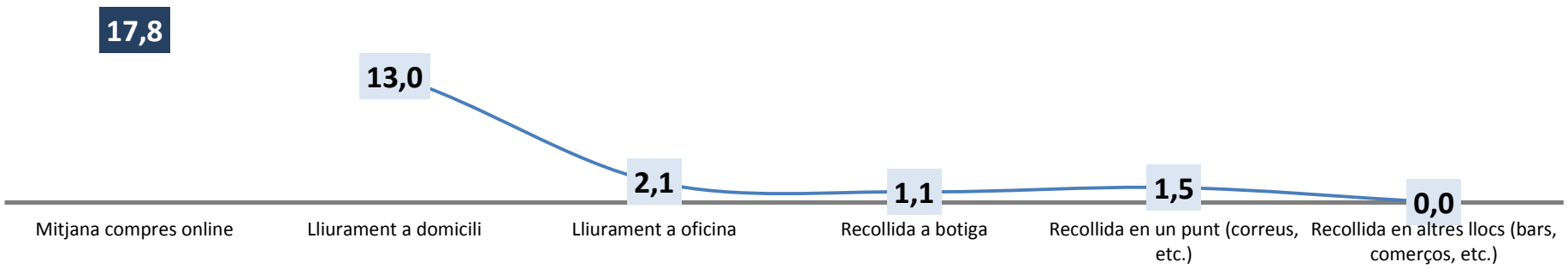
4.- Oportunitats en Click&collect

5.- Conclusions

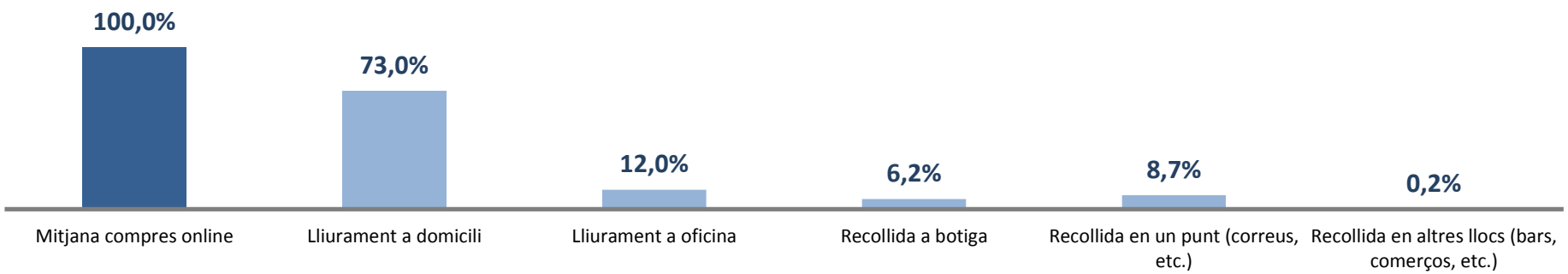
MITJANA DE COMPRES I MODALITAT DE LLURAMENT DEL COMPRADOR ONLINE > resultats globals

El comprador online fa 17,8 compres de mitjana l'any. El 73% d'aquestes es lliuren a domicili i el 12% a l'oficina. Només el 15,1% es recullen en alguna modalitat de Click & Collect (a la pròpia botiga, a punts de lliurament o en altres comerços / bars / etc.)

Mitjana anual de compres online i modalitat de lliurament / recollida per comprador online
Base: Compradors online de Catalunya



Distribució de de la modalitat de lliurament / recollida de les compres online
Base: Compradors online de Catalunya

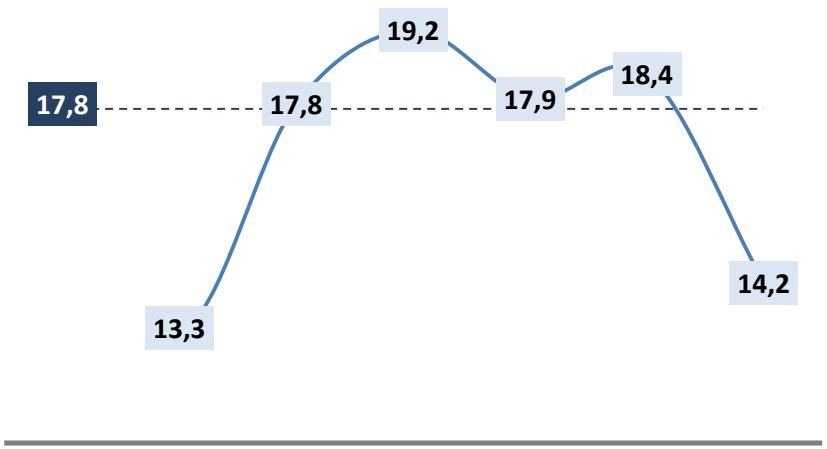


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

MITJANA DE COMPRES SEGONS DIFERENTS VARIABLES > resultats globals

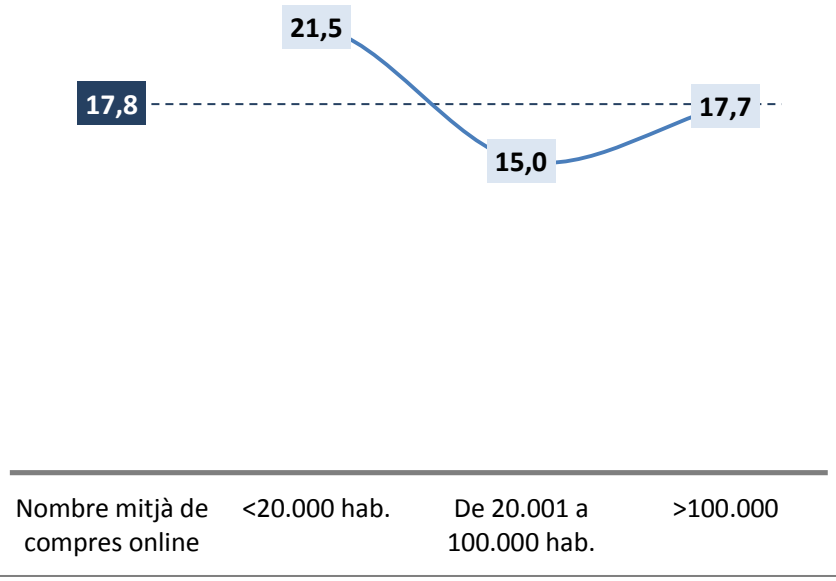
1) Mitjana de compres online segons: EDAT >

Nombre mig de compres online dels compradors online segons edat del comprador online
Base: Compradors online de Catalunya



2) Mitjana de compres online segons: TAMANY HABITAT >

Nombre mig de compres online dels compradors online segons tamany d'hàbitat
Base: Compradors online de Catalunya

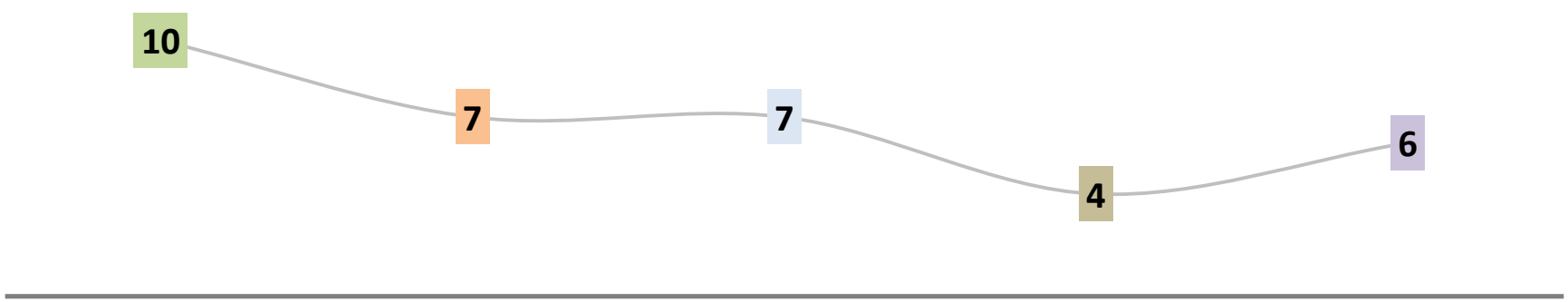


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

MITJANA DE COMPRES I MODALITAT DE LLIURAMENT DEL COMPRADOR ONLINE > resultats sectorials per compradors del producte

2 de cada 3 compradors online compra productes d'equipament de la persona i oci i cultura en plataformes online
El producte fresc, tot i que només el compren online el 17% dels compradors online, és el que genera més actes de compra l'any (10 compres/any/usuari)

Mitjana anual de compres online segons sector per comprador online del SECTOR
Base: Compradors online de cada sector de Catalunya

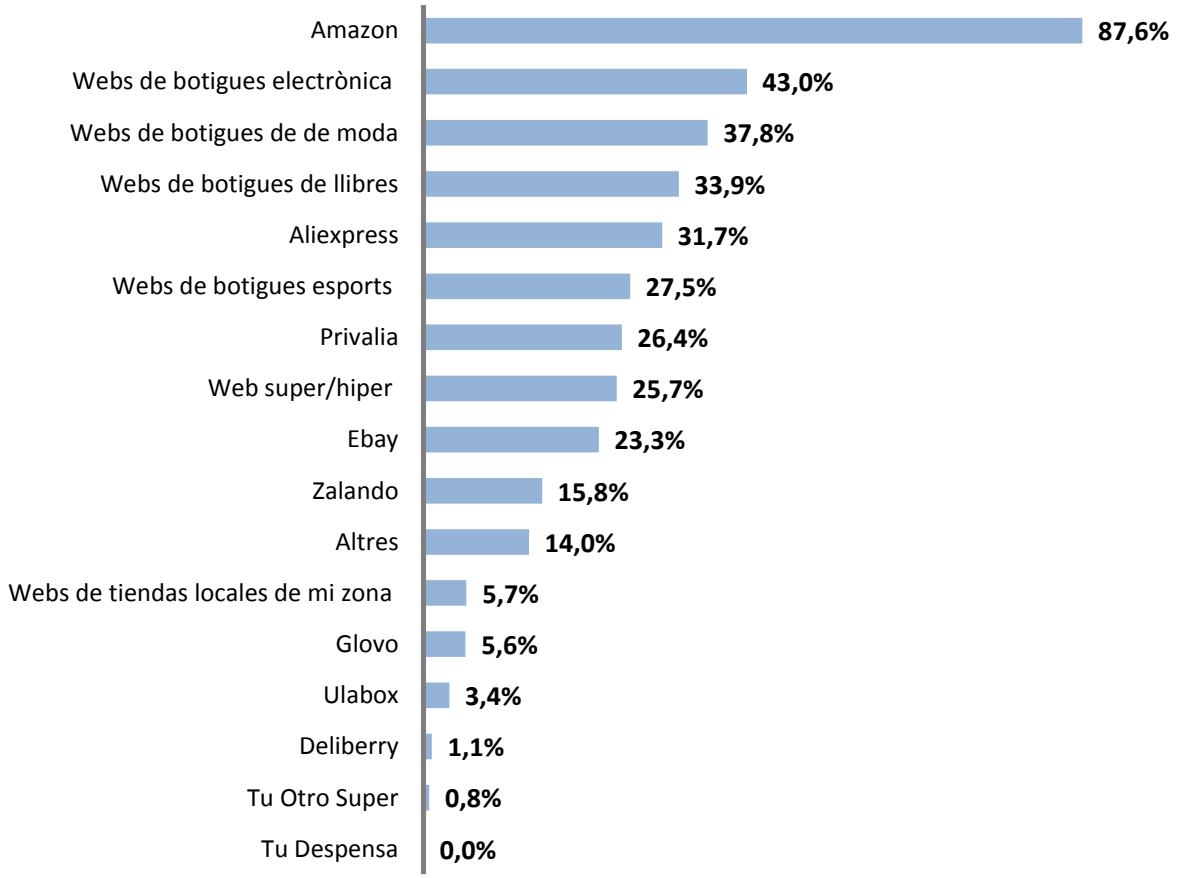


Producte fresc	Resta quotidià	Moda i equipament persona	Equipament de la llar	Oci i cultura
(17%)	**(57%)**	**(77%)**	**(55%)**	**(78%)**
Base compradors d'aquest producte sobre el total de compradors online	Base compradors d'aquest producte sobre el total de compradors online	Base compradors d'aquest producte sobre el total de compradors online	Base compradors d'aquest producte sobre el total de compradors online	Base compradors d'aquest producte sobre el total de compradors online

(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

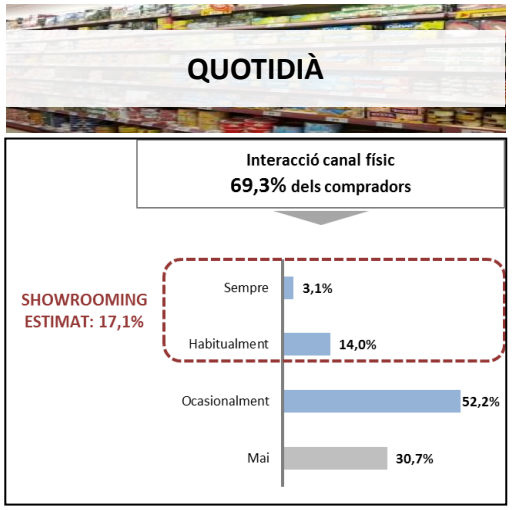
PRODUCTES COMPRATS per els compradors online > principals llocs de compra

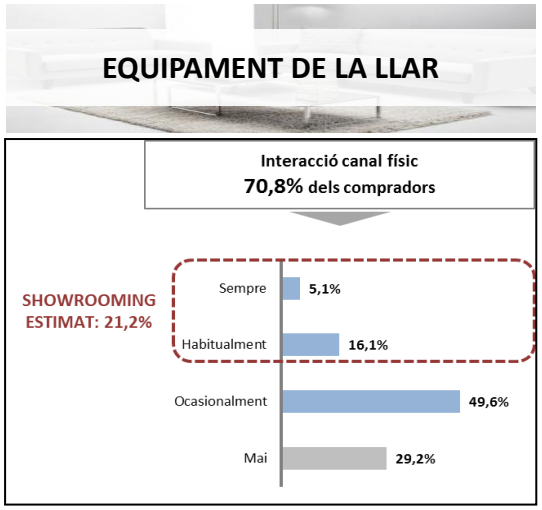
Amazon segueix liderant el ranking de principals llocs de compra, amb un 87,6% dels compradors

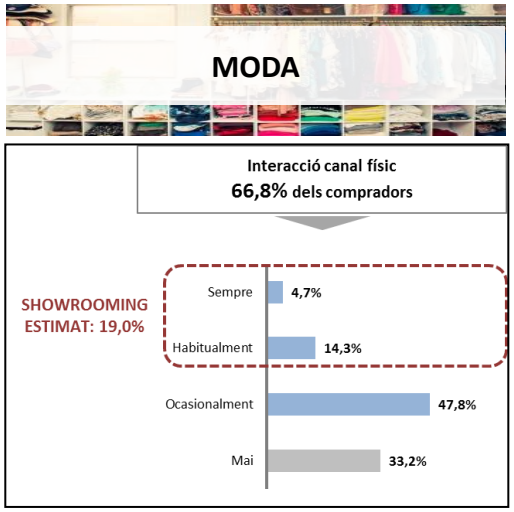


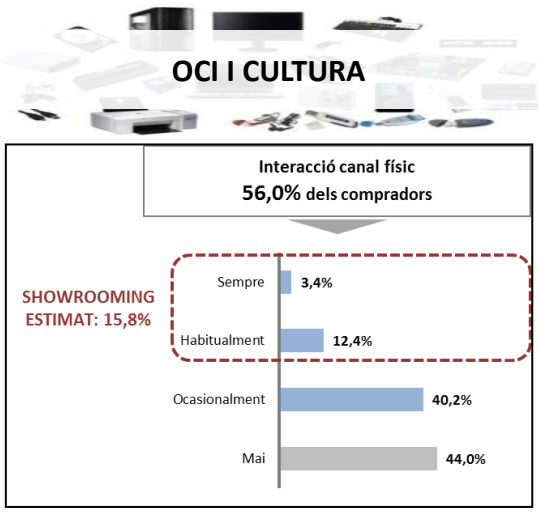
(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

SHOWROOMING > Quadre resum









La interacció del comprador amb el canal físic segueix sent molt alta.

El efecte de showrooming estimat es situa entre el 15% i el 20% segons els sectors.

(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

LLIURAMENT A DOMICILI

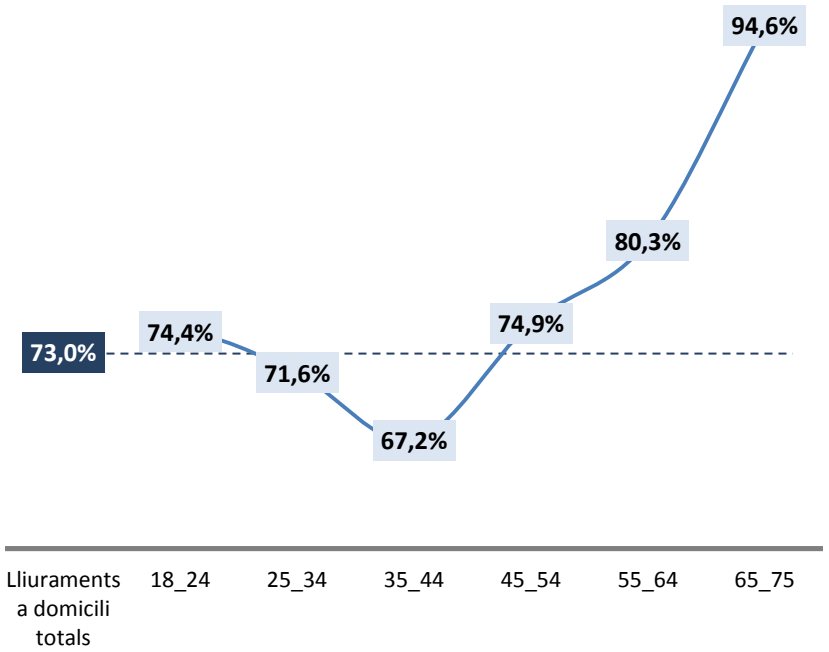
Base compradors online

Lliurament a domicili:
73% **de les compres online totals**

13 entregues a l'any/comprador
(sobre la mitjana de **17,8** compres online l'any del comprador online mitjà de Catalunya)

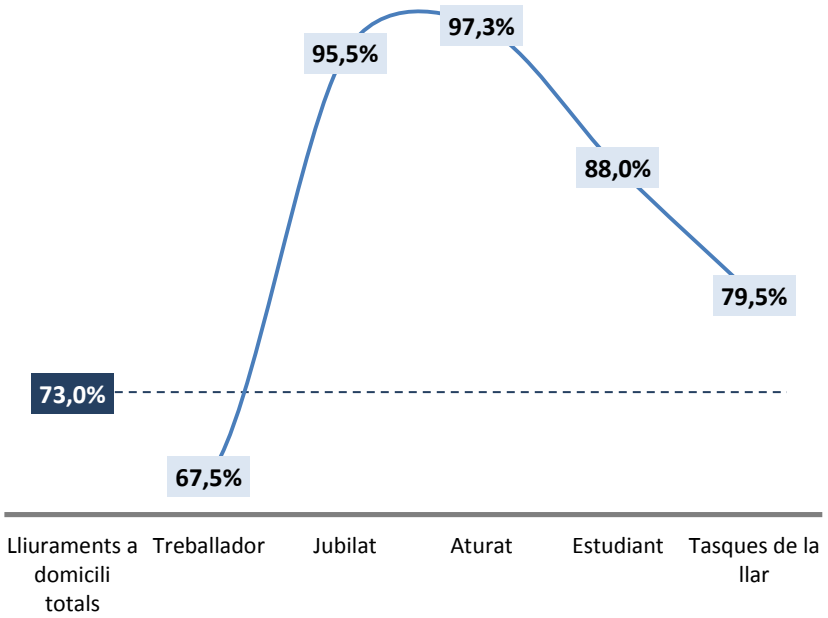
1) Factors inductors: EDAT

% lliuraments a domicili dels compradors online en relació a les compres totals que fan segons edat
Base: Compradors online de Catalunya



2) Factors inductors: PROBABILITAT D'ESTAR A CASA

% lliuraments a domicili dels compradors online en relació a les compres totals que fan segons ocupació del comprador
Base: Compradors online de Catalunya



(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

LLIURAMENT A DOMICILI

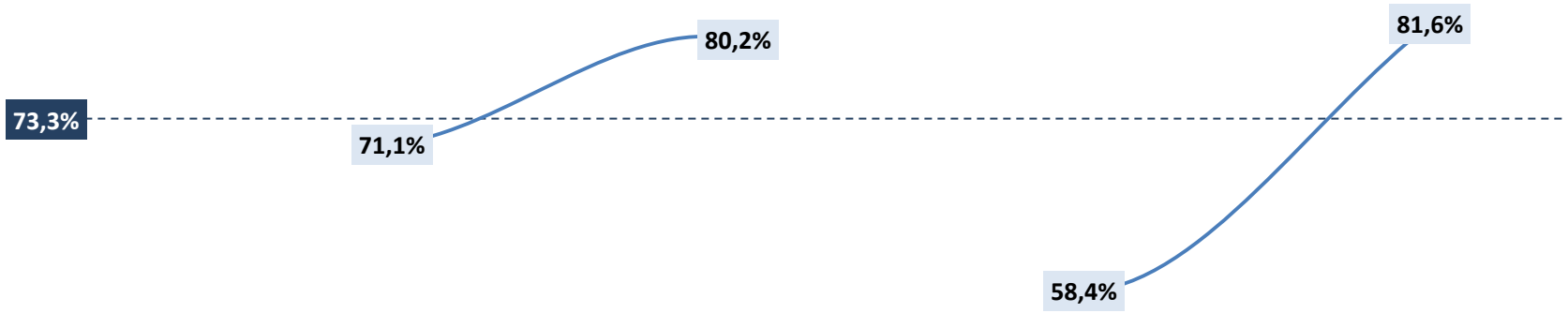
Base compradors online

Lliurament a domicili:
73% de les compres online totals

13 entregues a l'any/comprador
(sobre la mitjana de **17,8** compres online l'any del comprador online mitjà de Catalunya)

3) Factors inductors: BAIXA CONSCIÈNCIA AMBIENTAL I EFECTES SOBRE LA SALUD

% lliuraments a domicili dels compradors online en relació al total de compres segons la seva conscienciació ambiental*
Base: Compradors online de Catalunya



Lliuraments a domicili totals	Totalment i parcialment d'acord	Totalment i parcialment es desacord	Totalment i parcialment d'acord	Totalment i parcialment es desacord
	Les compres i entregues online tenen un impacte negatiu en la movilitat perquè generen més tràfic		Les compres i entregues online empitjoren la qualitat de l'aire i el mediambient	

(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)
* Creuament del nombre mig d'entregues a domicili amb el grau d'acord o desacord en relació a diferents afirmacions (T2B d'acord vs. T2B en desacord)

LLIURAMENT A DOMICILI

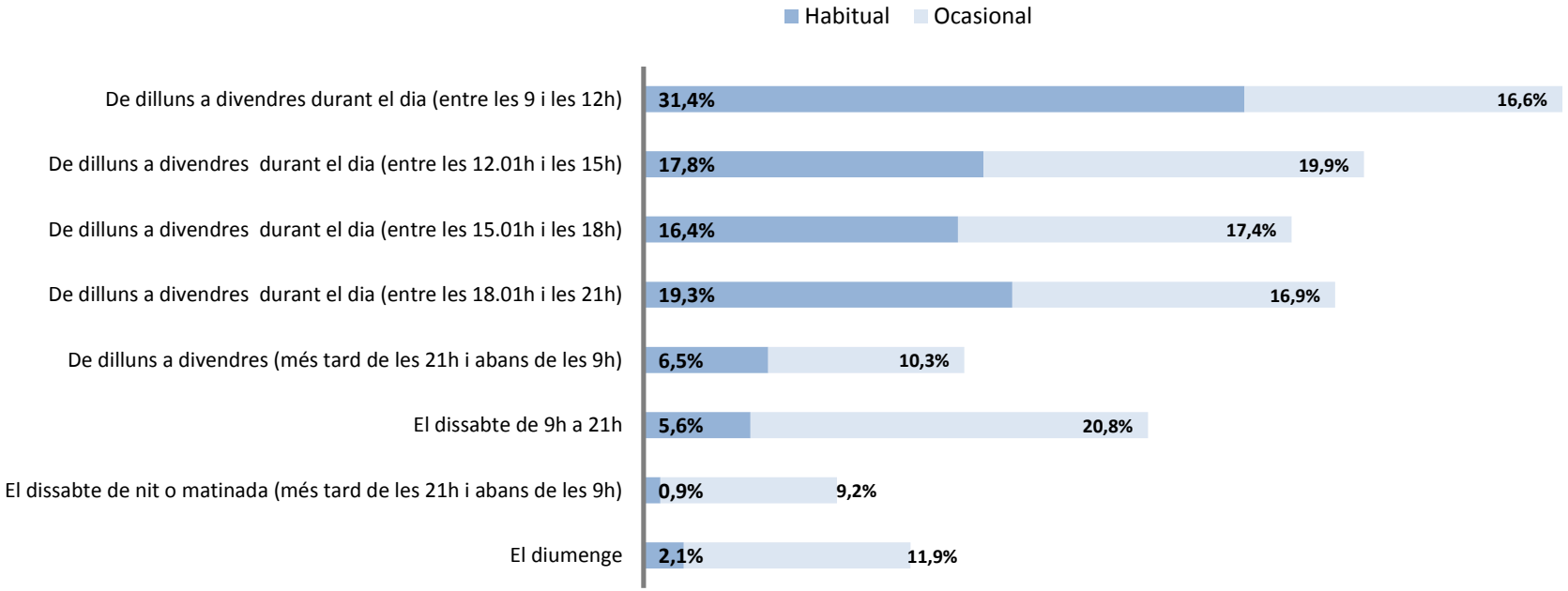
Base compradors online

Lliurament a domicili:
73% de les compres online totals

13 entregues a l'any/comprador
(sobre la mitjana de **17,8** compres online l'any del comprador online mitjà de Catalunya)

El moment habitual de rebre les comandes és majoritàriament de dilluns a divendres, especialment entre les 9h i les 12h (31,4%) i entre les 18h i les 21h (19,3%).

Moment habitual i ocasional de rebre les compres al domicili (% sobre la base de compradors que el lliurament és a domicili)
(moment habitual resposta única, moment ocasional resposta múltiple)



LLIURAMENT A L'OFICINA

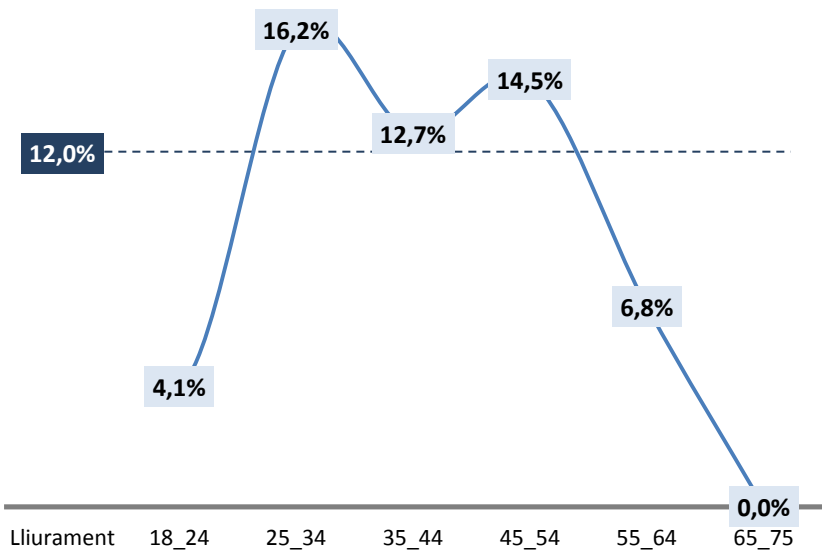
Base compradors online

Lliurament a l'oficina:
12% de les compres online totals

2,1 entregues a l'any/comprador
(sobre la mitjana de **17,8** compres online l'any del comprador online mitjà de Catalunya)

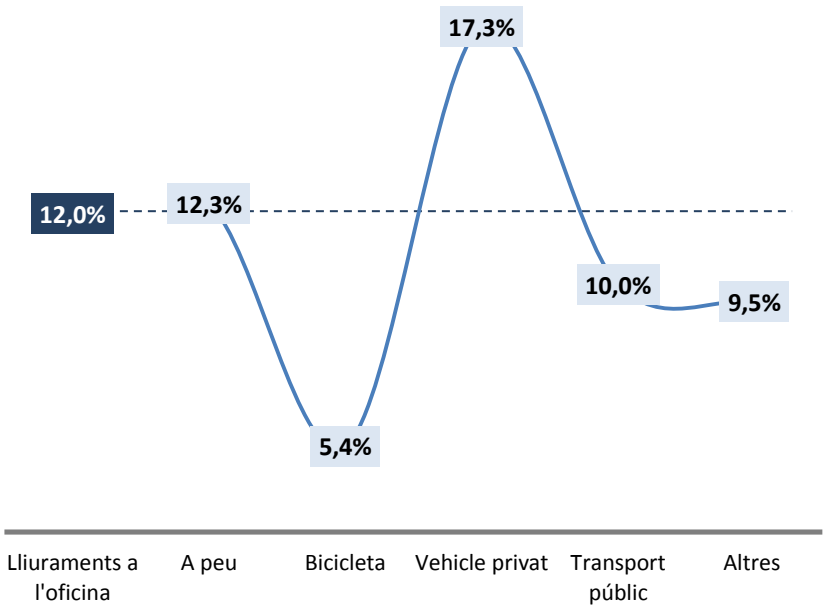
1) Factors inductors: EDAT LABORAL

% lliuraments a l'oficina dels compradors online en relació a les compres totals que fan segons edat
Base: Compradors online de Catalunya



2) Factors inductors: ANAR A LA FEINA EN VEHICLE

% lliuraments a l'oficina dels compradors online en relació a les compres totals que fan segons com van a treballar
Base: Compradors online de Catalunya



(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

LLIURAMENTS A DOMICILI FALLITS QUE REQUEREIXEN UNA SEGONA VISITA

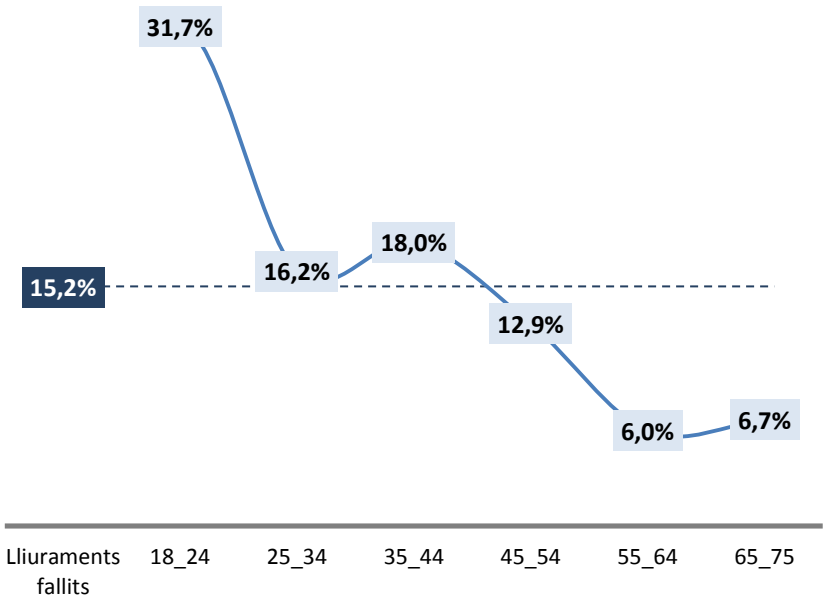
Base compradors online

Lliuraments fallits:
15,2% dels lliuraments a domicili

2 lliuraments fallits a l'any/comprador
(sobre la mitjana de 13 lliuraments l'any a domicili de mitjana per comprador online)

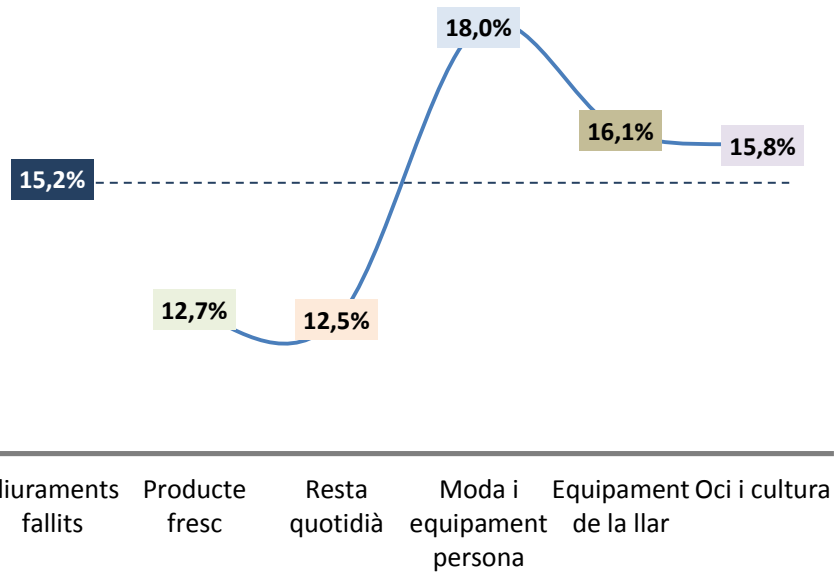
1) Factors inductors: EDAT >

% lliuraments fallits a domicili sobre el total de lliuraments a domicili dels compradors online segons edat
Base: Compradors online de Catalunya



2) Factors inductors: SECTOR I TIPUS DE *CARRIER*

% lliuraments a domicili que requereixen una segona visita sobre el total de lliuraments a domicili, segmentat per sectors



(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

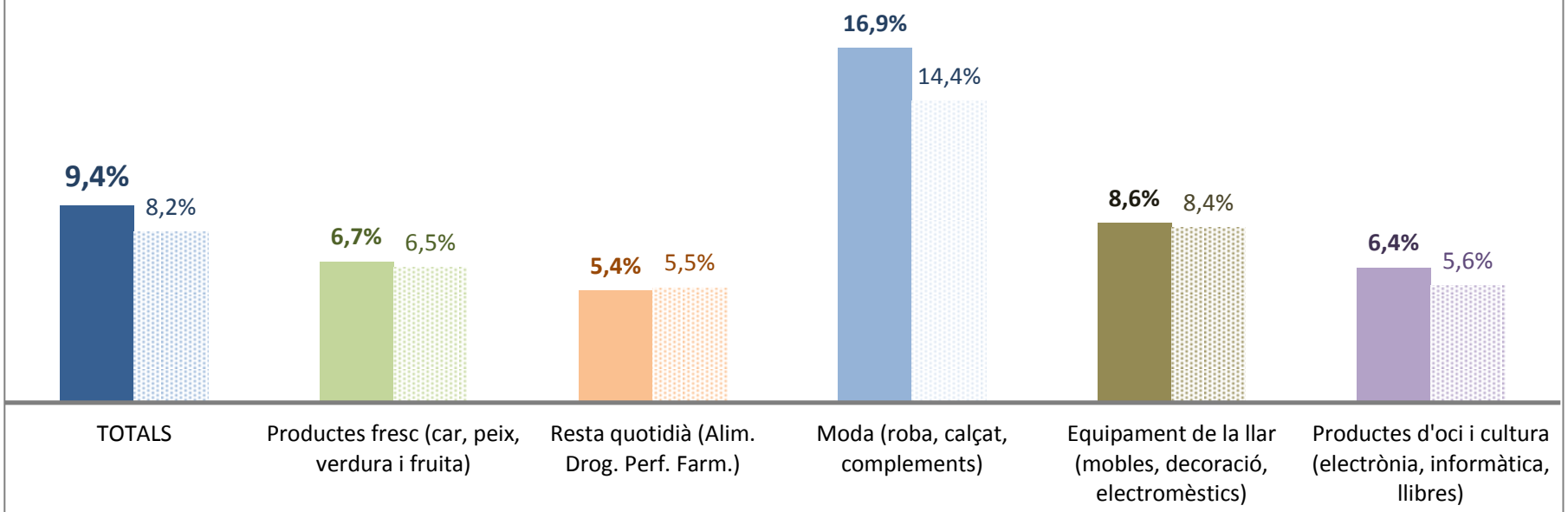
DEVOLUCIONS DE PRODUCTE

Base compradors online

Devolucions:
9,4% de les compres online

1,67 devolucions a l'any/comprador
(sobre la mitjana de **17,8** compres online l'any del comprador online mitjà de Catalunya)

% de devolucions de producte totals o parcials, sobre el total de compres online



(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

Estimació de 59 milions de compres online l'any

Lliurament a domicili

73%
De les compres
ESPECIALMENT EN FRESC (83%) I EQ. LLAR (81%)

39 milions de desplaçaments / etapes l'any

2,89 lliuraments a domicili cada segon

15,2%
De les entregues requereixen segona visita del missatger

6 milions de repeticions

LOGISTICA ABSURDA

9 milions de desplaçaments
23% de les entregues online

3 milions de devolucions

En promig el **8,2%** de les compres es retornen total o parcialment (14% en equipament de la persona)

15%
De les compres

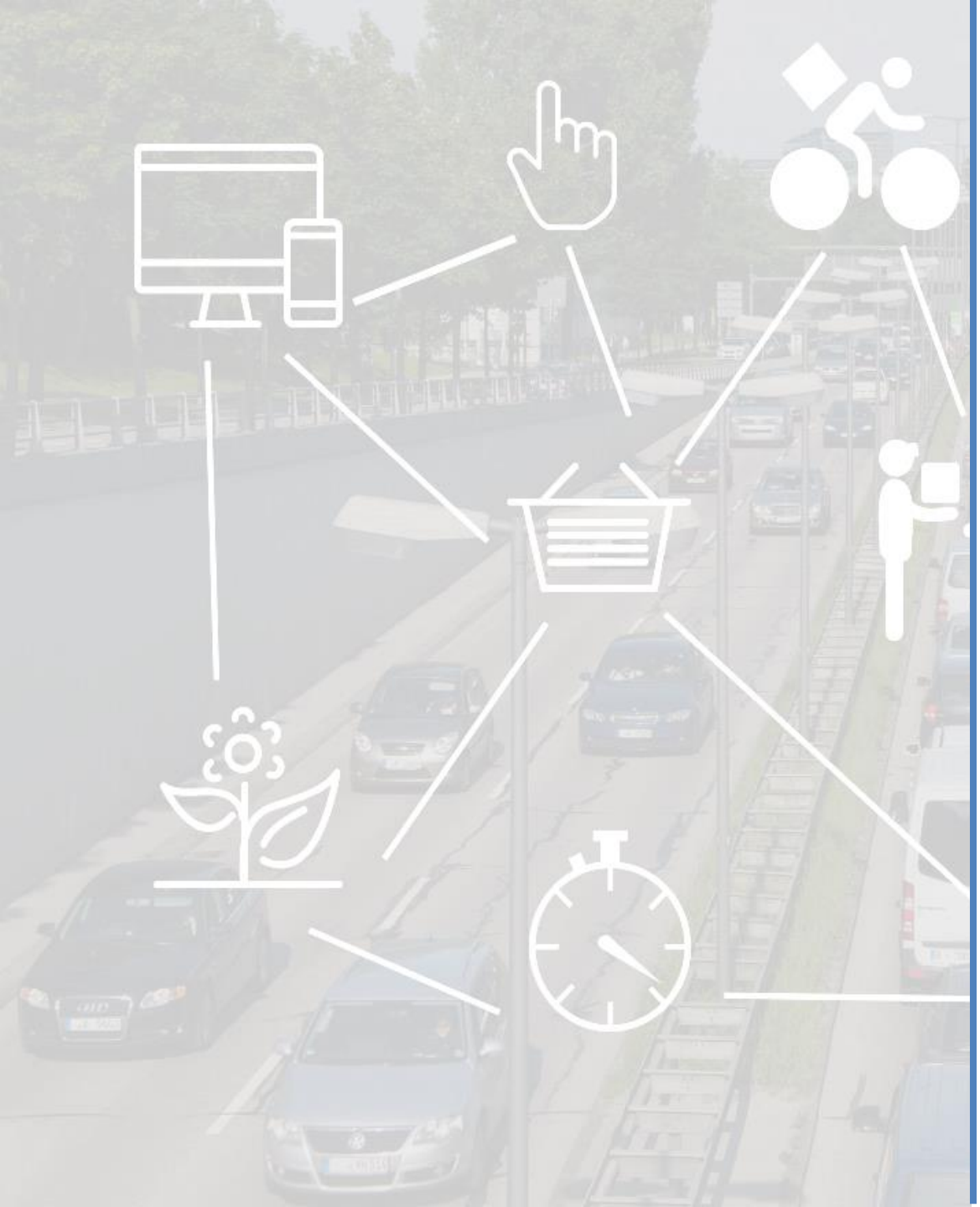
Lliurament a l'oficina

12%
De les compres

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

Si el sector segueix creixent a ritmes **>20%** anuals, es generaran

+8 milions de lliuraments a domicili nous cada any



INDEX

1.- Introducció

2.- Mobilitat associada a les compres online

3.- Percepció dels efectes del comerç online

4.- Oportunitats en Click&collect

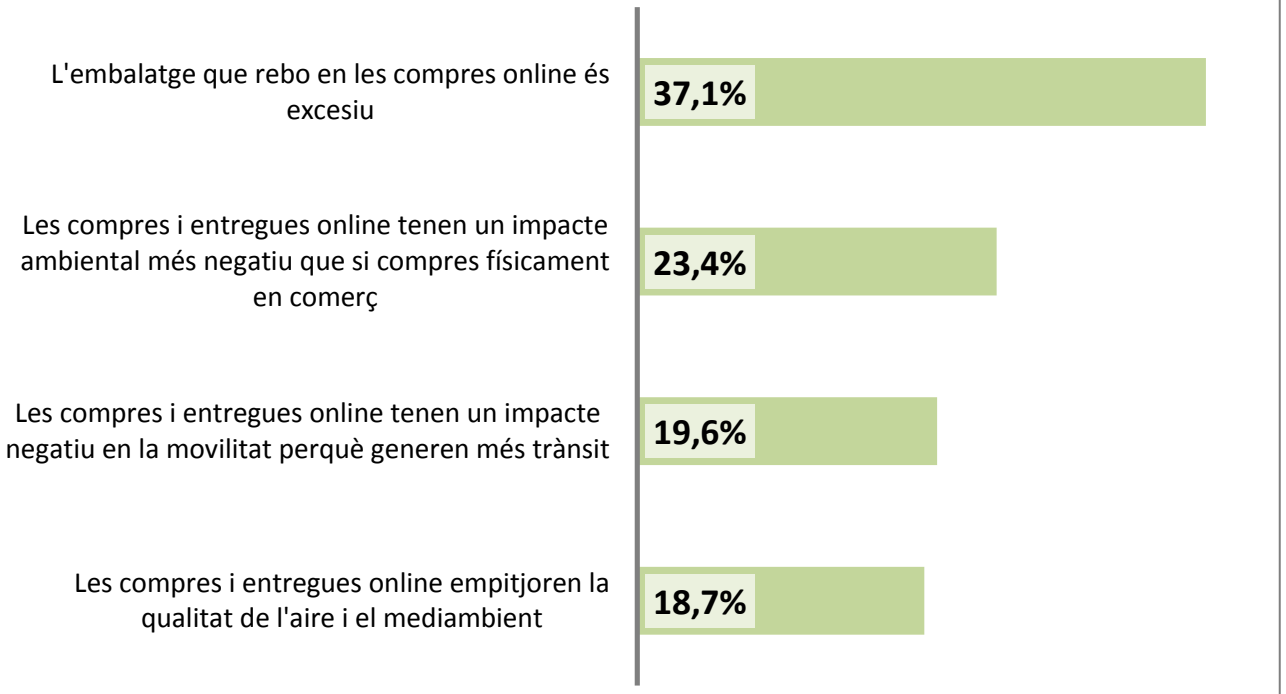
5.- Conclusions

En quin grau està d'acord amb les següents afirmacions

(T2B = %Totalment d'acord + %Bastant d'acord)

Baix nivell de consciència dels efectes del comerç online sobre el medi ambient. Només 1 de cada 3 està d'acord amb els pitjors efectes medi ambientals, de congestió o de qualitat de l'aire que comporta l'entrega a domicili de les compres online.

% de compradors sobre el total de compradors online que están totalment d'acord i bastant d'acord (T2B) amb les següents afirmacions



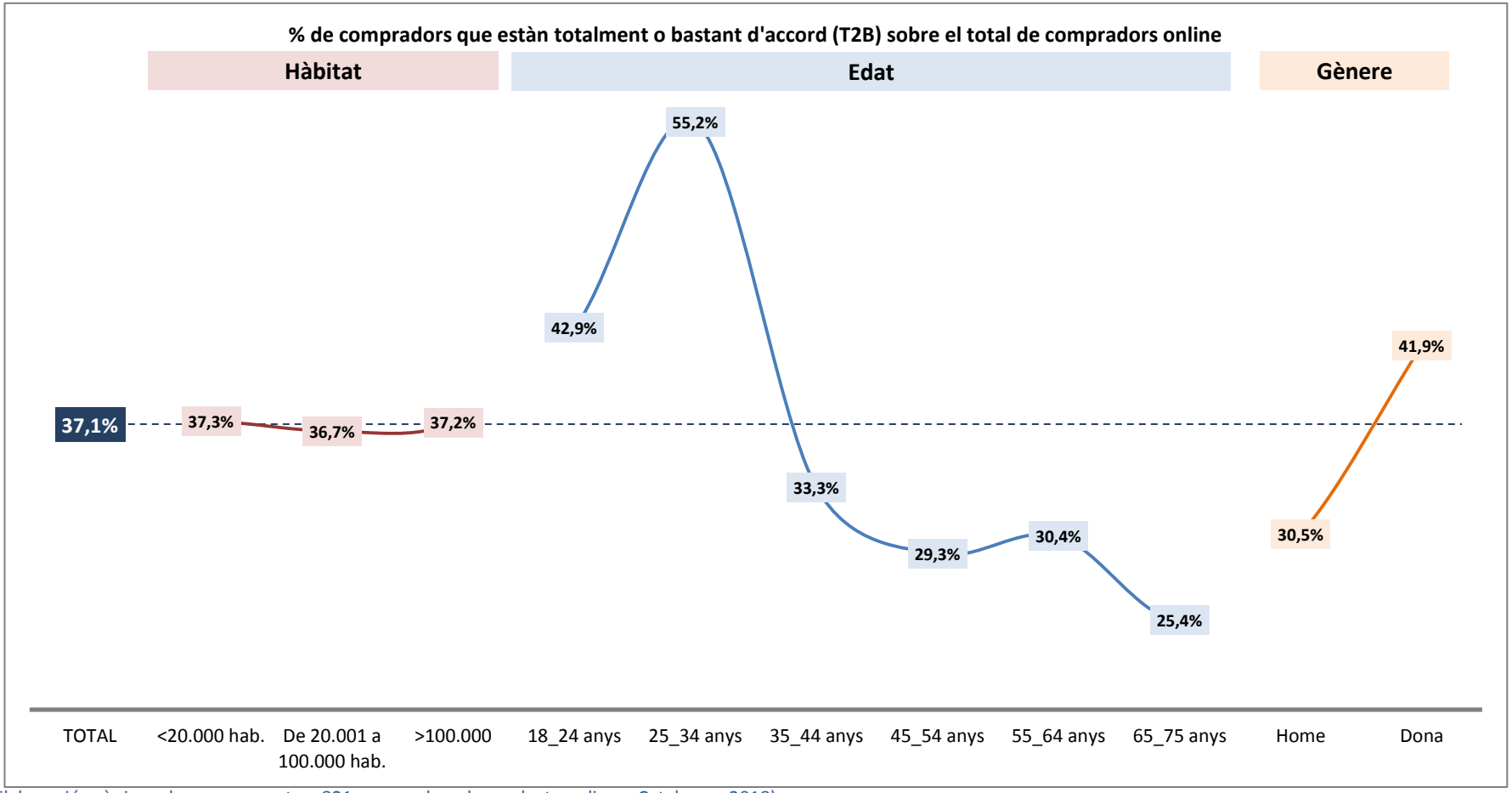
33,5% estan d'acord amb –com a mínim- una de les tres afirmacions

(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

En quin grau està d'acord amb les següents afirmacions

(T2B = %Totalment d'acord + %Bastant d'acord)

Grau d'acord amb la frase **"L'embalatge que rebo en les compres online és excessiu"** segons diferents criteris de segmentació

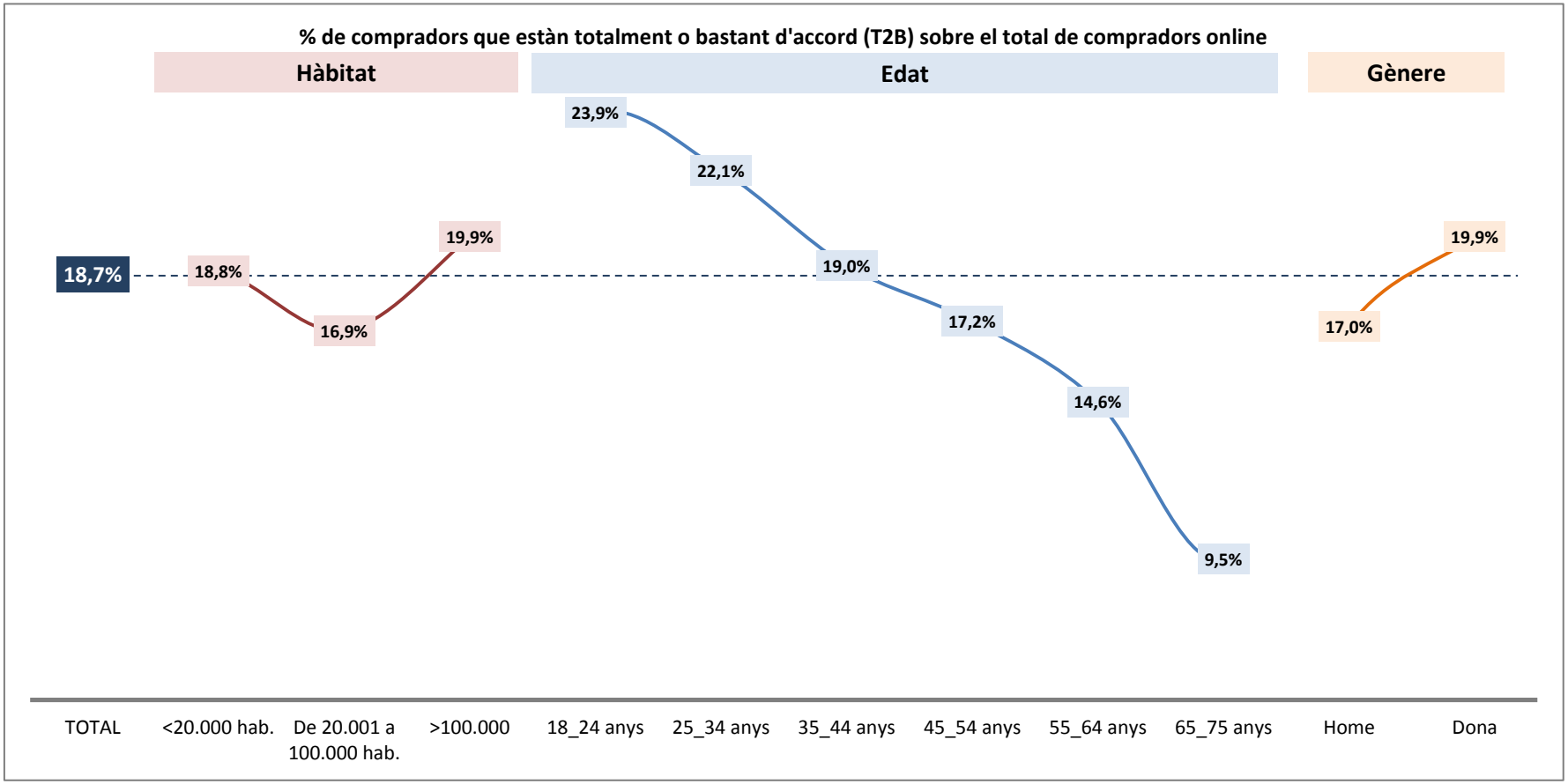


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

En quin grau està d'acord amb les següents afirmacions

(T2B = %Totalment d'acord + %Bastant d'acord)

Grau d'acord amb la frase **"Les compres i entregues online empitjoren la qualitat de l'aire i el medi ambient"** segons diferents criteris de segmentació

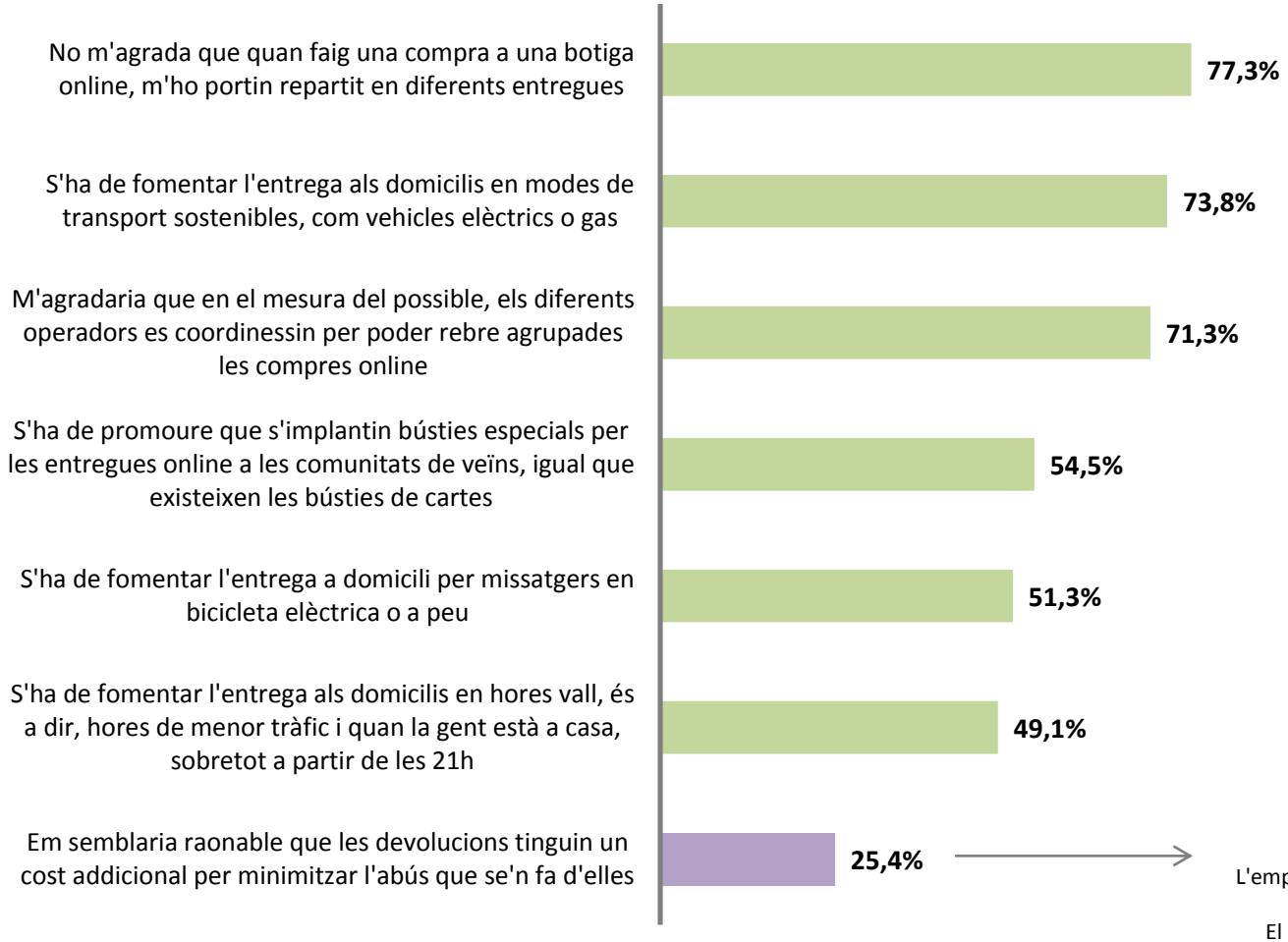


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

En quin grau està d'acord amb les següents propostes, idees o mesures?

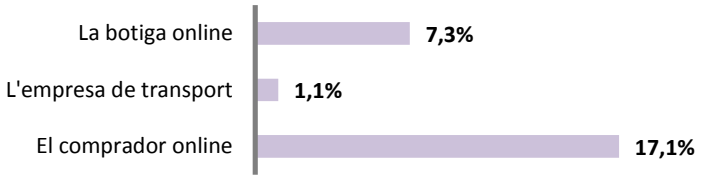
(T2B = %Totalment d'acord + %Bastant d'acord)

% de grau d'acord (T2B = totalment + bastant) sobre el total de compradors online

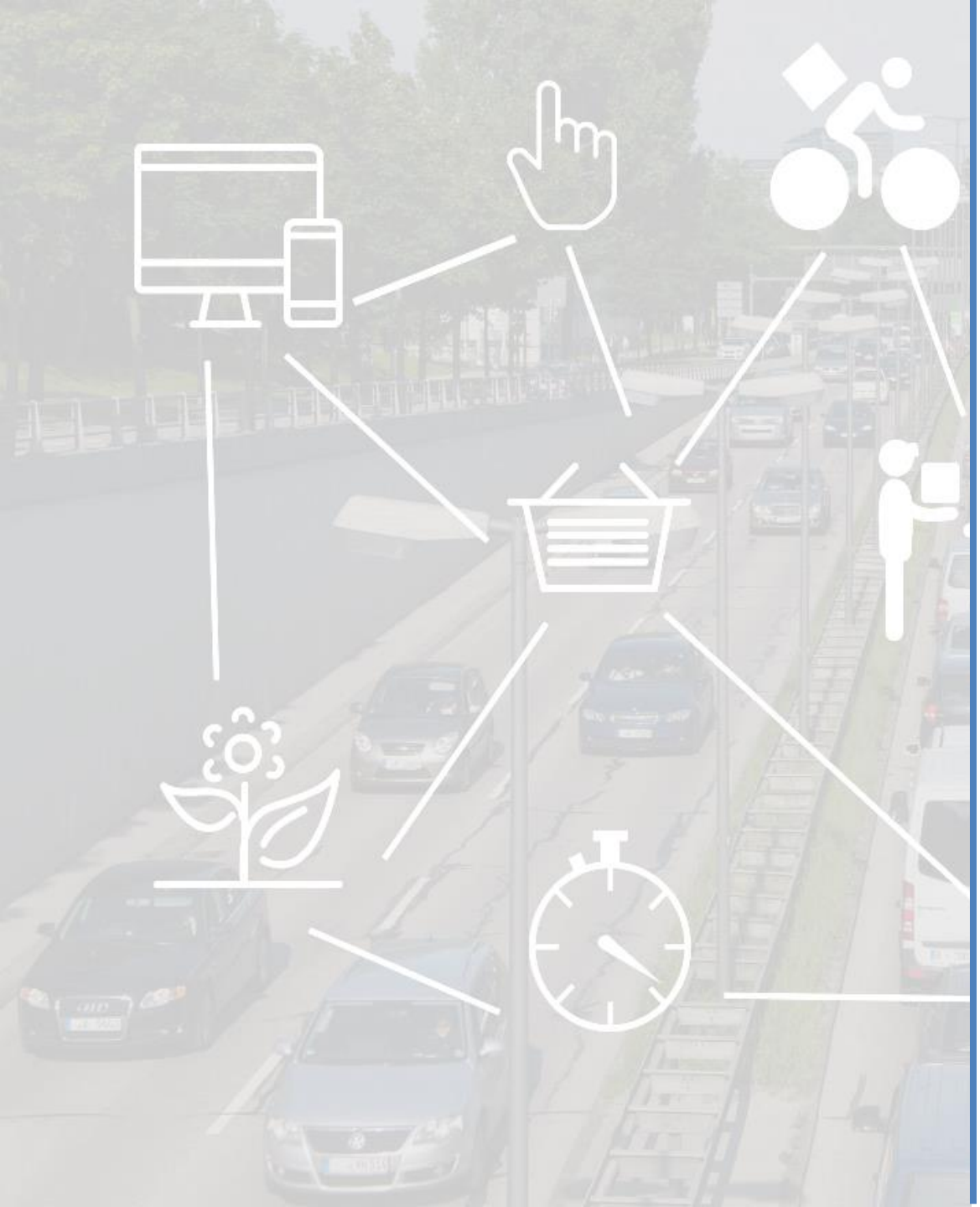


Qui hauria de pagar el cost associat a les entregues a domicili?

% sobre el total de compradors online enquestats



(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)



INDEX

1.- Introducció

2.- Mobilitat associada a les compres online

3.- Percepció dels efectes del comerç online

4.- Oportunitats en Click&collect

5.- Conclusions

TENDÈNCIES EN CLICK&COLLECT > Esquema general

Esquema de les principals alternatives i tendències per reduir els lliuraments a domicili

Recollida establiments de la mateixa companyia

Botigues

Exemples:

ZARA

Click&Drive

Exemples:

ESCLAT online

caprabo click&drive

EROSKI

Recollida en punt alternatiu

Punts de conveniència

Exemples:

Kom&Kom ups Access Point Kiala

Somos punto de recogida SEUR

celeritas

Aliances

Exemples:

A) Pure player -> físic

B) Físic -> Físic

C) Joint venture retail collect points

TESCO

ASDA

Sainsbury's live well for less

Consignes

Exemples:

saba

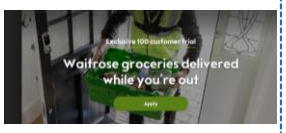
Entrega domicili sense fallides

Consignes

Exemples:

Key In-home

amazon



Correos SEUR IKEA

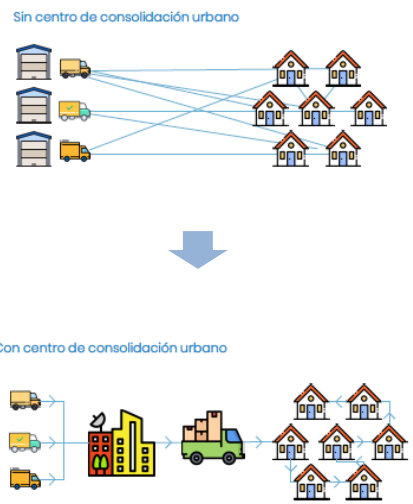
Homepack correus

TENDÈNCIES EN ENTREGUES SOSTENIBLES DE DARRERA MILLA > Esquema general

Esquema d'algunes de les principals alternatives sostenibles per l'entrega en la darrera milla

Centres de consolidació urbana

Exemples:



Font de la imatge: AECOC

Vehicles no contaminants

Camions elèctrics:

VOLVO

RENAULT

Vehicles autònoms i drons:

Domino's Pizza

Plataformes urbanes i repartiment bicicleta, vehicles sostenibles eco:

Models col·laboratius

Exemples:

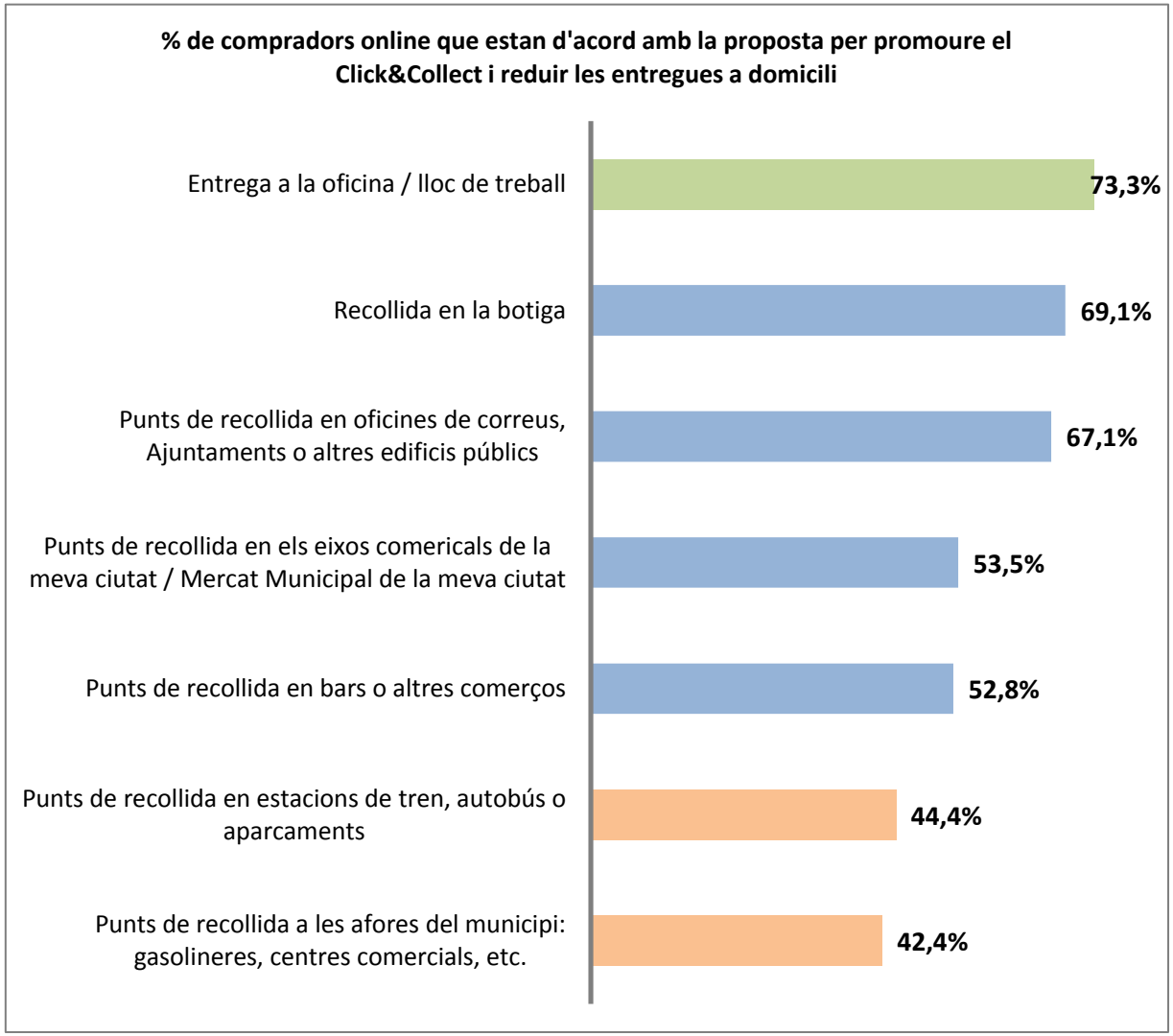
instacart

amazon FLEX

saloodo! realtime logistics

vanAPEDAL

INTERÈS en diferents mesures i alternatives per promoure el Click&Collect



L'entrega a l'oficina

Diferents iniciatives que tenen com a objectiu situar punts de recollida en trama urbana

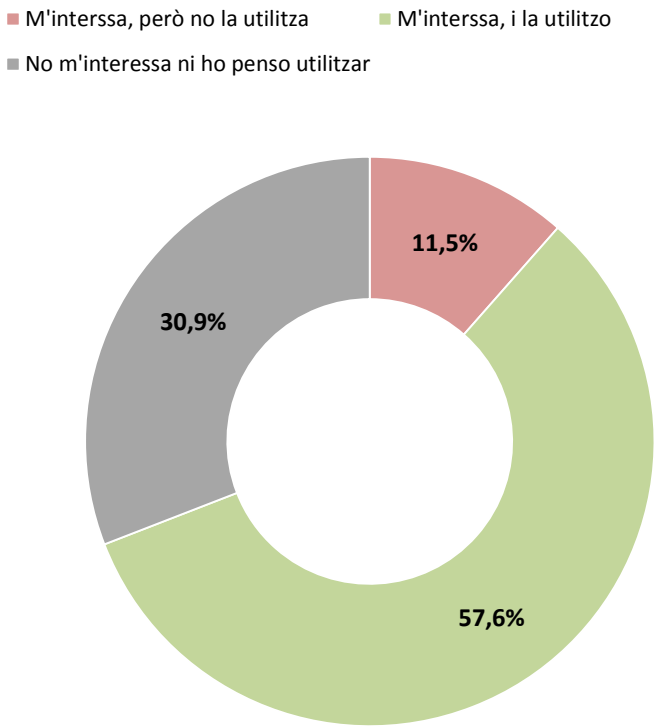
Iniciatives que tenen relació amb situar punts de recollida en "zones associades a la mobilitat

(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

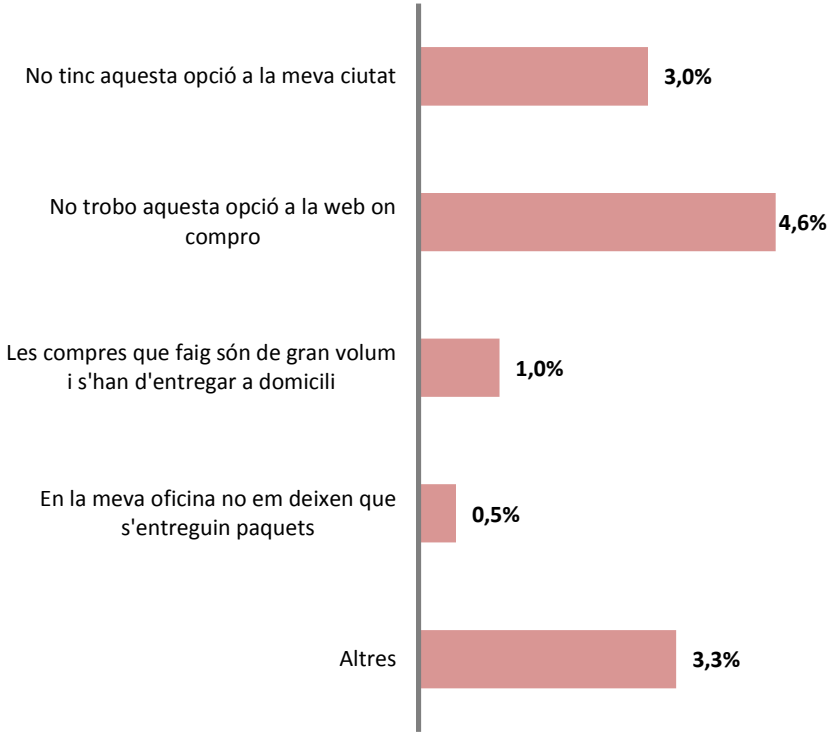
UTILITZACIÓ de les mesures i alternatives per promoure el Click&Collect

RECOLLIDA A LA BOTIGA

Interès i ús de la alternativa per reduir entregues a domicili
% de comprados sobre el total d'enquestats



Motiu per el qual no usa aquesta alternativa per reduir entregues a domicili
% de no usuaris de la alternativa sobre el total d'enquestats*

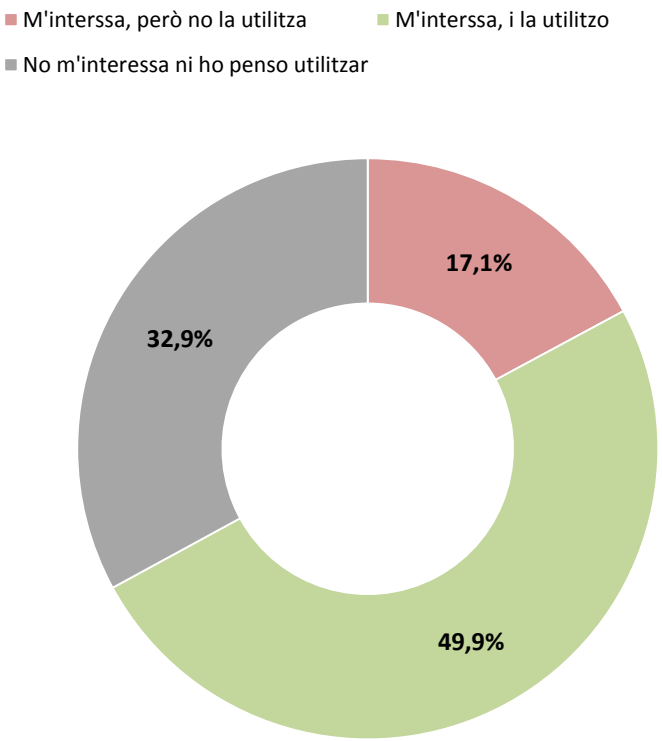


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)
* Multiresposta. També cal tenir present que la pregunta sobre el motiu de no usar cada alternativa, només la contesten els enquestats que SI tenen interès en la alternativa, però que NO la usen actualment. No obstant, els % de resposta es mostren sobre el total d'enquestats (no sobre el total dels que han respòs) per facilitar la comparativa sobre l'univers de compradors online.

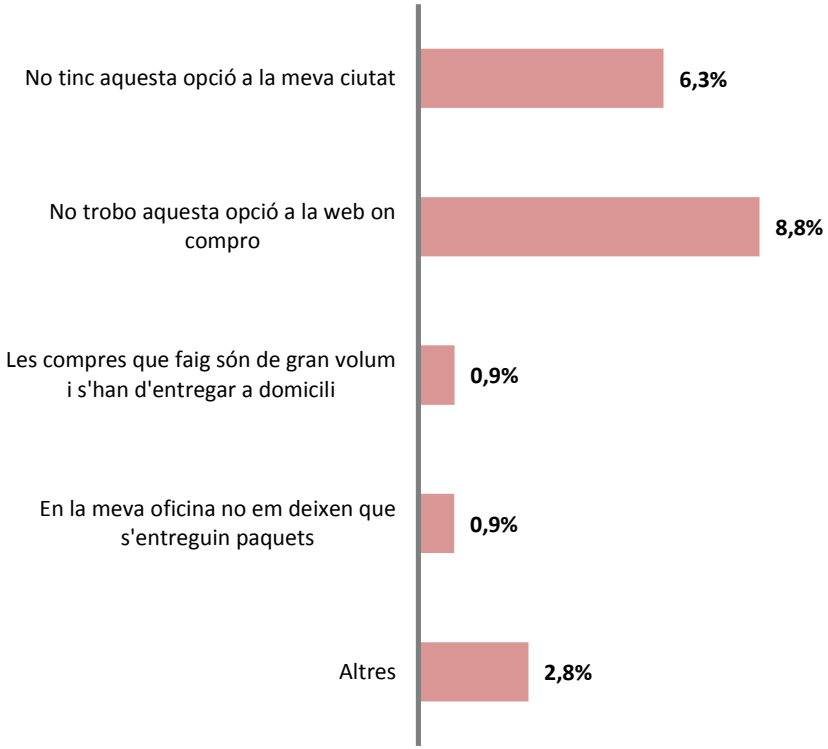
UTILITZACIÓ de les mesures i alternatives per promoure el Click&Collect

PUNTS DE RECOLLIDA EN OFICINES DE CORREUS, AJUNTAMENTS O ALTRES EDIFICIS PÚBLICS

Interès i ús de la alternativa per reduir entregues a domicili
% de comprados sobre el total d'enquestats



Motiu per el qual no usa aquesta alternativa per reduir entregues a domicili
% de no usuaris de la alternativa sobre el total d'enquestats*

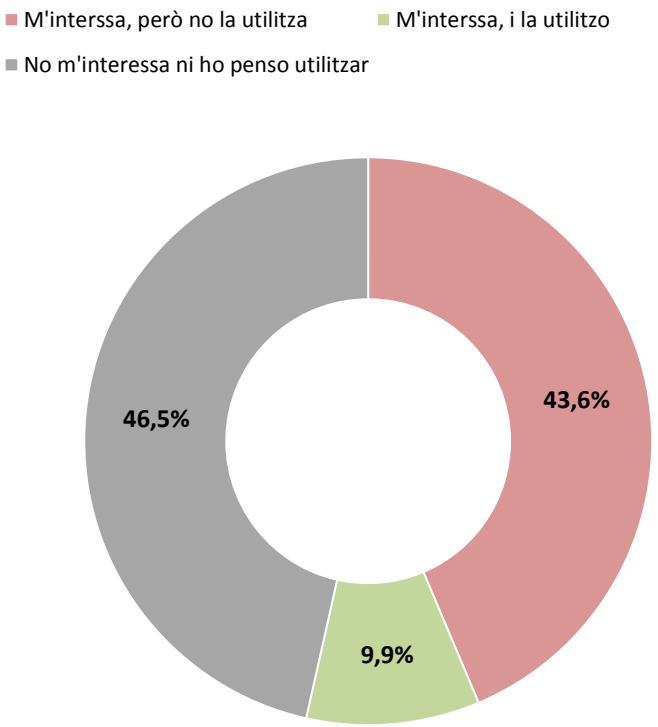


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)
* Multiresposta. També cal tenir present que la pregunta sobre el motiu de no usar cada alternativa, només la contesten els enquestats que SI tenen interès en la alternativa, però que NO la usen actualment. No obstant, els % de resposta es mostren sobre el total d'enquestats (no sobre el total dels que han respòs) per facilitar la comparativa sobre l'univers de compradors online.

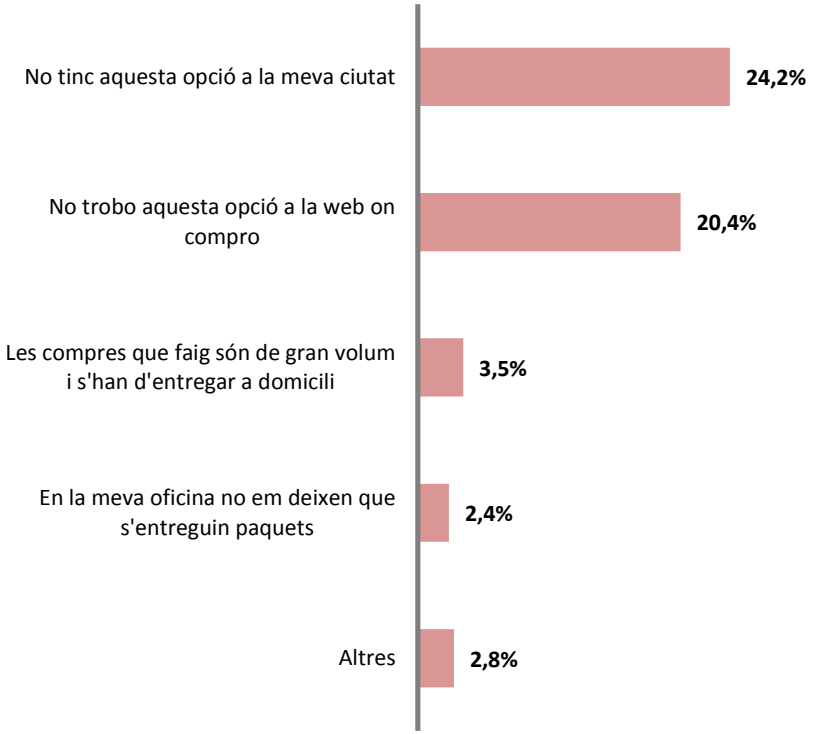
UTILITZACIÓ de les mesures i alternatives per promoure el Click&Collect

PUNTS DE RECOLLIDA EN ELS EIXOS COMERICALS DE LA MEVA CIUTAT / MERCAT MUNICIPAL DE LA MEVA CIUTAT

Interès i ús de la alternativa per reduir entregues a domicili
% de comprados sobre el total d'enquestats



Motiu per el qual no usa aquesta alternativa per reduir entregues a domicili
% de no usuaris de la alternativa sobre el total d'enquestats*

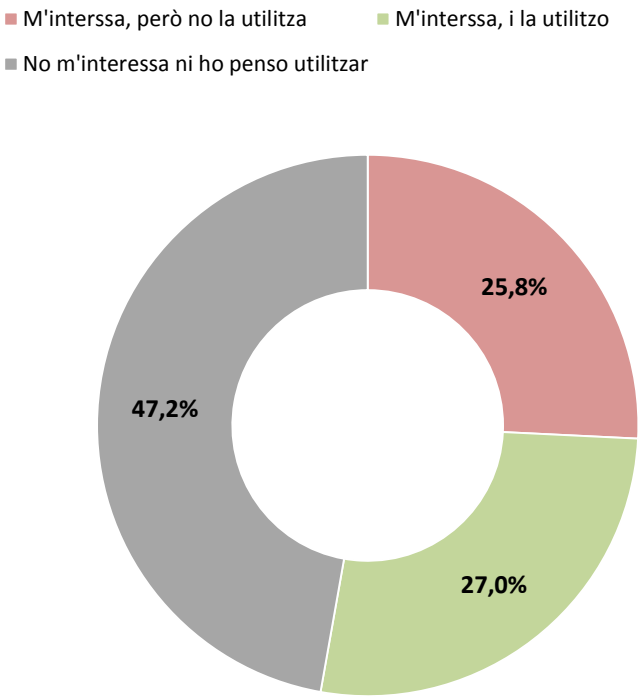


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)
* Multiresposta. També cal tenir present que la pregunta sobre el motiu de no usar cada alternativa, només la contesten els enquestats que SI tenen interès en la alternativa, però que NO la usen actualment. No obstant, els % de resposta es mostren sobre el total d'enquestats (no sobre el total dels que han respòs) per facilitar la comparativa sobre l'univers de compradors online.

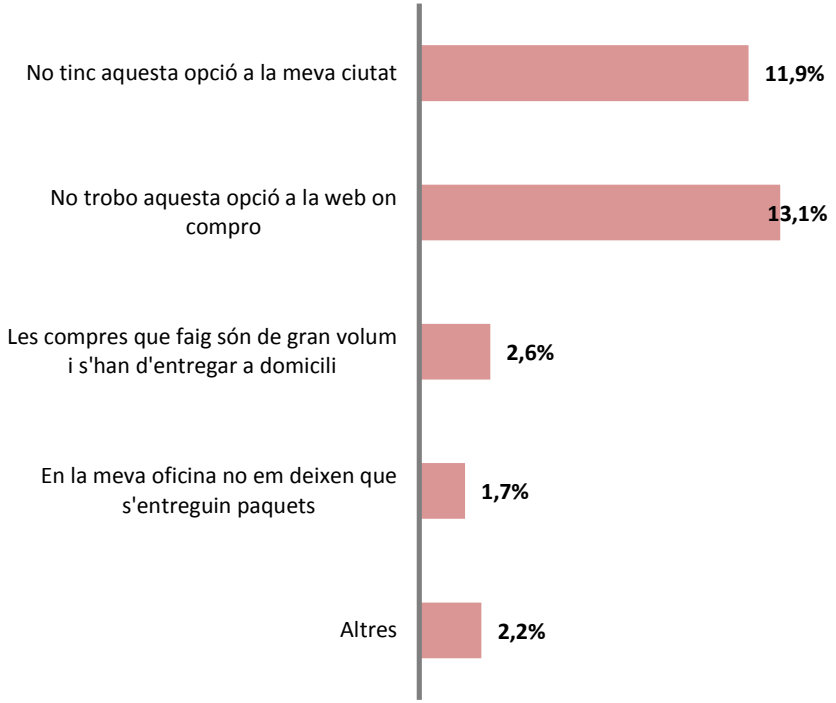
UTILITZACIÓ de les mesures i alternatives per promoure el Click&Collect

PUNTS DE RECOLLIDA EN BARS O ALTRES COMERÇOS

Interès i ús de la alternativa per reduir entregues a domicili
% de comprados sobre el total d'enquestats



Motiu per el qual no usa aquesta alternativa per reduir entregues a domicili
% de no usuaris de la alternativa sobre el total d'enquestats*

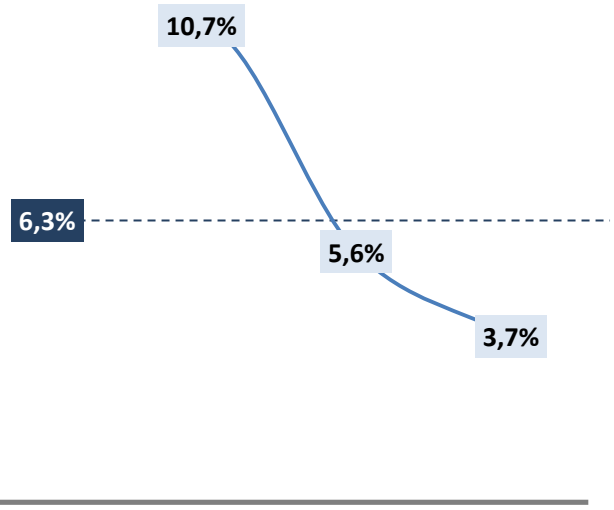


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)
* Multiresposta. També cal tenir present que la pregunta sobre el motiu de no usar cada alternativa, només la contesten els enquestats que SI tenen interès en la alternativa, però que NO la usen actualment. No obstant, els % de resposta es mostren sobre el total d'enquestats (no sobre el total dels que han respòs) per facilitar la comparativa sobre l'univers de compradors online.

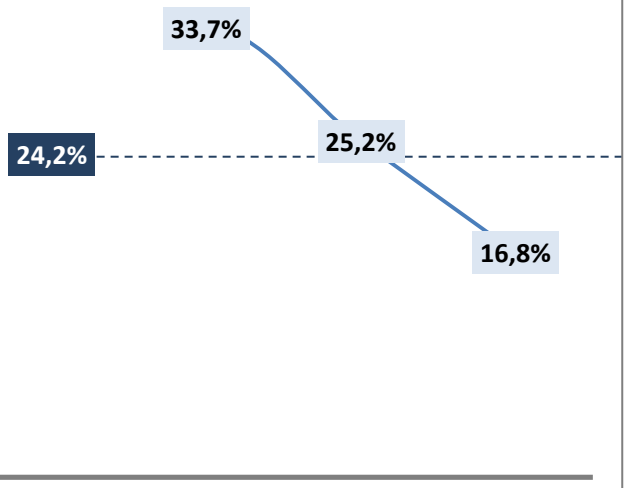
UTILITZACIÓ de les mesures i alternatives per promoure el Click&Collect

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

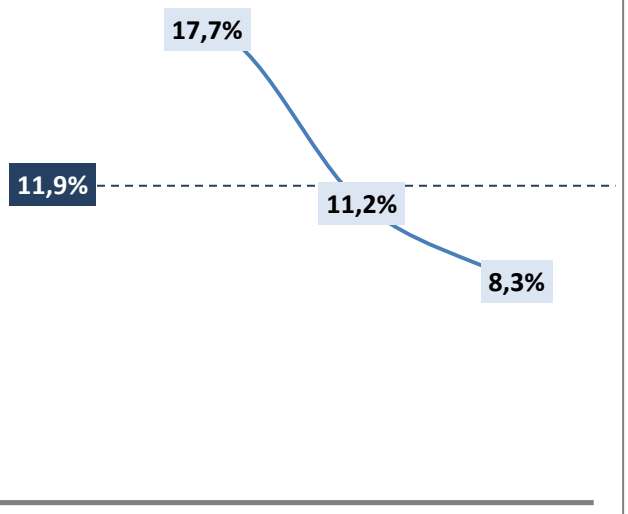
RECOLLIDA EN EDIFICIS PÚBLICS -> NO TINC AQUESTA OPCIÓ AL MEU MUNICIPI
% d'enquestats sobre el total de cada segment que no usen aquesta alternativa



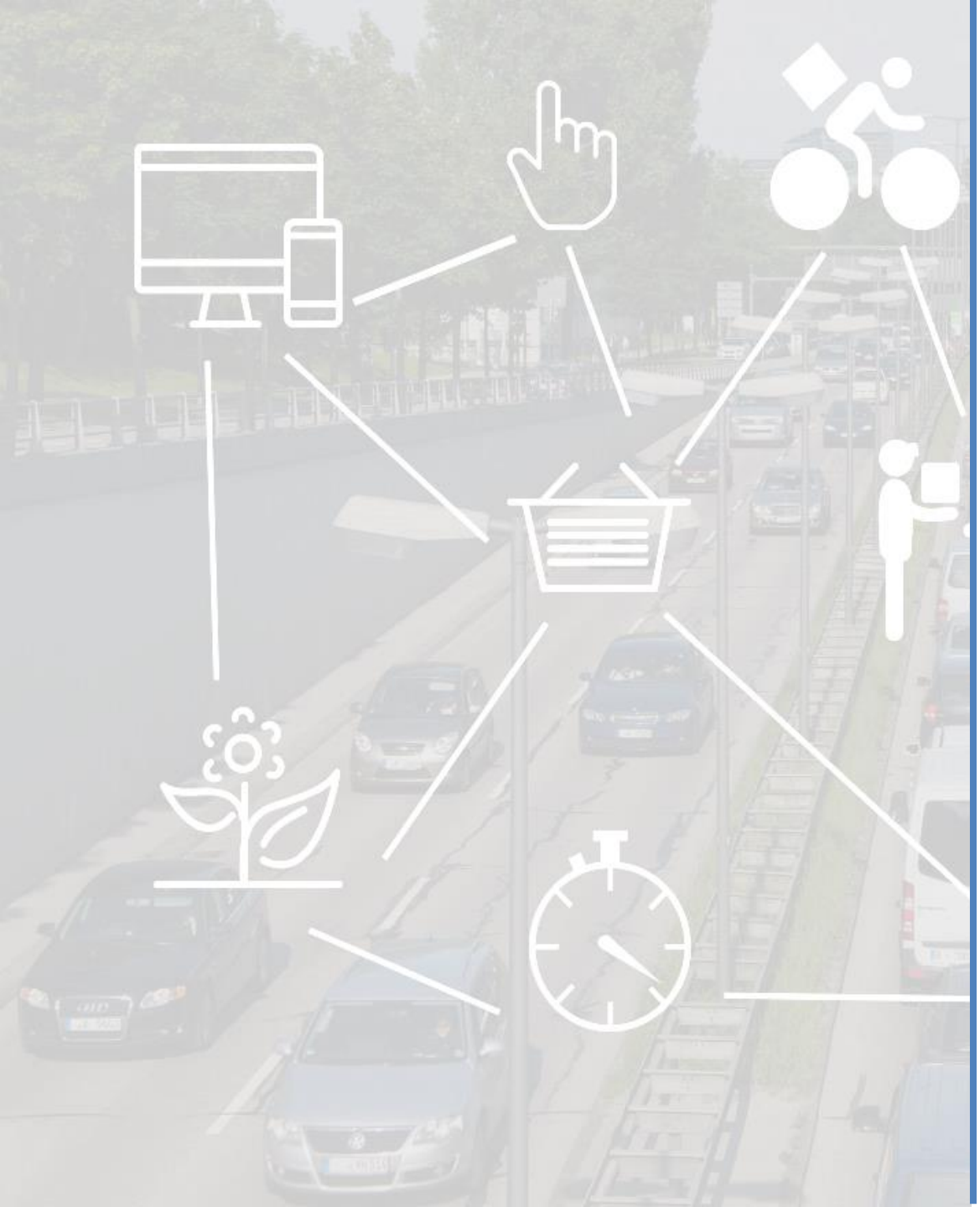
RECOLLIDA EN EIXOS / MERCATS -> NO TINC AQUESTA OPCIÓ AL MEU MUNICIPI
% d'enquestats sobre el total de cada segment que no usen aquesta alternativa



RECOLLIDA EN BARS/COMERÇOS/ETC.-> NO TINC AQUESTA OPCIÓ AL MEU MUNICIPI
% d'enquestats sobre el total de cada segment que no usen aquesta alternativa



(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)
* Multiresposta. També cal tenir present que la pregunta sobre el motiu de no usar cada alternativa, només la contesten els enquestats que SI tenen interès en la alternativa, però que NO la usen actualment. No obstant, els % de resposta es mostren sobre el total d'enquestats de cada segment (no sobre el total dels que han respòs) per facilitar la comparativa sobre l'univers de compradors online.



INDEX

1.- Introducció

2.- Mobilitat associada a les compres online

3.- Percepció dels efectes del comerç online

4.- Oportunitats en Click&collect

5.- Conclusions

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:

EDAT

ESTAR A CASA

CONCIENCIACIÓ

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

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'embalatge 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:

ATM Àrea de Barcelona Autoritat del Transport Metropolità

AMB Àrea Metropolitana de Barcelona

BARCELONA CENTRE LOGÍSTIC CATALUNYA

Diputació Barcelona

Diputació de Girona

Diputació Tarragona

Diputació de Lleida