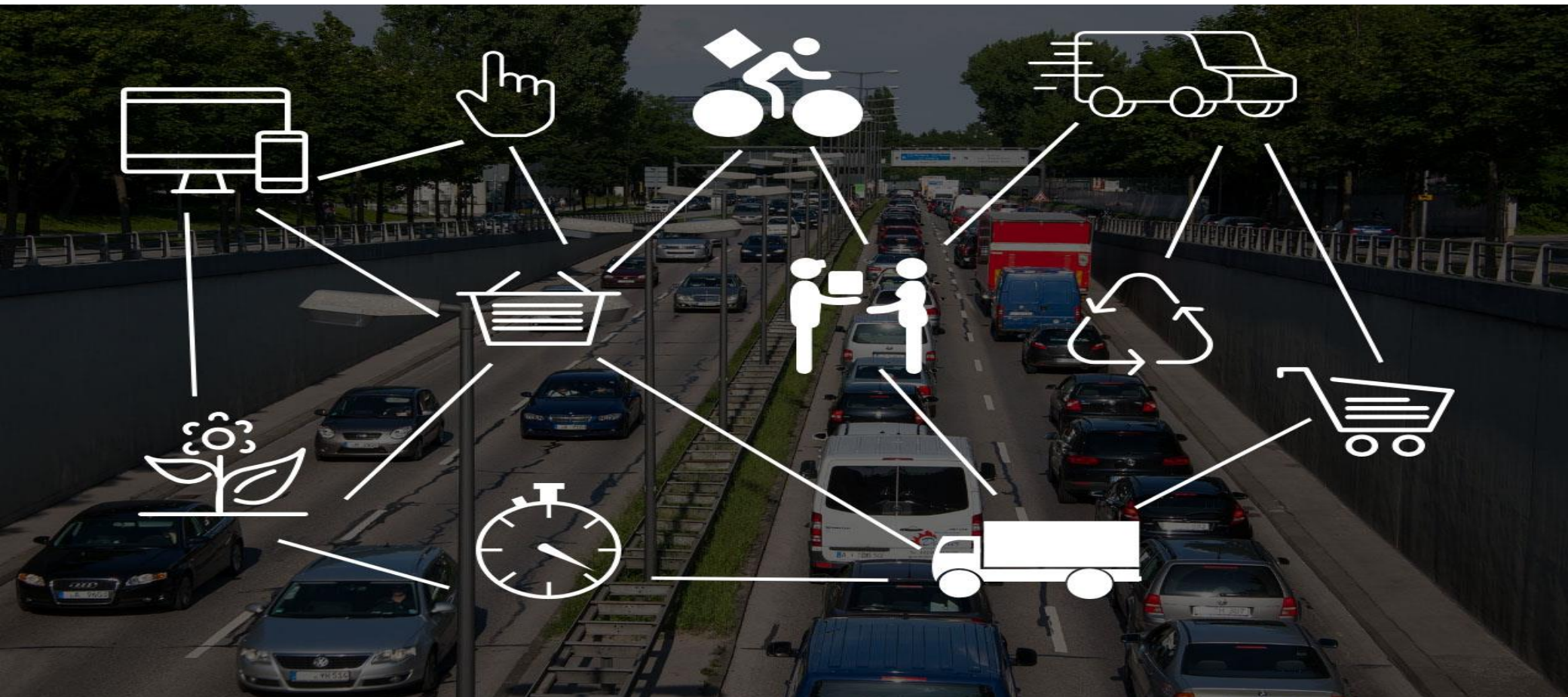


Les dinàmiques del sector del comerç electrònic i els impactes en la mobilitat



#DibaOberta

Jornada seminari 12 de juny



Generalitat
de Catalunya

Amb la col·laboració de:



Àrea de Barcelona
Autoritat del Transport
Metropolità



Àrea Metropolitana
de Barcelona



BARCELONA
CENTRE
LOGÍSTIC
CATALUNYA



Diputació
Barcelona



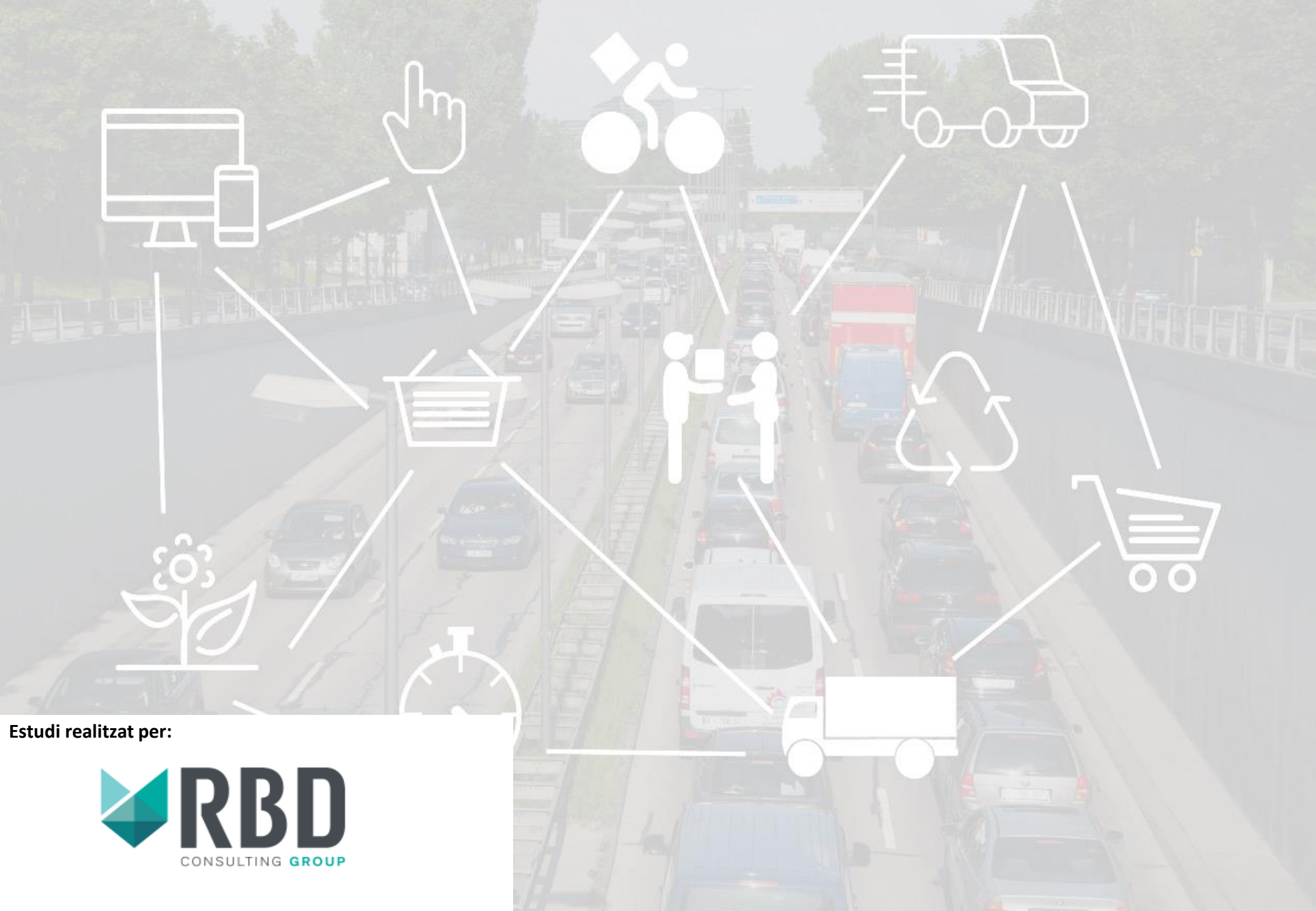
Diputació de Girona



Diputació Tarragona



Diputació de Lleida



Estudi realitzat per:



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*.



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.**

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.)

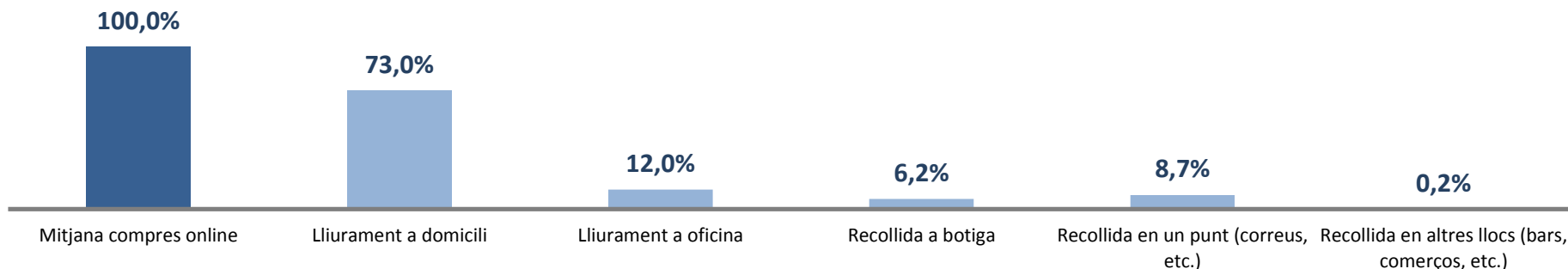
Mitjana anual de compres online i modalitat de lliurament / recollida per comprador online

Base: Compradors online de Catalunya



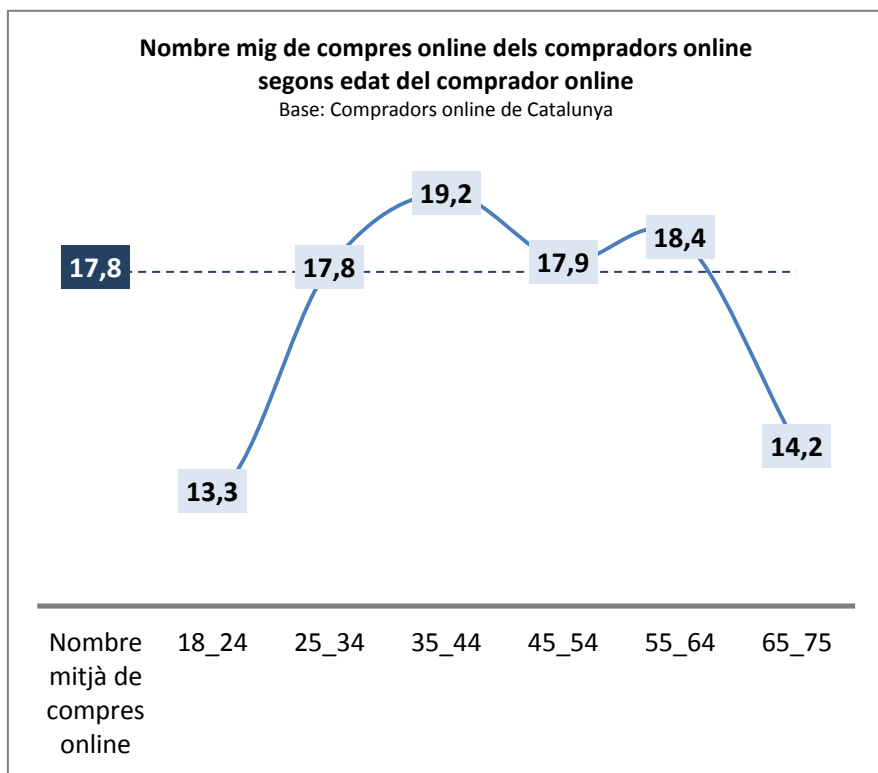
Distribució de de la modalitat de lliurament / recollida de les compres online

Base: Compradors online de Catalunya

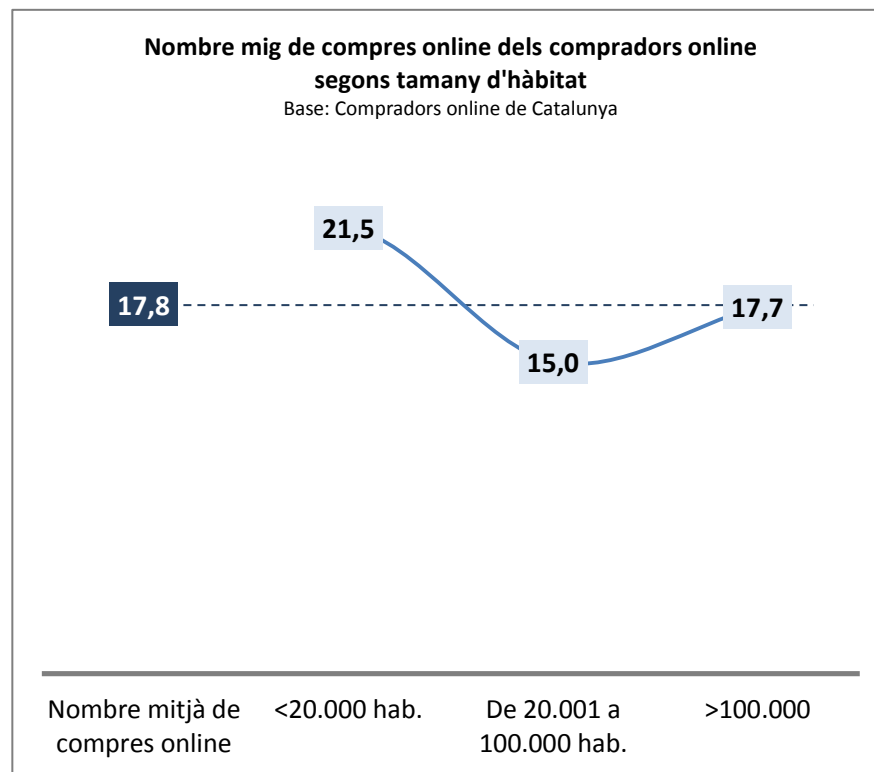


MITJANA DE COMPRES SEGONS DIFERENTS VARIABLES > resultats globals

1) Mitjana de compres online segons: EDAT >



2) Mitjana de compres online segons: TAMANY HABITAT >



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

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

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



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**

LLIURAMENT A DOMICILI

Base compradors online



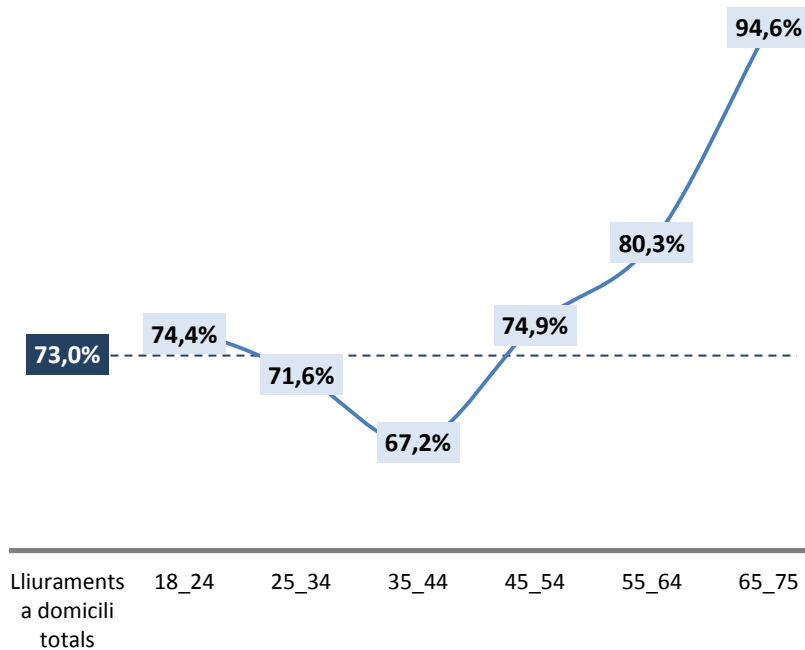
Lliurament a domicili:
73% de les compres
online totals

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

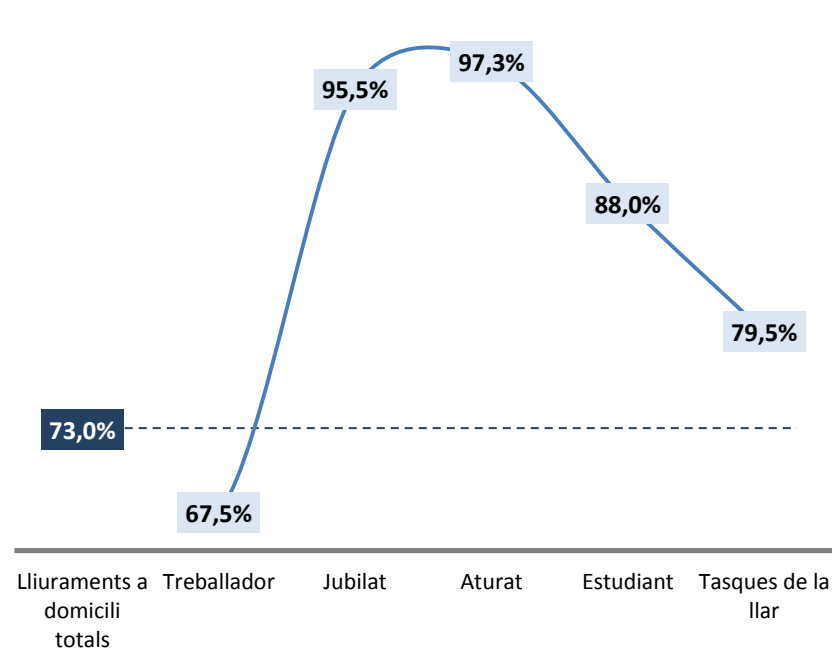
Base: Compradors online de Catalunya



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



LLIURAMENT A DOMICILI

Base compradors online

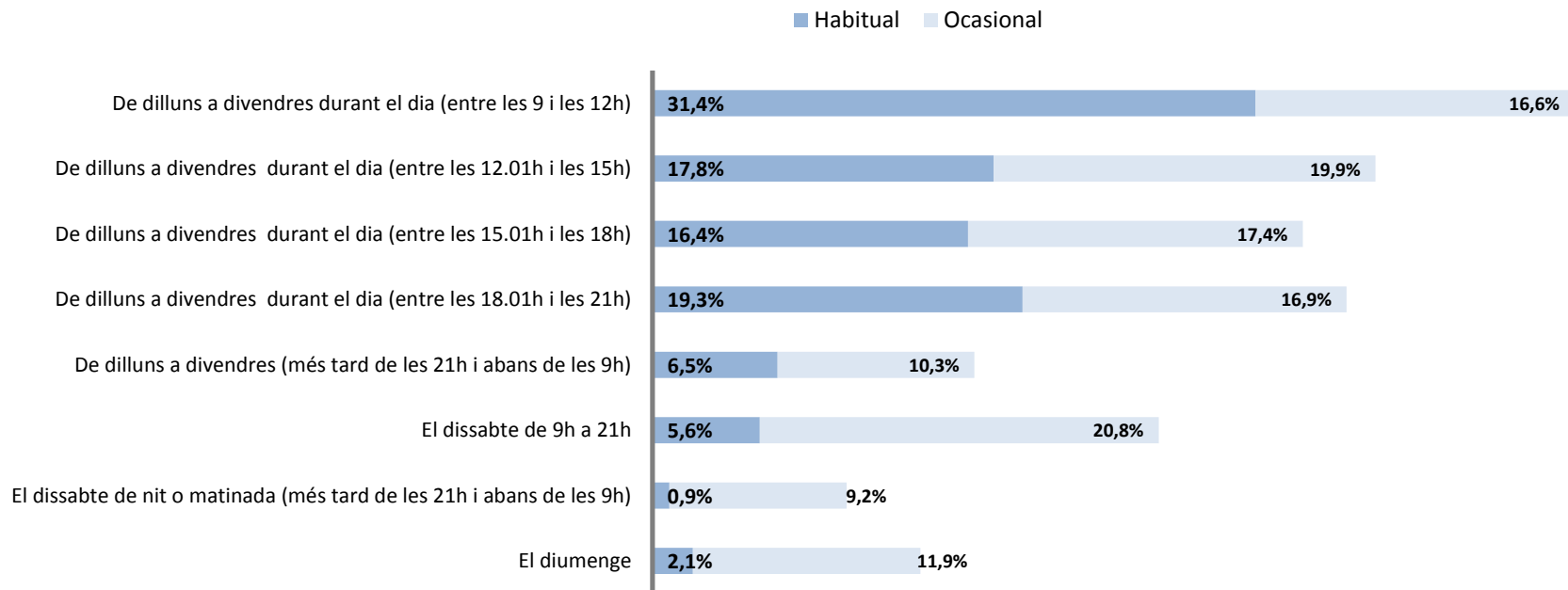


Lliurament a domicili:
73% de les compres
online totals

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)



LLIURAMENTS A DOMICILI FALLITS QUE REQUEREIXEN UNA SEGONA VISITA

Base compradors online



Lliuraments fallits:

15,2% dels
lliuraments a domicili

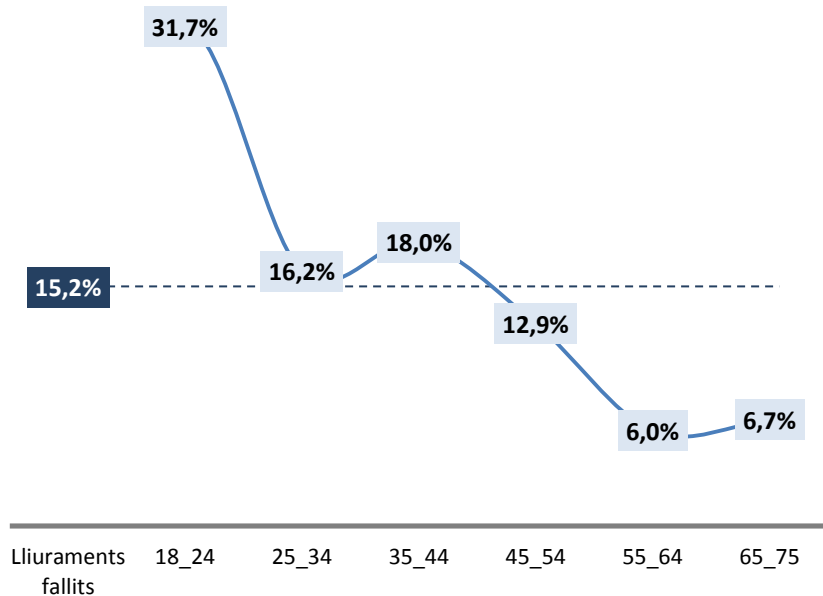
2 lliuraments fallits a l'any/comprador

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

1) Factors inductors: EDAT >

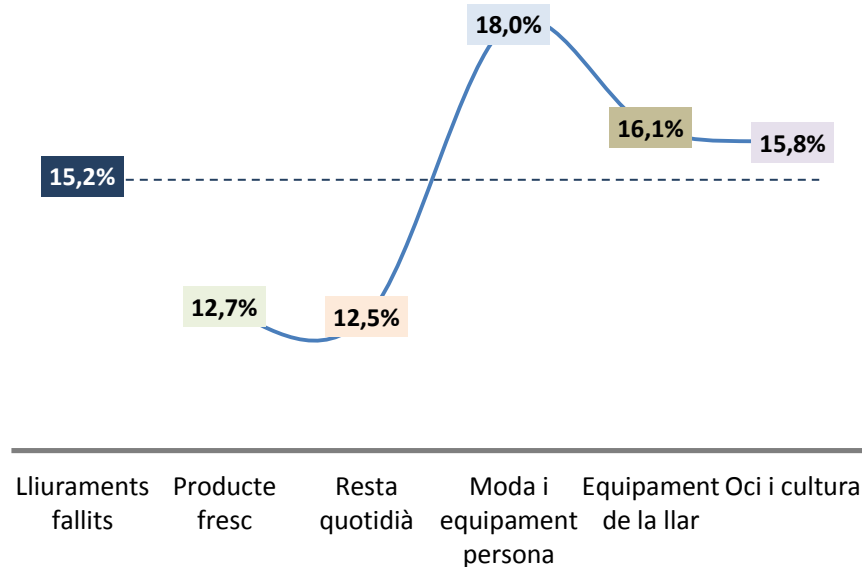
% lliuraments fallits a domicili sobre el total de lliuraments a domicili dels compradors online segons edat

Base: Compradors online de Catalunya



2) Factors inductors: SECTOR I TIPUS DE CARRIER

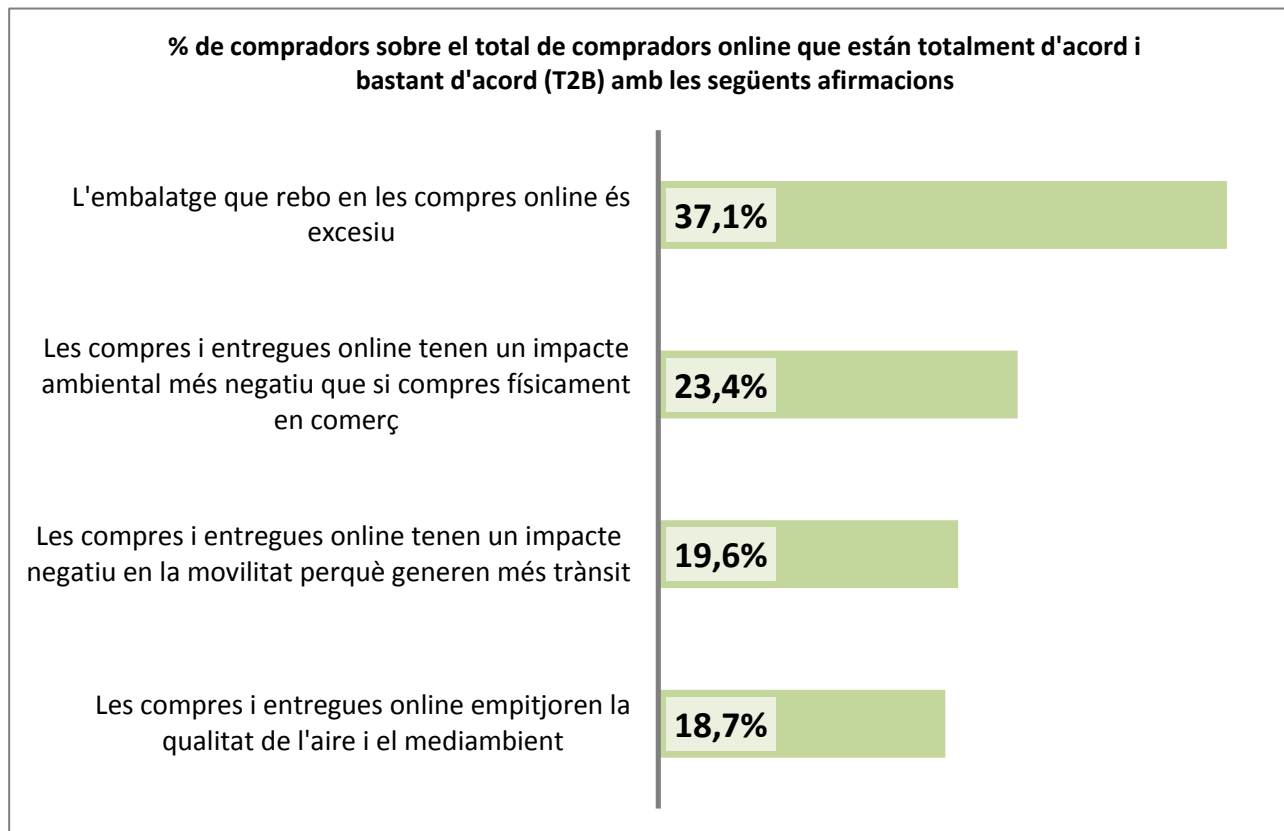
% lliuraments a domicili que requereixen una segona visita sobre el total de lliuraments a domicili, segmentat per sectors



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.

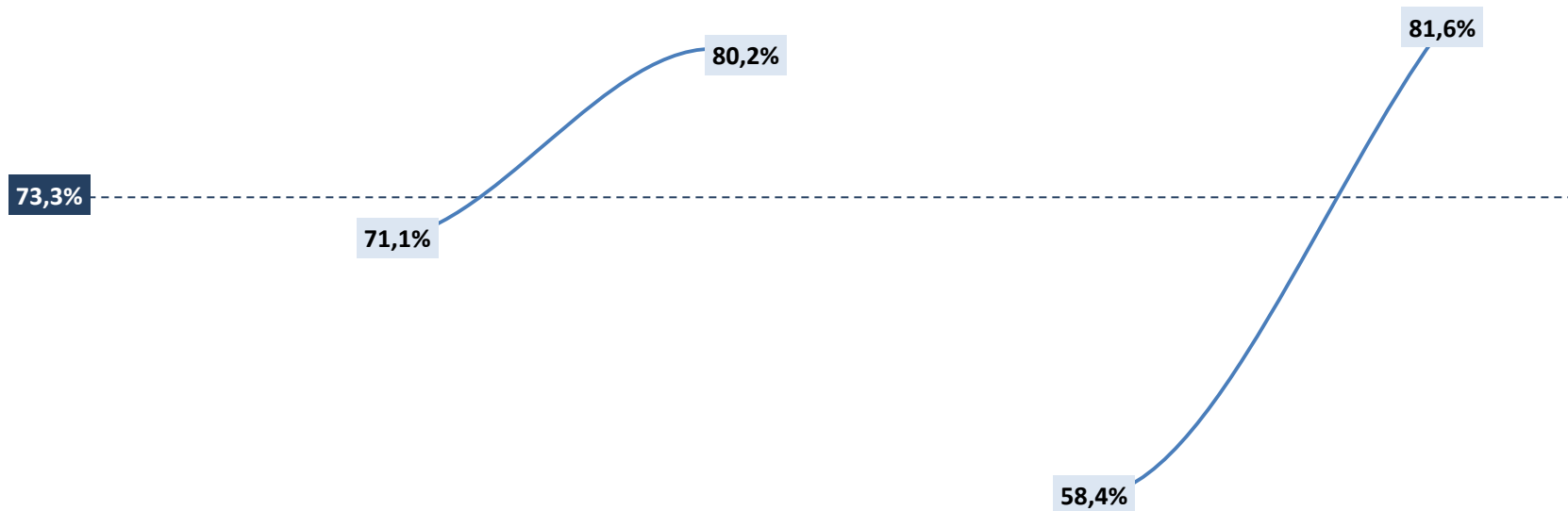


33,5% estan d'acord amb –com a mínim– una de les tres afirmacions

Però quan existeix té efectes sobre el comportament del comprador....

% 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

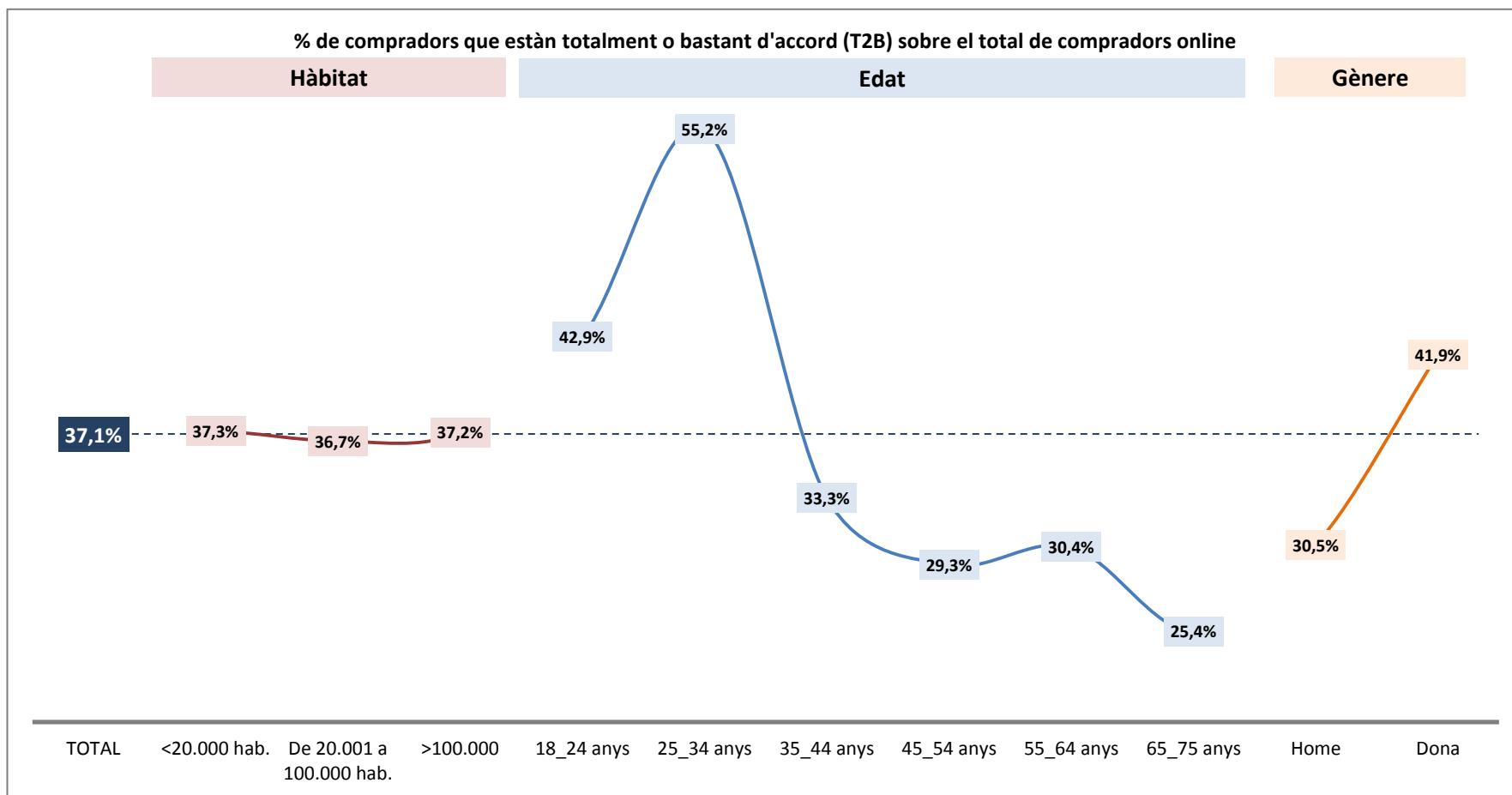
Les compres i entregues online tenen un impacte negatiu en la mobilitat perquè generen més tràfic

Les compres i entregues online empitjoren la qualitat de l'aire i el mediambient

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

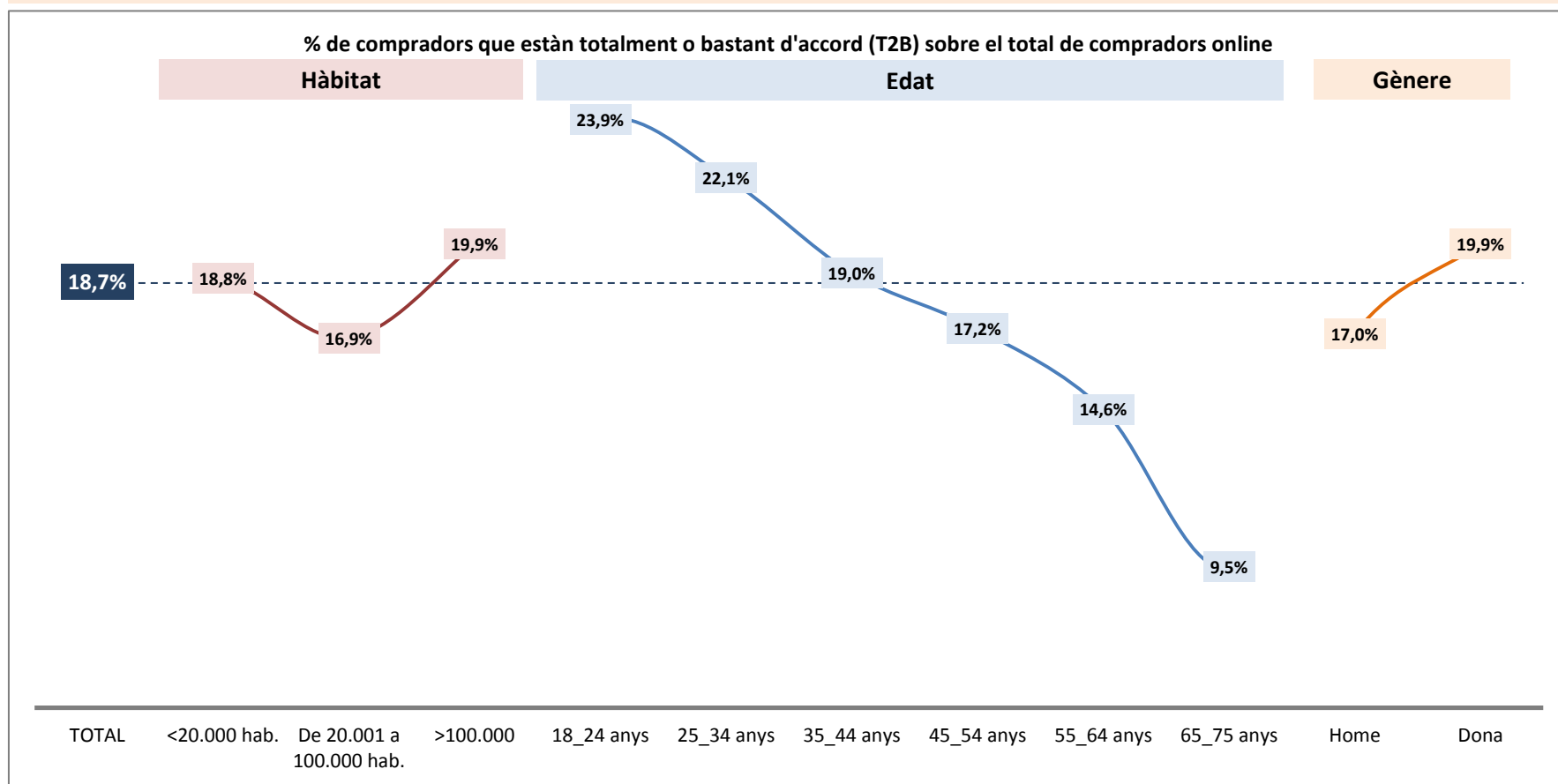


(Font: Elaboració pròpia en base a enquesta a 821 compradors de producte online a Catalunya, 2018)

En quin grau està d'acord amb les següents afirmacions

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

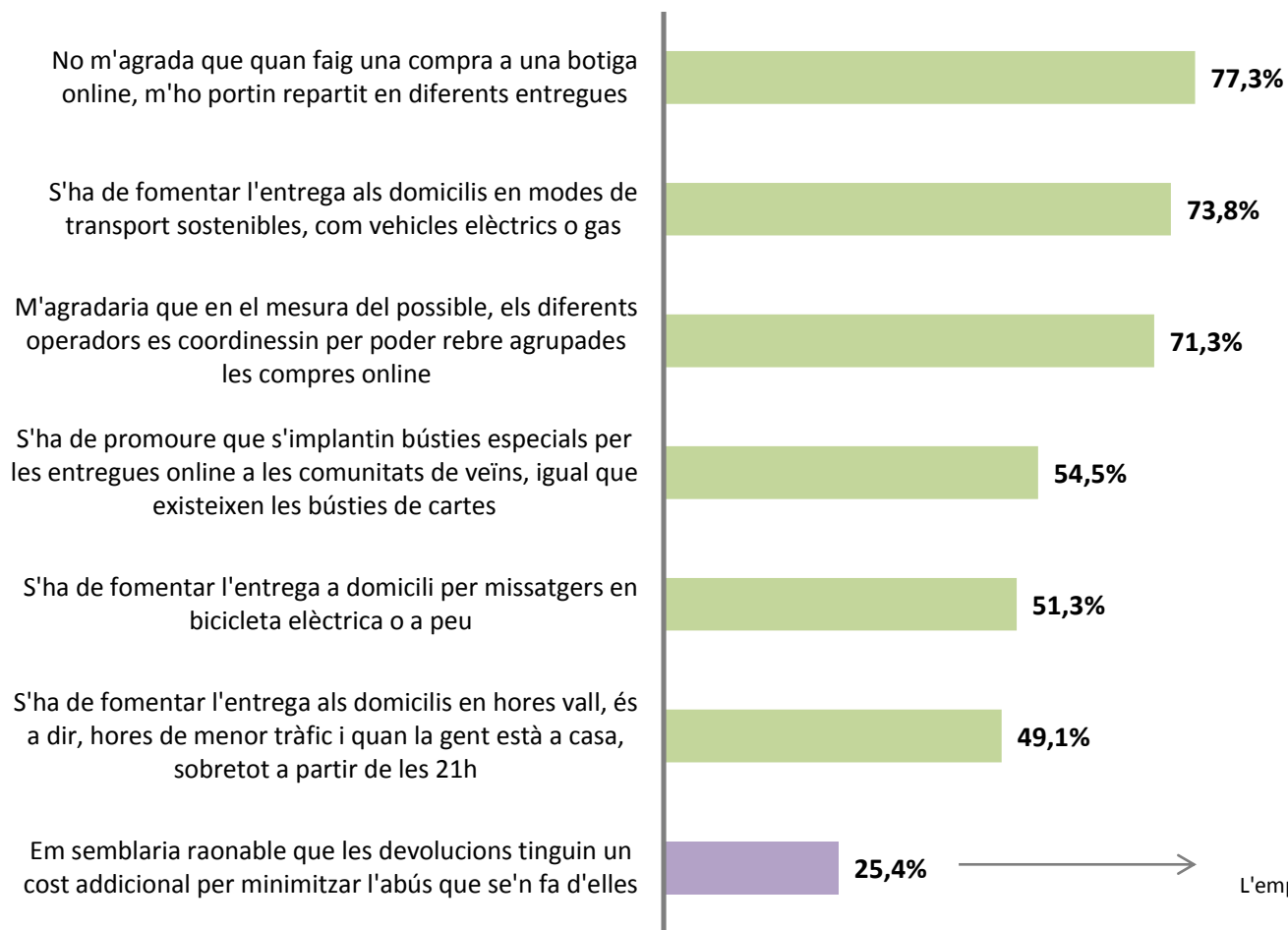
Grau d'acord amb la frase "**Les compres i entregues online empitjoren la qualitat de l'aire i el medi ambient**" segons diferents criteris de segmentació



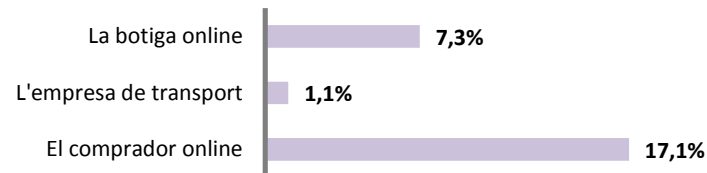
En quin grau està d'acord amb les següents propostes, idees o mesures?

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

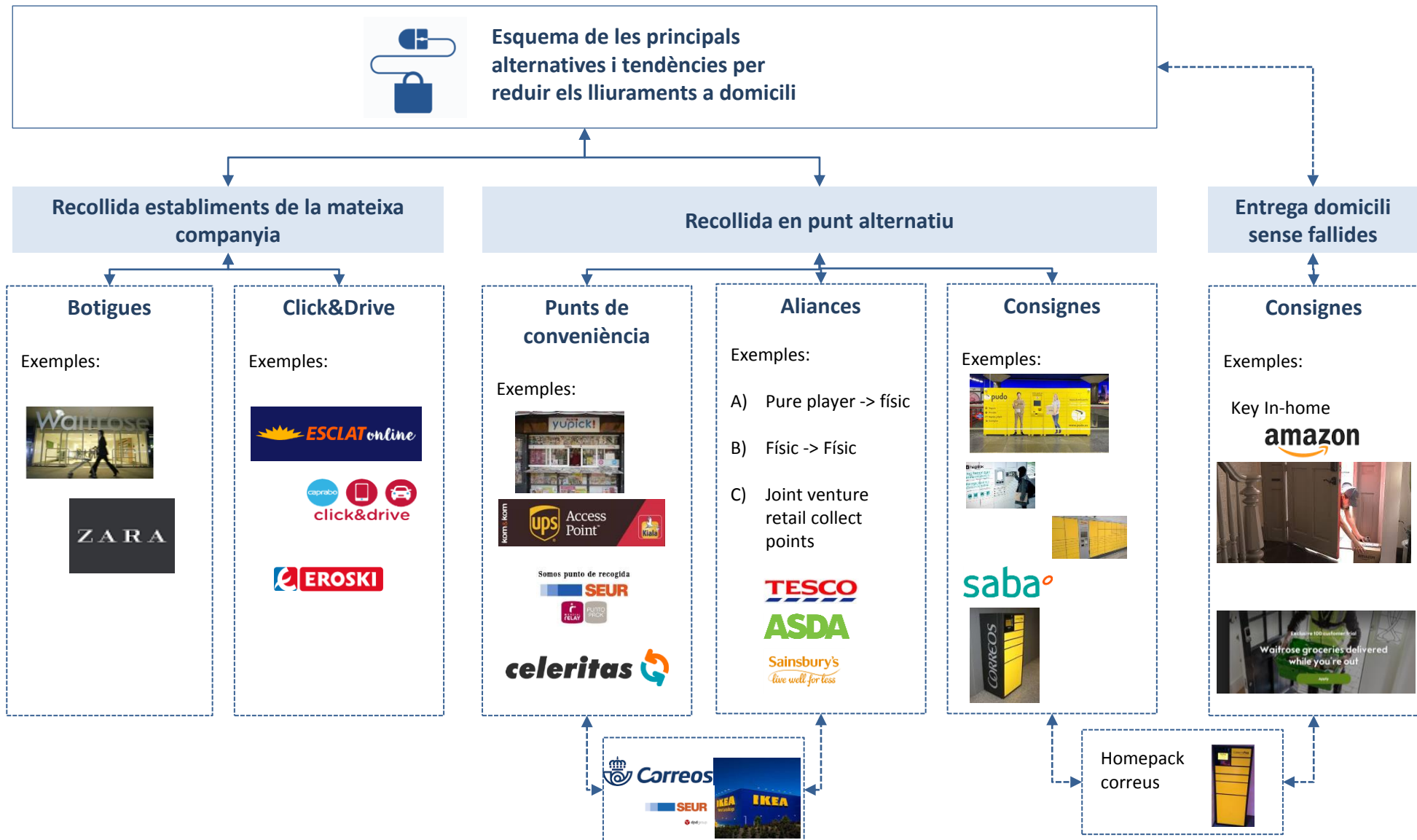
% de grau d'acord (T2B = totalment + bastant) sobre el total de compradors online



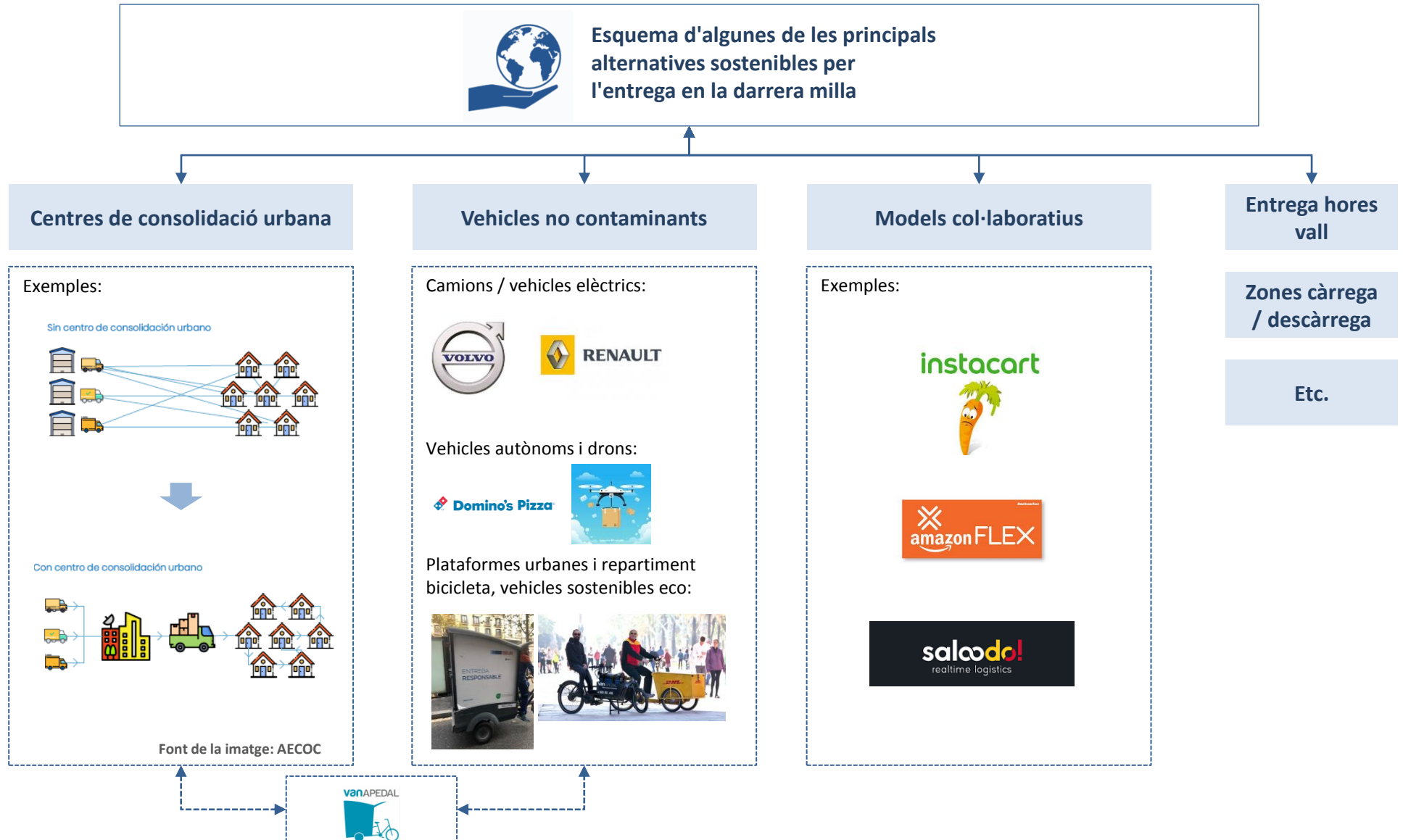
Qui hauria de pagar el cost associat a les entregues a domicili?
% sobre el total de compradors online enquestats



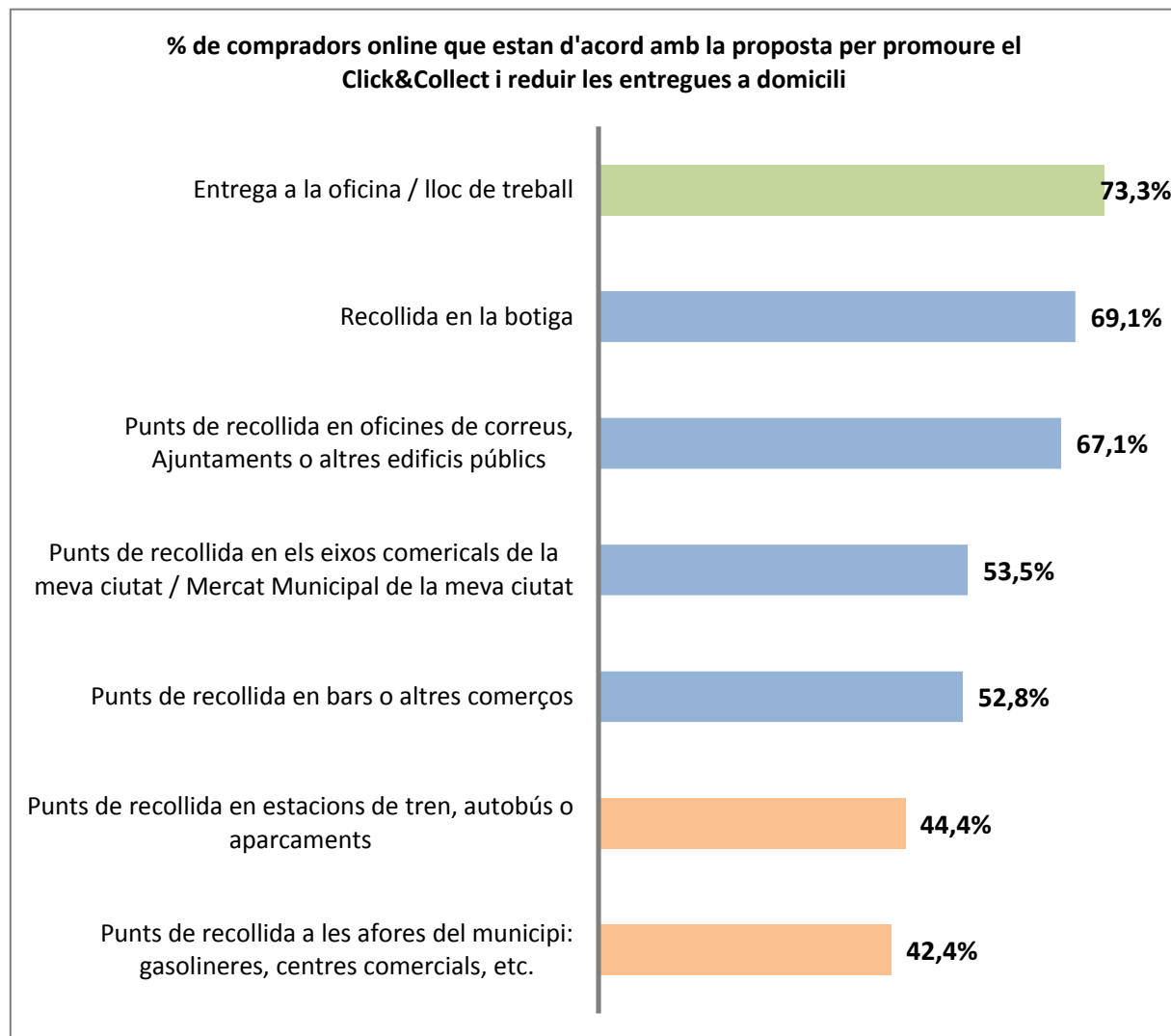
TENDÈNCIES EN CLICK&COLLECT > Esquema general



TENDÈNCIES EN ENTREGUES SOSTENIBLES DE DARRERA MILLA > Esquema general



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



>50% compradors valoren instruments de recollida en trama urbana

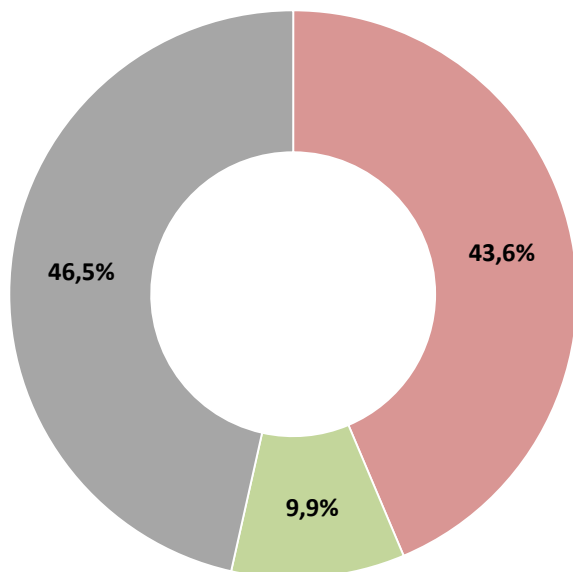
Iniciatives que tenen relació amb situar punts de recollida en "zones associades a la mobilitat"

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

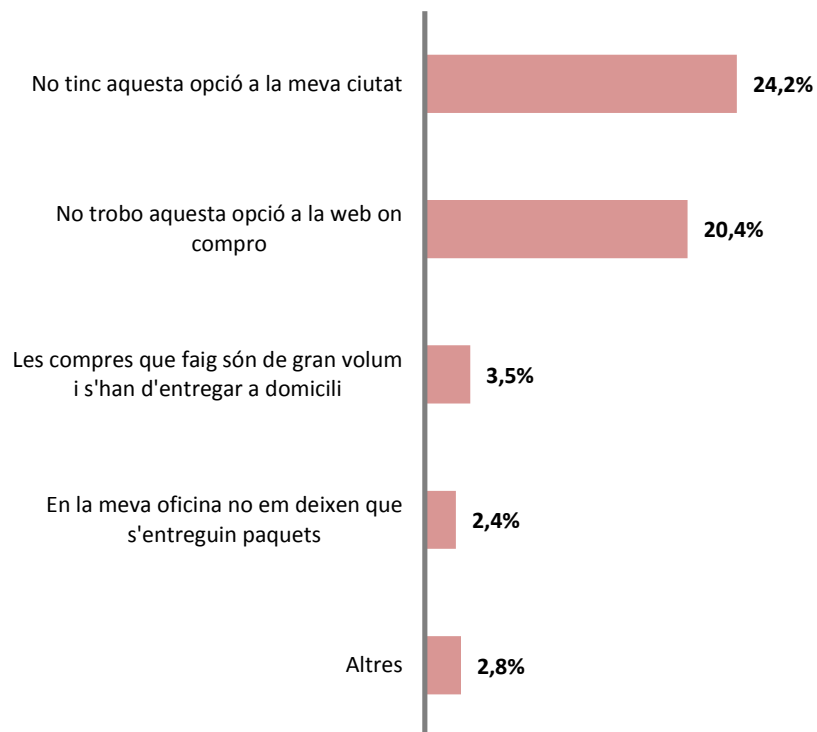
PUNTS DE RECOLLIDA EN ELS EIXOS COMERCIALS DE LA MEVA CIUTAT / MERCAT MUNICIPAL DE LA MEVA CIUTAT

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

- M'interessa, però no la utilitza
- M'interessa, i la utilitzo
- No m'interessa ni ho penso utilitzar



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.



>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



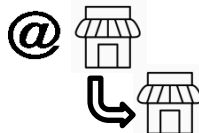
Recollida en botiga
69,1% dels compradors



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

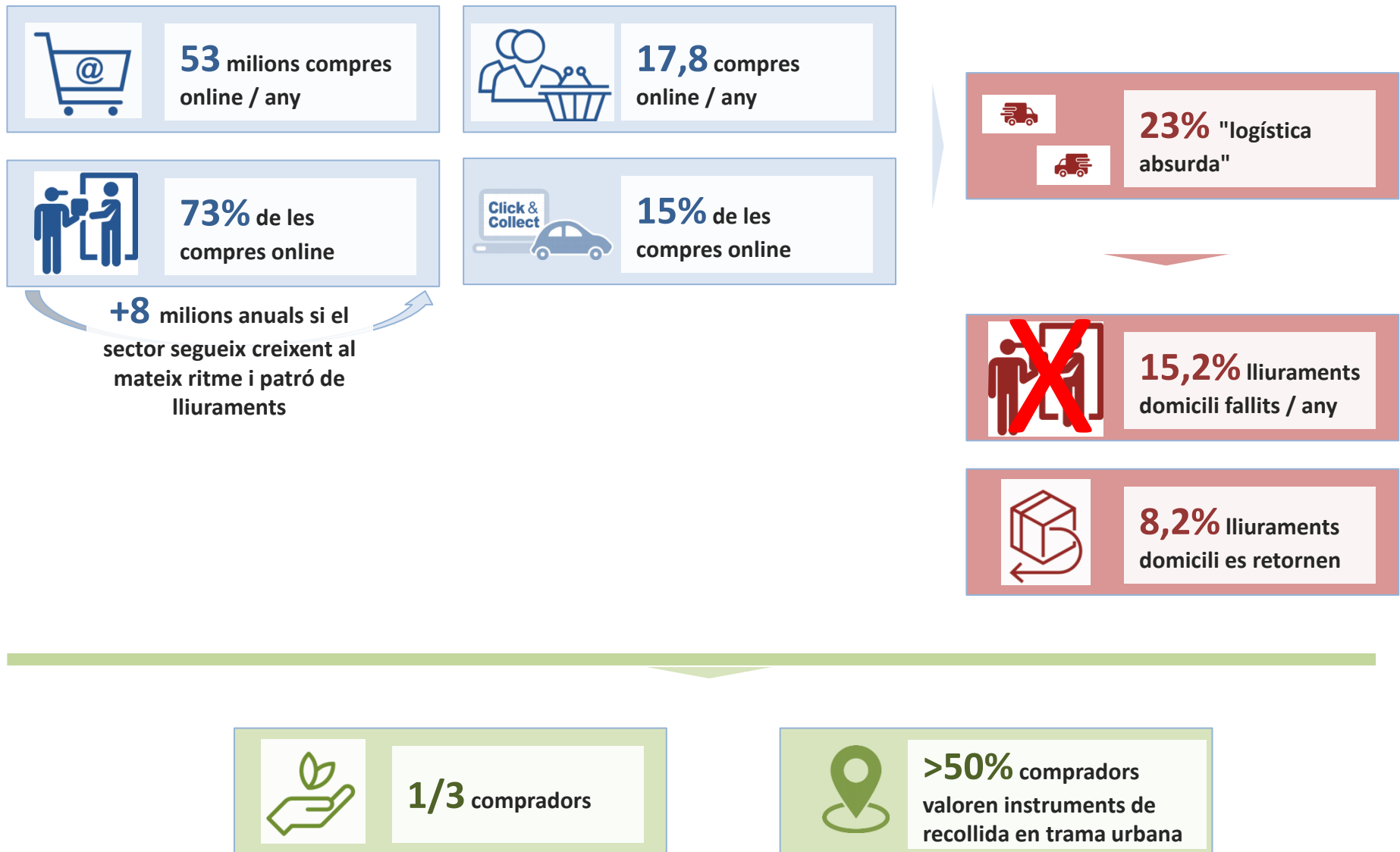
43,6% volen i no ho poden utilitzar

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:

