

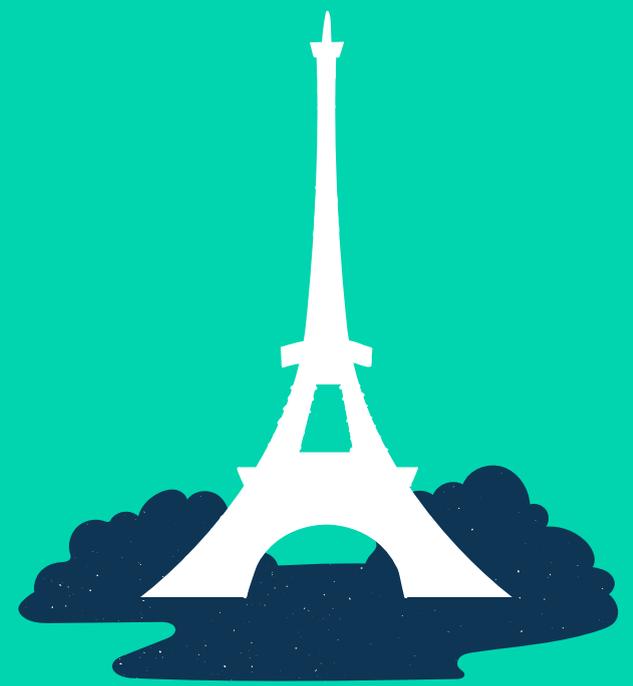
85%

des Parisiens
connaissent le
quick commerce*

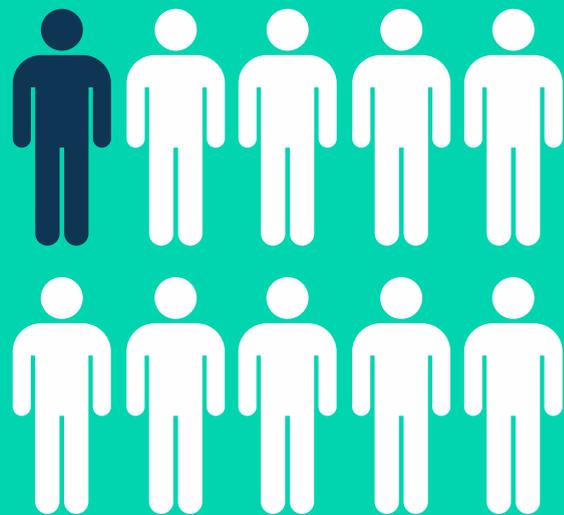
*Livraison de courses en moins de 30min

episto

MAIS SEULEMENT



**des Parisiens
ont déjà testé
au moins une fois
la livraison de
courses express**



**1 Parisien sur 10
y a recours
régulièrement**

MAGASINS

VS

LIVRAISONS

88%

des Parisiens déclarent
faire leurs courses du
quotidien en magasin



dont 84%
au moins une fois
par semaine



19%

se font régulièrement livrer
à domicile via les
enseignes traditionnelles

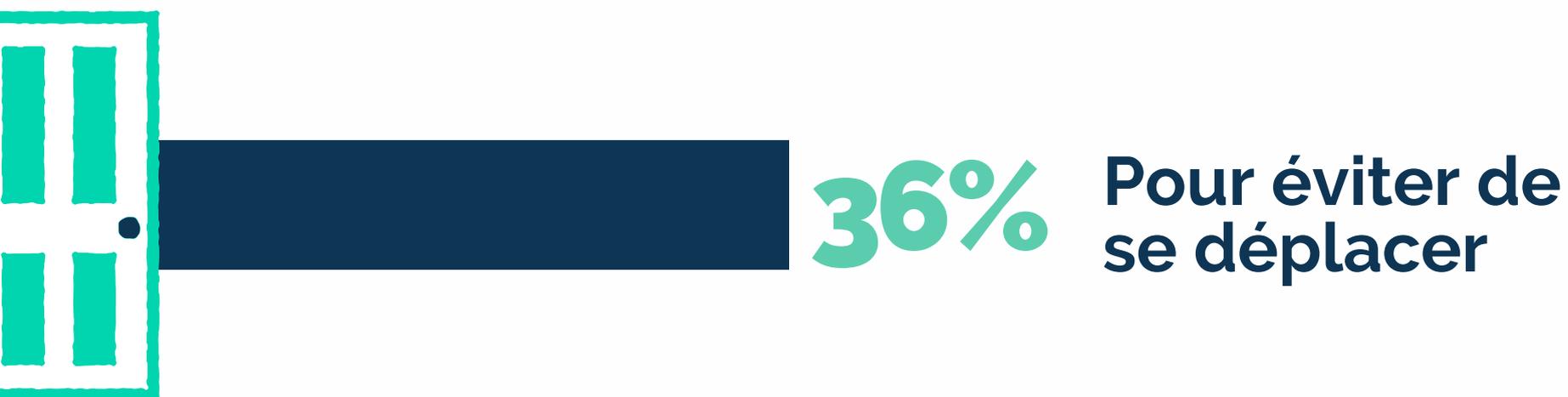
11%

via les services
de livraison express



L'ASPECT PRATIQUE COMME PRINCIPAL MOTEUR

Les motivations principales des utilisateurs de quick commerce :



LE SERVICE ET L'OFFRE : PREMIERS CRITÈRES DE CHOIX

des utilisateurs pour choisir une application plutôt qu'une autre :



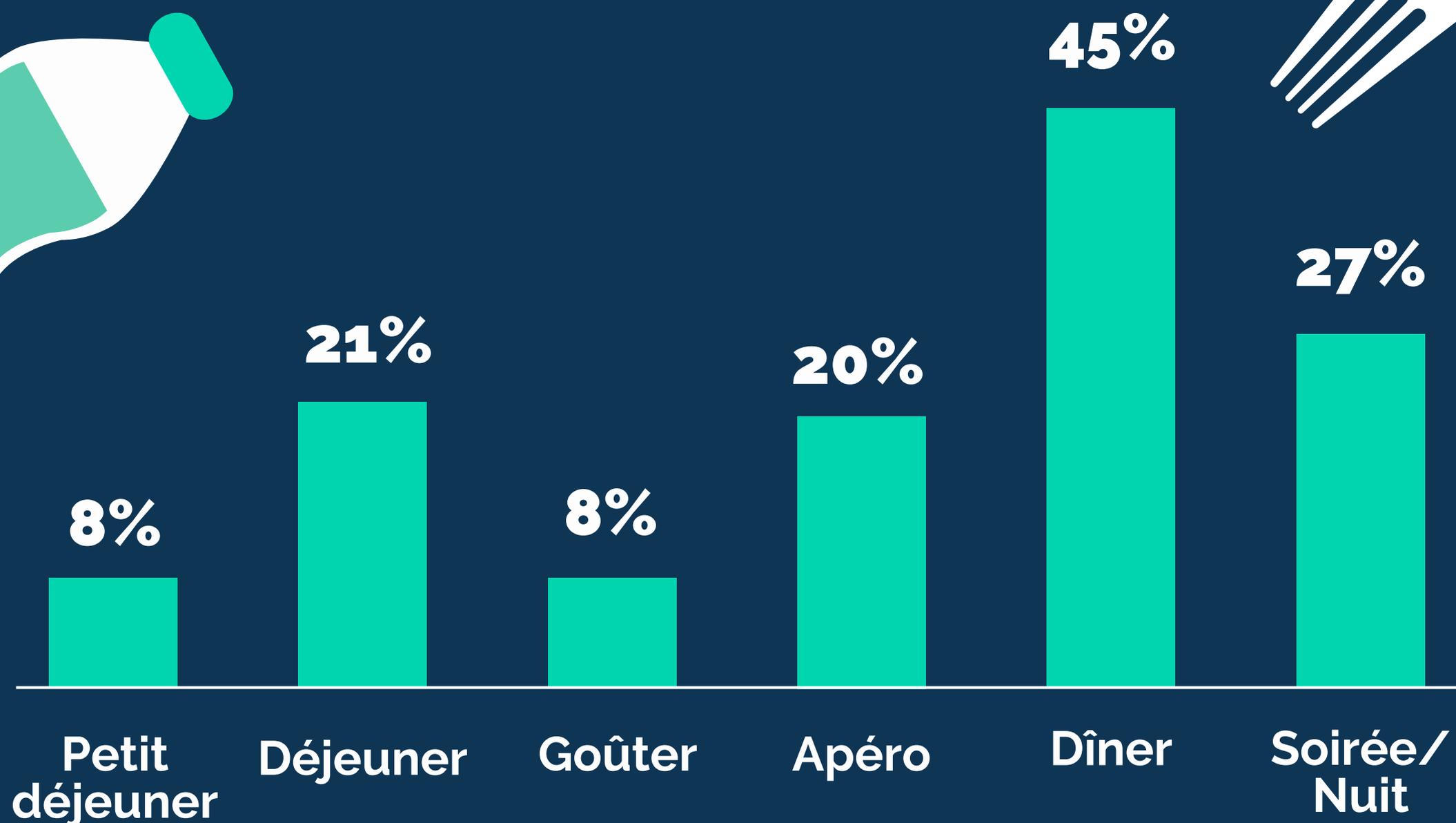
BIEN DEVANT LES CRITÈRES RSE





LA LIVRAISON EXPRESS TOUT AU LONG DE LA JOURNÉE

Pour quel(s) moment(s) de la journée les utilisateurs de quick commerce commandent-ils ?



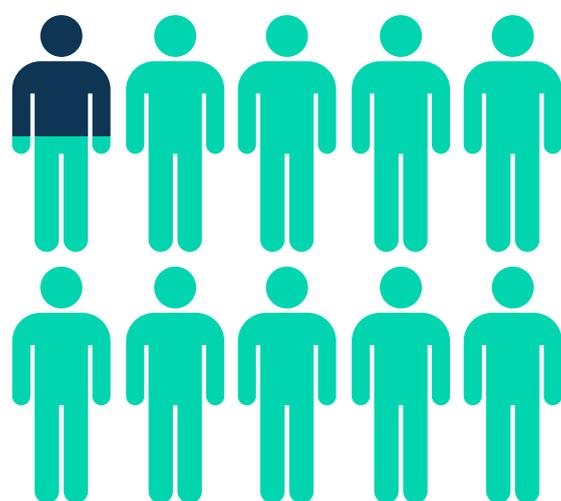
30% Pas de moment en particulier

CHEZ LES

JEUNES

- DE
30 ANS

Les "early-adopters" du quick commerce



94%

connaissent le concept
du quick commerce



29%

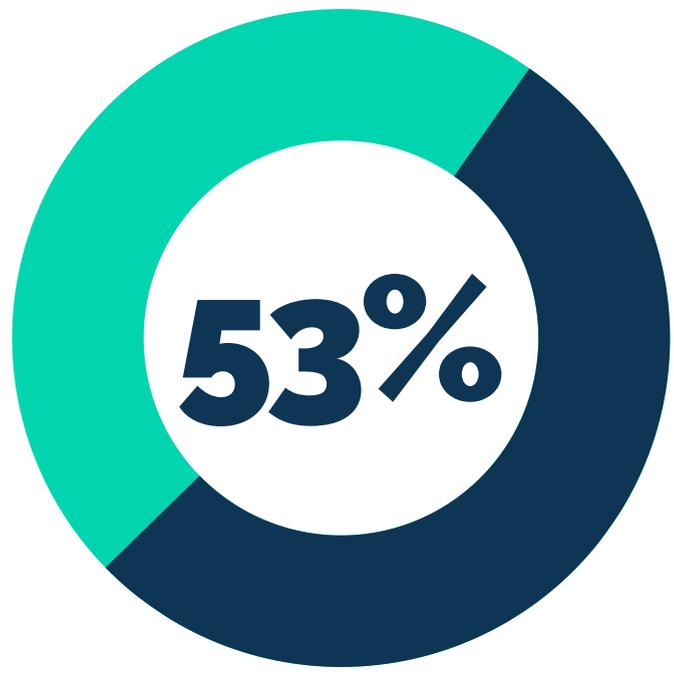
ont déjà eu recours à une
appli de quick commerce
au moins une fois

CHEZ LES

JEUNES

- DE
30 ANS

Les critères de choix sont principalement financiers



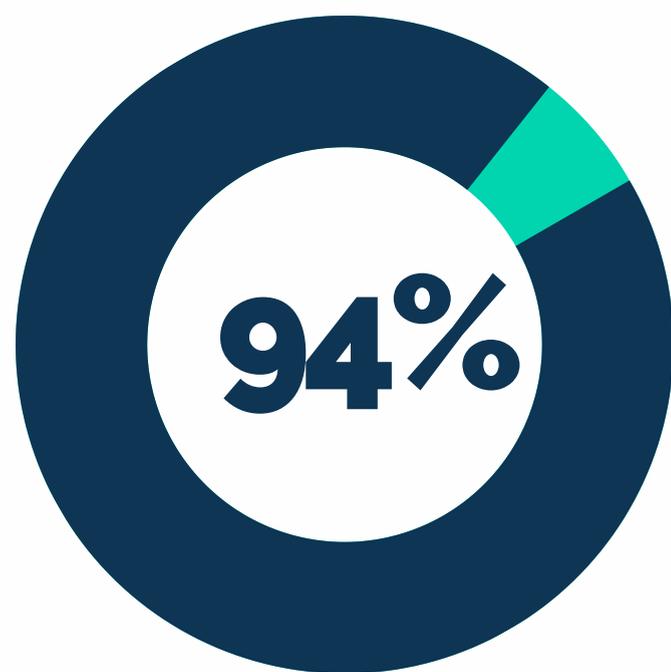
choisissent le service en fonction **du niveau de prix de l'offre**



choisissent le service en fonction des **promos qui y sont proposées**



DES **UTILISATEURS** SATISFAITS PAR LE QUICK COMMERCE



des utilisateurs se disent
satisfaits ou très satisfaits
de ce type de service



BIEN QUE

83%

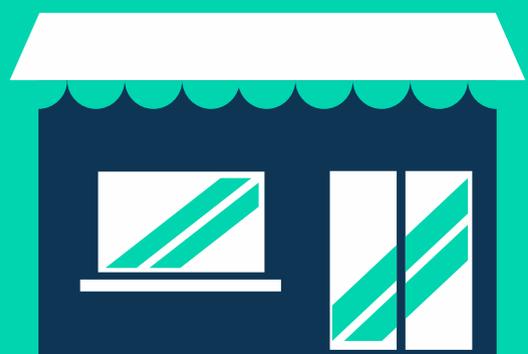
d'entre eux
**aimeraient avoir plus
de choix** de produits
et de marques

14%

seulement, pourraient
**se passer des autres
moyens** de faire
leurs courses

DES NON-UTILISATEURS QUI RESTENT À CONVAINCRE

Les raisons de ceux qui n'utilisent pas ces services :



56% Préfèrent choisir leurs produits en magasin



35% Ne les considèrent pas en accord avec leurs valeurs

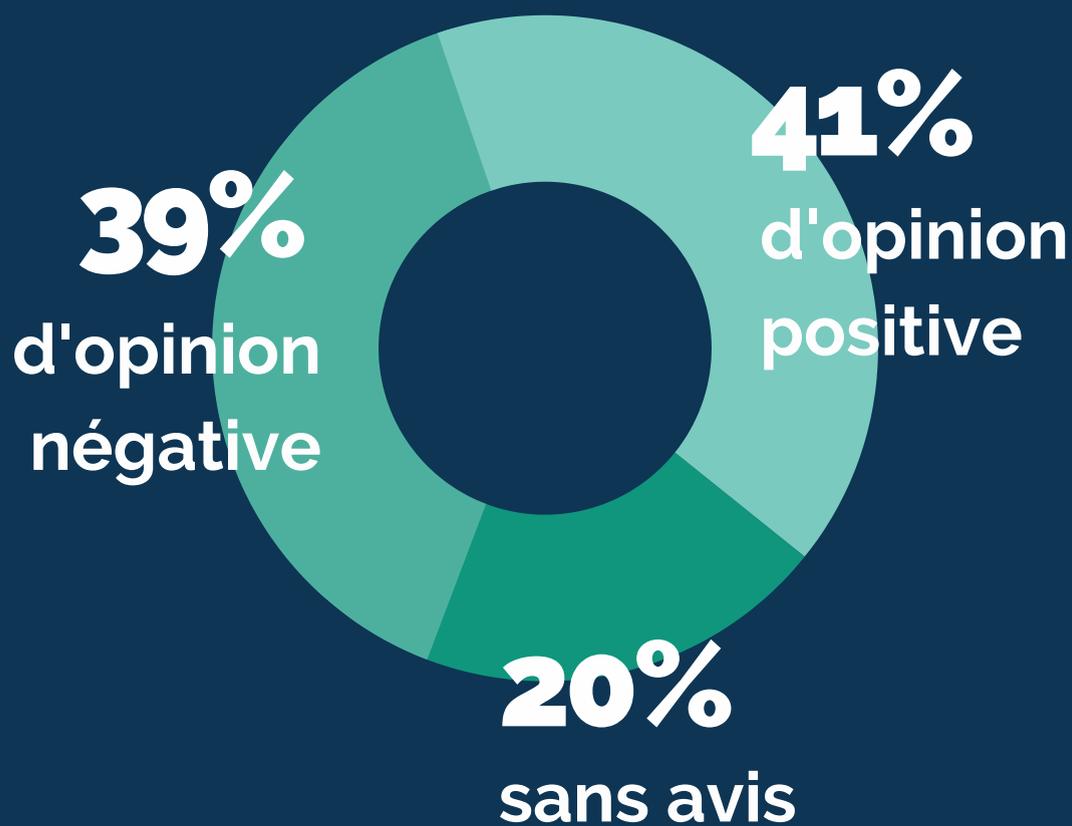


35% N'en voient pas l'utilité

AU GLOBAL

UNE OPINION PARISIENNE MITIGÉE

face au développement du quick commerce



54%

voient un impact négatif sur l'**environnement**



63%

un impact négatif sur la **qualité des emplois**



75%

estiment que ce type d'activité devraient être **plus réglementé**



70%

un impact négatif sur les **commerces de proximité**



EN RÉSUMÉ



« En à peine un an et demi, les services de quick commerce se sont fait connaître à Paris, à grand renfort de campagnes publicitaires et de promotions massives. Aujourd'hui, le concept est connu par une grande majorité de Parisiens et ses "early adopters" sont encore peu nombreux mais expriment une réelle satisfaction. Reste à savoir si les acteurs du quick commerce sauront s'imposer durablement sur le marché quand on voit l'attachement des Parisiens à leurs habitudes d'achat en magasin, et leur regard critique sur les conséquences négatives de ce type d'activités.

A l'image de Uber ou Airbnb, viendra bientôt le temps de la réglementation (que les Parisiens semblent appeler de leurs vœux) dont le défi sera d'allier les avantages de ces services à une préservation de l'écosystème urbain. »

Jérémy Lefebvre, cofondateur et CEO d'Episto

SOURCE : EPISTO

**Enquête du 10/05/22 au 17/05/22
menée sur Instagram & Facebook
auprès de 1028 répondants**

Échantillon représentatif de la population
parisienne selon la méthode des quotas

episto

**Collectez simplement et instantanément
les réponses authentiques de vos cibles,
partout dans le monde.**

Contact : hello@episto.fr