



L'influence des éco-consommateurs sur le commerce en ligne au Canada

Qui sont-ils et comment les joindre?

Les changements climatiques sont au cœur de l'actualité, et de plus en plus de gens souhaitent que leurs achats reflètent leurs valeurs environnementales. Le respect de la planète guide leurs actions et ils veulent réduire leur empreinte écologique. Ainsi, de nombreux éco-consommateurs évitent les articles en plastique à usage unique, conduisent des véhicules écologiques et achètent local. Lorsqu'ils magasinent en ligne, ils cherchent des détaillants qui partagent leurs valeurs.

Qui sont les éco-consommateurs canadiens?

Notre étude de 2019 sur les cyberacheteurs montre qu'un bon nombre d'entre eux portent un intérêt à l'environnement



14 %

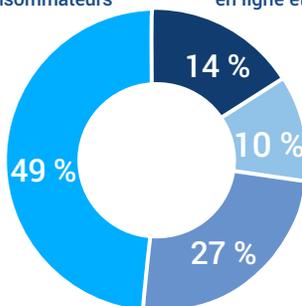
portent un si grand intérêt à l'environnement qu'on les qualifie d'éco-consommateurs



17 %

des éco-consommateurs comptent parmi les groupes Hyper et Élite de cyberacheteurs (25 achats en ligne et plus par année)

- Faible intérêt
- Intérêt mitigé
- Grand intérêt
- Très grand intérêt



Qu'est-ce qui influence les éco-consommateurs?

- Tous les cyberacheteurs
- Éco-consommateurs

Des entreprises de livraison ayant des emplacements de ramassage pratiques



Des détaillants offrant une meilleure politique de retour d'article



Des détaillants offrant des options de livraison pratiques



Des détaillants établis au Canada



Un personnel de confiance chez le détaillant



Des détaillants qui s'engagent à protéger l'environnement



Les éco-consommateurs et l'emballage



81 %

magasineront plus souvent auprès de détaillants qui réduisent leurs emballages (c. 53 % de tous les cyberacheteurs)



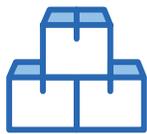
74 %

magasineront plus souvent auprès de détaillants qui appuient une cause environnementale (c. 41 % de tous les cyberacheteurs)



42 %

croient que les détaillants tâchent de réduire leurs déchets d'expédition (c. 34 % de tous les cyberacheteurs)



88 %

sont mécontents lorsque les détaillants suremballent leur commande (c. 69 % de tous les cyberacheteurs)

Comment joindre les éco-consommateurs?

Les éco-consommateurs préfèrent le courrier publicitaire, mais ils sont tout de même influencés par les canaux numériques



30 %

sont plus susceptibles de se sentir valorisés par le courrier qui leur est adressé (c. 26 % de tous les cyberacheteurs)



34 %

sont plus susceptibles de faire un achat après avoir reçu du courrier publicitaire (c. 30 % de tous les cyberacheteurs)



49 %

consultent le site Web ou l'appli d'un détaillant après avoir vu une publicité sur les médias sociaux (c. 46 % de tous les cyberacheteurs)



47 %

consultent le site Web ou l'appli d'un détaillant après avoir reçu du courrier publicitaire (c. 45 % de tous les cyberacheteurs)

Comment les éco-consommateurs découvrent-ils de nouveaux magasins?



37 %

grâce aux médias sociaux (c. 32 % de tous les cyberacheteurs)



36 %

en cherchant si les magasins qu'ils fréquentent ont une boutique en ligne (c. 26 % de tous les cyberacheteurs)



37 %

sont plus enclins à dire que le courrier est un bon moyen de découvrir des magasins (c. 32 % de tous les cyberacheteurs)

Profil démographique des éco-consommateurs



44 % Hommes



46 % Ville



56 % Femmes



32 % Banlieue

Le revenu moyen est inférieur à la moyenne nationale



97 870 \$



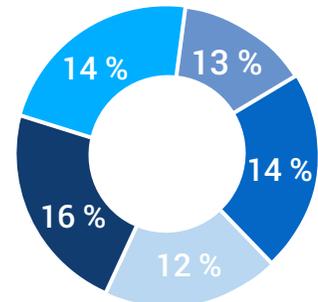
22 % Campagne

Au Québec et en Colombie-Britannique, les éco-consommateurs sont plus nombreux que les cyberacheteurs

	Tous les cyberacheteurs	Éco-consommateurs
Colombie-Britannique	13 %	14 %
Prairies	18 %	12 %
Ontario	39 %	37 %
Québec	23 %	31 %
Atlantique	7 %	5 %

Contrairement à la croyance populaire, ce ne sont pas seulement les jeunes Canadiens qui se soucient de l'environnement, mais également les générations antérieures.

- Génération Z
- Milléniaux
- Génération X
- Baby-boomers
- Entre-deux-guerres



Vous voulez en savoir plus sur la vente en ligne au Canada et les facteurs à exploiter pour mieux prospérer en ligne? Communiquez avec un expert en cybercommerce de Postes Canada ou demandez le guide complet à postescanada.ca/evolutioncybercom.