



# Maîtriser les retours d'achats en ligne

Les retours d'articles achetés en ligne étant plus fréquents, il importe d'en soigner l'expérience. Quelles modalités de retour rendent les gens confiants? Lesquelles les irritent? Pour le comprendre, nous avons sondé 5 000 personnes à la grandeur du pays.



## Plus d'achats, plus de retours

Le retour d'achats en ligne est plus courant

Ces 12 derniers mois,

**48 %**

des gens ont retourné un article acheté en ligne



En 2019,

**37 %**

des gens avaient retourné un achat en ligne, donc une hausse de 30 % en 3 ans

La moyenne par personne augmente aussi

Ces 12 derniers mois,

**1,8**

achat en ligne par personne est retourné



Une hausse de

**64 %**

par rapport à 1,1 article retourné en 2019

## Les articles sont rapportés en magasin

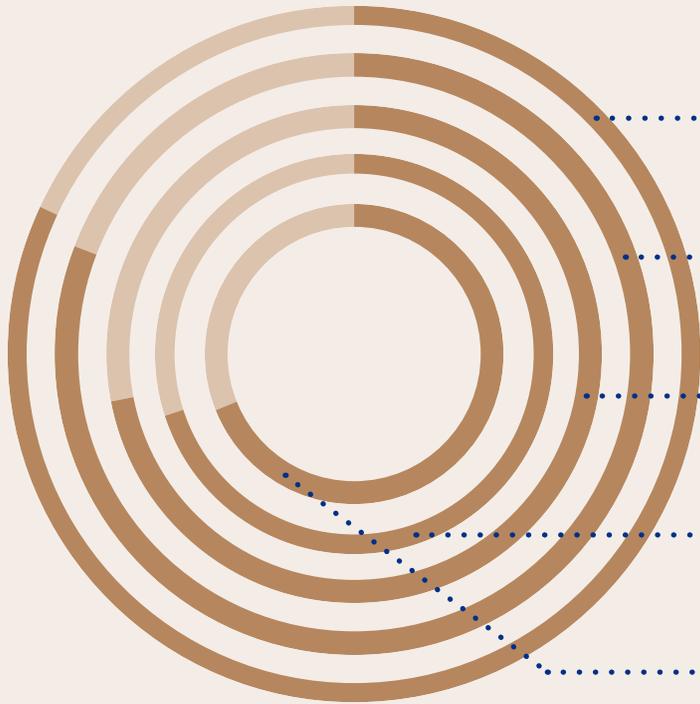


**1 sur 3** achats en ligne est retourné à une boutique physique



## Boucler l'achat? Ça passe ou ça casse!

Voici les options qui incitent une majorité de gens à fréquenter un commerce :



**82 %** Retour d'articles gratuit

**81 %** Procédure facile à suivre

**72 %** Commodité du lieu de retour

**70 %** Retour en magasin

**69 %** Retour par la poste ou par messagerie

En revanche, les gens abandonnent une marque pour ces raisons :

**49 %**   
Frais de retour

**45 %**   
Conditions restrictives

**45 %**   
Procédure compliquée

**39 %**   
Manque d'options pratiques

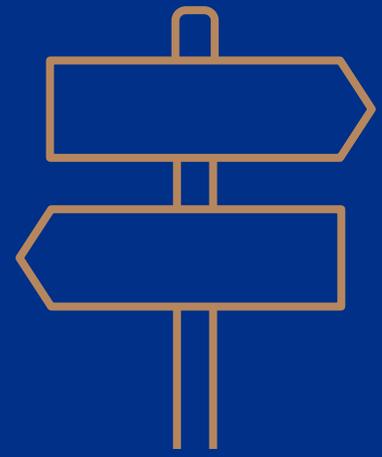


## Les 10 principaux irritants

- 01** Payer des frais de retour (43 %)
- 02** Se rendre à un point de dépôt (28 %)
- 03** Imprimer l'étiquette de retour à la maison (24 %)
- 04** Ne pas pouvoir retourner l'article en magasin (23 %)
- 05** Tarder à recevoir le remboursement ou le crédit de l'achat (22 %)
- 06** Se procurer l'emballage adéquat pour retourner l'achat (19 %)
- 07** Ne pas avoir accès au suivi du retour (18 %)
- 08** Ne pas obtenir un avis de réception de l'article retourné (18 %)
- 09** Soumettre une demande de retour (14 %)
- 10** Faire la file pour déposer le colis à retourner (13 %)



# Comprendre les différences générationnelles



Le retour d'article est perçu et utilisé différemment selon la génération à laquelle on appartient. Par exemple, les plus jeunes retournent plus couramment des achats faits en ligne,

alors que les baby-boomers et les plus âgés s'attardent d'abord aux conditions. Les sources d'insatisfaction diffèrent aussi; voici les 3 principaux irritants selon le groupe d'âge.

## Génération Z



- |   |      |
|---|------|
| 1. Payer des frais de retour                  | 41 % |
| 2. Se rendre à un point de dépôt              | 26 % |
| 3. Imprimer l'étiquette de retour à la maison | 25 % |

## Génération Y



- |   |      |
|---|------|
| 1. Payer des frais de retour                  | 41 % |
| 2. Imprimer l'étiquette de retour à la maison | 30 % |
| 3. Se rendre à un point de dépôt              | 28 % |

## Génération X



- |  |      |
|--|------|
| 1. Payer des frais de retour                     | 48 % |
| 2. Se rendre à un point de dépôt                 | 32 % |
| 3. Ne pas pouvoir retourner l'article en magasin | 26 % |

## Baby-boomers



- |  |      |
|--|------|
| 1. Payer des frais de retour                                 | 43 % |
| 2. Se rendre à un point de dépôt                             | 27 % |
| 3. Ne pas obtenir un avis de réception de l'article retourné | 21 % |

## Entre-deux-guerres



- |  |      |
|--|------|
| 1. Payer des frais de retour                     | 29 % |
| 2. Se rendre à un point de dépôt                 | 28 % |
| 3. Ne pas pouvoir retourner l'article en magasin | 19 % |

