Infografica su sostenibilità ed e-commerce

ASENDIA
BY LA POSTE & SWISS POST

Cosa significa nel 2022 e-commerce sostenibile?

Un giusto equilibrio

Sempre più consumatori chiedono e-commerce più ecosostenibili, richiedendo soluzioni di consegna e reso sostenibili. Per soddisfare questa domanda, gli e-commerce cercano nuovi modi per rispondere alle aspettative dei consumatori che vogliono tempi di consegna rapidi per quanto riguarda le spedizioni internazionali ma anche una riduzione dell'impatto di carbonio su ogni pacco.

Il 70%
dei consumatori
pensa che affrontare il tema del cambiamento climatico oggi sia più importante che mai.

Il 37%
degli utenti
basa le proprie decisioni di acquisto sulle politiche etiche e di sostenibilità dei venditori.

Il 43%
dei consumatori
sceglie la consegna in 1 giorno.

3 su 4
consumatori
affermano che non avrebbero acquistato se ci fossero state spese di consegna.

Packaging con potenzialità

I consumatori di oggi vogliono che i loro prodotti arrivino in modo sicuro e ben imballati, ma senza danneggiare l'ambiente. Tutto ciò significa cercare e testare materiali più sostenibili come carta, cartone e altri materiali riciclabili per avere imballaggi che i clienti possano ricordare ma soprattutto riutilizzare!

Il 74% dei consumatori è disposto a pagare di più per imballaggi sostenibili

Il 72% dei consumatori afferma di acquistare prodotti più ecologici rispetto a 5 anni fa

Il 53% delle persone cerca attivamente informazioni sul riciclaggio e sulla sostenibilità degli imballaggi

Solo il 5% delle persone associa la plastica alla parola "premium"

Consegna locale e punti drop-off

La consegna a domicilio e i resi interessano gran parte delle emissioni di carbonio legate agli e-commerce. Nel 2022 vedremo un numero crescente di alternative ai furgoni, comprese le biciclette e le consegne con droni o robot. Gli utenti più giovani e attenti all'ambiente scelgono anche di ritirare direttamente nei negozi, negli uffici postali o presso specifici armadietti piuttosto che farsi consegnare le merci a casa.

La crescita delle consegne a domicilio farà aumentare le emissioni di carbonio del **30% entro il 2030.**

Il mercato internazionale dei locker per le consegne intelligenti delle spedizioni vale attualmente **$ 500 miliardi.**

Alla domanda su come hanno restituito la merce, la maggior parte dei consumatori **(39%) ha risposto di essere andata in negozio.**

Il 28% ha visitato almeno un punto di consegna.
I millennial sono più propensi ad accettare un concetto relativamente nuovo come il drop-off.

I punti di raccolta prevedono il **33% in meno di emissioni di CO_2** per la consegna finale rispetto alla consegna a domicilio.

Verso l'eliminazione della carta

Con così tante informazioni archiviate sui nostri telefoni, il passaggio da ricevute, fatture e moduli cartacei a documenti digitali ha assolutamente senso. Permette un'esperienza di acquisto più fluida ai clienti familiari con l'utilizzo delle app e riduce le pratiche burocratiche, facendo risparmiare tempo prezioso per gestire i resi e offrire un'esperienza migliore.

Ogni 100.000 ordini spediti, 70.000 fogli di carta vengono cestinati.

I venditori che ricorrono alla tecnologia (comprese le ricevute digitali) possono migliorare la redditività di oltre il 15%.

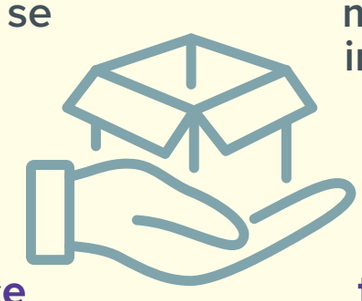
La carta rappresenta il 25% del totale dei rifiuti nelle discariche.

L'impatto dei resi

I resi gratuiti rendono felici i clienti, ma stanno causando molti problemi al nostro pianeta. Occorre iniziare a educare i consumatori sull'impatto dei resi e cercare altri modi per offrire ai consumatori soluzioni di reso semplici, efficienti e sostenibili.

Il 30% dei consumatori ordina di proposito articoli in più e restituisce gli articoli indesiderati se i resi sono gratuiti.

I resi costano al nostro pianeta 15 milioni di tonnellate di CO_2e e 2 milioni di tonnellate di rifiuti in discarica ogni anno (per i soli resi statunitensi).



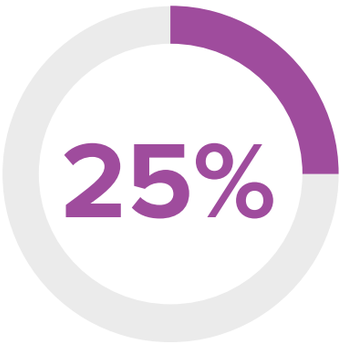
Un quarto di tutti i consumatori restituisce tra il 5% e il 15% degli articoli acquistati online.

Solo il 50% dei resi torna nell'inventario del negozio per la rivendita.

Un sistema circolare

delle materie prime
utilizzate nella produzione in Europa diventa rifiuto prima che il prodotto lasci la fabbrica.

dei prodotti made in Europe
viene buttato via nei primi sei mesi di esistenza.



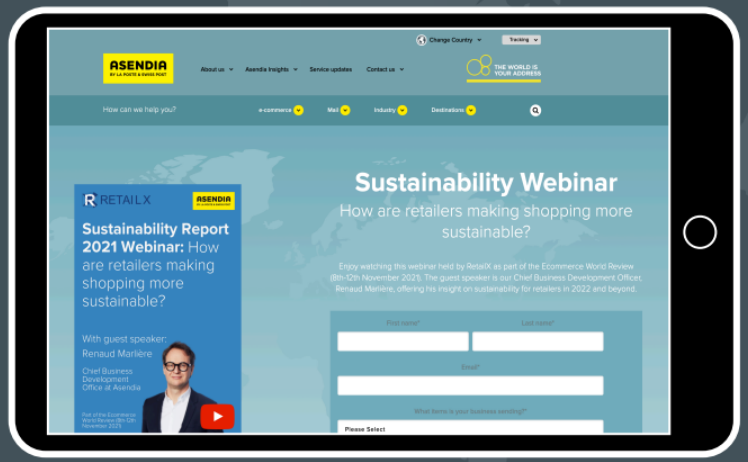
di tutti i resi
finisce in discarica.

L'istituzione di un sistema circolare potrebbe
dimezzare le emissioni industriali di carbonio nell'UE entro il
2050

700
milioni di dollari potrebbero essere risparmiare sui costi
dei materiali nel settore dei beni di consumo con l'implementazione di una nuova economia circolare.

Guarda il webinar

“In che modo i venditori rendono gli acquisti più sostenibili?”



Risorse

1. GlobalData Covid Survey, 2020
2. KPMG’s UK retail report, 2020
3. The Independent, 2019
4. Forbes, 2019 (Does E-Commerce Care About Sustainability?)
5. Freight Waves, 2020
6. The Transdisciplinary Journal, GAiA 3, 2020
7. Vouge Business, 2019
8. Rebound Returns Sustainability Impact Report, 2021
9. Eco-age, 2021
10. Shopify, 2021
11. European Parliament, 2021
12. MarketWatch, 2021
13. VTex, 2021
14. Shopify, 2016
15. Skubana, 2020
16. Last Mile 2020
17. Circular, 2020
18. Trivum Packaging, 2020

© 2022 Asendia Management SAS