



Paris, le 23 septembre 2025

Communiqué de Presse

Le Baromètre e-shopper Geopost 2025 dévoile les modes de livraison préférés des Français et des Européens.

- **Les consignes automatiques sont en forte progression en France** avec **+ 9%** mais l'Hexagone reste attaché à ses habitudes de livraison à domicile.
- Les points relais sont toujours très ancrés dans le pays avec 57% d'utilisateurs, bien plus que la moyenne européenne (**24% en Europe**).
- Le shopping de particulier à particulier n'est pas une tendance passagère mais un comportement durable : 72% des Européens achètent ou vendent désormais des produits de seconde main (au moins une fois par an **(+ 1,3 points versus 2023)**).
- **La Génération Z s'impose comme le groupe d'e-shoppers le plus actif (plus de 60 achats en ligne par an)** une génération qui redessine et casse les codes du e-commerce : les réseaux sociaux (**instagram, TikTok**) deviennent de véritables centres commerciaux numériques.

Geopost publie la neuvième édition de son baromètre du e-shopper européen. **Avec 30 700 répondants, il reste à ce jour la plus vaste enquête e-commerce en Europe^[1]**. Cette édition inédite de 2025 met en lumière des pratiques contrastées : quand les pays baltiques plébiscitent massivement les consignes automatiques, les pays anglo-saxons, eux, restent attachés à la livraison à domicile. En France, recevoir un colis à la maison est le mode préféré des acheteurs en ligne, même si les consignes automatiques gagnent rapidement du terrain.

Une fracture géographique.

Les consignes connaissent en Europe une progression spectaculaire, **avec 27% d'utilisateurs (+ 4 points)**. Ils sont devenus la norme dans le Nord et l'Est du continent : 85% en Estonie, 78% en Lituanie, 64% en Pologne. Les consignes sont pour la plupart accessibles 24h/24 et offrent une flexibilité qui séduit massivement les consommateurs.

En Europe, 71% des e-shoppers choisissent de recevoir leurs colis directement chez eux. Mais certains pays dépassent largement la moyenne : **en Irlande (79%) et au Royaume-Uni**



^[1] Une étude réalisée entre le 31 mai et le 17 juillet 2025 dans 22 pays européens et le Brésil.

(77%), cette pratique est presque une norme culturelle. Dans ces pays anglo-saxons, il est admis que le livreur dépose le colis dans un « endroit sûr » - devant la porte, derrière une haie. Une habitude facilitée par le fait que la majorité de la population vit dans des maisons individuelles.

La France aime conserver ses habitudes. Si les consignes automatiques progressent (+9%) elles restent encore marginales par rapport aux autres pays européens. Les Français continuent de plébisciter les points relais : 57% y retirent leurs colis. Mais la préférence reste avant tout pour la livraison à domicile, choisie par 72% des consommateurs hexagonaux. **Toujours gourmets même connectés : 40% des Français achètent de la nourriture en ligne**, contre 35% en moyenne chez leurs voisins.

La Génération Z casse les codes du e-commerce.

2025 marque un tournant dans les habitudes d'achat en ligne des européens. Pour la première fois, les consignes automatiques passent devant les points relais et deviennent **la deuxième option de livraison préférée des européens**, juste derrière la livraison à domicile (27% pour les consignes versus 24% pour les relais). Un basculement qui traduit une attente claire des consommateurs européens : **plus de souplesse et de praticité.**

Dans le même temps, la confiance reste un enjeu clé : 76% des e-shoppers jugent désormais essentiel de savoir quelle entreprise livre leur colis (contre 71% en 2023). La fiabilité du transporteur est plus que jamais au cœur de l'expérience client.

Et cette confiance s'accompagne d'une autre évolution majeure : l'explosion des achats en ligne portée par la Génération Z. Longtemps considérés comme des e-shoppers « en devenir », **ils sont aujourd'hui le moteur du marché : plus de 60 achats par an (contre 56 pour les milléniaux).**

Hyperconnectés, 96% d'entre eux puisent leur inspiration sur les réseaux sociaux et 61% achètent directement via ses plateformes. **Instagram et Tiktok cassent aujourd'hui le marché du e-commerce en Europe.**

Les consommateurs exigent de plus en plus des expériences fluides. Pourtant, 19 % des e-shoppers déclarent rencontrer des difficultés pour joindre un service client (+4 points par rapport à 2023), et 18 % jugent qu'il y a trop d'étapes entre la validation du panier et l'achat final (+5 points). Les retours augmentent également, mais leur facilité a légèrement diminué (-2 points), traduisant une frustration croissante face aux procédures encore lourdes, notamment l'obligation d'imprimer une étiquette.

Carmen Cureu, Directrice des études stratégiques de Geopost, commente :

« En collectant des données hors des périodes de pics comme le Black Friday, nous avons pu observer combien les achats en ligne font désormais partie du quotidien des Européens. Plus des deux tiers achètent en ligne, et plus de la moitié se définissent comme acheteurs réguliers. La préférence croissante pour les consignes automatiques, l'influence grandissante de la Génération Z et l'essor du C2C confirment une consommation de plus en plus centrée sur la commodité, l'accessibilité et la durabilité. »

A propos de Geopost

Geopost, leader européen de la livraison de colis et de solutions pour le e-commerce, est présente dans plus de 50 pays, sur tous les continents, grâce à son réseau d'experts en livraison, parmi lesquels : DPD, Chronopost, SEUR, BRT, Speedy, Jadlog et Asendia. En s'appuyant sur son expertise sectorielle, Geopost accélère le développement des services hors domicile avec Pickup, le réseau de points relais et consignes le plus dense d'Europe, tout en développant des solutions à température contrôlée pour les secteurs de l'alimentation et de la santé. Dans un monde qui accélère et se transforme, Geopost s'engage résolument sur de nouveaux territoires du e-commerce avec ESW via Asendia.

Avec 57 000 employés, Geopost travaille à rendre le commerce plus pratique, plus rentable et plus durable pour ses clients et ses communautés. Avec l'ambition de devenir une référence en matière de livraison durable, Geopost est la première entreprise internationale de livraison à voir son objectif « zéro émission nette d'ici 2040 » approuvé par l'initiative Science Based Targets (SBTi).

Filiale du groupe La Poste, Geopost a généré un chiffre d'affaires de 15,8 milliards d'euros et a livré 2,1 milliards de colis dans le monde en 2024.

Contact Presse : 01 55 44 22 37

Service.presse@laposte.fr