

LES CONSOMMATEURS FRANCAIS SONT LES MOINS « RALEURS » D'EUROPE

Les consommateurs mécontents adressent 49 millions^[2] de réclamations par an aux commerçants

- Les Français seraient moins râleurs qu'on ne le pense. Seuls 42% d'entre eux se plaignent lorsqu'ils ne sont pas satisfaits d'un commerçant. C'est le taux le plus faible d'Europe, loin derrière les Britanniques (96%)^[1]
- La médiocrité du service client est la 1^{ère} cause de réclamation, évoquée par 58% des Français interrogés. Arrivent ensuite la mauvaise qualité des produits (57%) et les problèmes de livraison (54%)
- La majorité des consommateurs (46%) pensent que leurs réclamations contribuent à améliorer la qualité de service, 44% attendent des prestations dignes de leur niveau d'exigence et 32% se plaignent pour évacuer leur frustration
- 90% des Français refusant de se plaindre invoquent la peur de la confrontation, contre 66% en moyenne en Europe. 6% pensent que leur réclamation ne servirait à rien et seuls 4% manqueraient de temps
- Les Français affichent une patience sans égale en Europe. Près de 34% peuvent faire plus de 10 minutes de queue sans ciller. A l'opposé, les Britanniques sont 50% à ne pouvoir attendre plus de 2 à 5 minutes
- Lorsqu'ils décident de se plaindre, les Français sont 63% à préférer le face à face et 61% à contacter le siège de l'entreprise. En revanche seuls 19% relaient leur insatisfaction sur les sites web et 6% sur les réseaux sociaux

Paris, le 24 août 2011 - Contrairement à leur réputation de râleurs invétérés, la nouvelle étude [Kelkoo](#) révèle qu'en comparaison de leurs voisins européens, les Français sont les moins enclins à poser réclamation en matière de shopping. Le rapport souligne ainsi que seuls 42% des Français seraient prêts à se plaindre s'ils étaient déçus par la qualité de service d'un commerçant, soit 25% de moins que la moyenne des Européens (67%). A l'opposé, les commerçants britanniques ont plus de souci à se faire puisque 96% de leurs concitoyens seraient prêts à manifester leur mécontentement. Une attitude que l'on retrouve largement chez les consommateurs italiens (95%) et allemands (91%).

L'étude [Kelkoo](#) s'appuie sur le sondage de plus 11 000 de ses utilisateurs à travers l'Europe dont 5,300 Français. Il leur a été demandé pourquoi, quand et avec quelle régularité ils posaient réclamation. L'étude se penche aussi sur les consommateurs refusant de se plaindre et les raisons qui se cachent derrière ce comportement.

Pays	% de consommateurs à se plaindre si insatisfaits d'un commerçant
Royaume-Uni	96%
Italie	95%
Allemagne	91%
Danemark	87%
Pays-Bas	84%
Norvège	81%
France	42%

Ce qui pousse les consommateurs à « râler »

La raison la plus largement avancée par les Français pour justifier leurs réclamations est sans conteste la médiocrité du service client. 58% des personnes interrogées l'évoquent comme la source principale de leur insatisfaction affichée. La mauvaise qualité des produits (57%), les problèmes de livraison (54%) et de publicité mensongère (47%) font également partie des principales préoccupations des Français qui n'hésitent pas à faire valoir leurs droits. Près d'un Français sur deux (46%) pense ainsi que sans réclamation les entreprises ne peuvent

pas améliorer leur service. 44% s'imposent un haut niveau d'exigence et attendent autant des commerçants, tandis que 32% posent réclamation pour évacuer leur colère.

Les Français sont les consommateurs les plus patients d'Europe

Contre toute attente, lorsque l'on demande aux Français combien de temps ils sont prêts à faire la queue avant de s'irriter, un sur trois (34%) déclare pouvoir patienter plus de 10 minutes. Si les Français sont les consommateurs les plus patients d'Europe, les Danois affichent une sérénité quasi égale (30%). La majorité des Britanniques (50%) en revanche, ne serait pas prête à attendre plus de 5 minutes avant de faire une scène.

Les plaintes les plus communes	%
Service Client insatisfaisant	58%
Qualité du Produit insatisfaisante	57%
Problème de livraison	54%
Publicité mensongère	47%
Incorrection des vendeurs	44%
Surcoûts	36%
Lenteur du service	31%
Vendeurs incompetents	18%
Absence de stock	17%
File d'attente trop longue	14%
Achat en ligne insatisfaisant	11%

Pourquoi certains choisissent de ne pas se plaindre ?

Parmi les consommateurs qui ne souhaitent pas exprimer leur mécontentement, les Français apparaissent comme les plus frileux d'Europe. Pas moins de 9 consommateurs sur 10 (90%) refusent de poser réclamation par peur de la confrontation, contre 7 sur 10 en moyenne en Europe (66%) et seulement 2 sur 10 au Royaume-Uni (22%). Parmi les autres raisons invoquées par les Français, seuls 6% estiment que leur réclamation ne servirait à rien et 4% manqueraient de temps pour s'exprimer.

Bien que les Français apparaissent comme les moins enclins à poser réclamation après une expérience d'achat malheureuse, ils n'hésitent en revanche pas à sanctionner directement le commerçant. Ainsi, 95% d'entre eux se refuseraient à toute nouvelle transaction avec le même marchand. De plus, les Français sembleraient moins frustrés que leurs voisins européens, puisque seuls 45% auraient aimé porter réclamation alors qu'ils se sont tus (moyenne européenne de 57%).

A qui se plaindre ?

Lorsque les Français décident de faire valoir leurs droits et de partager leurs critiques en matière de shopping, un sur cinq (20%) utilise les sites Internet pour exposer leur point de vue. Seulement 6% se servent des réseaux sociaux, un média qui peut pourtant lourdement peser sur la perception des marques en ligne. L'étude [Kelkoo](#) montre que les consommateurs Français plébiscitent largement les méthodes plus directes, puisqu'ils sont 63% à préférer le face à face et 61% à contacter le siège de l'entreprise par courrier ou par email.

« Contrairement aux idées reçues, les Français seraient les moins prompts d'Europe à porter réclamations après un achat malheureux. Les consommateurs doivent pourtant avoir conscience que leur avis est une aide précieuse pour les commerçants qui souhaitent mieux comprendre leurs clients et améliorer leur qualité de service », rappelle Nicolas Jornet, Directeur de [Kelkoo](#) France. « Ceci est d'autant plus vrai, que l'influence des réseaux sociaux va

croissante et que ces derniers se révèlent un outil particulièrement puissant pour les consommateurs et les commerçants. Aujourd'hui plus que jamais, les commerçants doivent être à l'écoute des commentaires de leurs clients et agir en conséquence pour préserver leur marque ».

« Avec la nouvelle Directive Européenne sur les Droits des Consommateurs, adoptée en juin dernier, les consommateurs français et européens devraient exiger un service client, une livraison et une politique de retour sans faille de tous les commerçants. En tant qu'entreprise multinationale, nous encourageons les consommateurs à s'informer sur leurs droits et à n'éprouver aucune gêne à porter réclamation si nécessaire, quel que soit le pays dans lequel ils achètent. »

Directive Européenne sur les Droits des Consommateurs :

Le 23 juin 2011, la Directive Européenne sur les Droits des Consommateurs, soumise par la Commission Européenne en 2008, a été adoptée. La proposition vise à éliminer les coûts et taxes cachés sur Internet, à améliorer la transparence des prix, à offrir aux consommateurs un délai de rétractation de 14 jours et à fournir une information claire sur la prise en charge des frais de réexpédition des marchandises. La Commission Européenne œuvre pour la garantie d'une prompt application des nouvelles règles dans tous les Etats Membres afin que les consommateurs de toute l'Europe puissent acheter en toute confiance, sur Internet comme partout ailleurs.

Pour plus d'informations rendez-vous sur Kelkoo.fr

Suivez également l'actualité de Kelkoo sur [facebook](#) et [twitter](#)

Contacts Presse

Hopscotch

Philippe Sergent
psergent@hopscotch.fr
01 58 65 00 29

Nicolas Badey
nbadey@hopscotch.fr
01 58 65 10 18

Kelkoo France

Astrid Canevet
astrid.canevet@kelkoo.fr
01 70 91 17 06

Notes aux rédacteurs :

1. Tous les chiffres émanent de l'étude réalisée par Kelkoo auprès de 11 000 de ses utilisateurs. L'étude a été conduite sur sept des sites Internet de Kelkoo (Royaume-Uni, France, Allemagne, Norvège, Danemark, Pays-Bas, et Italie) en juillet 2011.
2. La France compte 50,4 millions d'adultes, dont 24 millions d'hommes et 26,4 millions de femmes – Source Bilan démographique INSEE – Juillet 2010
 - 42% des consommateurs se plaignent lorsqu'insatisfaits d'un commerçant – un total de 21 168 000.
 - Dont 77,7% directement auprès du commerçant – un total de 16 447 536.
 - Les consommateurs Français posent en moyenne 3 réclamations par an. $3 \times 16\,447\,536 = 49\,342\,608$ réclamation au total.

A propos de Kelkoo

[Kelkoo](#), l'un des moteurs de shopping leaders en Europe, a pour objectif de rendre le shopping plus facile, plus rapide, plus agréable et surtout plus qualitatif en offrant aux internautes une large gamme de produits.

Avec une interface ergonomique et une navigation fluide, [Kelkoo](#) est le pionnier de son domaine.

Les innovations de [Kelkoo](#) incluent la recherche par popularité et par mot clé, ainsi que des conseils d'experts.

Printemps 2008, sur l'initiative du Secrétaire d'Etat au développement de l'économie numérique et de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance, une charte de confiance pour les sites comparateurs de prix a été rédigée et signée par 7 comparateurs, dont [Kelkoo](#).

Créé en France en 1999, [Kelkoo](#) est présent dans 10 pays européens et aux Etats-Unis depuis juillet 2010 avec le lancement de [Kelkoo.com](#) en version beta. Le site est fréquenté par des millions de visiteurs chaque mois. Avec plus de 6 millions d'offres référencées en France et 14 des 25 premiers e-commerçants français présents sur le site (source: Comscore, septembre 2010), [Kelkoo](#) permet aux sites e-commerce d'acquérir une audience qualifiée et de répondre aux besoins spécifiques des consommateurs.

Actualité [Kelkoo](#) sur <http://blog.kelkoo.fr/>