

LES TENDANCES DU RETAIL DE DEMAIN

LE DIGITAL S'IMPOSE DANS LE RETAIL...

83%

pensent que l'avenir du shopping est hybride

73%

jugent plus simple de s'identifier aux marques sur leur site web & réseaux sociaux

61%

de la Gen Z pensent oublier une marque qui n'a pas de présence en ligne

66%

préfèrent communiquer avec des marques sur Internet

35%

des fonctions marketing B2C accélèrent la transformation de leur expérience client en utilisant exclusivement le numérique :

- Plateformes de marques
- Marketplaces
- Réseaux sociaux

DÉVELOPPEMENT D'APPLICATIONS MOBILES DANS LE SECTEUR DU RETAIL :

34%

en 2021

VS

15%

en 2020

... MAIS SANS NÉGLIGER LA FORCE DU COMMERCE PHYSIQUE

LES SERVICES À SUCCÈS

Click & collect proposé par +80% des enseignes

E-reservation proposée par +70% des enseignes de mode

Ship from store

CROISSANCE DU E-COMMERCE

53%

Enseignes physiques

11%

Pure players

LE PHYGITAL BOULEVERSE LE RETAIL TRADITIONNEL

70% vont en magasin avec un smartphone pour comparer les prix

82% attendent plus de digitalisation de la part de leurs points de vente

61% aimeraient être identifiés pour bénéficier d'offres personnalisées

environ **15%** annoncent commencer leurs achats en magasin mais les terminer en ligne, parfois auprès d'autres enseignes

69% espèrent pouvoir vérifier la disponibilité ou localiser des produits en rayon via leur smartphone

+40% souhaitent :
 . accéder aux avis clients
 . un service avant-vente ou après-vente en visio

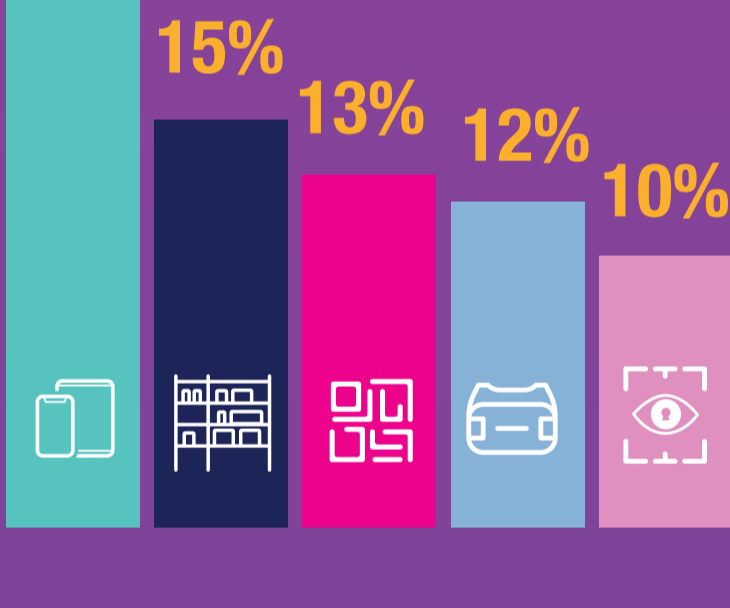
84% attendent plus de services

Cashback **68%**

Paiement en plusieurs fois **48%**

Automatisation du paiement via l'identification **45%**

AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE D'ACHAT :



- Smartphones & tablettes
- Rayonnage
- QR Codes
- Réalité virtuelle ou augmentée
- Reconnaissance faciale

VERS DE NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION

50% à **65%**

des consommateurs affirment que la pandémie a changé leurs comportements d'achat

LES SERVICES DE L'ÈRE PANDÉMIQUE VONT ÊTRE LA « NOUVELLE NORMALITÉ »

SERVICE CLIENT EN LIGNE

COMPARATEUR DE PRIX SUR INTERNET

CLICK & COLLECT ...

28% prévoient de participer à un événement live shopping

49% parmi les femmes de moins de 25 ans

UTILISATION DU CLICK & COLLECT
63% en 2021
 VS
34% en 2020

LIVRAISON À DOMICILE D'UN ACHAT EN MAGASIN
44% en 2021
 VS
20% en 2020

RETOUR EN MAGASIN D'UN PRODUIT EN LIGNE
37% en 2021
 VS
19% en 2020

90%

des consommateurs attendent des marques qu'elles s'engagent dans une ou plusieurs causes & les aident à mieux consommer (qualité nutritive, production locale, circuit court...)

LES TENDANCES QUI S'ACCÉLÈRENT

LE PARCOURS CLIENT au centre des préoccupations vs le focus sur le produit

UNE DIGITALISATION DU RETAIL avec une forte place aux innovations (réalité virtuelle, hologrammes, etc.)

UNE PLACE POUR LE PHYSIQUE remodelée avec une priorisation des commerces de proximité

LE SERVICE poussé à son maximum

SOURCES

Étude 2020 OpinionWay pour Oney Bank
 LSA/HiPay 2021
 Étude menée par Wunderman Thompson Data du 9 juillet-27 juillet 2021 auprès de 3011 participants aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Chine.
 Forrester
 Forrester
 Forrester
 Altavia ShopperMind - l'observatoire des tendances de consommation d'Altavia- avec Opinion Way 2021
 LSA/HiPay 2021
 Oney - étude européenne sur la consommation raisonnée (2020)