



# DIGITALISATION DU RETAIL

Quels sont les solutions digitales et les services clés qui préfigurent le futur du retail ?

## Découvrez dans cette étude :

- ▶ **Les initiatives inspirantes d'enseignes novatrices** dans leurs pratiques digitales off et online
- ▶ **Les services clés et les solutions digitales émergentes** pour optimiser le parcours d'achat et qui font bouger les lignes des stratégies omnicanales des enseignes
- ▶ **Les secteurs du retail les plus avancés** dans la digitalisation du parcours client



## BENCHMARK

Les pratiques en ligne d'un panel de 130 enseignes leaders du non-alimentaire

# LES NOUVEAUX PARCOURS SHOPPER DESSINENT LE COMMERCE DE DEMAIN



**Cécile DESCLOS**

Directrice du pôle  
distribution



@c\_desclos

Avant même la crise sanitaire de 2020, la transformation digitale du retail était en cours avec des objectifs forts en termes de développement des services omnicanaux et de l'activité e-commerce pour la majorité des grandes enseignes de distribution. L'année 2020 a servi d'accélérateur dans le déploiement du digital, pour des enseignes obligées de se réinventer pour poursuivre leur activité dans un contexte totalement inédit.

Si le e-commerce a connu une année de croissance exceptionnelle en 2020, les enseignes physiques n'ont pas dit leur dernier mot.

Ce sont elles qui tirent la croissance du e-commerce, avec une progression de +53% de leurs ventes en ligne contre +11% pour les pure players selon la Fevad. Ce dynamisme est directement lié à la présence des magasins avec le succès des services tels que le click & collect, proposé par plus de 80% des enseignes de notre panel, la e-reservation (proposée par près de 70% des enseignes de mode) ou encore le ship from store qui permet une livraison ultra rapide... L'omnicanal est devenu un axe de différenciation permettant à la fois de concurrencer les géants du web et les enseignes physiques moins avancées dans leur transformation digitale.

Ces derniers mois ont été riches en nouveautés et en innovations autour du parcours client. Live stream shopping, call & collect, rendez-vous en visio avec un vendeur ... le digital bouscule les lignes. Il participe à la transformation du parcours client, qui se complexifie tout en gommant de plus en plus les frontières entre commerce physique et e-commerce.

## Méthodologie



### OBSERVATOIRE

Le benchmark des pratiques en ligne de 130 enseignes leaders et de 8 secteurs clés du retail et le décryptage de 50 dispositifs digitaux



### BUSINESS CASES

L'analyse des opportunités offertes par un parcours d'achat unifié et la transformation du retail au travers de nombreux business cases d'enseignes innovantes



### PALMARÈS

Les classements des secteurs et des enseignes de distribution non-alimentaire en fonction de leurs pratiques en ligne

## Plan de l'étude

### Aller à l'essentiel : synthèse et enseignements clés

#### Un parcours shopper en pleine évolution

Une accélération de la digitalisation des foyers français  
Le parcours omnicanal devient la norme  
Les nouvelles attentes du consommateur vis-à-vis du magasin physique  
Les réseaux sociaux : un poids grandissant dans le parcours d'achat

#### Le magasin : une période de transformation historique pour le commerce physique

Le magasin est au cœur des stratégies omnicanales  
Les nouveaux formats de magasin  
Le rendez-vous en magasin et les services personnalisés  
Le smartphone au service du parcours client en magasin  
Le magasin, un nouvel outil pour développer la notoriété des pure players

#### L'observatoire des stratégies online du panel de 130 enseignes

Accélération pour les services web to store  
Livraison : plus de souplesse, plus de choix  
Les outils de promotion se digitalisent  
Les outils d'aide à l'achat en ligne de plus en plus nombreux  
Le live shopping : une nouvelle tendance en plein essor en France  
L'application mobile : un outil de plus en plus performant, au service du magasin  
Les réseaux sociaux : une présence renforcée des enseignes  
La marketplace : un nouvel outil pour faire face à la concurrence chez les retailers

#### L'analyse détaillée par marché

Beauté / Bricolage-jardinage / Enfant (Jouets, puériculture, mode enfant) / Mode / Maison (Ameublement, décoration, bazar) / Biens techniques et culturels / Sport

► Retrouvez sur [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr) le plan détaillé, la liste complète du panel de 130 enseignes et téléchargez un extrait de cette étude 🖱



## PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

### Secteurs

8 secteurs clés du retail :

- Beauté
- Bricolage
- Jardinage
- Biens techniques et culturels
- Enfant
- Maison
- Mode
- Sport

### Solutions digitales

50 outils digitaux :

- Les basiques : stock locator, e-reservation, click & collect, avis client...
- Les tendances : prise de RDV en ligne, livraison dans la journée, call & collect, scan QR code...
- Les émergents : paiement fractionné, live stream shopping, essayage à domicile, réalité augmentée...

### QUI SOMMES-NOUS ?

Depuis plus de 30 ans, **Les Echos Etudes** aide les décideurs à anticiper les tendances de leur marché et capter de nouvelles opportunités d'affaires.

Tendances émergentes, scénarios prospectifs, valorisation de marchés, data inédites : nos études vous permettent de prendre un temps d'avance !

Découvrez, également, nos offres sur-mesure pour :

- vous accompagner dans la mise en œuvre de votre plan stratégique : estimation de potentiel, positionnement d'offre, insights consommateurs...
- valoriser votre expertise et répondre à vos enjeux de communication grâce à nos baromètres et études co-brandées.

### CES ETUDES POURRAIENT ÉGALEMENT VOUS INTÉRESSER :

- ▶ **Le nouveau visage du e-commerce de luxe**  
V-concession, live shopping, s-commerce, recommandation sociale.... : saisir les opportunités de la seconde révolution digitale
- ▶ **Mode responsable : quels modèles gagnants ?**  
La RSE au cœur des nouveaux modèles économiques des marques et enseignes
- ▶ **Le marché de la vente en vrac**  
Quel potentiel à 5 ans ? Quelles opportunités pour les marques et enseignes ? Comment se positionner ?

### Bon de commande

## Digitalisation du retail

#### Version PDF

- Pour 1 utilisateur\*  
2 750 € HT - 2 901,25 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 2 à 5 utilisateurs\*  
3 575 € HT - 3 771,63 € TTC (TVA à 5,5%)
- De 6 à 10 utilisateurs\*  
4 125 € HT - 4 351,88 € TTC (TVA à 5,5%)
- Plus de 10 utilisateurs\*, nous contacter

#### Version papier

- 2 750 € HT - 2 901,25 € TTC (TVA à 5,5%)

#### Option papier

- Oui je souhaite recevoir un ou plusieurs exemplaires papier pour 275 € HT (TVA à 5,5%) l'unité, en plus de l'achat d'une version PDF.

Nombre d'exemplaires : .....

#### Option présentation orale de l'étude par l'expert auprès de vos équipes.

- Pour une présentation personnalisée, nous vous proposons un accompagnement sur-mesure.

Contactez nous au 01.49.53.63.00

Email : [etudes@lesechos.fr](mailto:etudes@lesechos.fr)

#### Coordonnées de l'utilisateur final

(Si plusieurs utilisateurs, nous communiquer leurs coordonnées accompagnées de ce bon de commande)

Nom : ..... Prénom : .....

Fonction : ..... Société : .....

Adresse : .....

Tél. : ..... E-mail : .....

#### Facturation

Société : .....

Adresse : .....

Contact : .....

#### Règlement

- Virement (RIB 31489/00010/00219548733/47 Crédit agricole - CIB)
- Chèque à l'ordre des Echos Solutions
- Carte bancaire sur [lesechos-etudes.fr](http://lesechos-etudes.fr)
- Règlement à réception de facture

Date : ...../...../..... Signature : .....

\* L'article L.122-5 du Code de la propriété intellectuelle n'autorise que les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. En complétant ce formulaire, j'accepte les conditions générales de ventes et d'utilisation qui sont disponibles sur le site [www.lesechos-etudes.fr](http://www.lesechos-etudes.fr).