

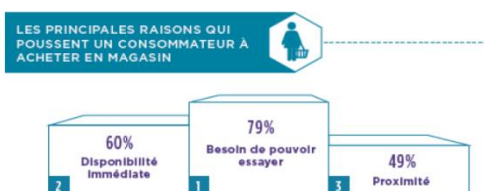
Baromètre des nouvelles tendances de consommation : Comment la transformation digitale impacte-t-elle les comportements d'achat ?

- 97% des consommateurs ont déjà effectué un achat online
- 78 % des consommateurs achètent en ligne en raison d'un prix plus avantageux
- 38 % des consommateurs utilisent un réseau social dans le cadre d'un achat

Dans un univers du retail en pleine mutation (digitalisation, concurrence des acteurs pure players, généralisation des parcours multicanaux, ...), les équipes « consumer goods & services » du cabinet Wavestone ont souhaité analyser et apporter un éclairage sur « les nouvelles tendances de consommation ». Dans ce cadre, le cabinet a sondé plus de 1000 consommateurs français en décembre 2017, autour de 3 temps forts du parcours d'achat pour différentes catégories de produits et services (textile, restauration, hygiène/beauté,...) : les comportements d'achat en magasin vs sur internet, l'expérience achat, la relation client et les comportements post-achat. Les résultats de cette étude ont donné lieu à 3 infographies pour un décryptage complet des nouvelles pratiques d'achats des consommateurs.



58% des consommateurs effectuent un achat sur internet au minimum une fois par mois



Internet et les outils digitaux transforment les parcours d'achat et font évoluer les usages des consommateurs, et ce, de manière plus ou moins marquée selon le type de produit ou service considéré. Ainsi, les achats liés aux voyages, à la billetterie ou encore aux abonnements sont aujourd'hui davantage réalisés sur internet qu'en magasin. A l'inverse, les produits pharmaceutiques ou alimentaires sont toujours très majoritairement achetés en magasin.

« Nouveaux formats de proximité, livraison à domicile... Les enseignes se livrent une bataille sans merci pour conquérir les centres urbains, un marché sur lequel **20% de la clientèle effectue des achats tous les jours en magasin et près d'1/4 achète au minimum 1 fois par semaine sur le web** » indique **Philippe Pestanes, Managing Partner chez Wavestone**.



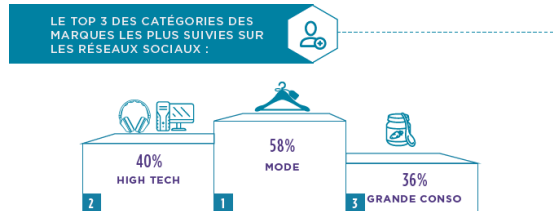
83% des consommateurs privilégient l'ordinateur pour faire leurs achats sur internet vs 17% sur un smartphone ou une tablette

A l'ère de la digitalisation, les critères de valeur liés à l'expérience achat évoluent selon les canaux choisis. L'enjeu pour les marques est de répondre aux besoins des consommateurs au moment d'effectuer un achat en déployant un parcours client omnicanal interactif et le plus fluide possible.

« Le magasin sans caisse semble être la solution ultime des retailers pour traiter la problématique du passage en caisse. L'initiative apparaît pertinente : **50% des consommateurs ont déjà abandonné un acte d'achat à cause d'un temps d'attente trop long en caisse...** » ajoute **Xavier Deloux, Senior Manager chez Wavestone**.

30% des consommateurs suivent des marques sur les réseaux sociaux

La diversification des points de contact et les outils digitaux bouleversent la relation client. Les interactions entre les marques et enseignes et leurs clients sont démultipliées et de nouveaux modèles de communication et de fidélisation apparaissent.



« L'influence des réseaux sociaux sur les comportements d'achat est de plus en plus prégnante, en particulier chez les jeunes générations : **56% des 18-29 ans suivent des marques et 40% suivent des influenceurs sur les réseaux sociaux** », commente **Benjamin Gautier, Manager chez Wavestone**.

Nos experts, Philippe Pestanes, Xavier Deloux et Benjamin Gautier du cabinet Wavestone, se tiennent à votre disposition pour vous apporter leur éclairage sur le sujet.

Philippe Pestanes, Managing Partner Consumer goods & services chez Wavestone



Philippe a une expérience de près de 20 ans dans le conseil auprès d'entreprises leaders dans les secteurs des biens et services de consommation (retail, grande consommation, e-commerce, télécoms, média, divertissement). Tout au long de son parcours, Philippe a couvert de nombreuses problématiques business allant de l'analyse stratégique à l'amélioration de la performance opérationnelle. Il accompagne ses clients sur des questions d'évolution de business model, de développement et lancement de nouvelles offres, et de mise en place et pilotage de programmes de transformation stratégique.

Xavier Deloux, Senior Manager Consumer goods & services chez Wavestone



Xavier a plus de 11 ans d'expérience dans le conseil en stratégie et organisation auprès de grands comptes essentiellement issus des secteurs automobile, retail et banques et assurances. Xavier intervient régulièrement sur des enjeux liés à la distribution, la connaissance client, à la création d'offre et à la conduite de programmes de transformation digitale.

Benjamin Gautier, Manager Consumer goods & services chez Wavestone



Benjamin a développé des expertises en matière d'analyse et planification stratégique, de stratégie digitale et d'innovation, et de transformation des organisations. Il intervient régulièrement sur des problématiques de fusions-acquisitions pour le compte d'entreprises et de fonds d'investissement, ainsi que dans les secteurs des biens et services de consommation (retail, grande consommation, médias). Benjamin exerce également en tant qu'enseignant en management stratégique à l'Université Paris-Dauphine.

À propos de Wavestone

Dans un monde où savoir se transformer est la clé du succès, l'ambition de Wavestone est d'apporter à ses clients des réponses uniques sur le marché, en les éclairant et les guidant dans leurs décisions les plus stratégiques. Wavestone rassemble 2 600 collaborateurs présents sur 4 continents. Il figure parmi les leaders indépendants du conseil en Europe, et constitue le 1^{er} cabinet de conseil indépendant en France.

Issu du rapprochement, début 2016, de Solucom et des activités européennes de Kurt Salmon (hors consulting dans les secteurs retail & consumer goods), Wavestone est coté sur Euronext Paris et est éligible au PEA-PME. Wavestone a été labellisé Great Place To Work® en 2016.

Plus d'informations sur www.wavestone.com

Méthodologie de l'étude

- **Plus de 1 000 personnes interrogées** représentatives de la population des consommateurs français
- **Mode d'administration du sondage** : En ligne
- **Réalisation du sondage** : Décembre 2017
- **Plus de 40 questions posées et de multiples sujets abordés (omnicanaliité, critères d'achats, objets connectés, réseaux sociaux, ...)**

<p><u>Wavestone</u> Sarah LAMIGEON / Vincent Chaudel Direction de la communication Tel. : + 33 1 49 03 20 00</p>	<p><u>Wellcom PR Agency</u> Sonia El Ouardi sonia.elouardi@wellcom.fr Donna Clément donna.clement@wellcom.fr Julia Guillemeton julia.guillemeton@wellcom.fr Tel. : + 33 1 46 34 60 60</p>
---	---