

WAVESTONE

présente

Baromètre des nouvelles tendances de consommation 2021



Le Baromètre Wavestone



4^{ème} édition
dont le **terrain** s'est déroulé en **décembre 2020**

Mesurer l'évolution des usages et décrypter les **nouvelles tendances** de consommation en France

Le point sur un an de **consommation** à l'heure de la **crise sanitaire**

Communication de marques

Réseaux sociaux

Services en magasin

Test

Consommation responsable

Conseiller de vente

Rapport aux influenceurs

Bot

Transparence produit

Réalité virtuelle

Prix

Personnalisation

Modalités de paiement

Magasin

Usages des canaux
d'information, d'achat et de
relation client

Catégories

Critères d'achat et
modes de
consommation

Expérience client et
services associés

Click & Collect - Drive

Intentions vs comportements

Modalités de livraison

Application mobiles

Seconde main

Paiement fractionné

Mobile payment

Assistants vocaux

Abonnement

Impact COVID

SAV

avis client

Service client

Location

canaux relationnels

Points clés



1

LA CROISSANCE DU E-COMMERCE NE REMET PAS EN CAUSE L'ATTACHEMENT DES FRANCAIS AU MAGASIN

2

LA CRISE SANITAIRE ENGENDRE UNE ACCELERATION DES COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION « RESPONSABLE »

3

LES CONSOMMATEURS S'APPROPRIENT LES SERVICES QUI RENFORCENT L'EFFICACITE DES PARCOURS D'ACHAT

La croissance du e-commerce ne remet pas en cause l'attachement des français au magasin



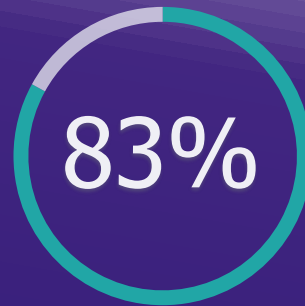
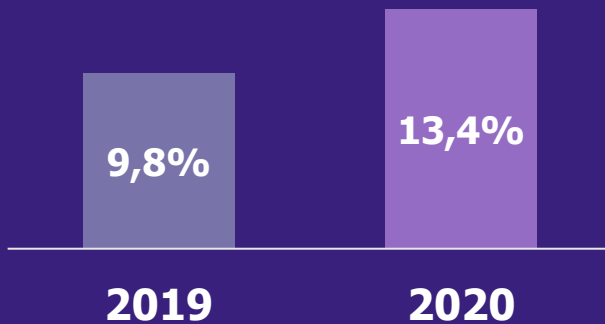
Les consommateurs français déclarent avoir maintenu leur niveau de fréquentation en magasin malgré la crise sanitaire.

Un marché total du e-commerce
en croissance de +24%*

43 milliards d'euros

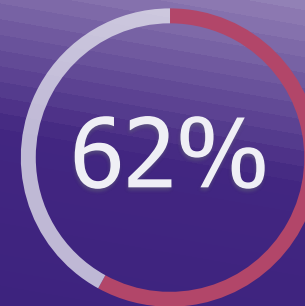
*Part de marché du e-commerce
dans le commerce de détail***

+3.6 points



se rendent en magasin
au moins une fois par
semaine

stable



des consommateurs
considèrent le vendeur
comme le premier moyen
de personnaliser leur
expérience d'achat

+10 points



des consommateurs jugent
important de tester un
produit physiquement
en magasin

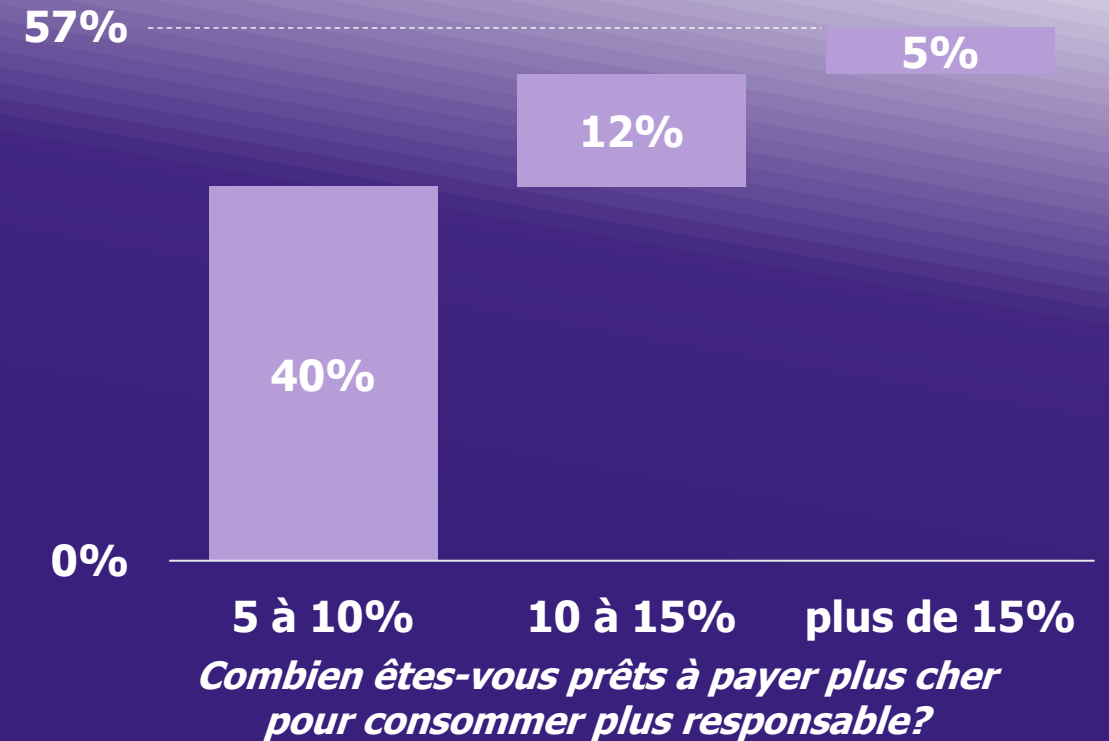
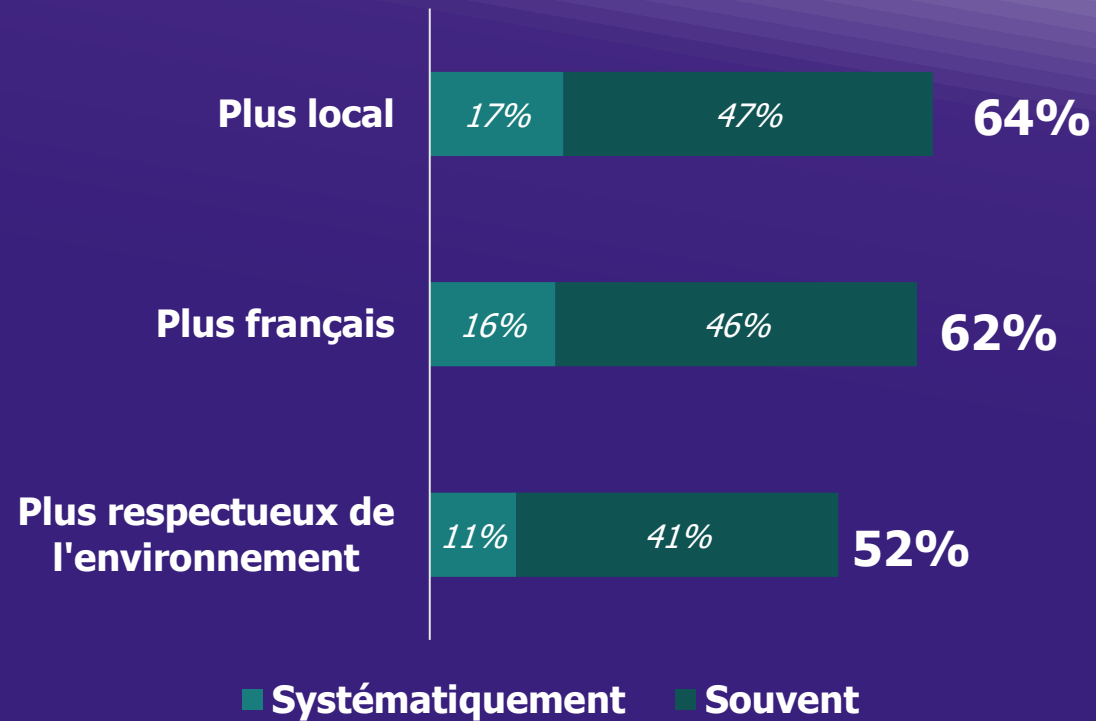
+ 10 points

LA CRISE SANITAIRE ENGENDRE UNE ACCELERATION DES COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION RESPONSABLE



Du fait de la crise, les consommateurs déclarent avoir changé leurs habitudes de consommation pour acheter...

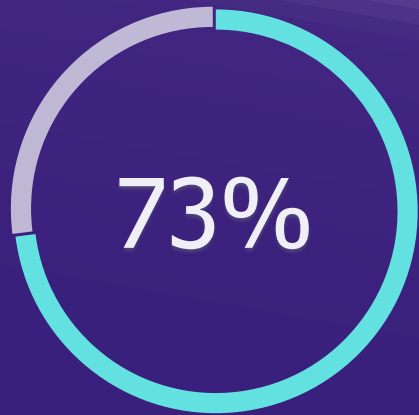
57% sont prêts à payer plus cher pour consommer plus responsable



LES CONSOMMATEURS S'APPROPRIENT LES SERVICES QUI RENFORCENT L'EFFICACITE DE LEURS PARCOURS D'ACHAT



La crise sanitaire a accéléré la transformation des parcours omnicanaux en faisant levier sur les services et le numérique, que les consommateurs accueillent favorablement et s'approprient.



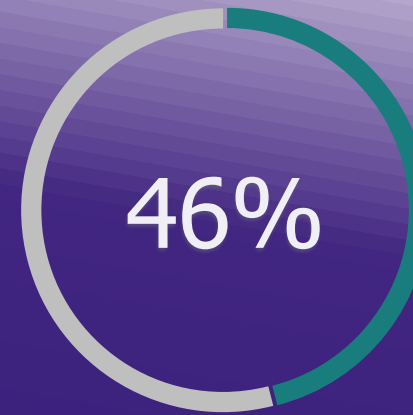
des usagers d'applications les utilisent pour **vérifier la disponibilité en magasin**

stable



sont des **utilisateurs fréquents** des services de **Click & Collect**

+ 12 points



jugent le scan et le **paiement via application mobile** vecteur d'amélioration de leur parcours d'achat

+ 5 points



ont déjà adopté **l'abonnement payant** pour bénéficier de services premium (livraison,, ...)



Retrouvez les résultats complets
et nos analyses détaillées le 19 Avril
— 2021 —

www.wavestone.com