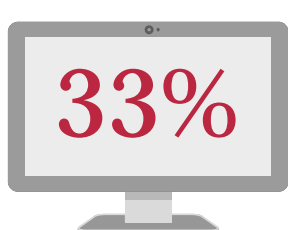


Total Retail 2017

*Enseignes et marques,
quelles priorités consommateurs
à votre agenda 2017 ?*

La France en tête de l'omni-canal

+18% de nouveaux consommateurs en ligne en France en 2016 contre **+15%** dans les pays matures



des consommateurs en ligne en France effectuent **+** d'un achat par semaine en moyenne en ligne

85% des distributeurs français interrogés génèrent des revenus en multi-canal vs. **71%** pour le reste de l'Europe

Le Mobile : votre prochain rendez-vous

Taux de pénétration de l'achat mobile

26%
en 2013

56%
en 2016

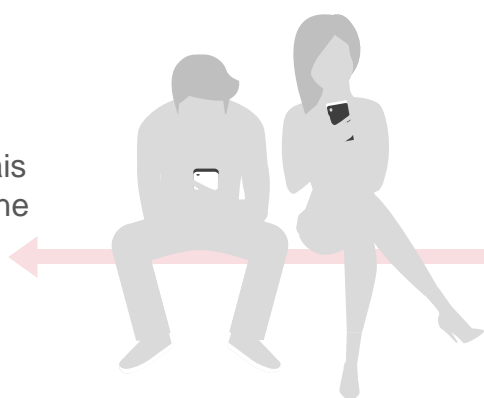
Croissance des revenus en ligne et mobile

Priorité #1

pour **67%** des distributeurs français



Pour **41%** des français de 25 à 34 ans, le smartphone est l'outil d'achat du futur



Le Magasin : reste à réinventer

54% des consommateurs français préfèrent effectuer leurs achats en magasin



74% des consommateurs français soulignent l'importance de la qualité des **connaissances** et du **conseil des vendeurs...**

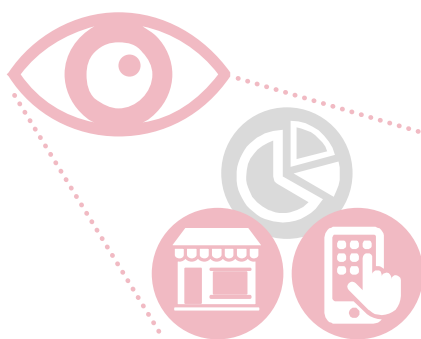


...mais **60%** en sont réellement satisfaits

La Data : un levier encore inexploité

45% des enseignes françaises peinent à obtenir une vision unifiée des clients entre leurs différents canaux

seules **5%** y sont parvenues



Sources : étude PwC « Total Retail 2017 »
et étude PwC-SAP « Retailer Survey »



Contacts presse :

Elodie Gaillard

01 56 57 10 42

elodie.gaillard@fr.pwc.com

Sabrina Gallinotti

01 56 57 17 45

sabrina.gallinotti@fr.pwc.com