

LE SHOPPING EN 2020

La fin des magasins ?

L'E-COMMERCE A ENTIÈREMENT BOULEVERSERÉ LE MONDE DE LA VENTE AU DÉTAIL. QU'EN SERA-T-IL EN 2020 ? POUR JORG SNOECK, SPÉCIALISTE DU SECTEUR, CERTAINES TENDANCES NE FERONT QUE S'AMPLIFIER.

On parle aujourd'hui de « omnichannel », c'est-à-dire que les détaillants doivent être présents aussi bien online qu'offline et faire interagir ces canaux. A quoi ressemblera ce lien d'ici 2020 ?

JORG SNOECK : « Cela ira plus loin que le 'omnichannel', voire jusqu'à des formes de distribution totalement inédites. Une plate-forme comme Zalando essaie déjà de livrer dans l'heure à Berlin, au départ de ses propres entrepôts mais aussi au départ de magasins locaux partenaires.

Ces organisations ajoutent ainsi une nouvelle dimension aux canaux de vente et de distribution tels que nous les connaissons aujourd'hui : les frontières entre l'online, l'offline et le mobile disparaîtront totalement. Ceux qui d'ici là ne seront pas présents sur tous les canaux n'auront pas l'ombre d'une chance. »

A quoi ressemblera un magasin en 2020 ?

JS : « En 2020, le magasin s'articulera à 360° autour du consommateur. Le shopping sera non seulement omnichannel, mais aussi hyper-personnalisé. Dans un monde où partager des informations personnelles est devenu monnaie courante, les marques seront capables d'utiliser (et utiliseront) toutes ces informations disponibles pour proposer aux consommateurs des services sur mesure et augmenter ainsi leurs ventes et leurs parts de marché.

Le magasin de 2020 sera aussi plus vertical : les marques iront vers les magasins et ouvriront elles-mêmes des points de

« LES MAGASINS DEVIENDRONT DE PLUS EN PLUS UNE VITRINE ET SERONT POUR LES MARQUES UN MOYEN DE RACONTER LEUR HISTOIRE. »

Jorg Snoeck - RetailDetail

vente (shop-in-shop) dans des magasins existants. Les frontières géographiques traditionnelles s'effaceront elles aussi : il sera plus important de choisir les emplacements de façon stratégique et de viser par exemple quelques villes influentes. D'autres régions suivront d'elles-mêmes et pourront être desservies online. »

En 2020, ferons-nous encore nos courses dans des magasins physiques, ou tout se fera-t-il par e-commerce ?

JS : « Les deux coexisteront. Pour le service et la valeur émotionnelle, les gens iront dans un 'vrai' magasin. Pour les achats rationnels, ils achèteront online. Objectivement, on ne peut pas faire mieux que la Toile : elle dépose littéralement le monde aux pieds des consommateurs. Les magasins deviendront de plus en plus une vitrine, et seront pour les marques un moyen de raconter leur histoire. Le vécu deviendra une priorité absolue. » ■



ID

Fondateur de la revue spécialisée RetailDetail.

A créé « The Loop » et le roadshow « The Future of Shopping », des centres de connaissances permettant de découvrir le shopping du futur.