



Back to Business

Retail & E-commerce :
Les grands chantiers à
considérer avant 2023

www.hubinstitute.com



Sommaire

RETAIL & E-COMMERCE : LES GRANDS CHANTIERS À CONSIDÉRER AVANT 2023

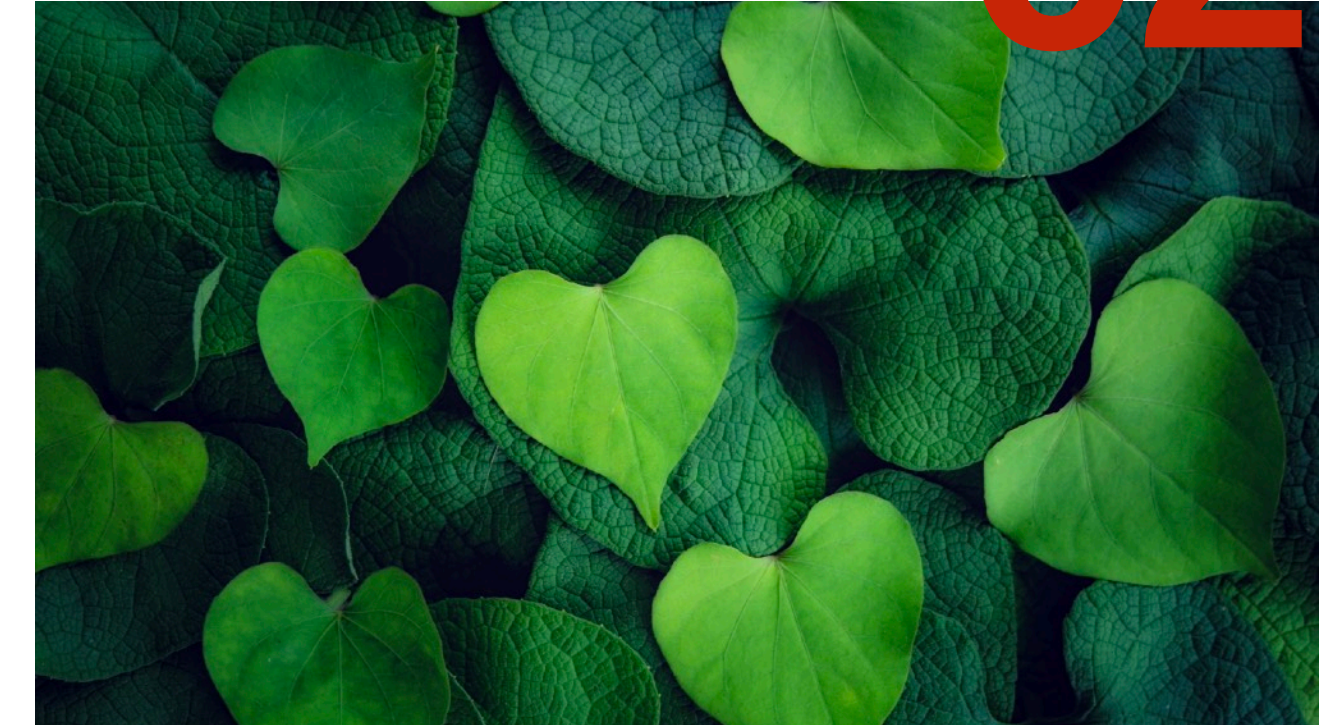


01



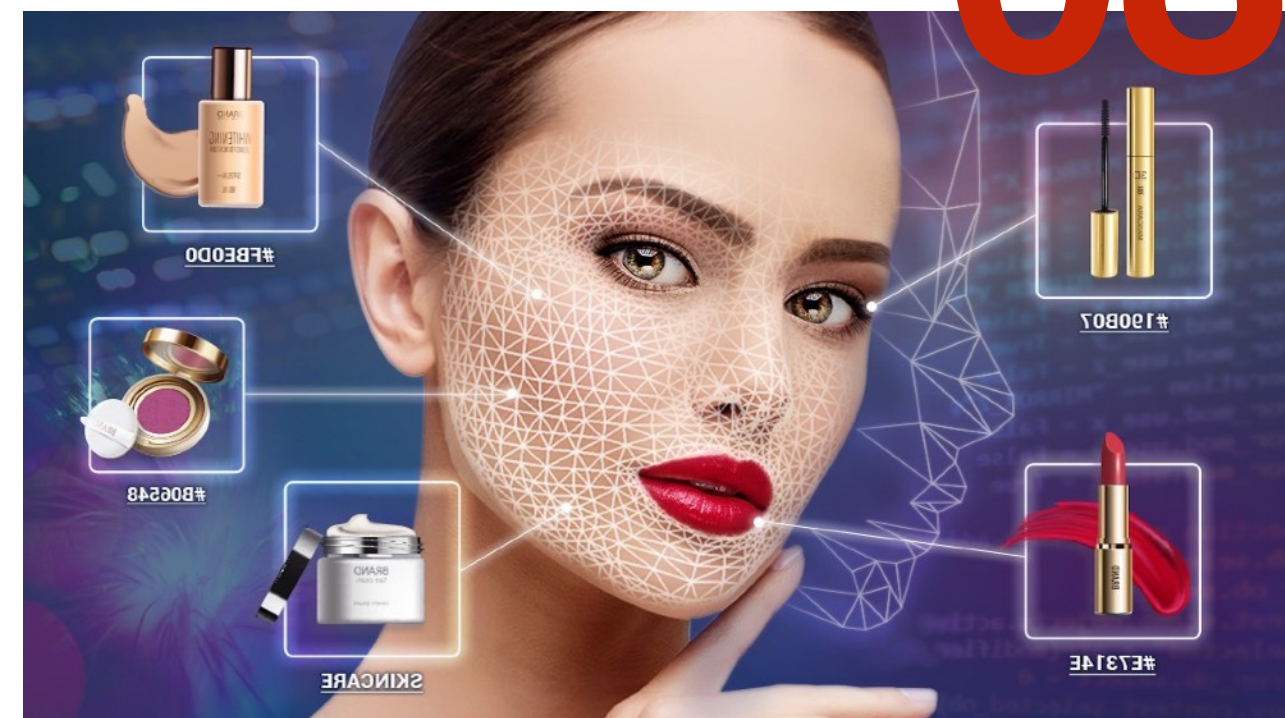
Les **tensions** multiples sont des **opportunités** pour repenser vos modèles

02



Positionnement : retravailler la **pertinence** de votre modèle

03



Vers l'Algmented marketing & commerce

04



Le défi de l'omnicanal
l'exemple de Walmart



**LES TENSIONS
MULTIPLES SONT
DES OPPORTUNITÉS
POUR REPENSER
VOS MODÈLES**

01

DEPUIS 2020, UN MONDE EN PROIE AUX TENSIONS ET AU CHAOS

UN CONTEXTE ANXIOGÈNE & INCERTAIN **QUI S'AMPLIFIE**

CRISE CLIMATIQUE MONDIALE



- Hausse de l'intensité et de la fréquence des catastrophes climatiques (incendies, sécheresses, inondations,...)
- Réchauffement, pollution, crise énergétique...
- Éco-anxiété, précarité, famine, maladies
- Coût de la décarbonisation nécessaire
- Difficulté à faire changer les comportements
- Taxes et interdiction, régulations à venir

INFLATION & DIFFICULTÉS ÉCONOMIQUES



- Crises économiques et dépression
- Hausse des licenciements et du chômage
- Hausse des inégalités
- Endettement des ménages et des états
- Immigration de masse
- Crise de sens et grande démission

CRISPATIONS CONFLITS & TENSIONS



- Hausse des extrêmes
- Tensions : tradition vs modernité
- Montée du nationalisme
- Conflits territoriaux (Ukraine, Taiwan,...)
- Tensions religieuses et ethniques
- Compétition pour les ressources
- Guerres économiques

LES MARQUES DOIVENT AUSSI FAIRE FACE AUX ATTENTES DES CLIENTS CONCERNANT LES **ENJEUX CLIMATIQUES**



Impact humain



Perte de la biodiversité



Inondations



Sécheresse et incendies

AVEC L'INFLATION MONDIALE, UN POUVOIR D'ACHAT EN REcul

L'OFCE : LE POUVOIR D'ACHAT DES FRANÇAIS RECULE EN MOYENNE DE 0,8% CETTE ANNÉE, LA PLUS FORTE BAISSSE DEPUIS CELLE ATTEINTE APRÈS LE CHOC FISCAL DES ANNÉES 2012-2013

euronews.

Flambée des prix en Europe : la baisse du pouvoir d'achat inquiète  DISCUSSION



l'Opinion

Pouvoir d'achat: l'inflation engloutit les efforts de l'Etat

LA TRIBUNE
PARTAGEONS L'ÉCONOMIE

ÉCONOMIE BOURSE ENTREPRISES & FINANCE TECH IDÉES RÉGIONS T LA REVUE

Pouvoir d'achat en berne, inflation au plus haut : la Banque de France révisé à la baisse la croissance pour 2022

LesEchos

Recherche En direct Le Journal Newsletters Lire plus tard Po

Le pouvoir d'achat pourrait connaître en 2022 sa deuxième plus forte baisse en trente ans

Menu

Libération

Accueil / Economie

Prévisions

L'Insee confirme un recul du pouvoir d'achat des Français

UNE PERMACRISE MONDIALE QUI FAIT PRIMER L'URGENCE SUR LE RESTE

PERTE DE SENS, D'EFFICACITÉ > DÉBOUSSOLEMENT, ÉPUISEMENT,

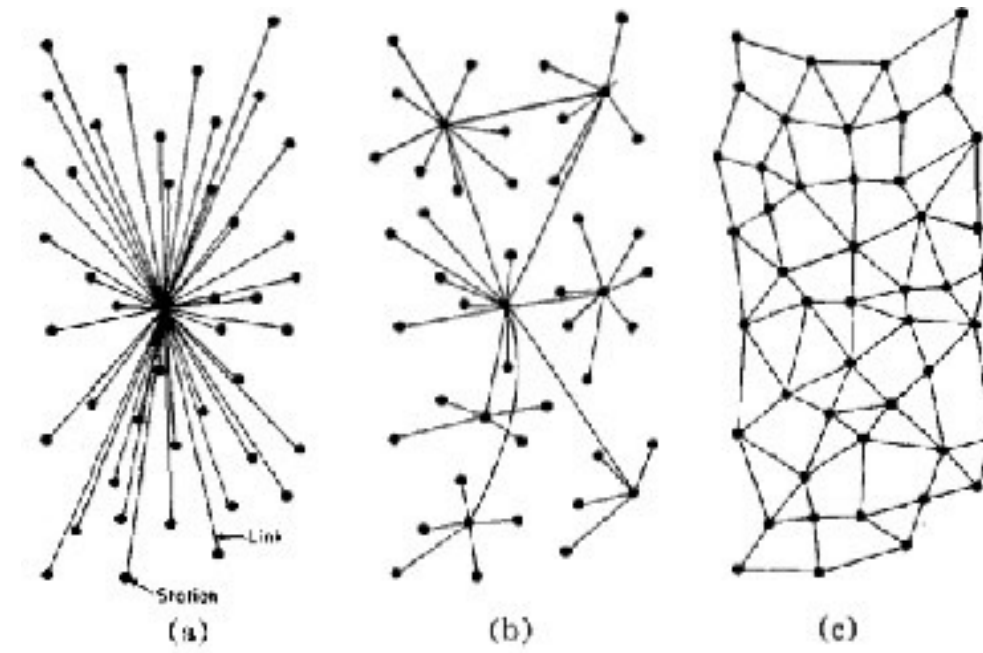


Fig. 1—(a) Centralized. (b) Decentralized. (c) Distributed networks.

« La priorité pour une entreprise change désormais chaque semaine. »

- Chris Fussell, Managing Partner at McChrystal Group -

McChrystal
Group

UNE BAISSSE DE REVENUS ISSUS DES VENTES À PRÉVOIR ➡

LES MARQUES/RETAILERS DOIVENT DIVERSIFIER LEUR BUSINESS MODEL/STRATÉGIE

LOCATION



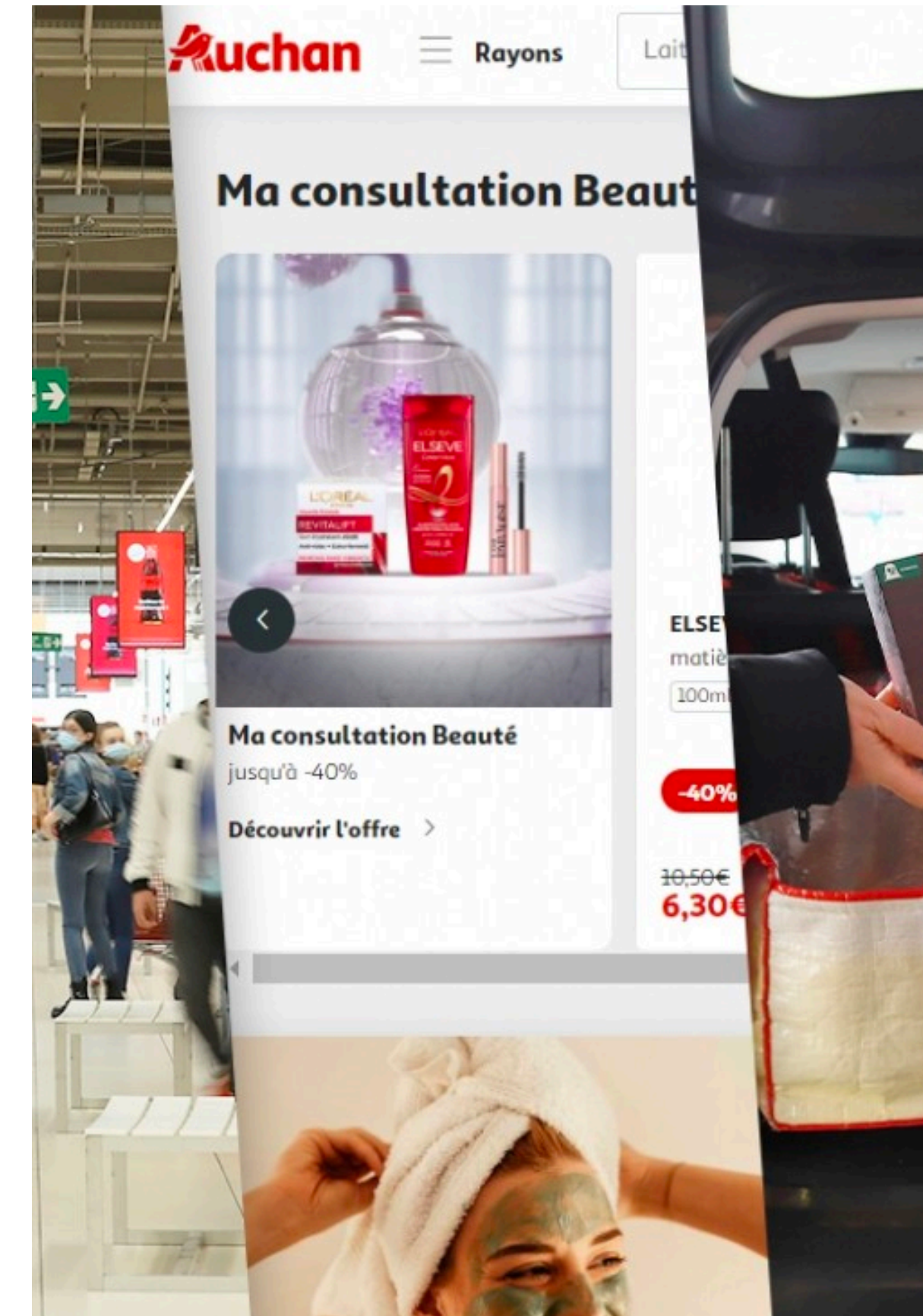
ABONNEMENT



SECONDE MAIN



RETAIL MEDIA



LOCATION : CONSTITUER DES REVENUS SUPPLÉMENTAIRES ET ANTICIPER LA CRISE ÉCONOMIQUE + ÊTRE PLUS PROCHE DES ATTENTES & PRATIQUES DES CONSOMMATEURS

IKEA



La possibilité de louer les **meubles**

RENT THE RUNAWAY



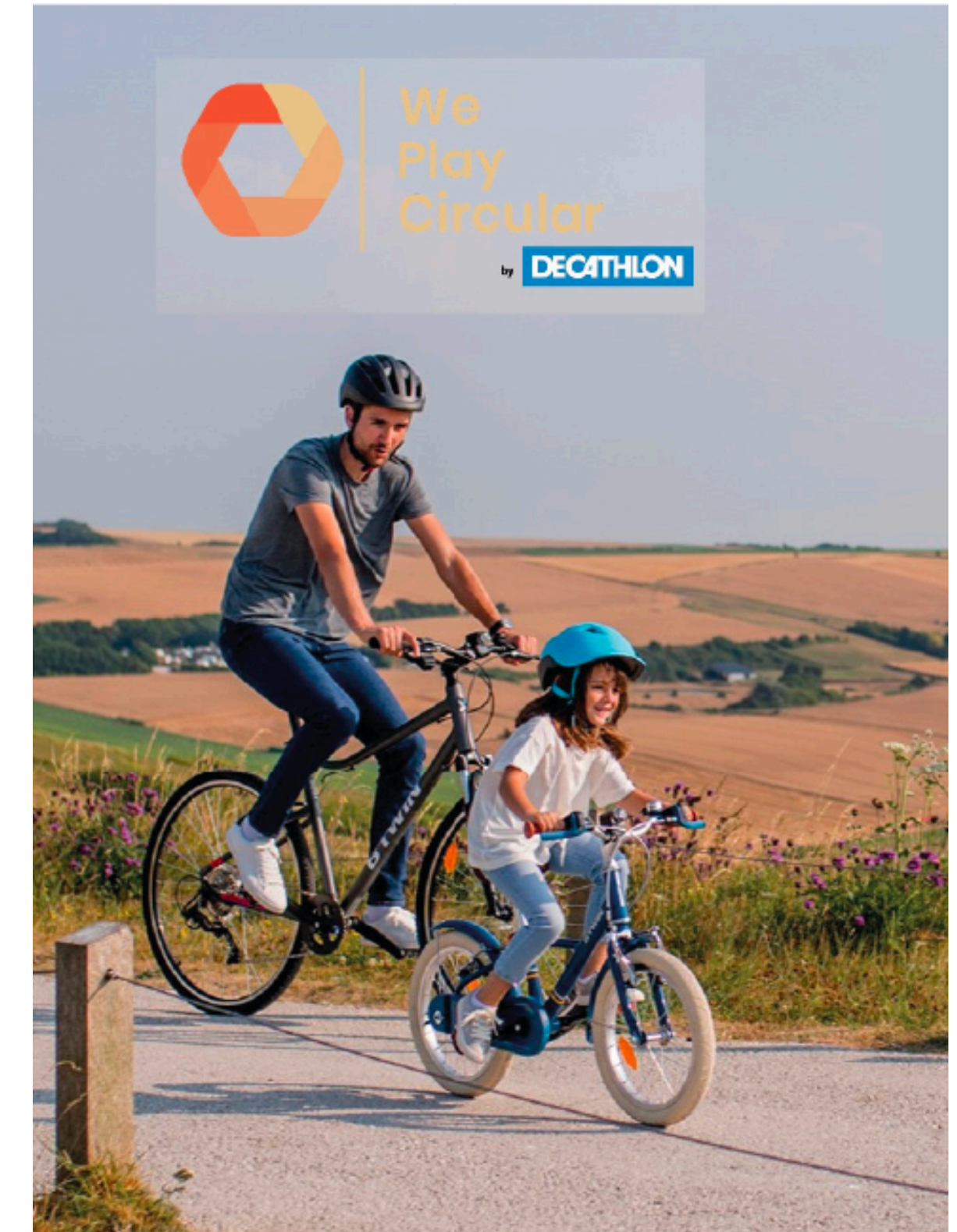
Louer des **vêtements** de créateurs de mode en échange d'un abonnement

REI



Louer le **matériel de camping**

DECATHLON



Le projet **We Play Circular** propose de louer plus de 40.000 références

ABONNEMENT : FIDÉLISER LE CLIENT ET PÉRENNISER SES REVENUS

DECATHLON



Matériel de sport : Decathlon teste un service d'abonnement à la Netflix. - © Xavi Lopez/SOPA Images/LightRocket/Getty Images

SAUVEGARDER

Decathlon a lancé une expérimentation en Belgique : pour 20 à 80 euros par mois, les clients de l'enseigne peuvent utiliser certains de ses produits. Pour le moment, ils proposent des vélos électriques, des paddles ou encore des tentes.

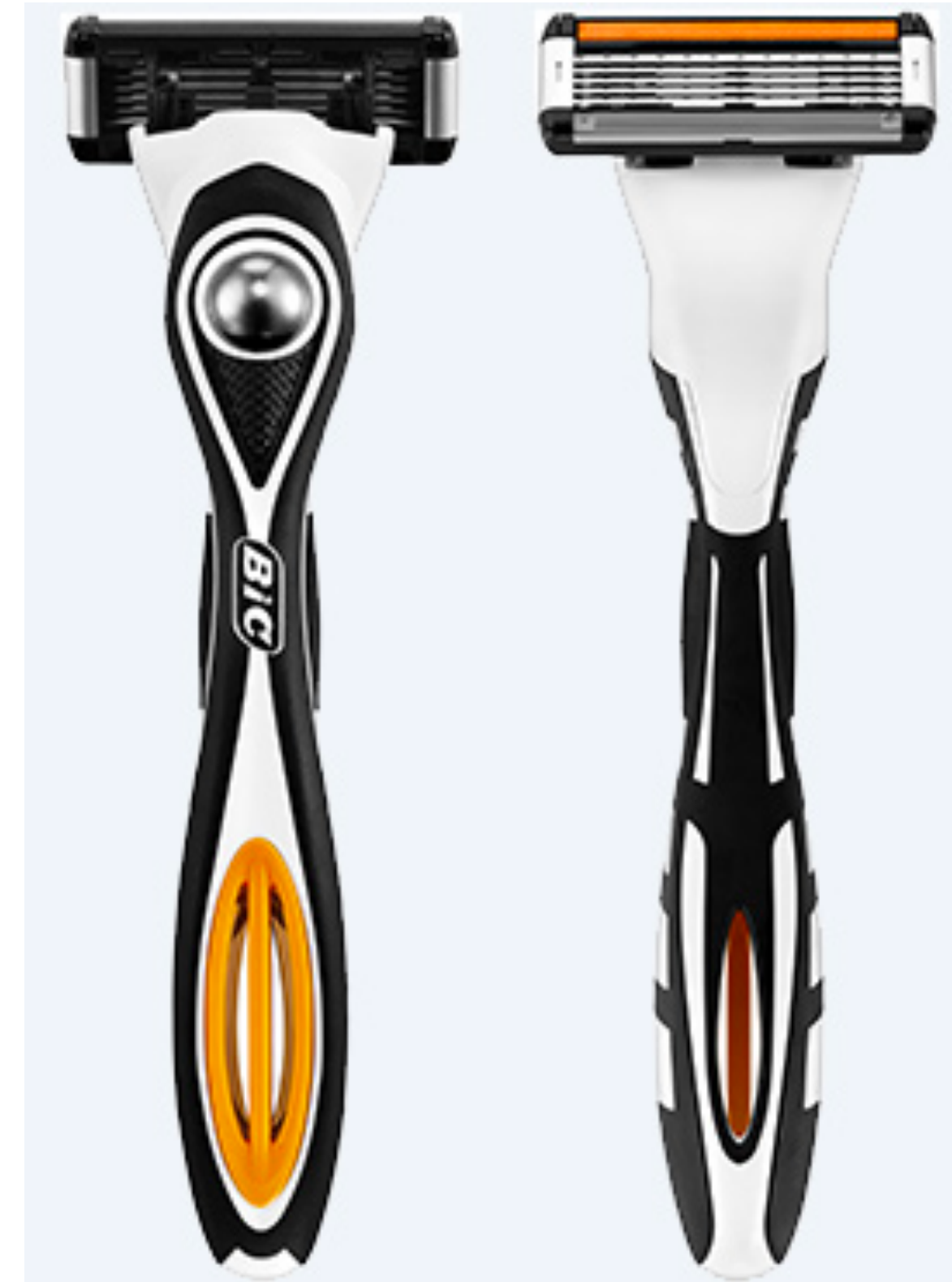
Decathlon Belgique : pour 20 à 80 €/mois, les clients peuvent utiliser certains de ses produits (vélos électriques, paddles, tentes...)

CARREFOUR



Carrefour+ : 15% de réduction sur tous les produits de ses marques distributeurs contre un abonnement de 5,99€ / mois à Rouen et ses environnements

BIC



Un abonnement pour recevoir ses **lames de rasoir à domicile** tous les mois, moins chers qu'en grande surface

RED ORKA



Red Orka propose un abonnement pour des **grenouillères réutilisables** par au moins 6 bébés pour économiser jusqu'à 5 400l d'eau par client et 48% de CO2

SECONDE MAIN : DÉVELOPPER DE NOUVEAUX REVENUS EN ÉTANT PLUS DURABLES

LEVI'S



Acheter des articles d'occasion en ligne ou les échanger dans les magasins physiques contre une carte cadeau ou un crédit

THE KOOPLES



The Kooles lance Second Love, sa plateforme d'articles de seconde main

IKEA



IKEA recycle et reprend vos anciens meubles IKEA en magasin en échange d'une carte cadeau.

IDLE FISH



L'application d'Alibaba Idle Fish contribue à l'essor du commerce de seconde main en Chine, surtout chez les jeunes

RETAIL MEDIA : APRÈS AMAZON, LES RETAILERS CRÉÉ DE NOUVEAUX REVENUS AVEC LEUR DONNÉES CLIENTS

CDISCOUNT

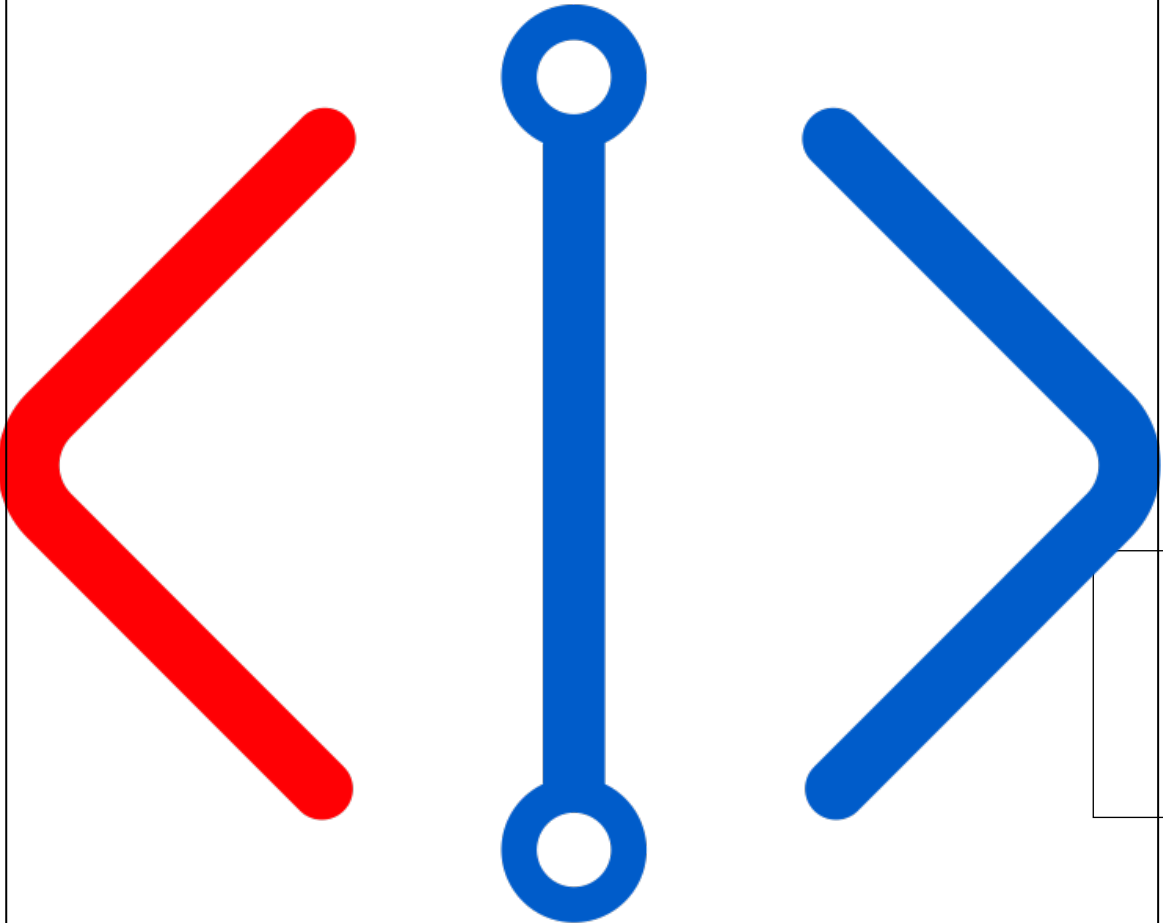
CARREFOUR

FNAC-DARTY

CASINO & INTERMARCHÉ



**accompagne les
marques, vendeurs,
fournisseurs dans le
développement de leur
visibilité et de leurs
ventes**
[CONTACTEZ-NOUS](#)


Carrefour
LINKS


MyRetailLink by Fnac Darty
**Première solution intégrée de
partage de données omnicanales
et d'activation media**
[VOIR LA PRÉSENTATION](#)


**L'OFFRE RETAIL MEDIA LA PLUS
PUISSANTE DU MARCHÉ**
Infinity Advertising est le fruit d'une union entre deux
groupes de confiance français : Intermarché et le
groupe Casino.
Tous nos outils vous sont dédiés pour vous aider à
comprendre, valider et atteindre vos objectifs business,
et vous permettent de simplifier vos activités de publicité
digitale et de faciliter votre quotidien.



Cdiscount Advertising

Carrefour Links

MyRetailLink

Infinity Advertising

STAY TUNED ! HUBREPORT À VENIR :

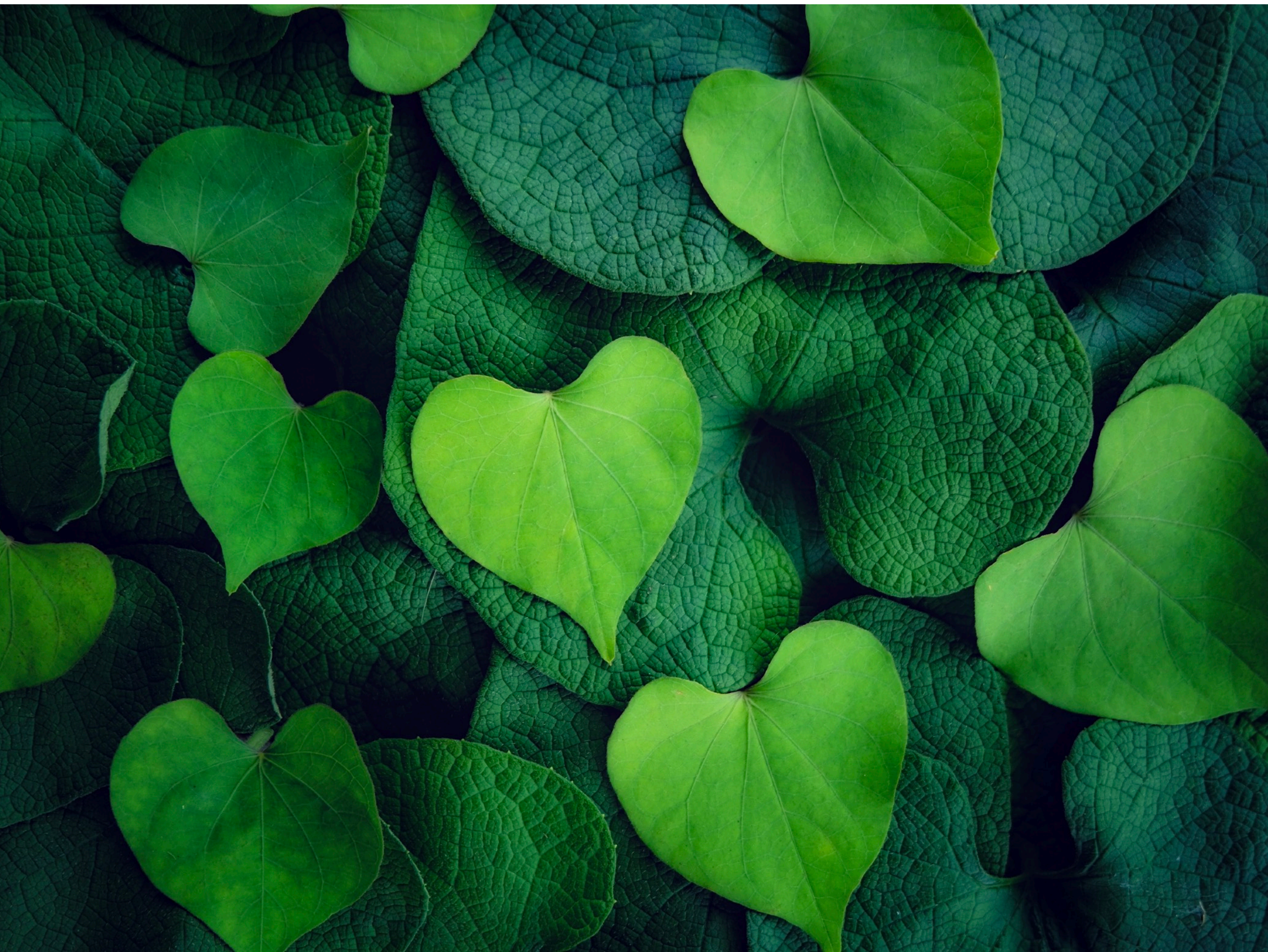
« RETAIL MEDIA : LE NOUVEL ELDORADO DES MARQUES »



RETAIL MEDIA : le nouvel Eldorado des marques

www.hubinstitute.com





POSITIONNEMENT : RETRAVAILLER LA **PERTINENCE** DE VOTRE MODÈLE

02

UN MONDE EN BURNOUT FACE À LA PERMACRISE ET AU MANQUE D'ESPÉRANCE

LA MODERNITÉ EN ÉCHEC FACE À SES PROMESSES

AVANT

MODERNITÉ = 😊

PROGRÈS TECHNIQUE
ET MORAL

LIBERTÉ

BONHEUR
= IDÉAL COLLECTIF

NOW

MODERNITÉ = PERMACRISE 😭

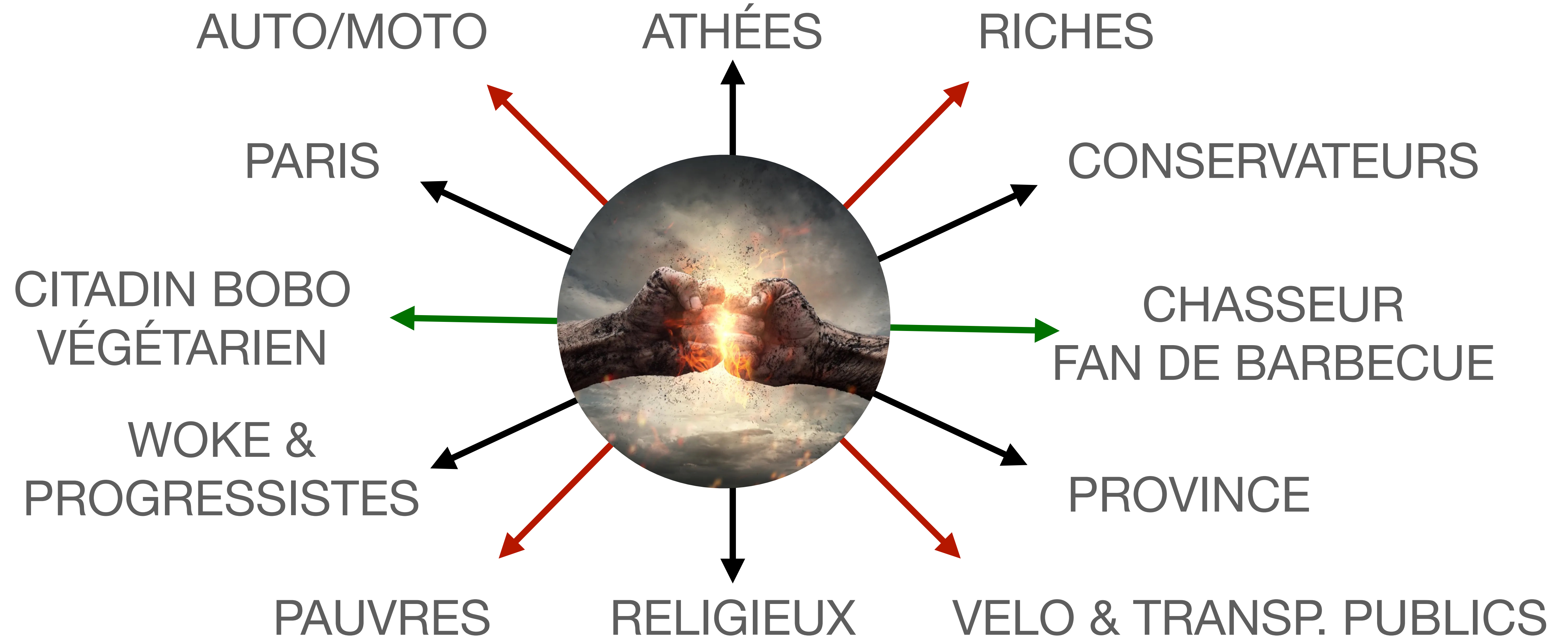
TECHNOLOGIE = DANGER
(SURVEILLANCE, POLLUTION)

CONFORT > LIBERTÉ

IDÉAL INDIVIDUALISTE
CONSO, CARRIÈRE, DEV PERSONNEL
≠ BONHEUR ≠ SENS

MARKETING ≠ BONHEUR MAIS EN DONNER L'ILLUSION
/ UN PLAISIR, UN BIEN ÊTRE IMMÉDIAT > DOPAMINE

HYPERPOLARISATION DU MONDE, DES OPINIONS, DES GENS, DES CONSOS



VERS UNE RADICALISATION CROISSANTE ≠ VIVRE ENSEMBLE

AU LIEU DE TROUVER DES POINTS COMMUNS / S'AFFRONTER SUR NOS DIFFÉRENCES

HYPERPOLARISATION DU MONDE, DES OPINIONS, DES GENS, DES CONSOS

EX : LES PAUVRES CONTRE LES RICHES > EAT THE RICH!

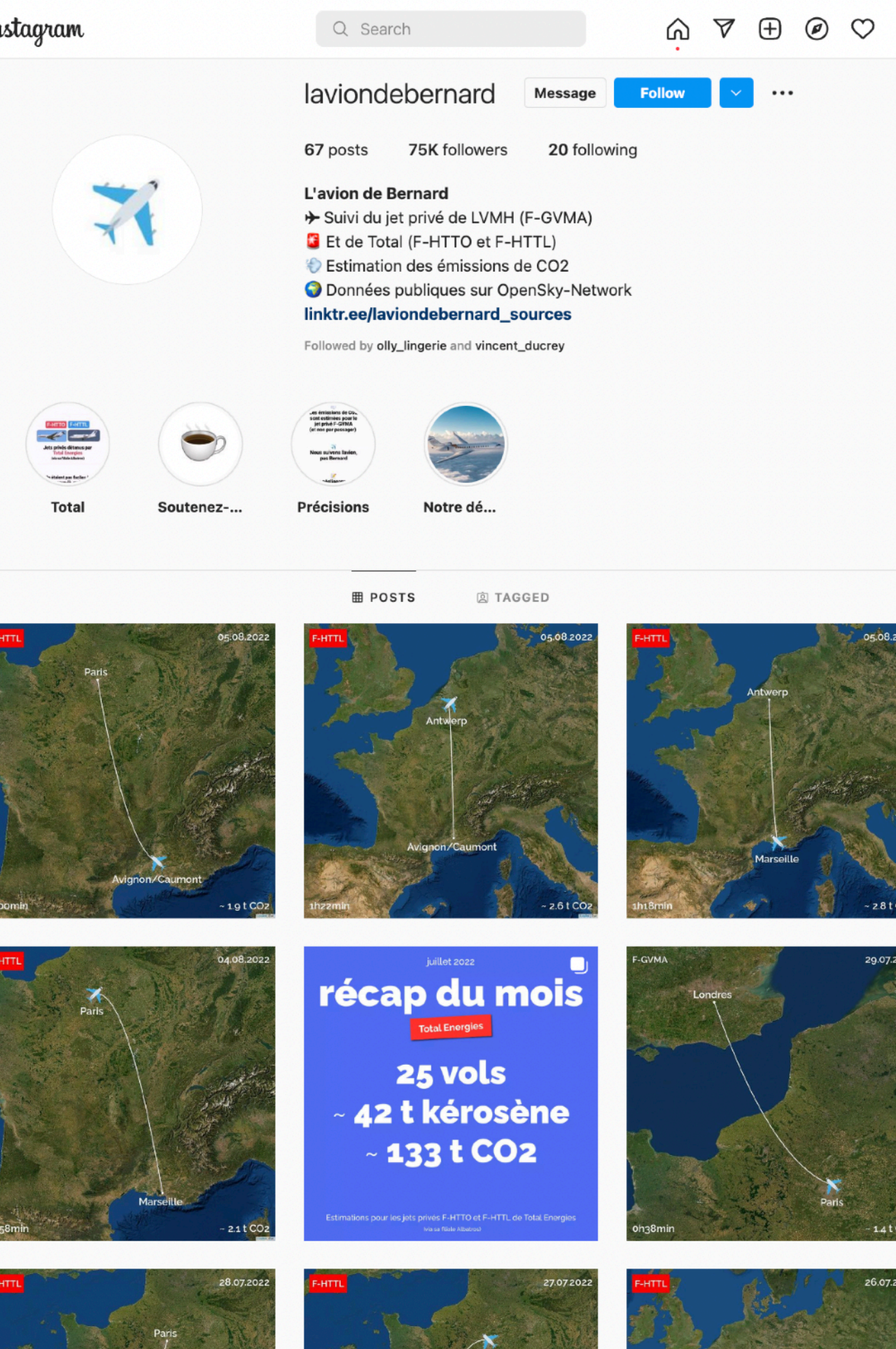
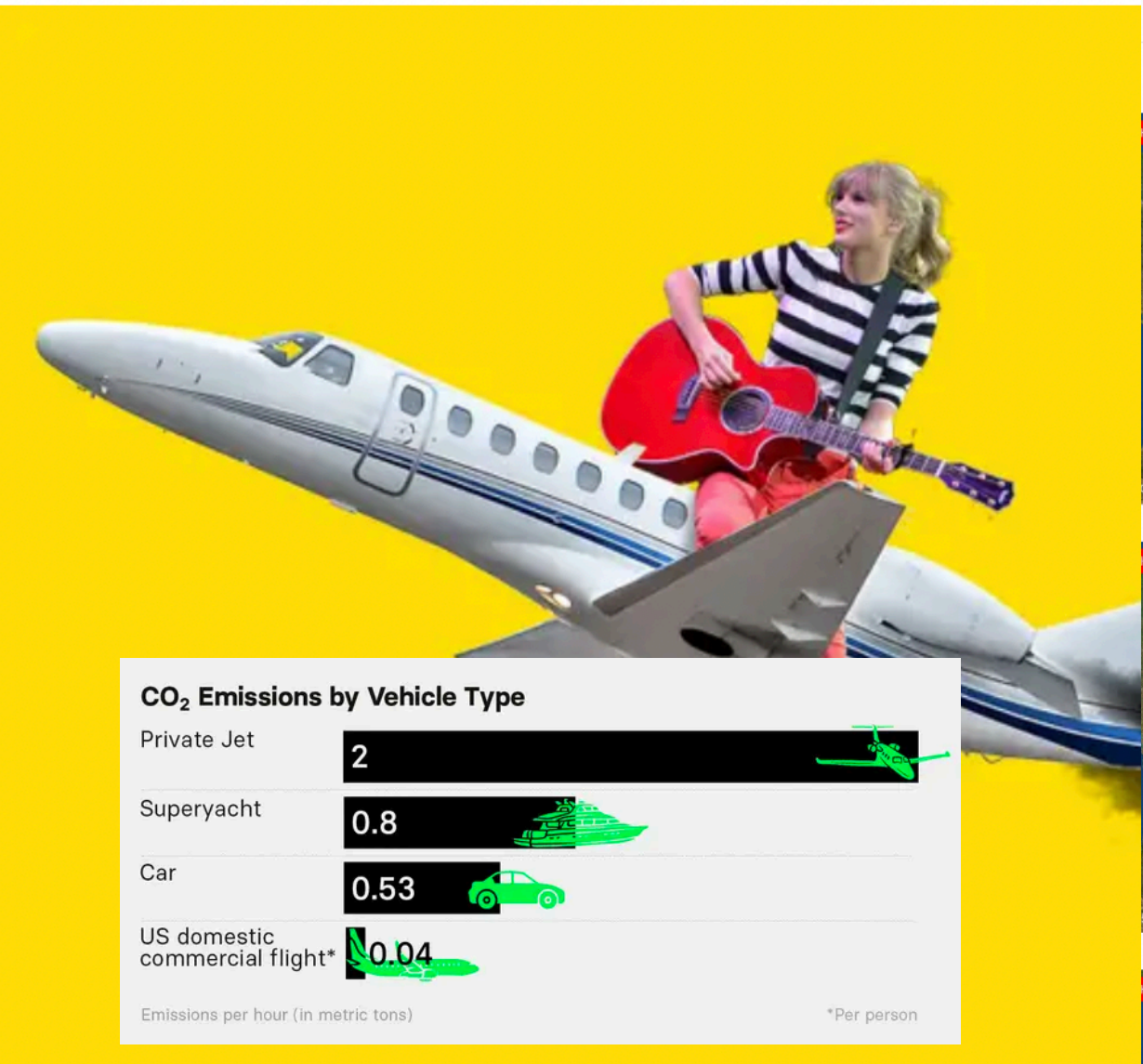
Here's How Bad Taylor Swift's Airplane Emissions Really Are

The stakes are higher than you think.

Leslie Finlay
BuzzFeed Contributor

Posted 18 hours ago

View 21 comments



Victime d'un SPA vandalisé, le propriétaire d'un chalet raconte

Sept autres propriétaires sur le coteau de La rayée ont été victimes d'un "perceur" de Jacuzzi

08 août, 2022 La Rédaction A la Une, Faits Divers, Vosges 55



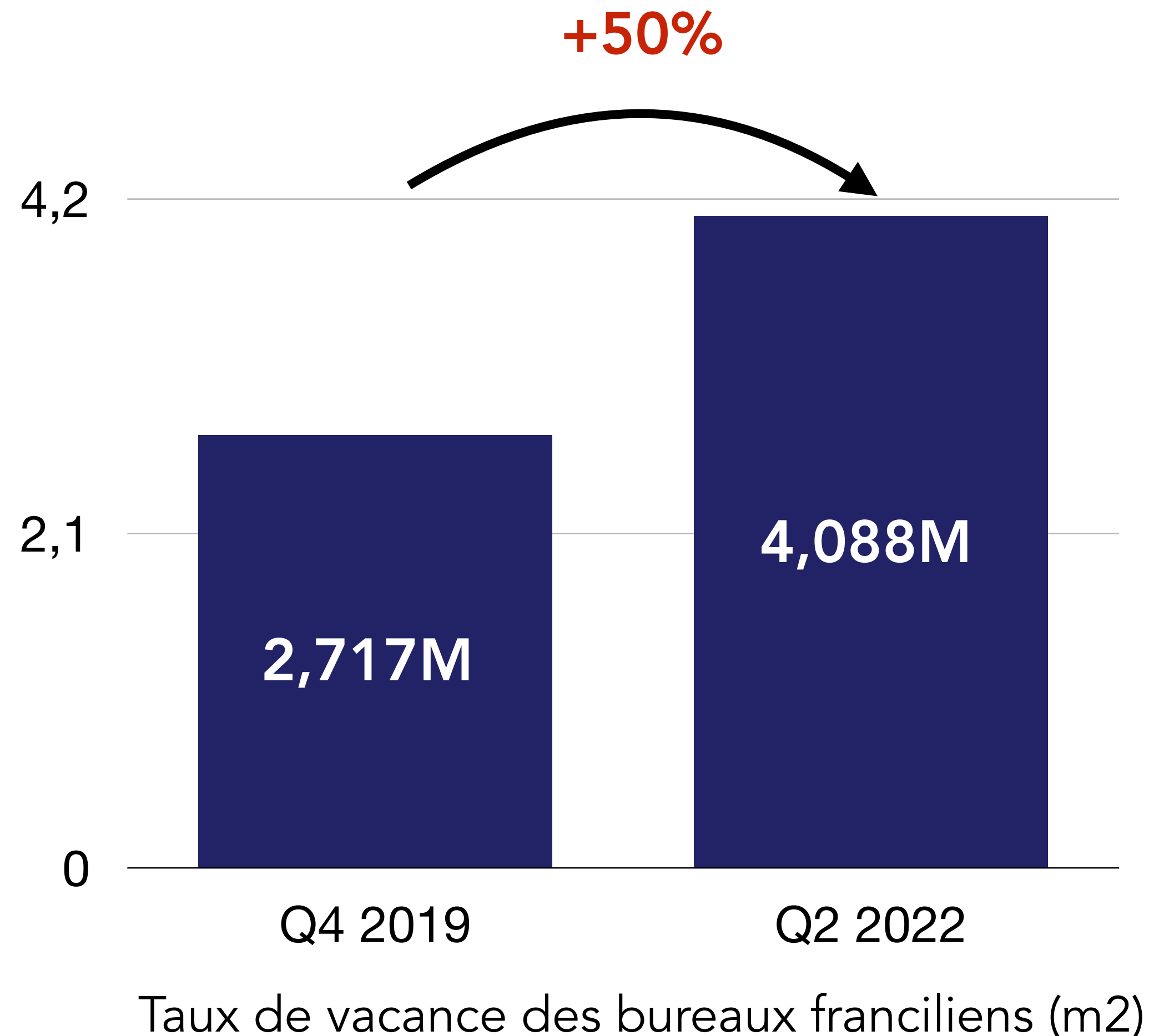
A BAS LES JETS... ET LEURS PROPRIÉTAIRES...

A BAS LES GOLFEURS, ET LES JACUZZIS!
LES SUV

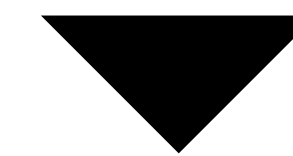
2.1 CÔTÉ EMPLOYÉS, ILS **NE VEULENT PAS REVENIR AU BUREAU**

+50% DU TAUX DE VACANCE DES BUREAUX FRANCILIENS DEPUIS LA PANDÉMIE

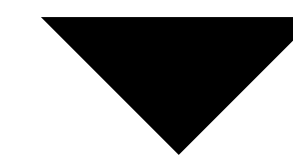
→ LES ENTREPRISES FONT FACE À UN NOUVEL ENJEU : LE RETOUR DES EMPLOYÉS AU BUREAU



**COMMENT FAIRE REVENIR
LES EMPLOYÉS ?**



MODERNISATION DES BUREAUX ?
RÉORGANISATION DE L'ESPACE ?



OUI, MAIS **CELA NE SUFFIT PAS**

GRANDE DÉMISSION, “DÉSERTEURS”, QUIET QUITTING, FIRE! QUAND LES DIPLÔMÉS ET LES CADRES CHERCHENT À “QUITTER LA RAT RACE”



F.I.R.E. MOVEMENT STRATEGIES

- Cut wasteful spending
- Cook at home
- Focus on free activities
- Autopilot savings

What is quiet quitting?

Kathy Kacher, founder of [Career/Life Alliance Services](#), said that “quiet quitting” is a new term for an old concept: employee disengagement.

But it’s arriving in a moment of “unprecedented burnout,” Kacher said. It’s coming in on the heels of the “Great Resignation,” which saw an average of nearly [4 million employees](#) leave their jobs each month in 2021 amid clashes over flexibility and a [widespread reevaluation](#) of how work should fit into their lives.



L'ATTRACTIVITÉ DU CDI EN BAISSÉ, FACE À D'AUTRES ALTERNATIVES

MISER SUR SOI ET NON SUR L'ENTREPRISE : LES ATTRAITS DE L'AUTO-ENTREPRENARIAT

- Simplification de l'entrepreneuriat
- Startups financées par les levées de fonds
- Outils accessibles (internet, Sans, cloud, coworking...)
- Autoformation accessible (Mooc, tuto, livres, blogs...)
- Confort de vie en province
- La précarité permet la liberté (vanlife...)
- Attraites du digital nomadisme
- Confiance en soi & priorité donnée au sens/ à ses valeurs
- Nouveaux modèles de réussite



- Conditions de travail difficiles & peu motivantes
- Temps de transport
- Manque d'autonomie
- Enjeux de rémunération
- Manque d'équilibre vie pro/ perso
- Recherche de sens
- Conflit de valeurs
- Automatisation & perte de valeur

DES ENTREPRISES QUI PARIENT SUR LA RÉORGANISATION DES ESPACES

ZENCHEF



Zenchef a réorganisé ses bureaux en flex office avec une décoration à mi-chemin entre restaurant et appartement parisien.

KATCHME



Katchme a décidé de créer une salle de jeu et d'installer un punching ball qui était demandé par les équipes avant la pandémie.

HAVAS



Havas Londres a parié sur une nouvelle cantine devenue un restaurant branché et une diététicienne pour conseiller les employés.

ALCATEL-LUCENT



À Ilkirch-Graffenstaden, Alcatel a réorganisé son open space de 400 places pour en garder 200 avec un poste de travail pour 2 employés. Les employés souvent présents ont des places attitrées.

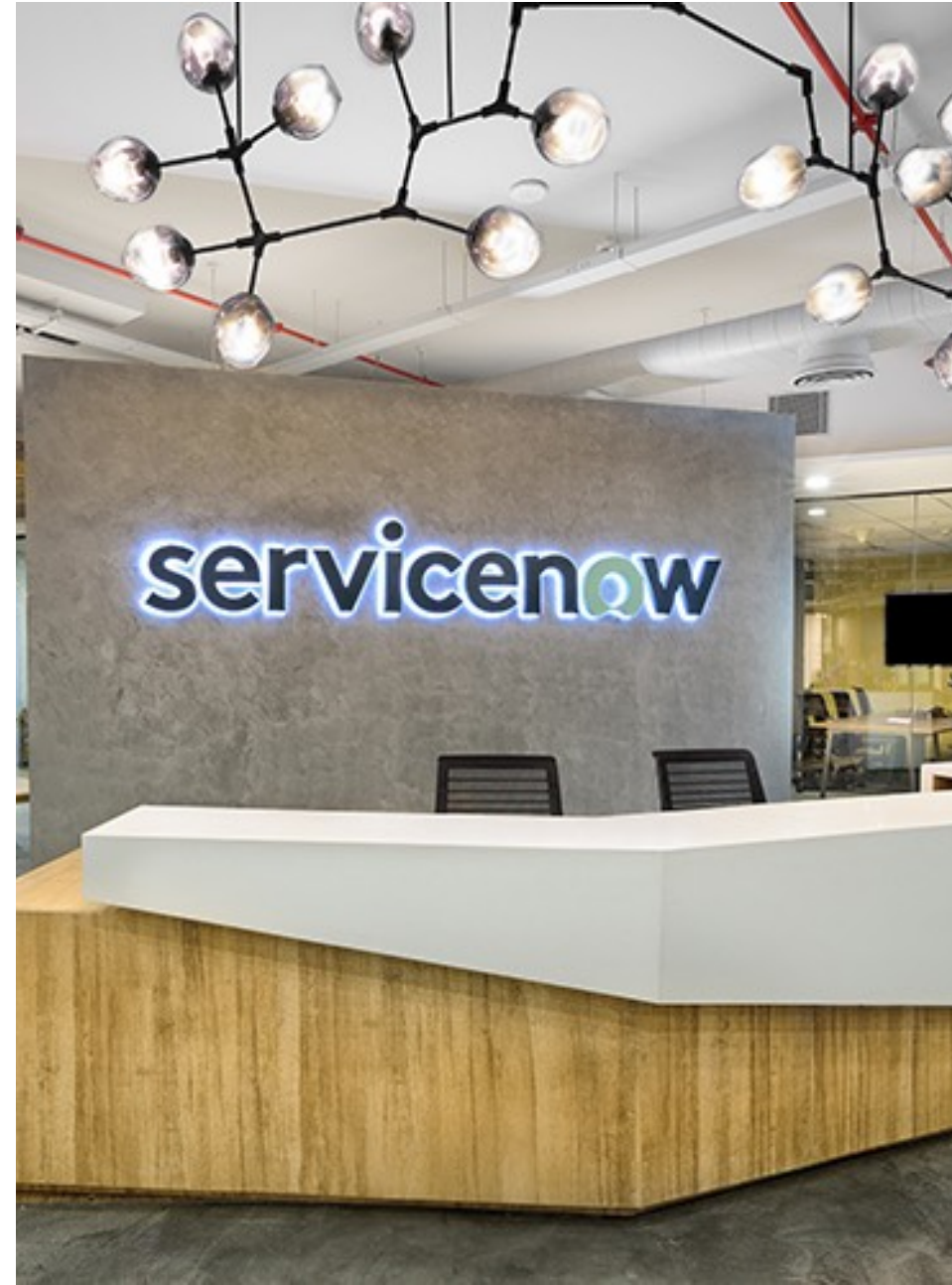
TANDIS QUE D'AUTRES FAVORISENT LE BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉS

SOCOPLAN



Socoplan a décidé de faire appel au magicien Mehdi Ouazzani pour offrir des pauses divertissantes à ses employés.

SERVICE NOW



Service Now au Canada a décidé de ne pas imposer de planning fixe, misant sur l'autonomie de ses employés.

BLUELINEA



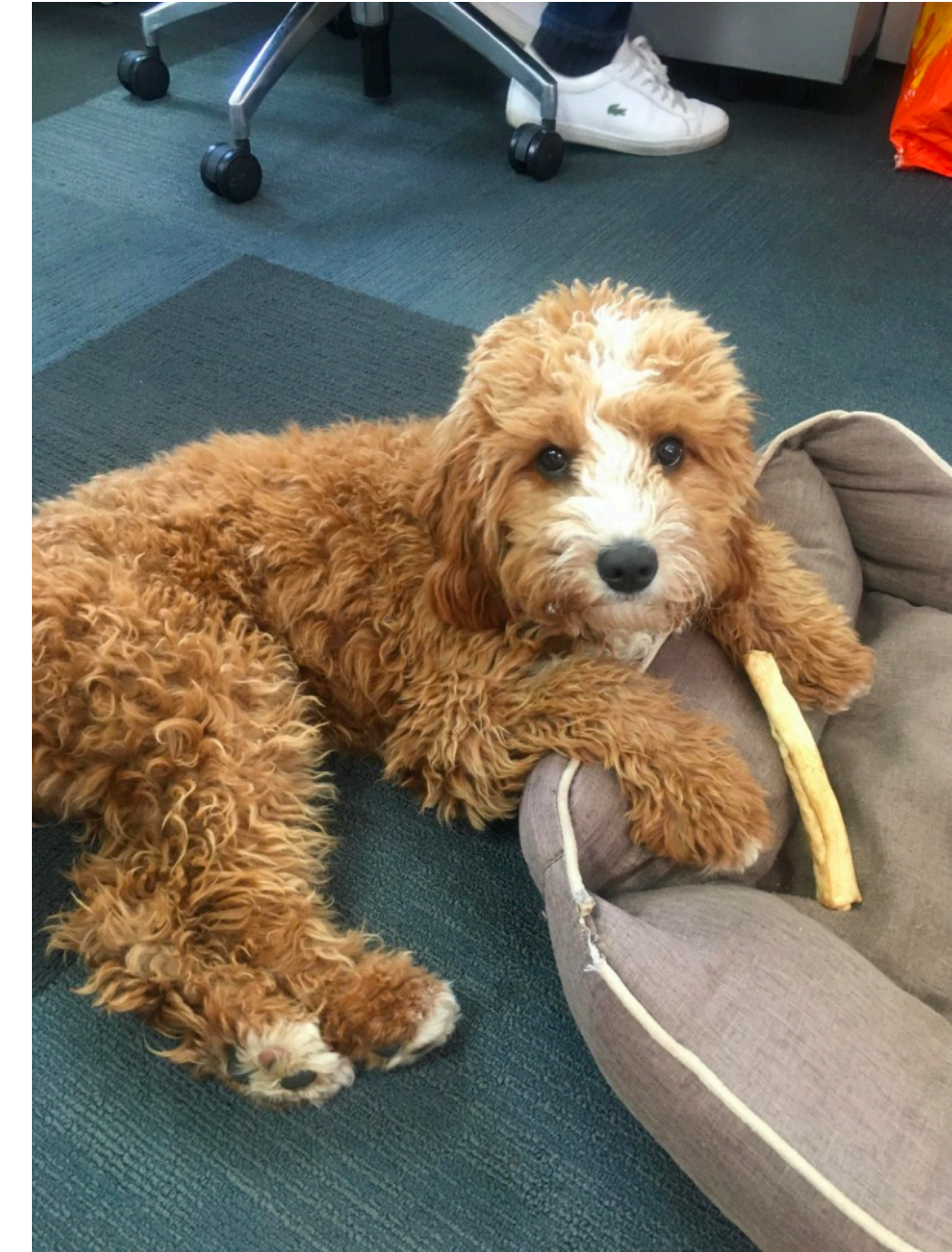
Pour veiller au bien-être de ses salariés, Bluelinea a engagé un majordome pour s'occuper de toutes les petites attentions et les aider en cas de difficultés privées (type garde d'enfant)

MICROSOFT



Pour le retour de ses salariés, Microsoft a mis en place divers ateliers : dégustation de vin, parties d'échecs, fabrication de terrarium, ..

TRUST IN SODA



À Londres, Trust In Soda permet à ses employés de venir au bureau accompagnés de leurs chiens pour éviter qu'ils n'aillent chez un concurrent autorisant le télétravail permanent.

ET CERTAINES PRÉFÈRENT PLUTÔT OFFRIR DES CADEAUX OU DES COMPENSATIONS

GOOGLE



Google a décidé d'offrir à tous ses salariés américains qui reviennent au bureau un abonnement à Unagi, un service de trottinette électrique. À 49\$ par mois, la totalité de l'abonnement et des frais est prise en charge par Google. La seule obligation pour les salariés est de faire minimum 9 voyages dans le mois.

PCW



À Londres, le cabinet de conseil PWC a décidé d'offrir une prime de 1200 euros à tous les salariés qui reviennent au bureau. Non-soumise à d'autres conditions, ils sont libres de la dépenser comme ils le veulent.

QUALCOMM



Chez Qualcomm, le retour des employés au bureau s'est fait dans une ambiance happy hour avec de nombreux cadeaux comme des tee-shirts et de la nourriture et des boissons gratuites.

MAIS LES **ACTIONS GADGETS** NE MASQUERONT PAS LE **MANQUE DE SENS** ET/OU UN REFUS DE MAUVAISES CONDITIONS



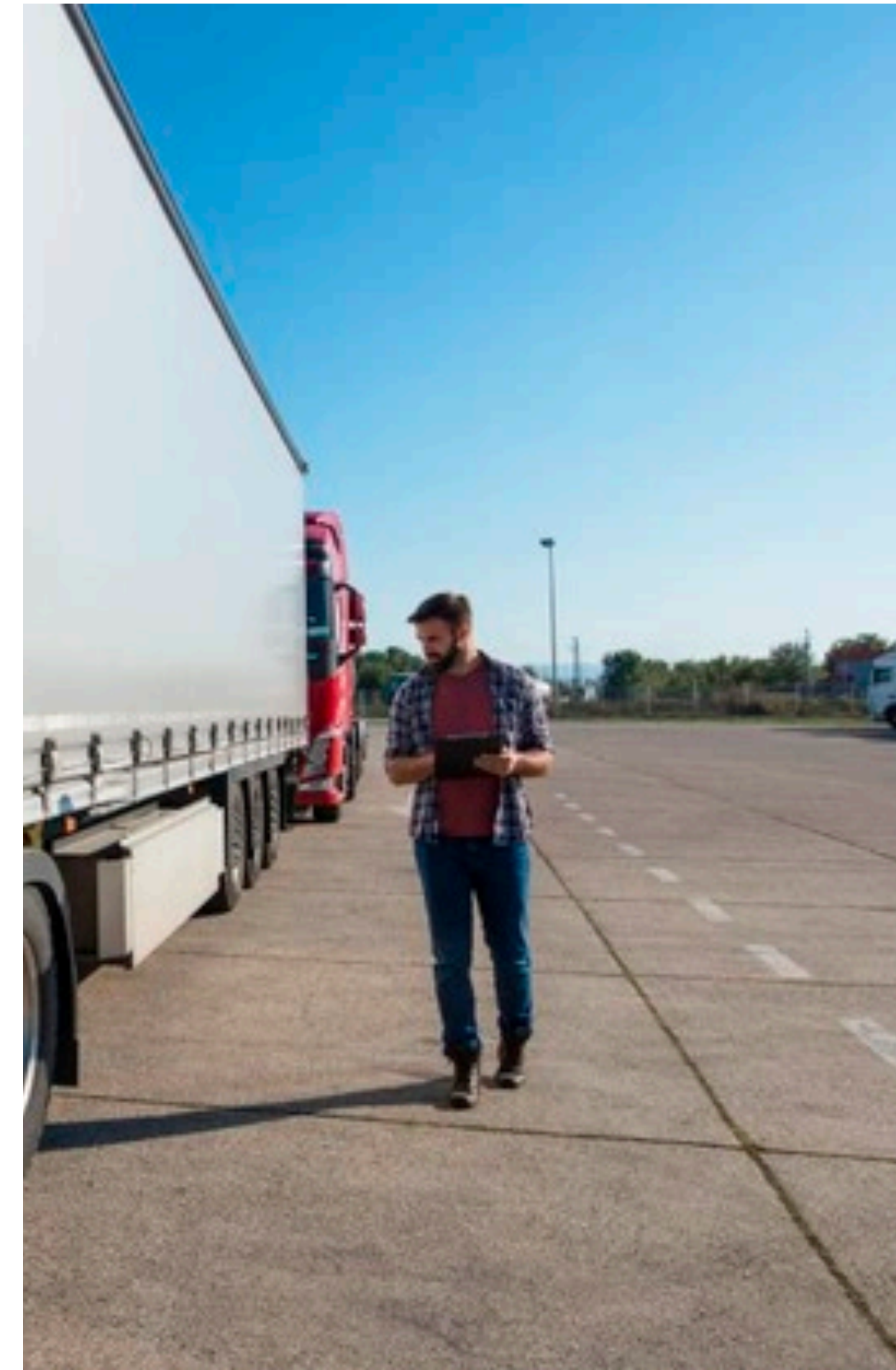
France: +200,000 travailleurs du secteur de l'hôtellerie et de la restauration ont démissionné



Etats Unis: Tentatives de syndicalisation chez Amazon



Angleterre Les chauffeurs Uber défendent leur droit à une rémunération équitable



Etats-Unis: Les chauffeurs routiers quittent la profession en raison des mauvais salaires

FACE À LA CRISE : DE **NOMBREUSES ATTENTES** DES CONSOMMATEURS/CITOYENS/EMPLOYÉS

TRANSPARENCE



- SUR LES INGRÉDIENTS
- SUR LES ORIGINES
- SUR LE COÛT
- SUR LA PUBLICITÉ CACHÉE
- ...

ENGAGEMENT



- RAISON D'ÊTRE
- VALEURS
- COHÉRENCE D'ACTIONS
- IMPACT RÉEL VS COM
- ...

DLVPMT DURABLE



- ECO-CONCEPTION
- ÉNERGIE À FAIBLE TENEUR EN CARBONE
- PRODUITS ORGANIQUES/LOCAUX
- ÉCONOMIE CIRCULAIRE
- ...

DEI



- INCLUSION
- DIVERSITÉ
- PROTECTION SOCIALE
- ÉQUILIBRE VIE PROFESSIONNELLE/VIE PRIVÉE
-

2.2 CÔTÉ CLIENTS : COMMENT FAIRE FACE À LA PERMACRISE?

INTROSPECTION OU ADDICTIONS, RETOUR À L'ESSENTIEL OU ÉCHAPPÉE VIRTUELLE?

RETOUR À L'ESSENTIEL / BONHEUR DIFFÉRÉ

ÉCHAPPER AU RÉEL / BONHEUR IMMÉDIAT

AUTARCIE

NATURE ET BIEN ÊTRE
SANTÉ MENTALE, MEDITATION, YOGA, CBD
RECHERCHE ÉQUILIBRE ET SÉRÉNITÉ

PASSION ECONOMY

COMMERCE DURABLE ET ENGAGÉ

COMMUNAUTÉ & PARTAGE / ONG

CUSINE À LA MAISON, DIÉTÉTIQUE

SPORT & WELLNESS

EDUCATION FINANCIÈRE (IMMO/FIRE)

NÉOSTALGIE CULTURELLE / SURVIVALISME

META VERSE

ESCAPISM / PLAISIRS ARTIFICIELS
FÊTES, DROGUES, ALCOOL,
DOPAMINE & RECHERCHE DE BONHEUR IMMÉDIAT

ADDICTION AU VIRTUEL & JEUX VIDÉOS

QUICK COMMERCE, FAST FASHION, MASS CONSO

EXTREMISME / INTEGRISME / REPLI / DEV PERSONNEL / COMPTOTISME

JUNKFOOD, TROUBLES ALIMENTAIRES

DOPAGE, MUSCU, CHIRURGIE ESTHÉTIQUE, INSTAGRAM VANITÉ

CRYPTO ET NFT

TECHNO UTOPIISME / EFFONDRIISME

2.2 CÔTÉ CLIENTS : COMMENT FAIRE FACE À LA PERMACRISE?

INTROSPECTION OU ADDICTIONS, RETOUR À L'ESSENTIEL OU ÉCHAPPÉE VIRTUELLE?

RETOUR À L'ESSENTIEL / BONHEUR DIFFÉRÉ

NATURE ET BIEN ÊTRE
SANTÉ MENTALE, MEDITATION, YOGA, CBD
RECHERCHE ÉQUILIBRE ET SÉRÉNITÉ

PASSION ECONOMY

COMMERCE DURABLE ET ENGAGÉ

COMMUNAUTÉ & PARTAGE / ONG

CUSINE À LA MAISON, DIÉTÉTIQUE

SPORT & WELLNESS

EDUCATION FINANCIÈRE (IMMO/FIRE)

NÉOSTALGIE CULTURELLE / SURVIVALISME

ÉCHAPPER AU RÉEL / BONHEUR IMMÉDIAT

ESCAPISM / PLAISIRS ARTIFICIELS
FÊTES, DROGUES, ALCOOL,
DOPAMINE & RECHERCHE DE BONHEUR IMMÉDIAT

ADDICTION AU VIRTUEL & JEUX VIDÉOS

QUICK COMMERCE, FAST FASHION, MASS CONSO

EXTREMISME / INTEGRISME / REPLI / DEV PERSONNEL / COMPTOTISME

JUNKFOOD, TROUBLES ALIMENTAIRES

DOPAGE, MUSCU, CHIRURGIE ESTHÉTIQUE, INSTAGRAM VANITÉ

CRYPTO ET NFT

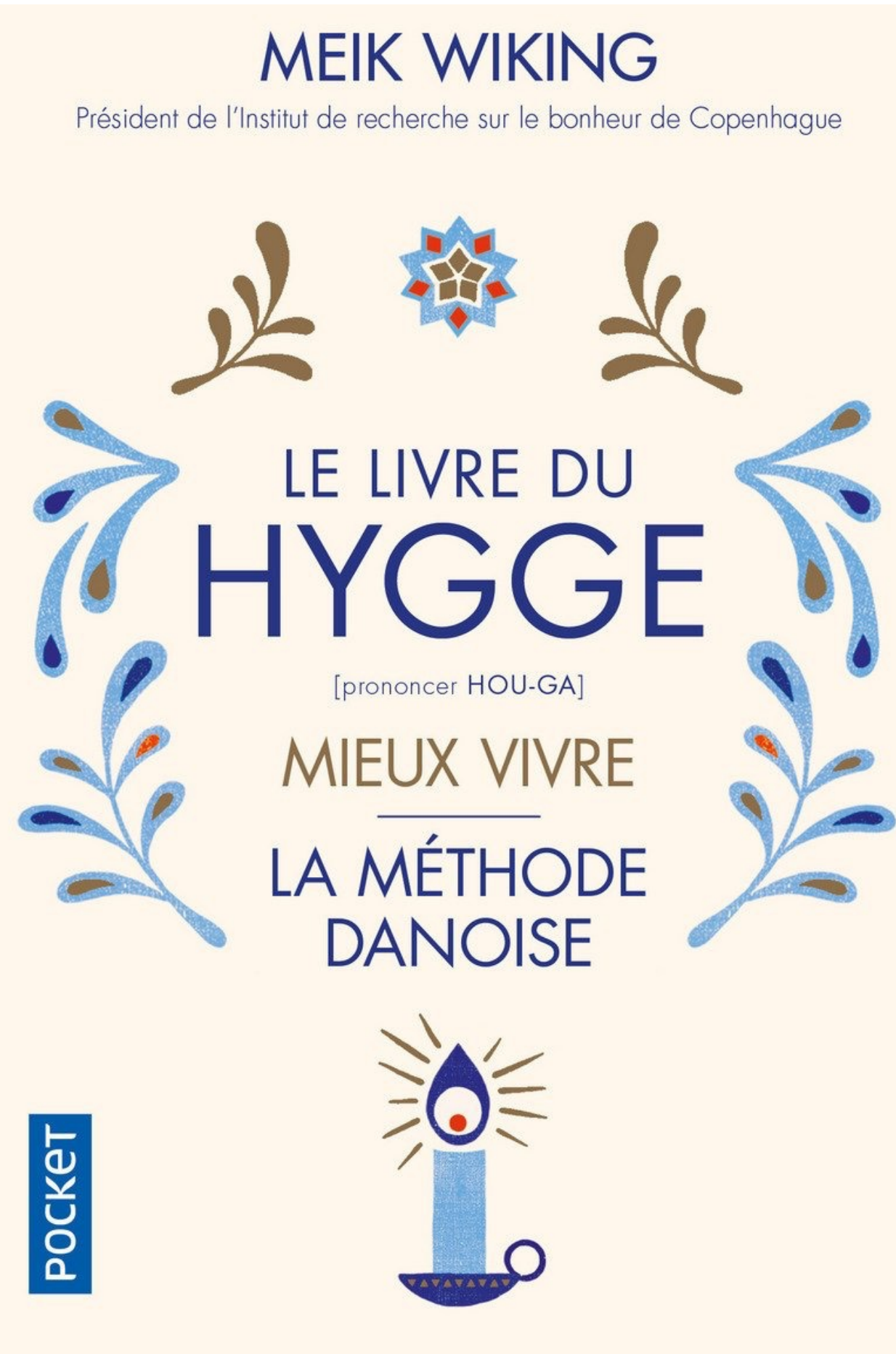
TECHNO UTOPIISME / EFFONDRIISME

AUTARCIE

META VERSE

BURNOUT / PERMACRISE : 1/2 INTROSPECTION & RETOUR À L'ESSENTIEL

LOCAL, AUTHENTICITÉ, NATURE, DÉ-MATÉRIALISME, BIEN ÊTRE, CONFORT,...



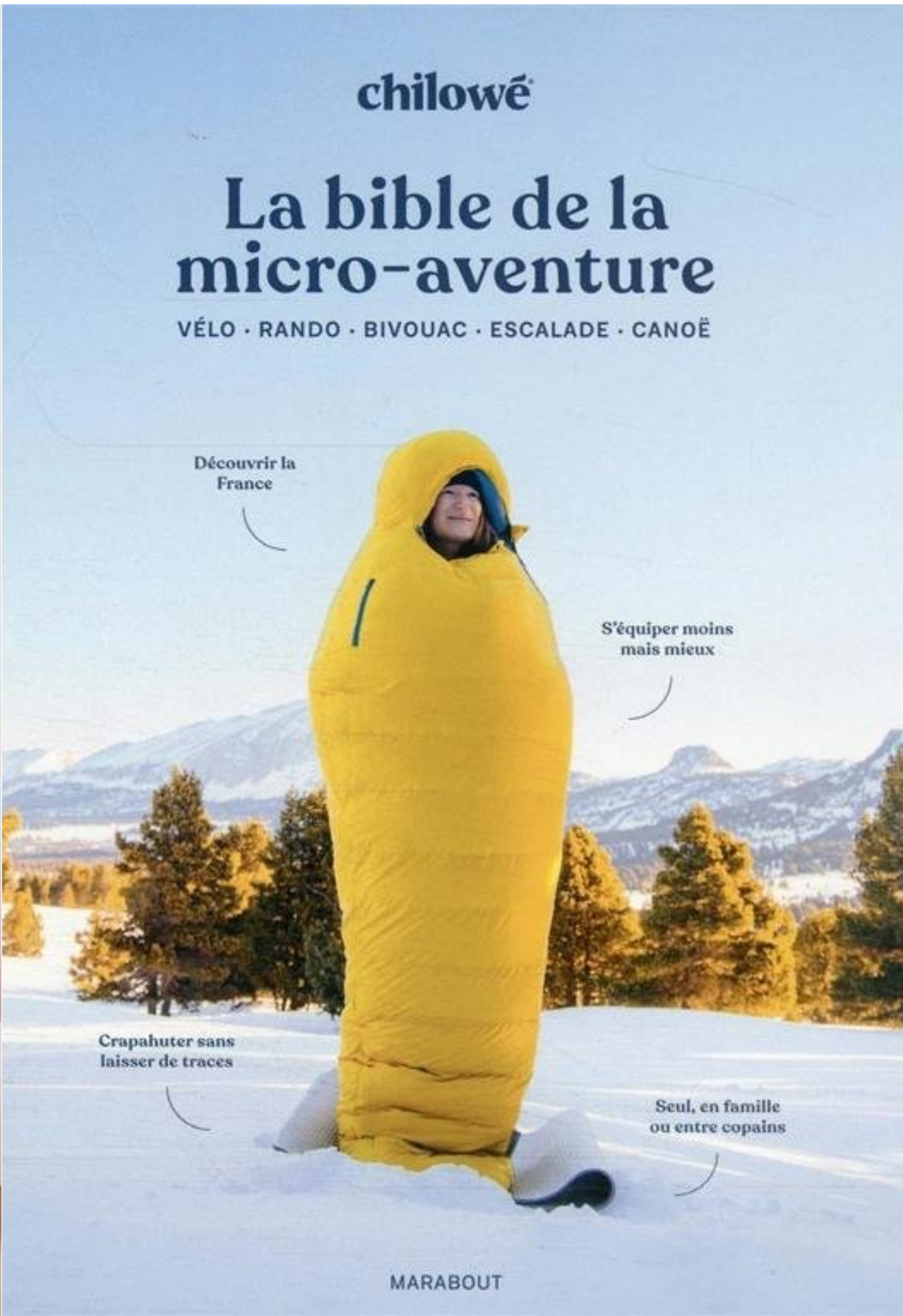
CONFORT, VIVRE-ENSEMBLE ET BIEN-ÊTRE PROFOND



L'ART DE LA SIMPLICITÉ À LA SUÉDOISE": NI TROP, NI TROP PEU ", " SUFFISAMMENT"



MARIE KONDO & LE LE HOME ORGANISING

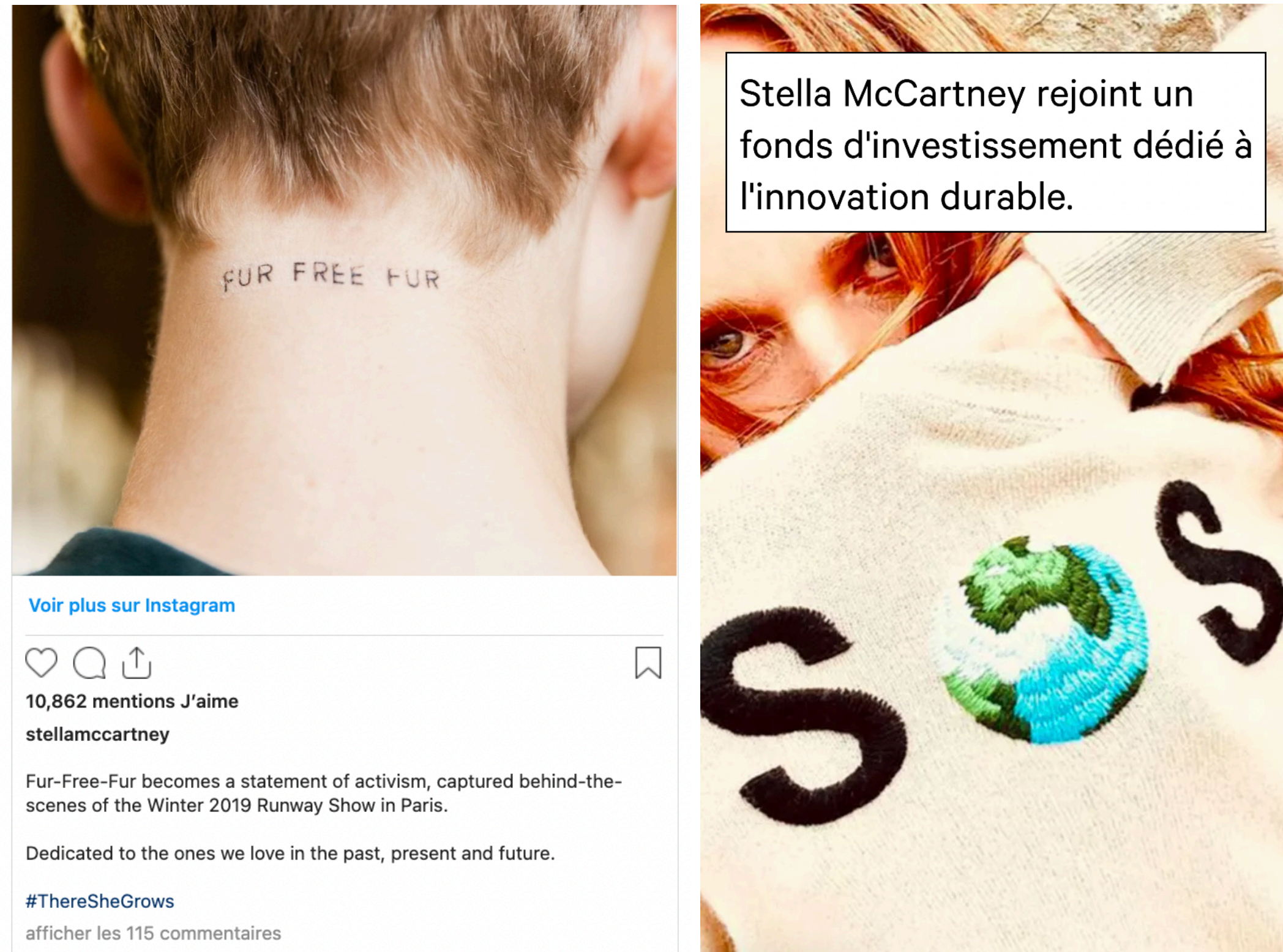


LES MICRO AVENTURES

BURNOUT / PERMACRISE : 1/2 INTROSPECTION & ENGAGEMENT RSE

56% DES FRANÇAIS SOUHAITENT QUE LES MARQUES PRENNENT POSITION SUR LES ENJEUX SOCIÉTAUX ET ENVIRONNEMENTAUX QUI LEUR TIENNENT À COEUR

STELLA MCCARTNEY



McCartney a renoncé à l'utilisation du cuir, de la fourrure et du PVC dans ses collections

NIKE



Hommage au mouvement #BlackLivesMatter

ARIEL



Dénonce les stéréotypes de genre

BURNOUT / PERMACRISE : 1/2 INTROSPECTION & ENGAGEMENT RSE

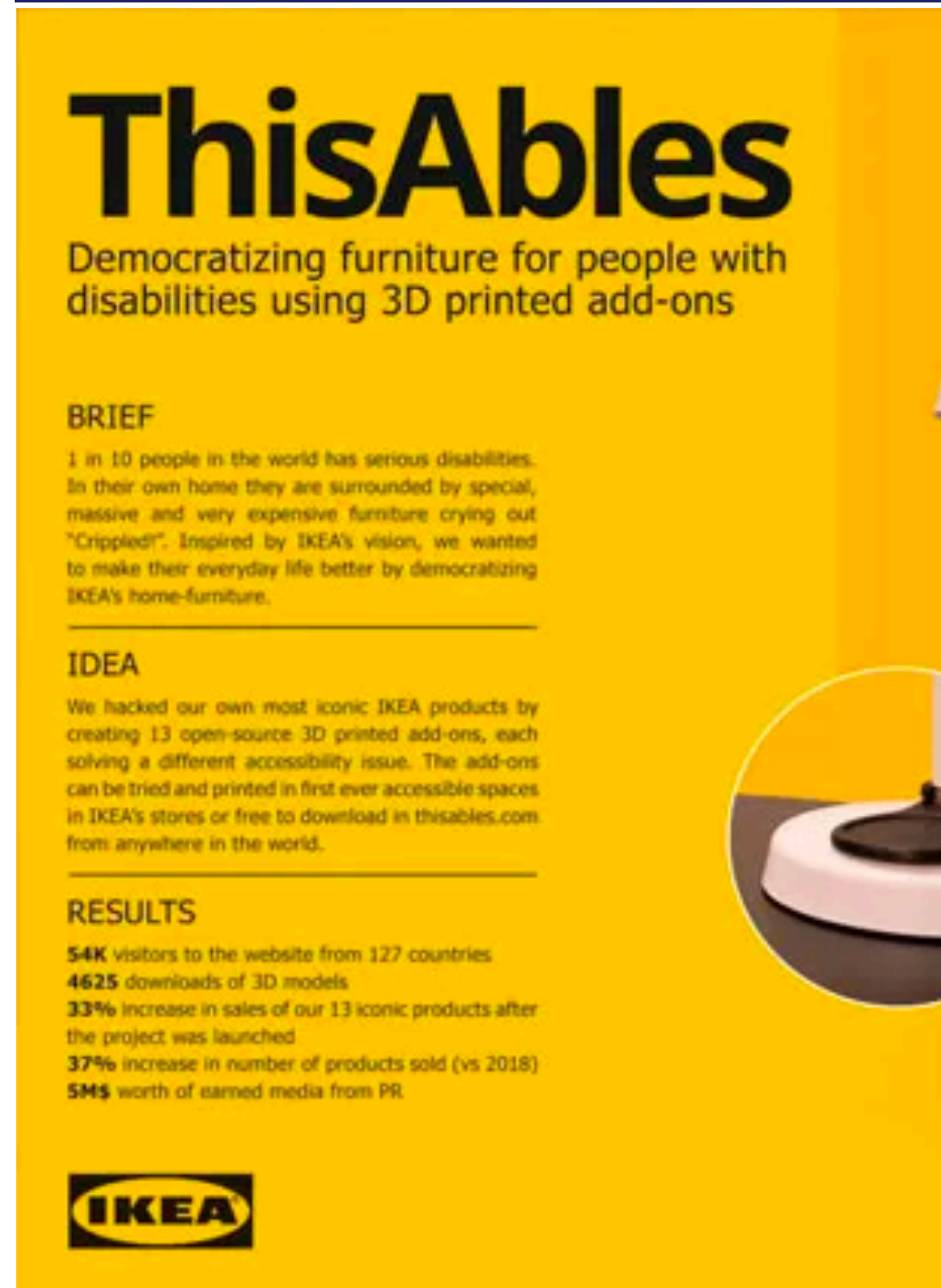
56% DES FRANÇAIS SOUHAITENT QUE LES MARQUES PRENNENT POSITION SUR LES ENJEUX SOCIÉTAUX ET ENVIRONNEMENTAUX QUI LEUR TIENNENT À COEUR

LA REDOUTE



La Redoute a lancé en février 2021 sa propre plateforme de revente C to C nommée La Reboucle

IKEA



Des fichiers téléchargeables et imprimables en 3D pour compléter des objets du quotidien et faciliter leur prise en main

FAGUO



La marque de vêtements française Faguo plante des arbres pour compenser la fabrication de ses produits

MAGGI



Au Brésil, Maggi a lancé le premier livre de cuisine à destination des personnes aveugles et malvoyantes

BURNOUT / PERMACRISE : 1/2 INTROSPECTION & ENGAGEMENT RSE

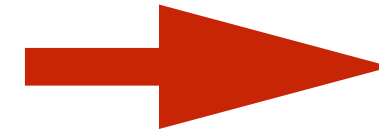
À L'IMAGE DU NUTRI-SCORE POUR LES ALIMENTS, UN ÉTIQUETAGE ENVIRONNEMENTAL DEVRAIT APPARAÎTRE SUR LES PRODUITS TEXTILES

Loi Climat : bientôt un "score carbone" sur les vêtements

Connaître l'impact sur le réchauffement climatique avant d'acheter un produit alimentaire, voilà l'ambition du CO2-score proposé par la Convention citoyenne et reprise par le chef de l'Etat.



On estime que 10 % des émissions mondiales annuelles de carbone proviennent de l'industrie de la mode



CERTAINES MARQUES S'Y METTENT DÉJÀ !

'Your outfit is killing the planet': the company putting a label on fashion's climate impact



CARBON FOOTPRINT	
in kg CO ₂ e / pair	
SHOE-MAKING	+2.16
PACKAGING	+0.32
TRANSPORTATION	+0.09
USE	+0.0
END OF LIFE	+0.37
TOTAL	+2.94

La marque de mode **Allbirds** étiquette chaque article avec son empreinte carbone - comme les calories.

Leur dernière collaboration avec **Adidas** pour une transparence à 100%.

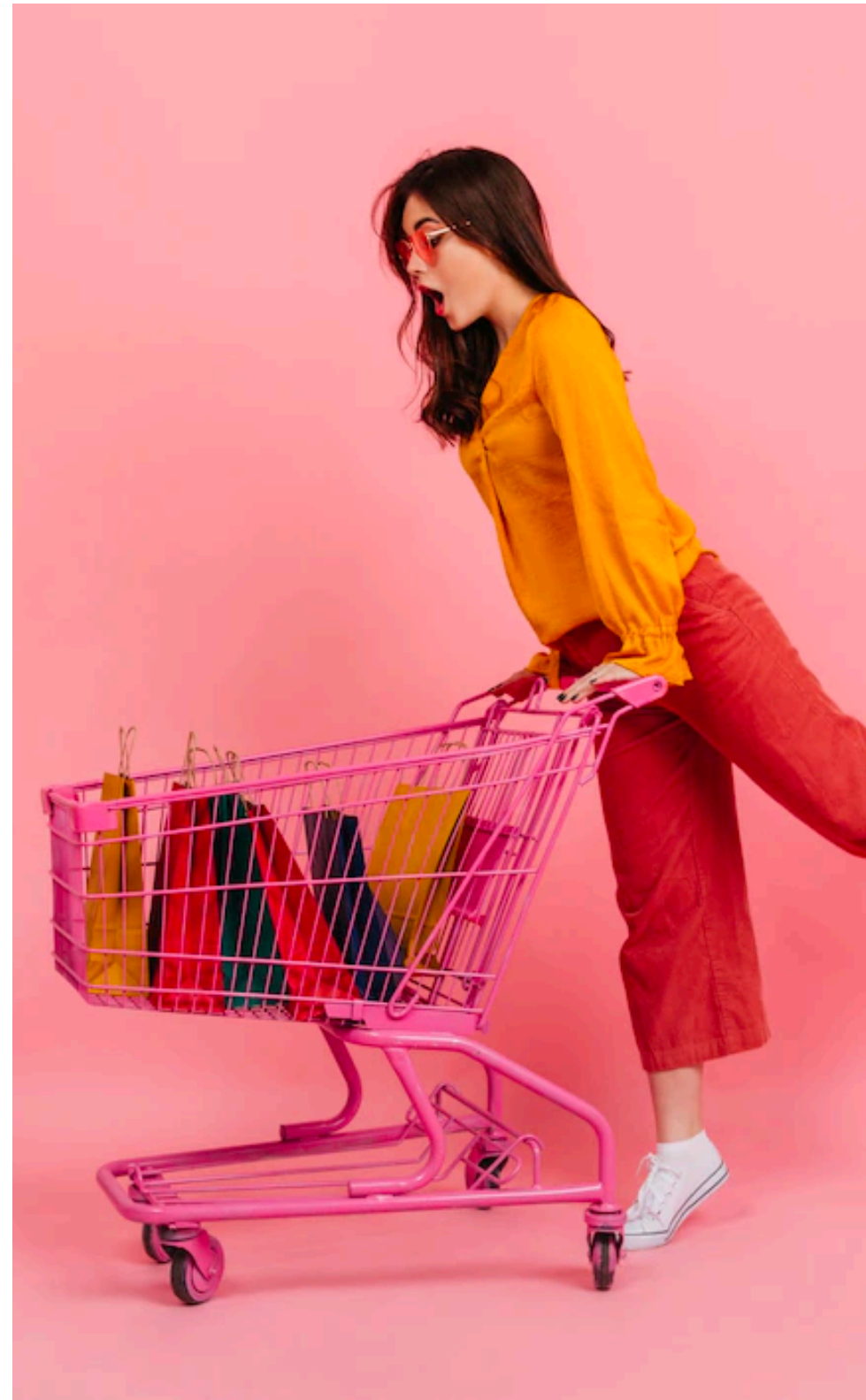
LE CERCLE VERTUEUX : **CRUEL PANCAKES**, LA PURE FASHION ZÉRO WASTE

PRODUIRE QUE CE QUE L'ON VEND EST UNE BONNE OPTION POUR RESPECTER L'ENVIRONNEMENT

GÂCHIS ❌



SOLDES ❌



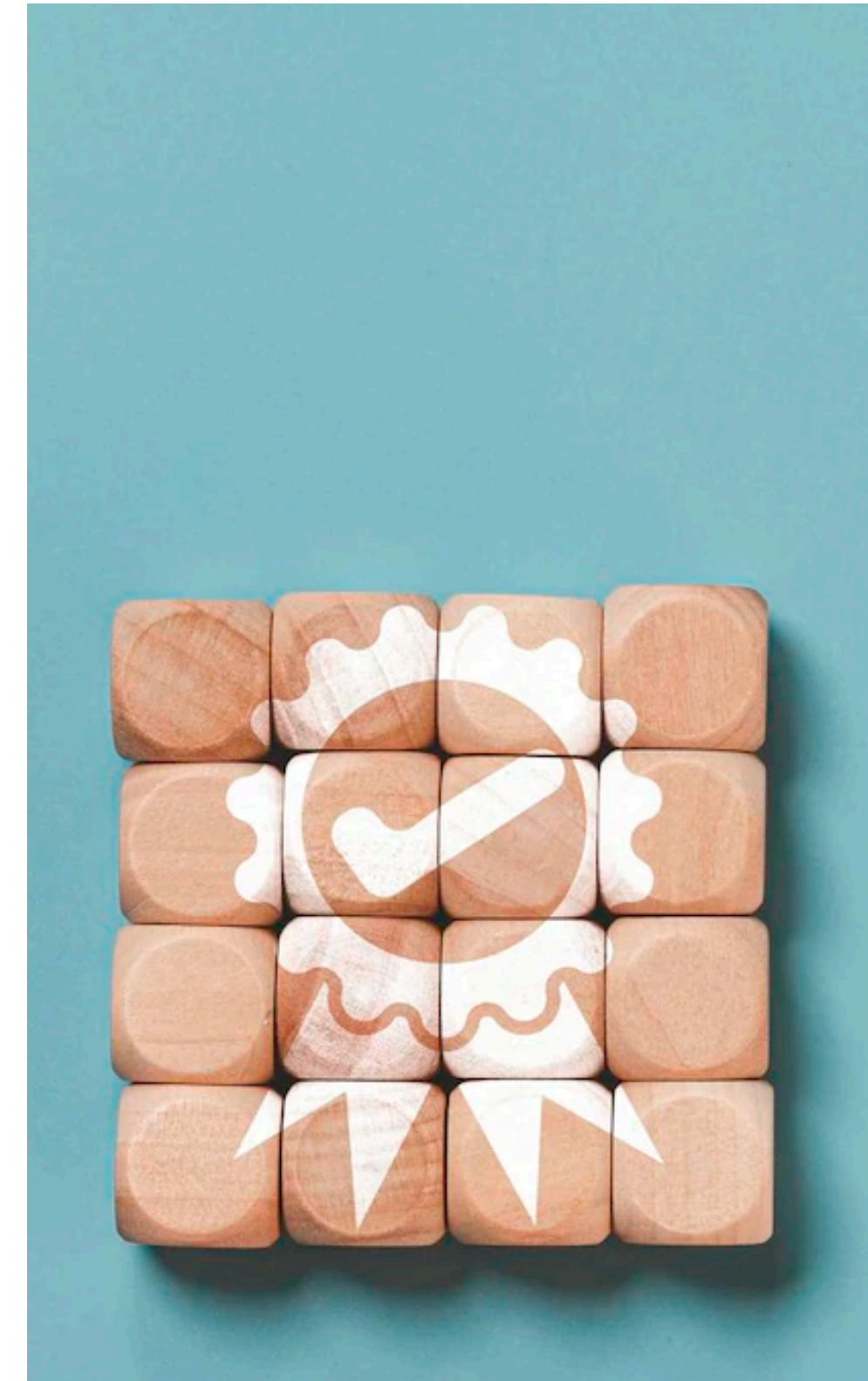
DURÉE LIMITÉE ✅



ENVIRONNEMENT ✅



SUBSTANCES TOXIQUES ❌



Toutes les pièces sont produites après avoir été commandées, **aucun gâchis**

Pas de soldes vu qu'il n'y a pas de stock à écouler

La durée de chaque drop est limitée et les pièces aussi

Une démarche de production respectueuse de l'environnement et des conditions de travail

Certification GOTS et Oeko-Tex = garantissent des textiles sans produits toxiques

BURNOUT / PERMACRISE : 1/2 INTROSPECTION & ENGAGEMENT RSE

LA CHASSE AU GREENWASHING EST OUVERTE !

80%

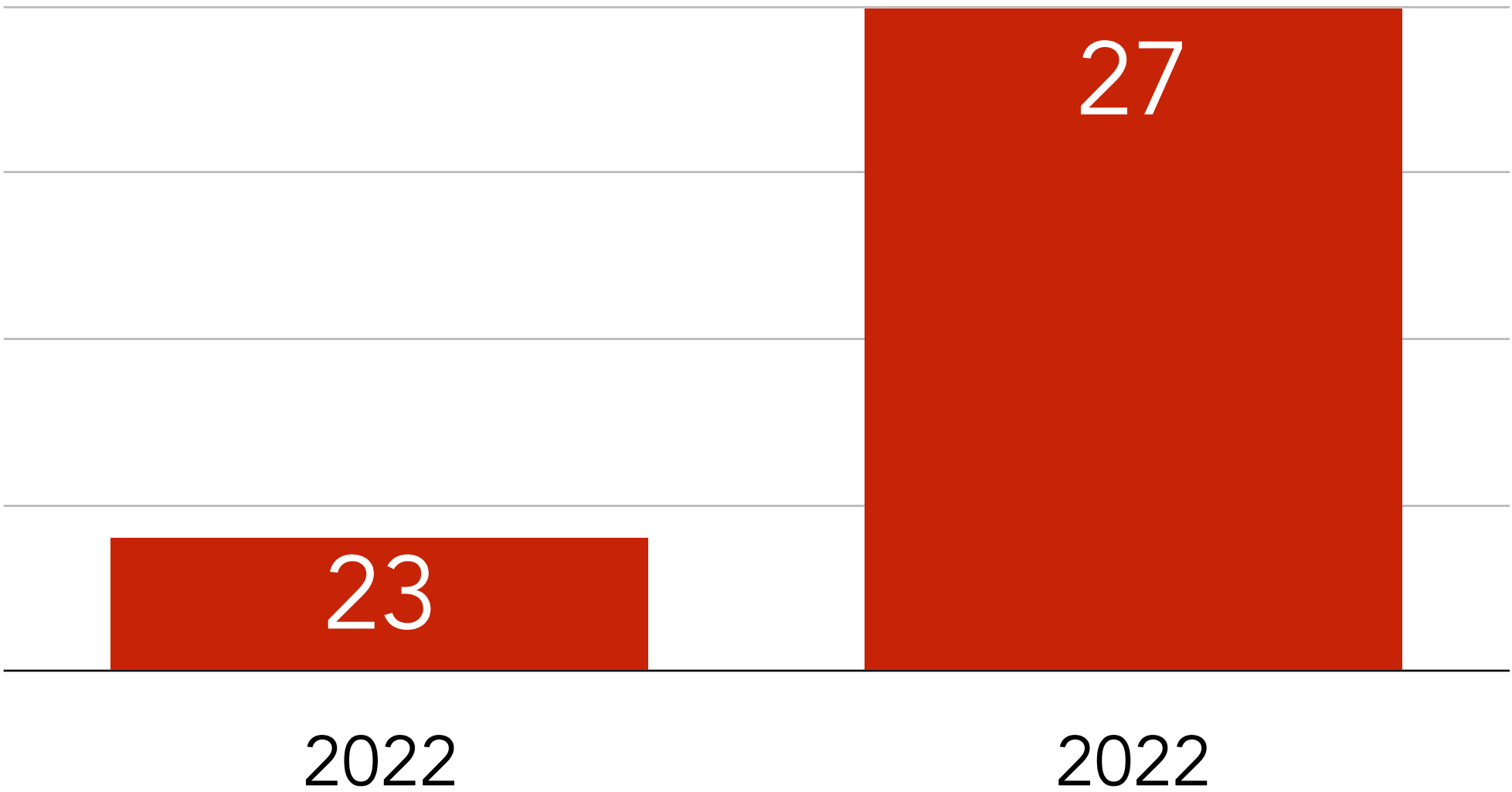
DES COMMUNICANTS
JUGENT QU’ILS Y A TROP DE



DE LA PART DES MARQUES



Un nombre croissant de professionnels du MarCom jugent que
l’engagement est juste une tendance marketing
(23% en 2021 vs 27% en 2022)



Baromètre de l’engagement des marques Saison 3, Mars 2022

2.2 CÔTÉ CLIENTS : COMMENT FAIRE FACE À LA PERMACRISE?

INTROSPECTION OU ADDICTIONS, RETOUR À L'ESSENTIEL OU ÉCHAPPÉE VIRTUELLE?

RETOUR À L'ESSENTIEL / BONHEUR DIFFÉRÉ

NATURE ET BIEN ÊTRE
SANTÉ MENTALE, MEDITATION, YOGA, CBD
RECHERCHE ÉQUILIBRE ET SÉRÉNITÉ

PASSION ECONOMY

COMMERCE DURABLE ET ENGAGÉ

COMMUNAUTÉ & PARTAGE / ONG

CUSINE À LA MAISON, DIÉTÉTIQUE

SPORT & WELLNESS

EDUCATION FINANCIÈRE (IMMO/FIRE)

NÉOSTALGIE CULTURELLE / SURVIVALISME

AUTARCIE

ÉCHAPPER AU RÉEL / BONHEUR IMMÉDIAT

ESCAPISM / PLAISIRS ARTIFICIELS
FÊTES, DROGUES, ALCOOL,
DOPAMINE & RECHERCHE DE BONHEUR IMMÉDIAT

ADDICTION AU VIRTUEL & JEUX VIDÉOS

QUICK COMMERCE, FAST FASHION, MASS CONSO

EXTREMISME / INTEGRISME / REPLI / DEV PERSONNEL / COMPTOTISME

JUNKFOOD, TROUBLES ALIMENTAIRES

DOPAGE, MUSCU, CHIRURGIE ESTHÉTIQUE, INSTAGRAM VANITÉ

CRYPTO ET NFT

TECHNO UTOPIISME / EFFONDRIISME

META VERSE

BURNOUT / PERMACRISE : 2/2 ÉCHAPPER AU RÉEL

DOPAMINE, VIRTUEL, INFLUENCEURS, QUICK COMMERCE & LAZY ECONOMY, METAVERSE

WSJ

SUBSCRIBE

SIGN IN

BUSINESS

TikTok Was the Internet’s Most Visited Site in 2021, Even Beating Google

New research shows video-sharing app first topped the charts in February and has generally stayed No. 1 since August, according to Cloudflare

TikTok HQ

so tik tok knows your ethnicity now?

is tik tok secretly listening to us while we're watching videos?

KAPT

so tik tok knows your ethnicity now?

is tik tok secretly listening to us while we're watching videos?

Investigation: How TikTok’s Algorithm Figures Out Your Deepest Desires

A Wall Street Journal investigation found that TikTok only needs one important piece of information to figure out what you want: the amount of time you linger over a piece of content. Every second you hesitate or rewatch, the app is tracking you. Photo illustration: Laura Kammermann/The Wall Street Journal



TIKTOK : DOPAMINE ET INTEREST GRAPH



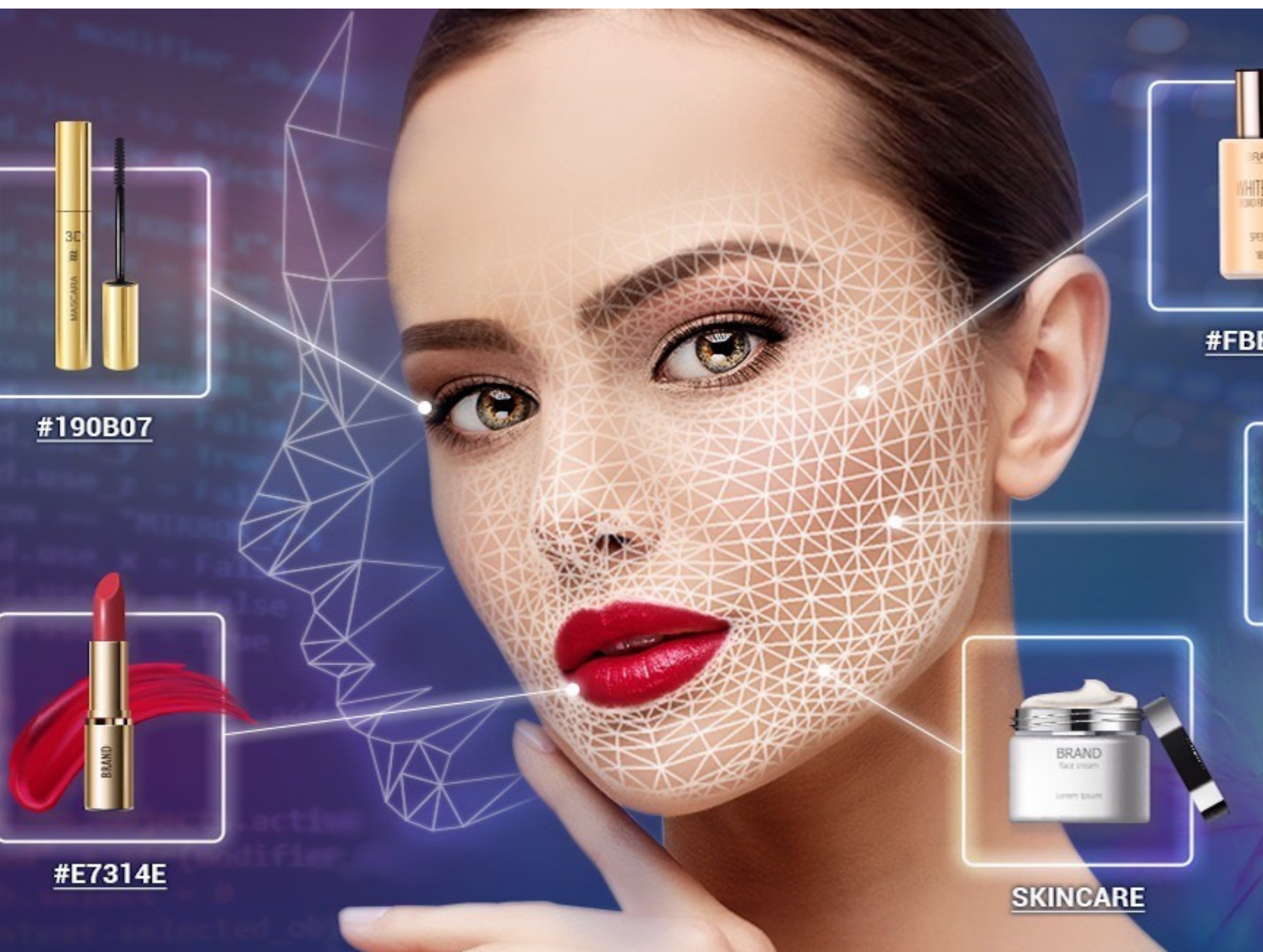
INFLUENCEUR ET INSTAGRAM VANITY



DU QUICK COMMERCE À LA LAZY ECONOMY



METAVERSE, NFT ET PRODUITS VIRTUELS



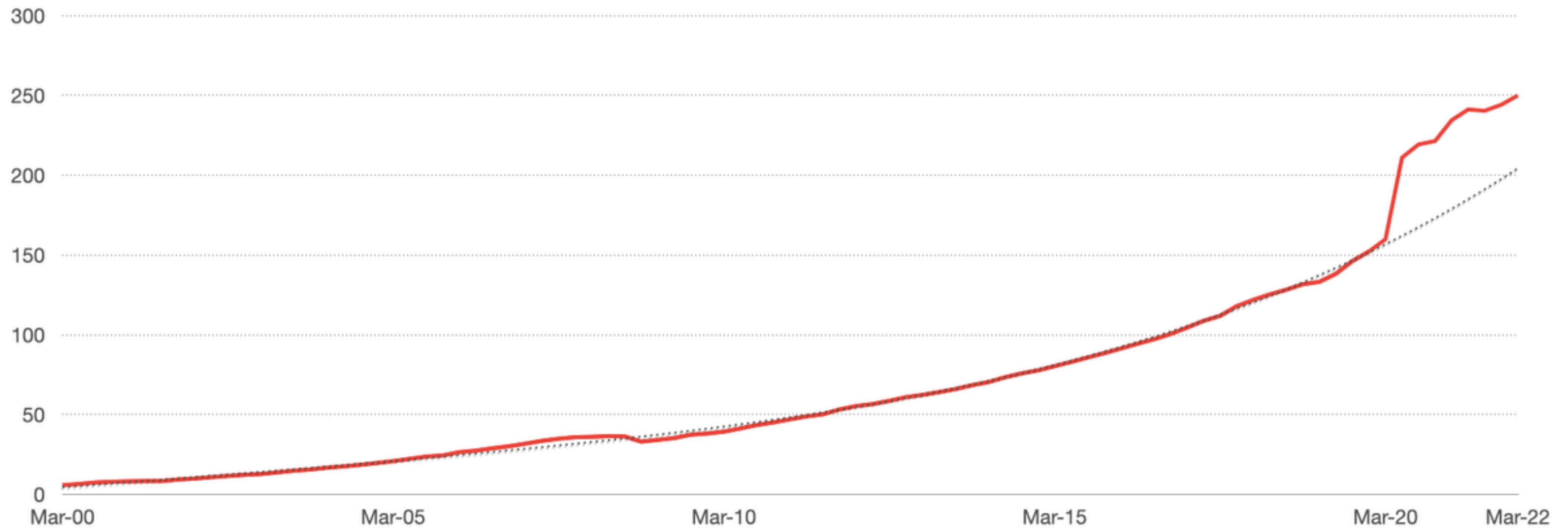
VERS L'AlGMENTED MARKETING & COMMERCE

03

Penetration back to the trend line?

Which trend line? Which penetration?

US ecommerce revenue (\$bn)



MAIS IL EXISTE PLUS DE 20 TYPES DE E-COMMERCE!

Direct To
Consumers

Marketplace

Click & Collect /
Curbside

Social
Commerce

Influencers
& Affiliation

Presales

Flash Sales

Voice
Commerce

Chatbot
Commerce

Live
Commerce

Subscription

Rental

Second Hand
Commerce

3D
showroom

Digital Asset
Commerce

Customisation
& On Demand

Lockers

Vending
Machine

Autonomous
Store

NFT & Metaverse

PASSER DU MASS MARKETING/COMMERCE À LA RELATION PERSONNALISÉE

MASS
STANDARDIZATION



IDENTITY
INDIVIDUALIZATION

THE WILLINGNESS TO PAY A PREMIUM IS CONNECTED TO IDENTITY
INDIVIDUALIZATION UNLEASHES NEW MARKETS AND WEALTH

PASSER DU MASS MARKETING À LA **RELATION PERSONNALISÉE**



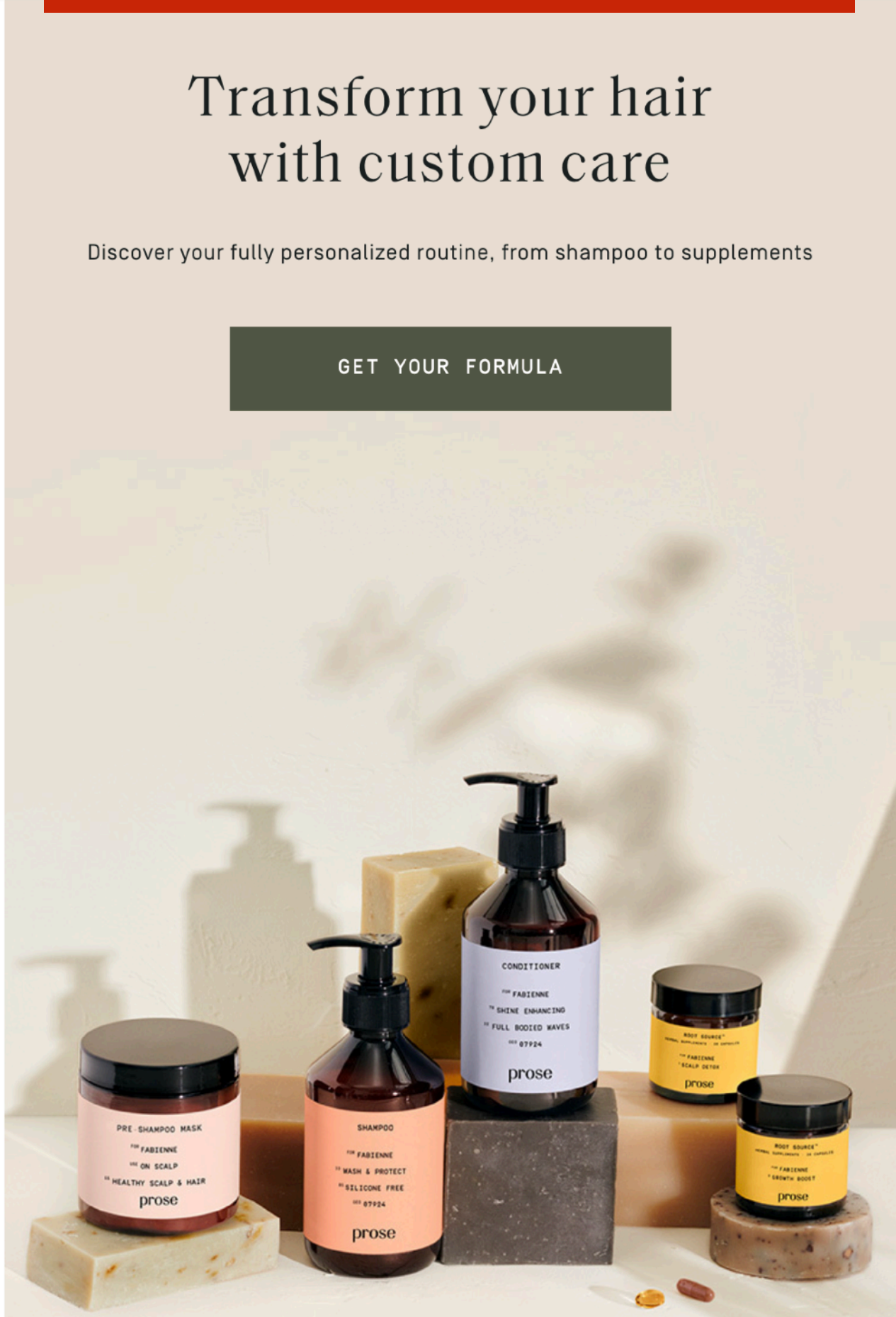
HELGE TENNO

"Chaque personne voit des résultats différents sur Google, des produits différents sur amazon.com, un newsfeed unique sur facebook et écoute des musiques différentes sur  iTunes. Chaque *smartphone* est unique 2 minutes après l'avoir déballé."

Nous vivons à une époque où les leaders digitaux sont devenus des leaders des services personnalisés. Les anciens acteurs se fatiguent eux à vendre des produits de masse à faible marge ou à moindre coût grâce à leur situation de rente (les médias, les assurances, les banques, l'auto, FMCG...)

EN PLUS DE LA DATA, L'IA POUR BOOSTER SON COMMERCE

PROSE



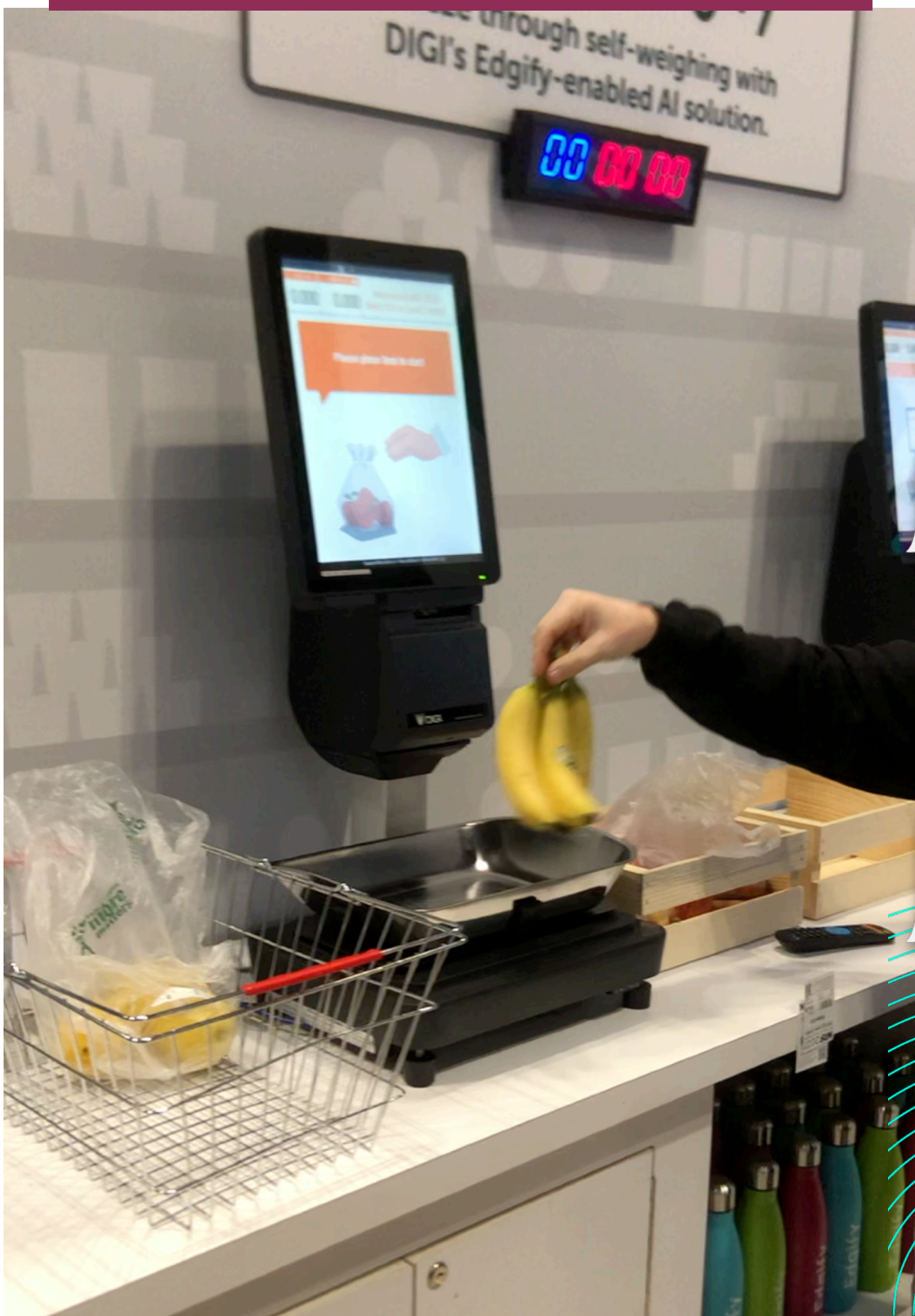
CRÉATION DE SHAMPOING SUR MESURE

AETREX



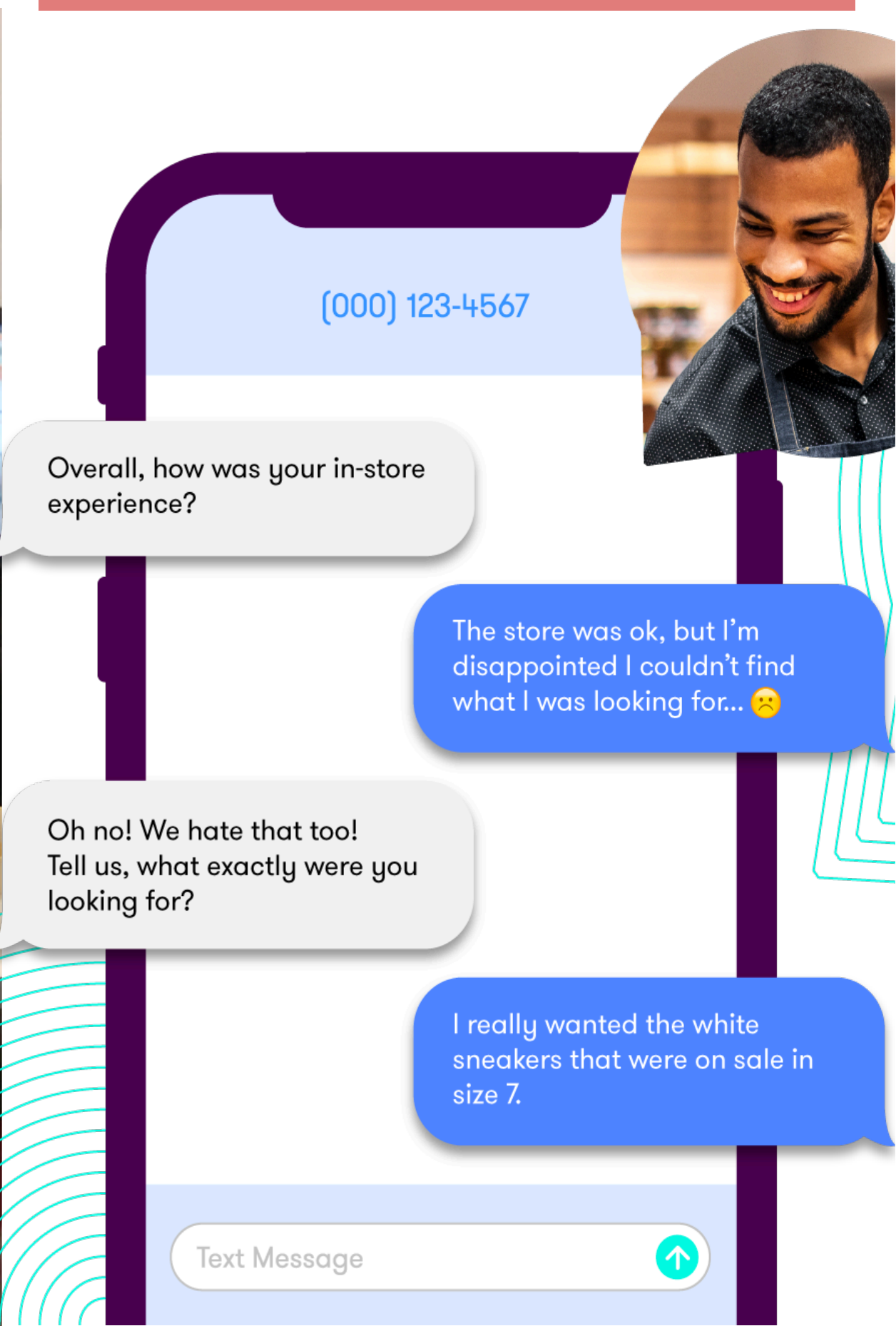
RECOMMANDATIONS PERSONNALISÉES PAR L'IA POUR CHAUSSURES ET PROTHÈSES

EDGIFY



RECONNAISSANCE DE PRODUIT POUR CAISSE AUTONOME

CHATTER



ENQUÊTES CONVERSATIONNELLES PILOTÉES PAR L'IA

EN PLUS DE LA DATA, L'IA POUR BOOSTER SON MARKETING

DALL-E / MIDJOURNEY

DALL·E 2

DALL·E 2 is a new AI system that can create realistic images and art from a description in natural language.



- JOIN WAITLIST
- ↓ EXPLORE
- ▶ WATCH VIDEO

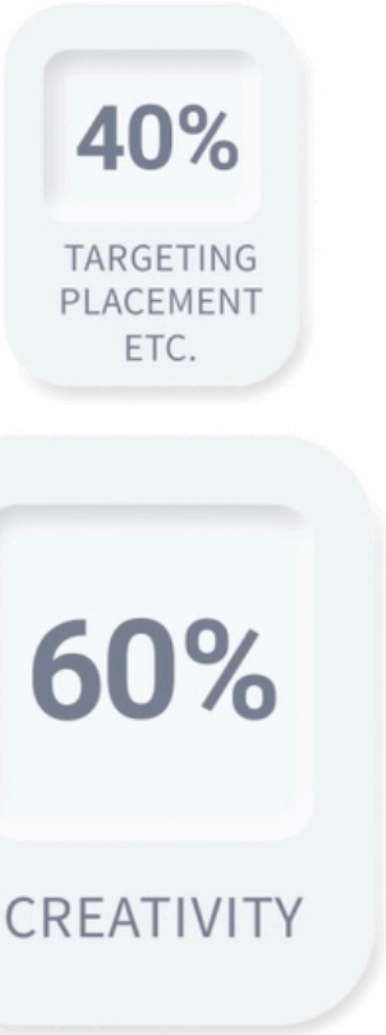
IA POUR CRÉER DES IMAGES

NFINITE



CRÉER DES IMAGES PHOTORÉALISTES

CREATIVE LIFT



TESTER LA PERF D'UNE PUB AVEC L'IA À PRIORI

MIRRIAD



PERSONNALISER DES PRODUITS DANS DES VIDÉOS PUBLICITAIRES EN ÉDITION

EN PLUS DE LA DATA, L'IA POUR BOOSTER SA LOGISTIQUE

AUTOMATION 1.0



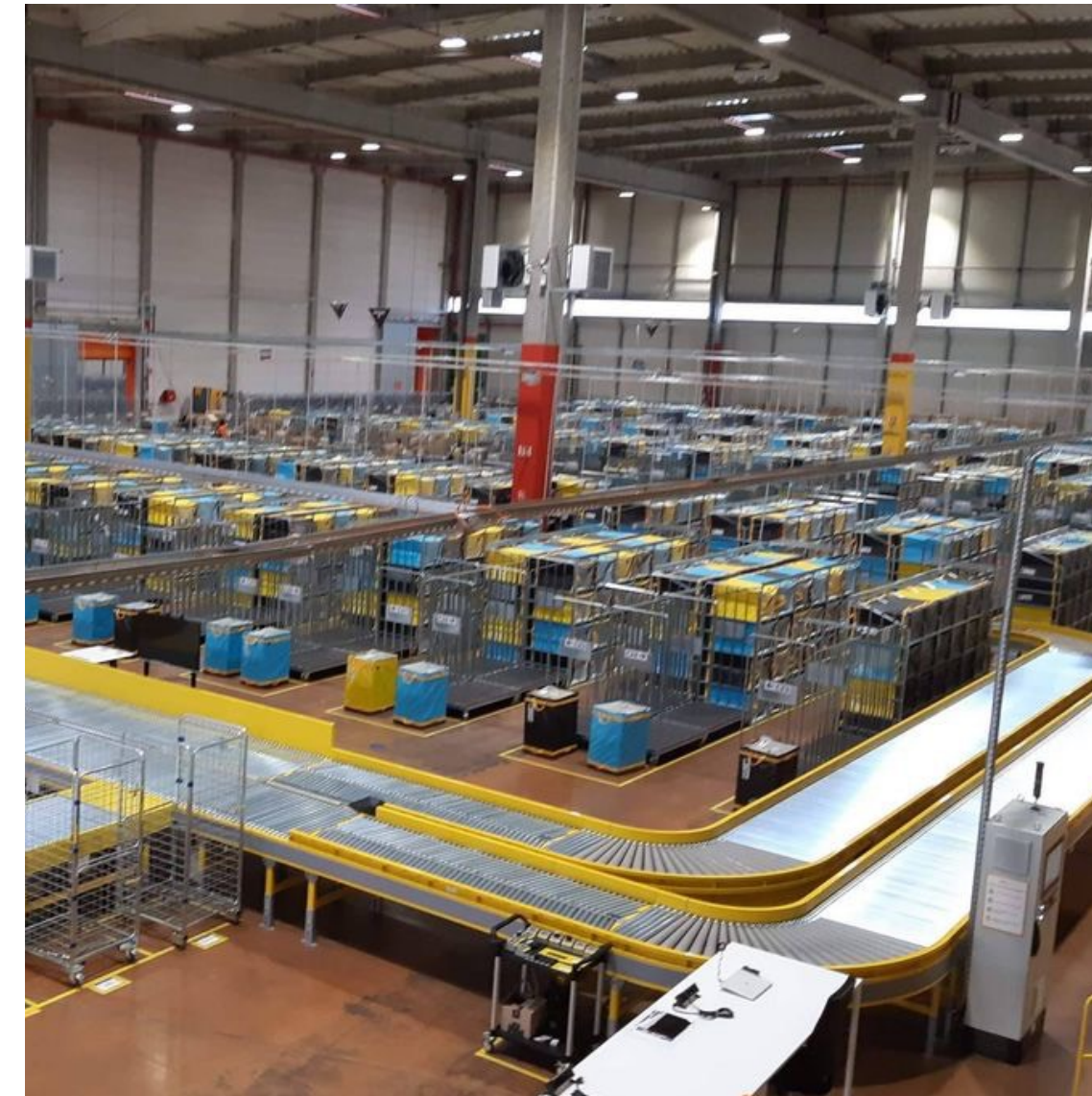
**FENWICK + CODES-BARRES
+ conteneurs + palettes**
La logistique des colis est assurée par des codes-barres et stockée par transpalette.

AUTOMATION 2.0



AMAZON ROBOTS
Les robots d'Amazon apportent les racks à l'opérateur

AUTOMATION 3.0



COURROIE DE CONVOYEUR
Les systèmes de convoyage sont fiables mais coûteux. Une panne bloque l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement

AUTOMATION 4.0

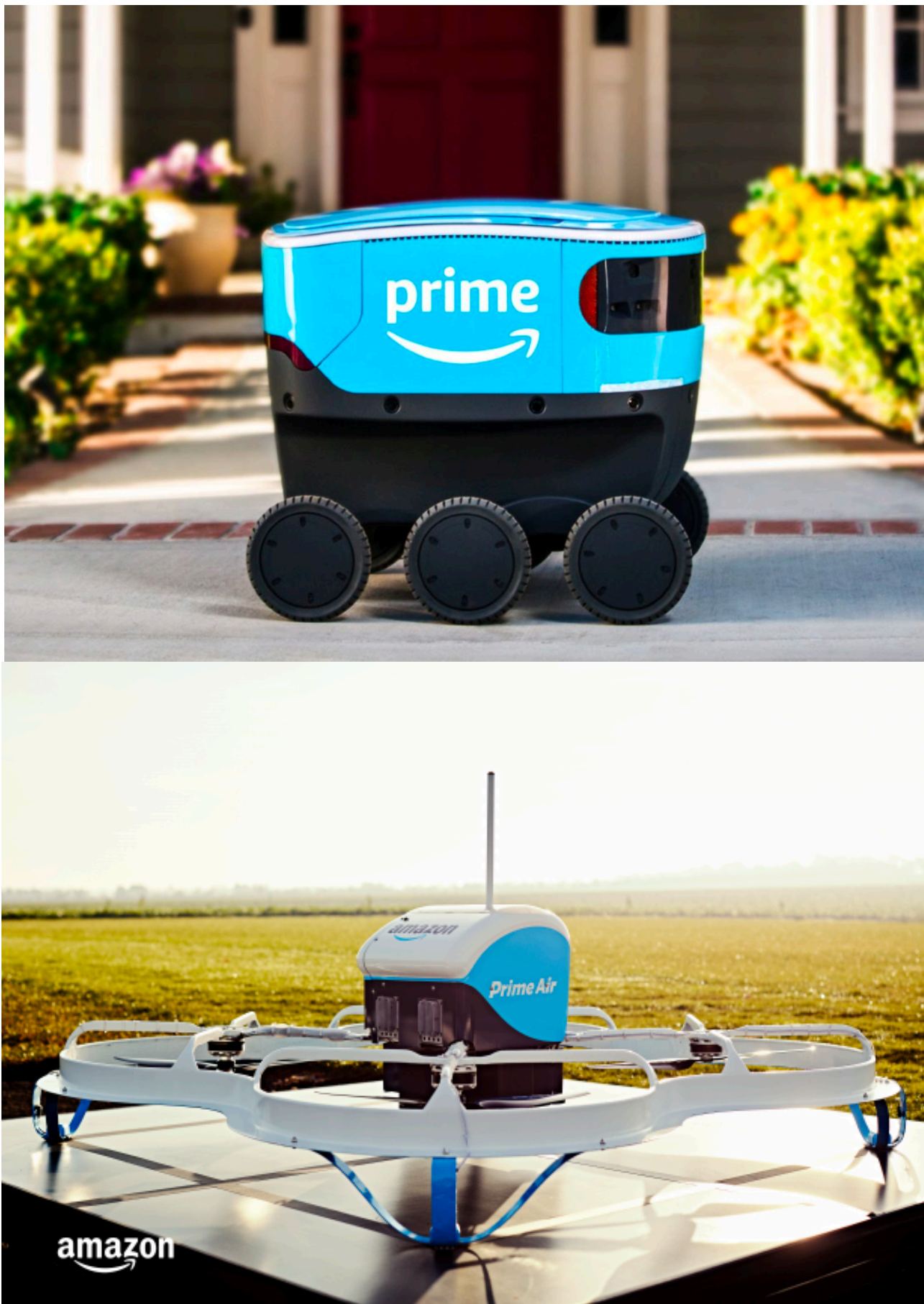


MICRO FULFILLMENT CENTER
Les MFC offrent une mobilité accrue, un gain d'espace, une rapidité d'exécution et un stockage automatisé par l'IA.



EN PLUS DE LA DATA, L'IA POUR BOOSTER SA LIVRAISON

Home Delivery
Amazon & drones



Gatik (USA)
Walmart navette autonome
entre magasin-entrepôt et hyper



Drone Up
Walmart déploie dans 6 états et
34 magasins en 2022
(4M de foyers)



Nuro (USA)
Véhicule de livraison autonome
de 3ème génération avec
airbags extérieurs



FUTURE OF COMMERCE : DE LA TRANSACTION À UNE RELATION PERSONNALISÉE

Diagnostic et suivi en temps réel	IOT + appareils domestiques	Capteurs, CPU, Connectivité	Stockage et sécurité des données	IA x Logiciels Analyse	Commerce durable
Recommandations adhoc holistiques	Santé, peau, corps, cheveux,...	Coaching alimentaire et gym	Amélioration des compétences	Développement personnel et de carrière	
Contenu, expériences et offres adaptés	Coach AI	Coach "Vie" Personnelle	Beauty Institute	Annonces, Influence, Retail media	
			CRM Promos	Articles, Videos, Tutoriels	
				Live Coaching	
				Communauté privée	
Marketing Omnicanal	Scénographie du point de vente	Digital instore	Social media	Influence	
Produit sur mesure	Packaging personnalisé	Produit personnalisé	Produit fait sur mesure	Personnalisation ADN	
3D commerce	AR/VR	Virtual Try-On	Produits digitaux/ NFT	Metaverse	
Livraison rapide	Retail digital	DTC	eRetail & Marketplaces	Social, Live, Voix,...	
Service client unifié et réactif	Concierge	Chatbot	App	Voix	
Abonnement					



LE DÉFI DE L'OMNISCANAL L'EX DE WALMART

04

OMNISCANAL?

OMNISCANAL = 3 DÉFIS COMBINÉS

MARKETING

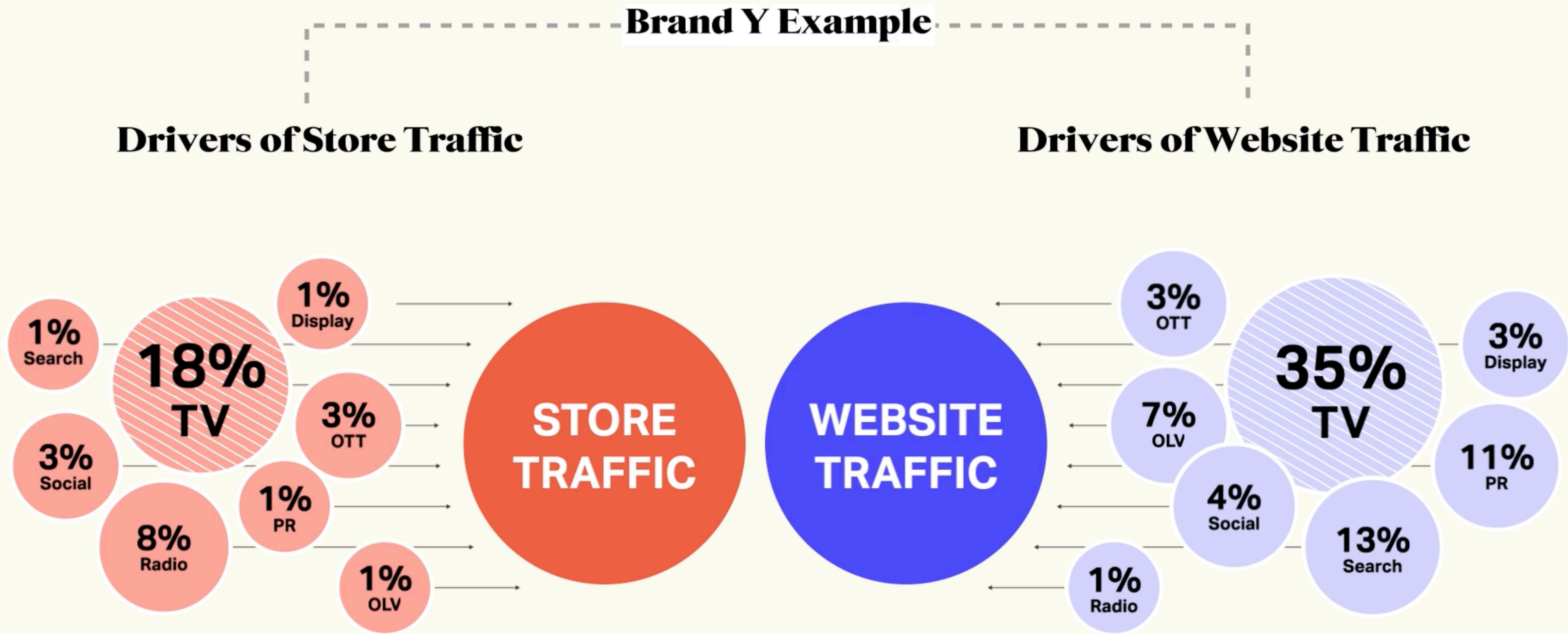
+

COMMERCE

+

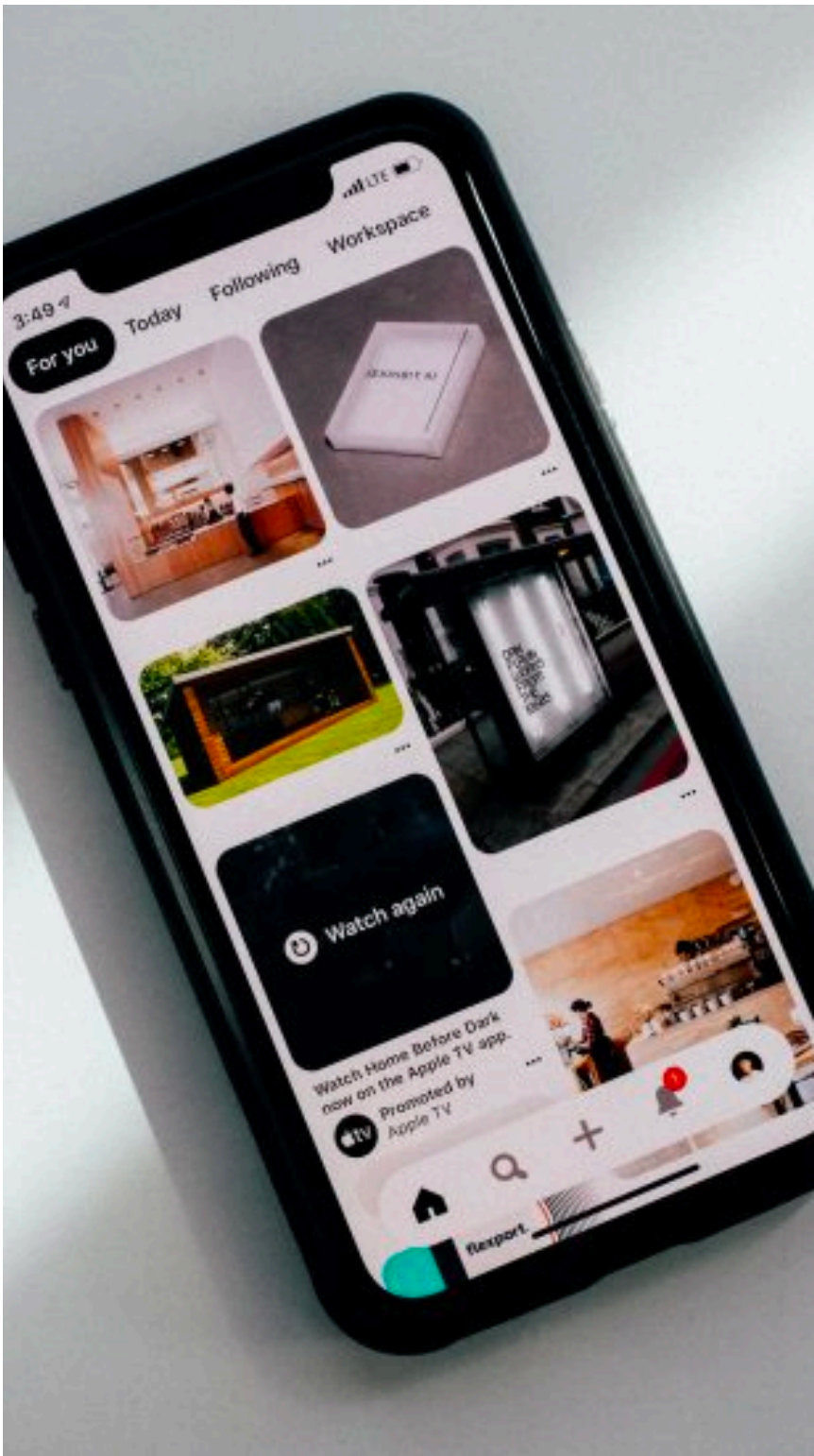
SERVICE/EXPERIENCE

QUEL **MARKETING MIX** À L'HEURE DU COMMERCE OMNISCANAL?



EVERYWHERE COMMERCE : CE SONT LE MARCHÉ ET LE (OMNI)CONSOMMATEUR QUI DÉCIDENT DU CHANGEMENT

SOCIAL COMMERCE



Pinterest veut faire de la plateforme le « centre commercial » du web

LIVE SHOPPING & INFLUENCEURS



MINI x 黎贝卡
只有100人
才有机会驾驭的蓝

7月13日 敬请期待

Becky Li, considérée comme la blogueuse la plus influente de Chine, a vendu 100 voitures de la marque Mini Cooper lors d'un live stream sur WeChat

PERSONAL SHOPPER



L'expertise des personal shoppers des Galeries Lafayette en vidéo

PHYGITAL SHOPPING



Motoblouz propose le shopping en ligne directement sur place en 5 minutes !

METaverse ?



La marque de prêt-à-porter Forever 21 a créé une expérience de vente d'articles de mode sur la plateforme mondiale Roblox

STAY TUNED ! HUBREPORT À VENIR :

« WALMART : LEVERAGING TECH TO DISRUPT RETAIL »

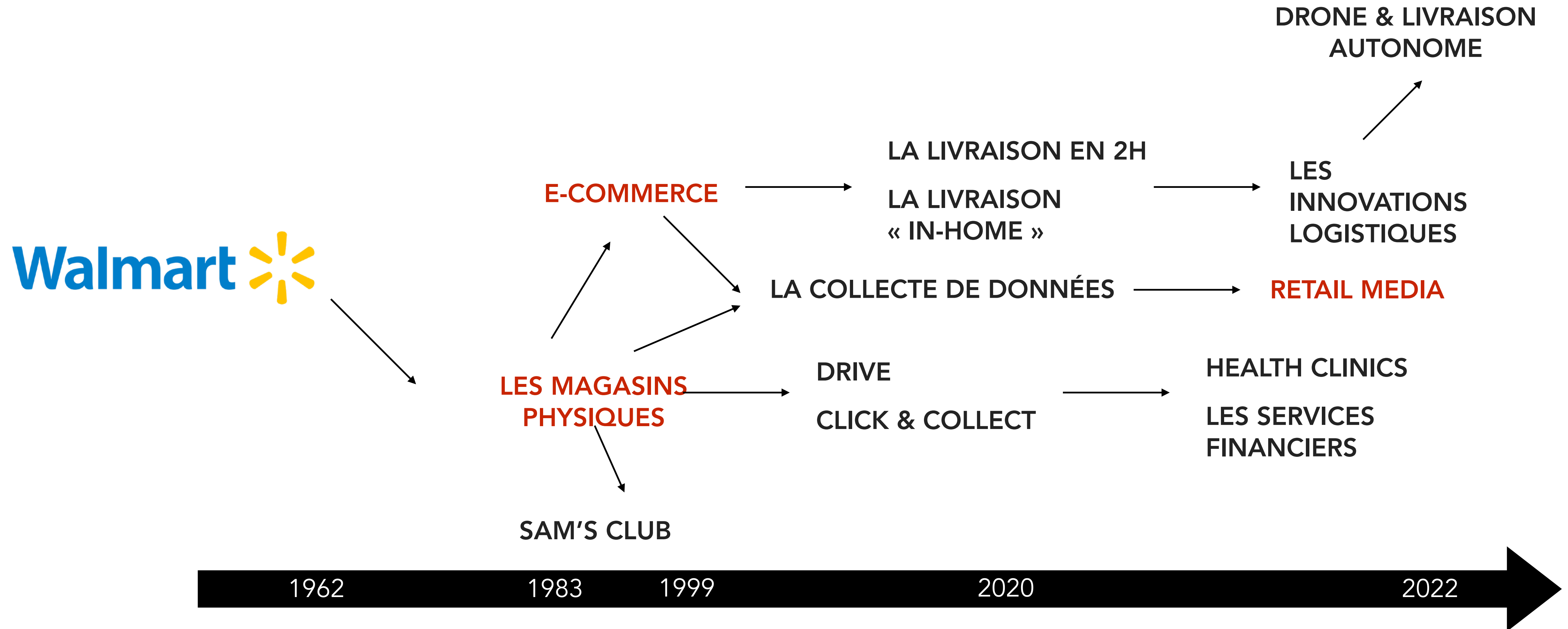


WALMART: LEVERAGING TECH TO DISRUPT RETAIL

www.hubinstitute.com

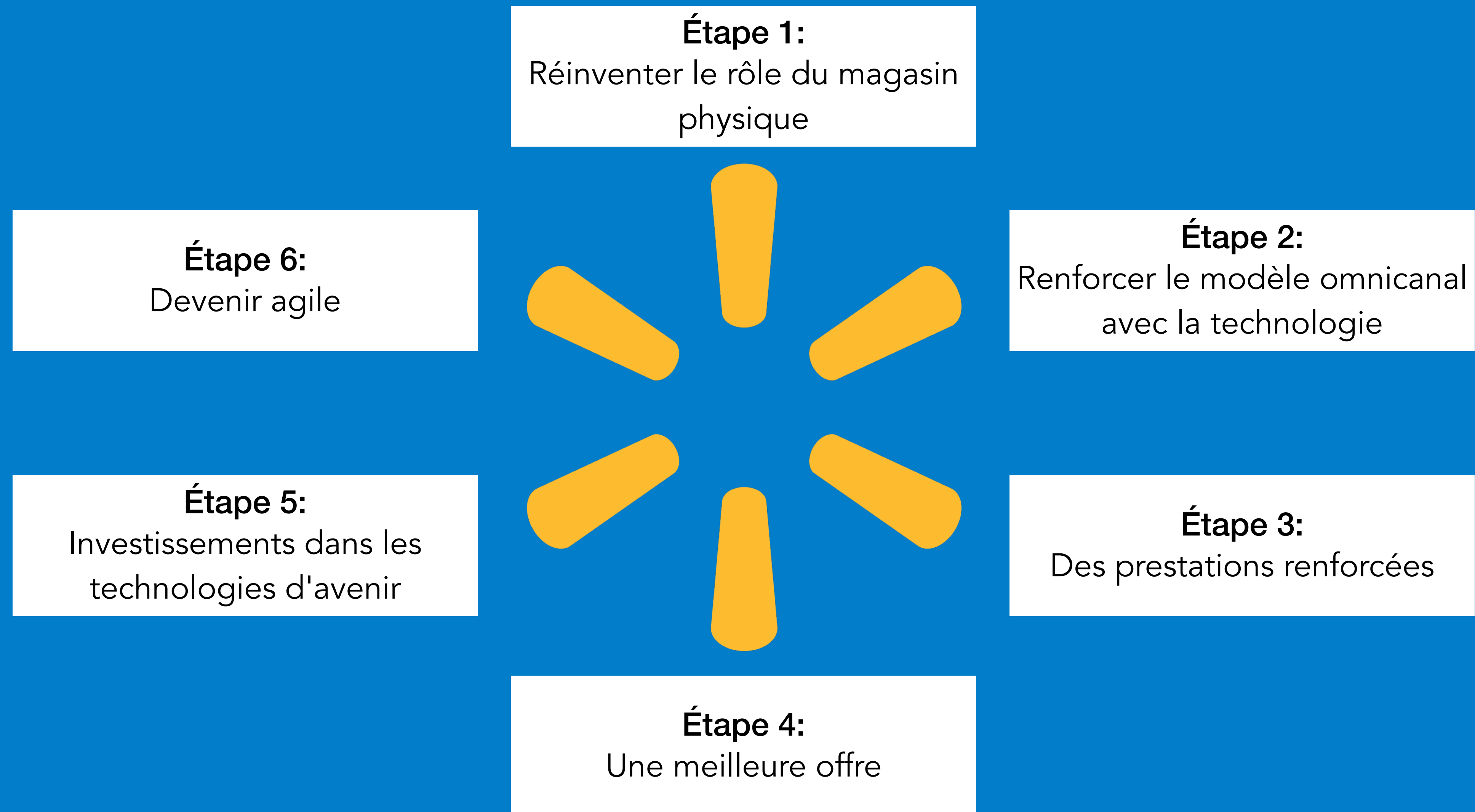


AU FIL DES ANNÉES, WALMART EST DEVENU **UN GÉANT OMNISCANAL**



Quelles seront **les prochaines étapes** ?

WALMART : UNE TRANSFORMATION EN 6 ÉTAPES VERS **LE CLICK & MORTAR**



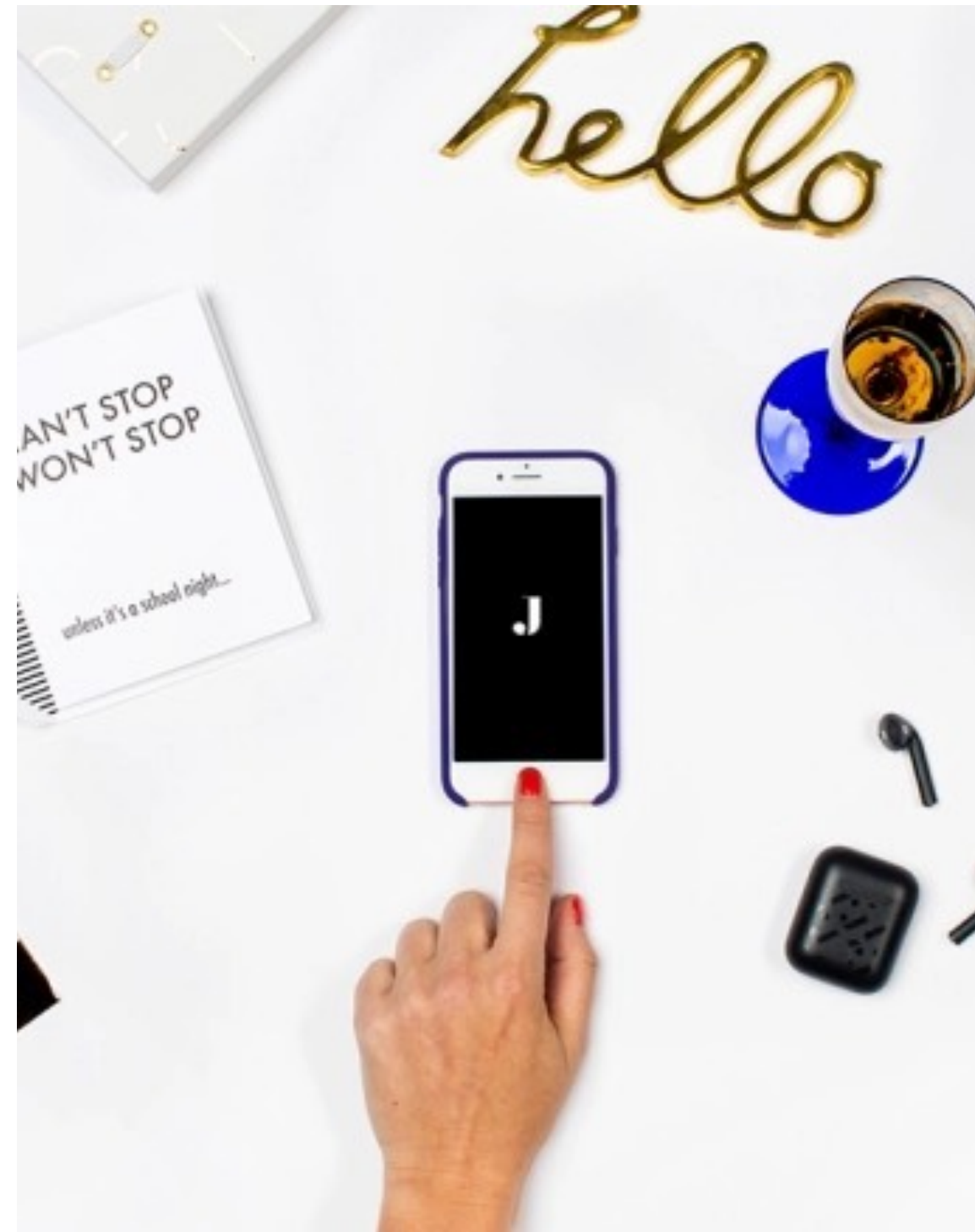
AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE D'ACHAT GRÂCE À DE NOMBREUSES INNOVATIONS

LIVE SHOPPING



Walmart a d'abord testé les achats en direct sur TikTok et Twitter, puis a lancé sa propre plateforme Walmart Live.

PERSONAL SHOPPING



Jet Black était le service de shopper personnel de Walmart avant sa fermeture en 2020.

3D COMMERCE



Walmart a acquis Zeekit puis a lancé sa technologie de cabine d'essayage virtuelle.

ENDLESS AISLE



Des écrans numériques en magasin qui permettent aux clients de trouver plus de produits que ceux disponibles en magasin et de les récupérer plus tard.

DES BOUTIQUES INTERACTIVES POUR FAIRE DIRE « WOW » AU CLIENT

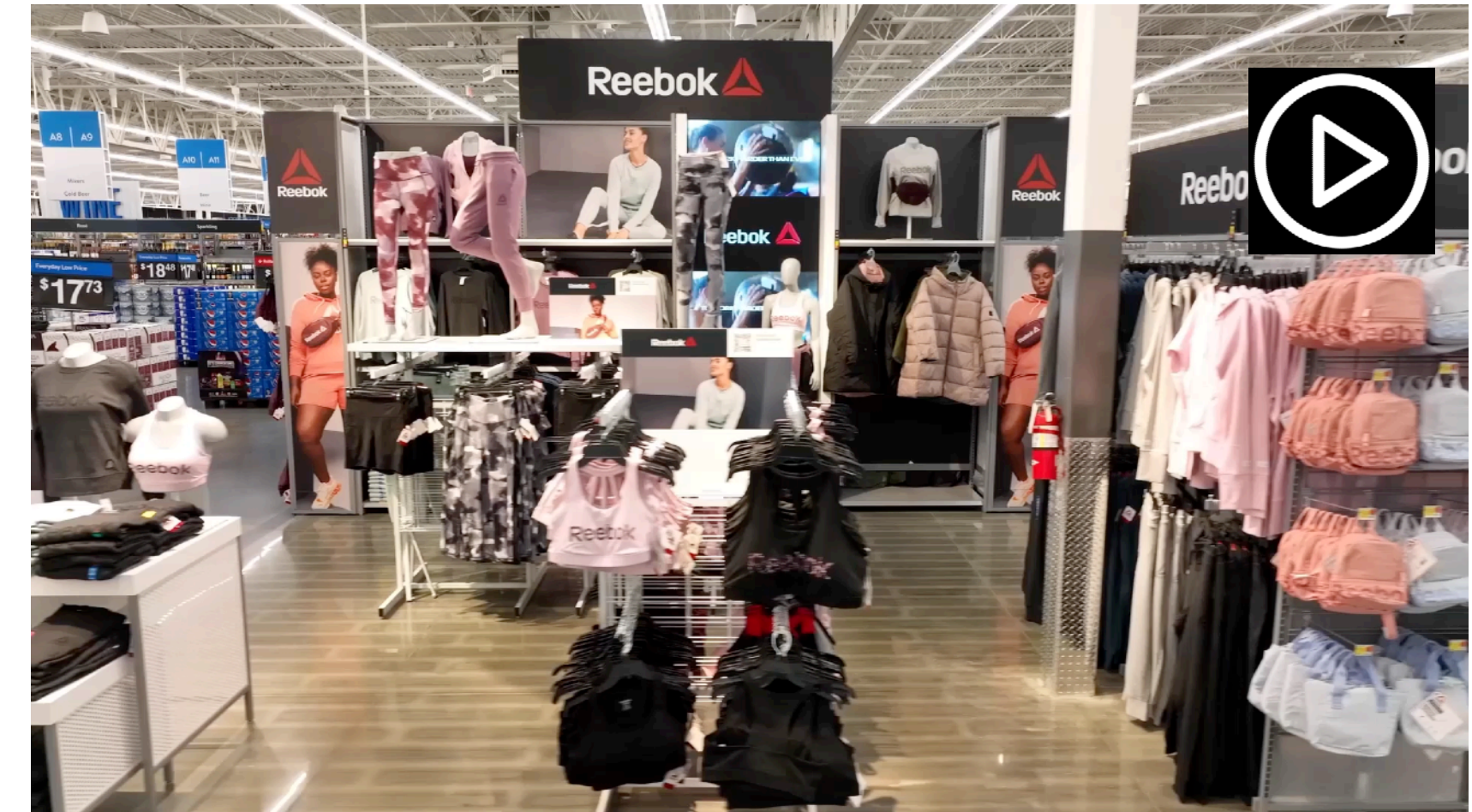
Étiquettes électroniques connectées au Cloud pour améliorer l'efficacité ainsi que l'expérience client en magasin

Navigation et repérage repensés pour aider les clients à gagner du temps dans la **recherche d'articles**

Phygital : écrans intelligents digitaux, QR Codes, scénographies lumineuses, livraison des produits vus en magasin

Écrans expérientiels : pour inviter les clients à découvrir, sentir, toucher, essayer avant achat

Des boutiques de marques **haut de gamme** : un magasin dans un magasin pour présenter des marques nationales et propres, des articles tendances,...



L'IDÉE EST DE FAIRE DE WALMART UNE **DESTINATION OÙ LES CLIENTS VEULENT PASSER DU TEMPS.**

FACE À LA CROISSANCE DU QUICK COMMERCE, WALMART PROPOSE DES SERVICES SIMILAIRES

WALMART X INSTACART



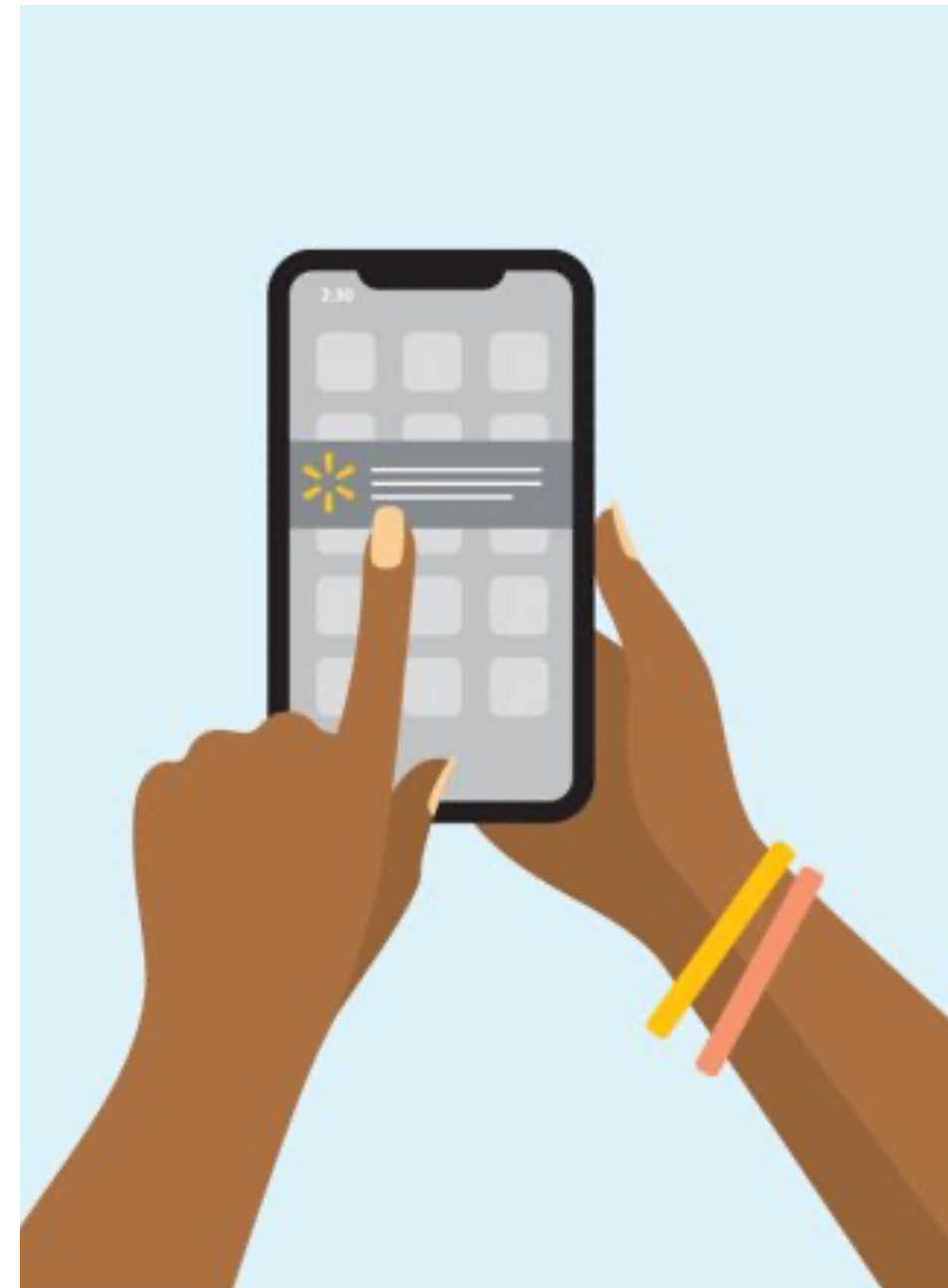
Walmart s'associe à Instacart pour proposer la livraison de produits alimentaires le jour même aux clients de la ville de New York.

LIVRAISON LE JOUR-MÊME



Les membres de Walmart+ peuvent accéder à la livraison le jour même depuis leur magasin. Ils font leurs achats via l'application et choisissent ensuite un créneau de livraison/enlèvement.

LIVRAISON EXPRESS



Walmart a lancé son service " Express Delivery " en 2020 pour proposer une livraison en 2 heures.

LIVRAISON « IN-HOME »



In-Home, inclus dans l'abonnement Walmart+, permet aux chauffeurs de déposer les courses directement dans le réfrigérateur. Ils entrent dans la maison avec un code à usage unique et une caméra sur leur veste enregistre toute la livraison.

WALMART NOW



Au Canada, Walmart s'associe à Instacart pour proposer un nouveau service de livraison de produits d'épicerie et de snacks en 30 minutes qui s'appuie sur le réseau de magasins existants de Walmart.

DANS LE RETAIL, WALMART S'ÉTEND **AU-DELÀ DE L'ÉPICERIE**

MODE



Grâce à quelques acquisitions, Walmart est passé de l'épicerie à la mode. Il a racheté Bonobos, un site de prêt-à-porter pour hommes, et Modcloth en 2017 (mais il a été vendu en 2019 à Go Global Retail). Walmart a également lancé une marque de mode interne avec Eloqui en 2020.

BEAUTÉ



Walmart s'associe à Mayvonn pour apporter des salons de beauté technologiques dans ses magasins. Ces salons combinent la vente au détail où les clients peuvent acheter des extensions ou des perruques avec le numérique, car les clients peuvent réserver des stylistes locaux sur des centres de réservation virtuels. Déjà déployé dans 5 emplacements, Walmart souhaite étendre ces salons à 400 emplacements à travers les États-Unis.

AUTO



En 2019, Walmart a annoncé un partenariat avec Advance Auto Parts afin de créer une catégorie de pièces automobiles sur la boutique en ligne de Walmart. Ce partenariat permettra la livraison et le récupération à domicile dans les magasins Walmart et Advance.

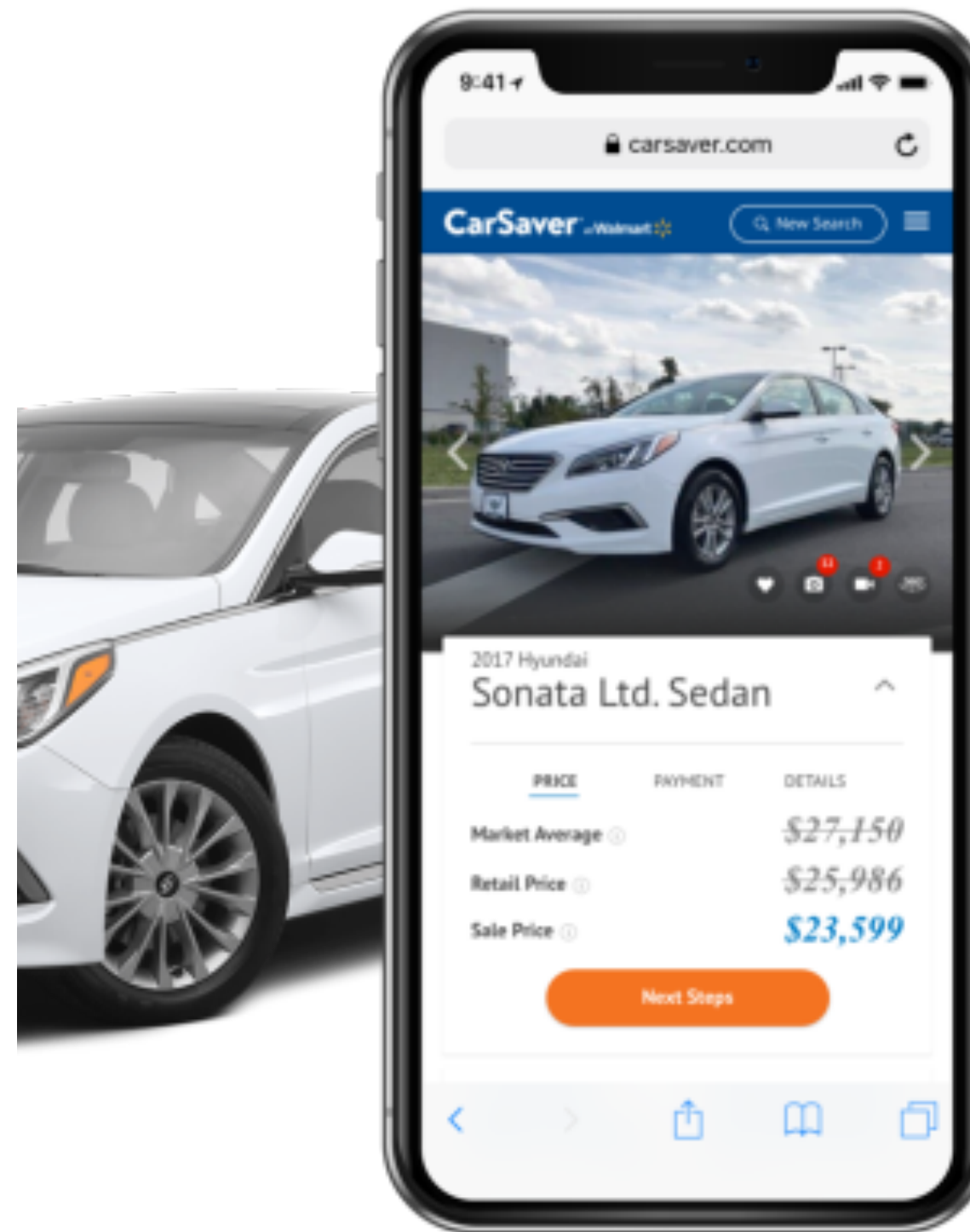
WALMART S'ÉTEND AU-DELÀ DU RETAIL

SANTÉ



Walmart s'appuie sur son réseau de magasins pour développer un nouveau service de cliniques de santé appelé Walmart Health offrant des prix bas.

AUTO



Walmart collabore avec CarSaver pour offrir aux clients la possibilité de louer, acheter ou vendre des voitures neuves ou d'occasion.

PET CARE



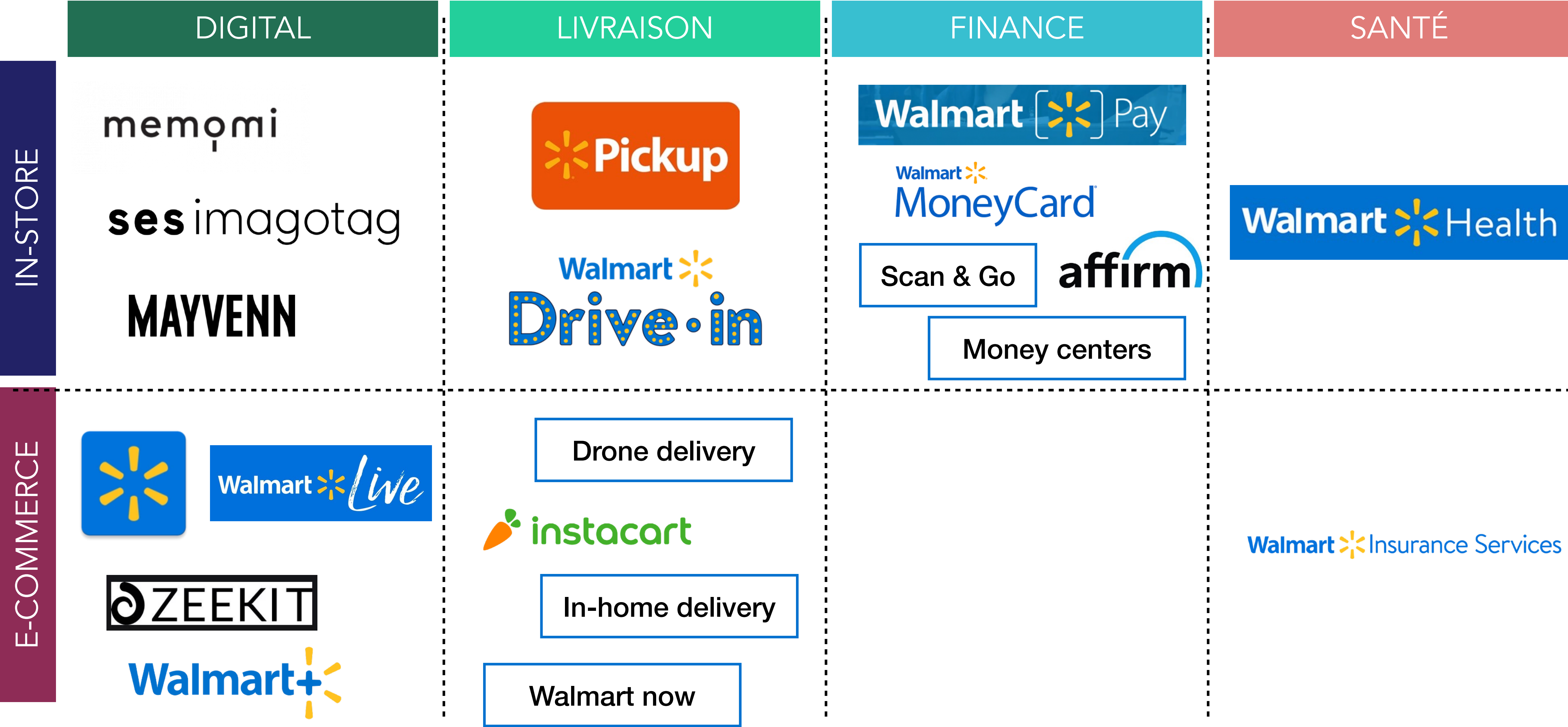
Walmart propose une assurance pour animaux de compagnie et des services tels que la garde et la promenade, en collaboration avec PetPlan et Rover.

B2B



Walmart donne accès à ses services (place de marché, exécution en ligne et en magasin, livraison, options de ramassage) aux petites et moyennes entreprises.

L'OMNISCANALITÉ EST ESSENTIELLE POUR FIDÉLISER LES CLIENTS



RETAIL MEDIA: **WALMART CONNECT** S'APPUIE SUR **LES DONNÉES CLIENTS** POUR AIDER LES RETAILERS ET LES MARQUES À CRÉER DES EXPÉRIENCES D'ACHAT TRANSPARENTES

EN 2021, LES REVENUS PUBLICITAIRES DE WALMART ÉTAIENT D'ENVIRON 2 MILLIARDS DE \$

CONNECTEZ-VOUS AVEC LES CLIENTS TOUT AU LONG DU PARCOURS D'ACHAT

GESTION SIMPLE, RAPIDE ET EFFICACE DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES

DES SOLUTIONS OMNICAANALES POUR AIDER LES ANNONCEURS À ATTEINDRE LES CLIENTS

CONNAISSANCE APPROFONDIE DES CLIENTS À PARTIR D'ENVIRONNEMENTS PHYSIQUES ET NUMÉRIQUES

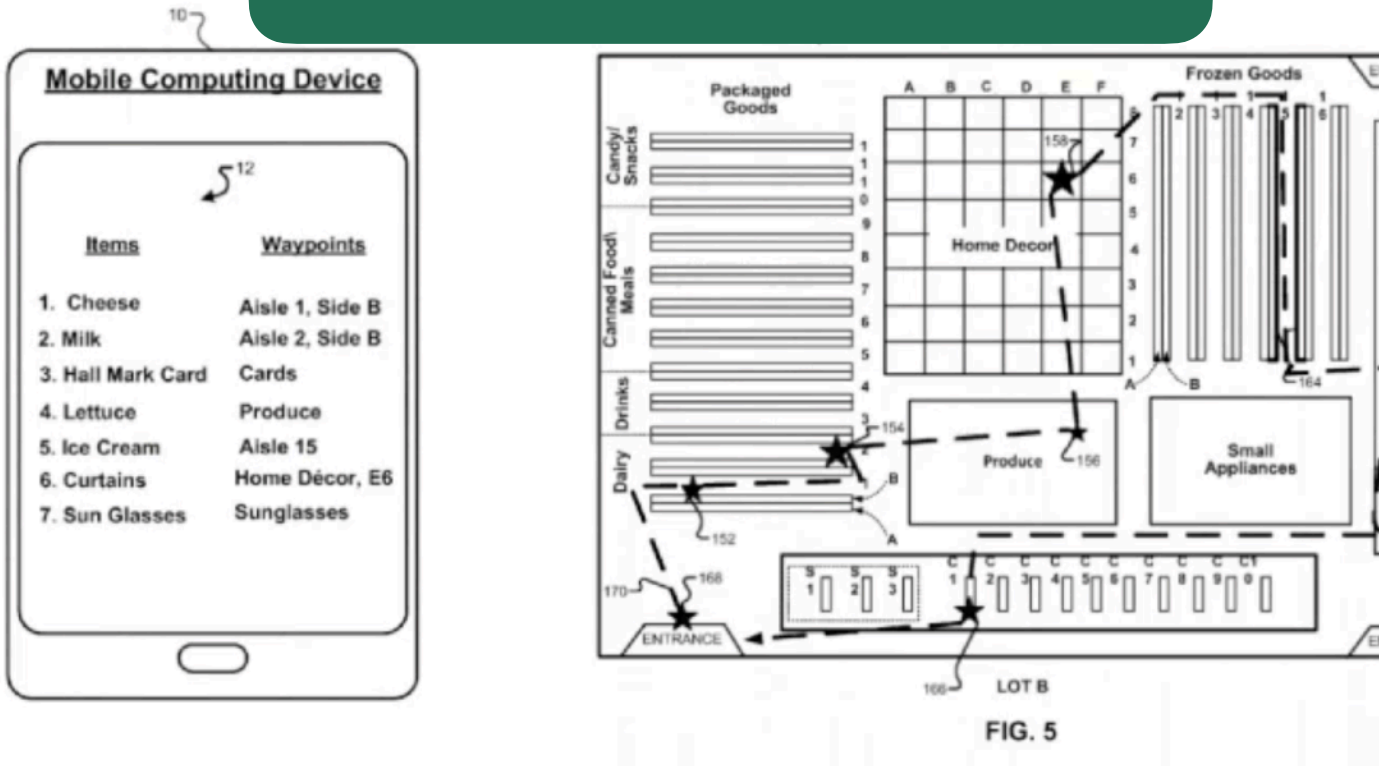


We're making it easier
for **businesses of all sizes**
to advertise with us

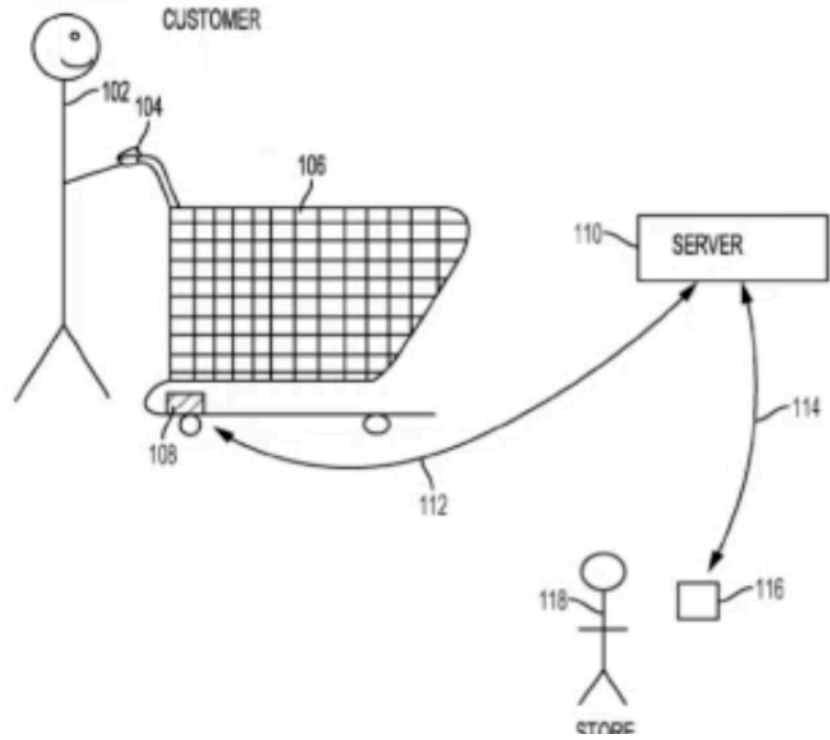
WALMART ESSAIE-T-IL DE FAÇONNER LE RETAIL 3.0 ?

AU FIL DES ANS, WALMART A DÉPOSÉ DE NOMBREUX BREVETS MAIS N'A PAS ENCORE DÉVELOPPÉ LES SOLUTIONS À GRANDE ÉCHELLE

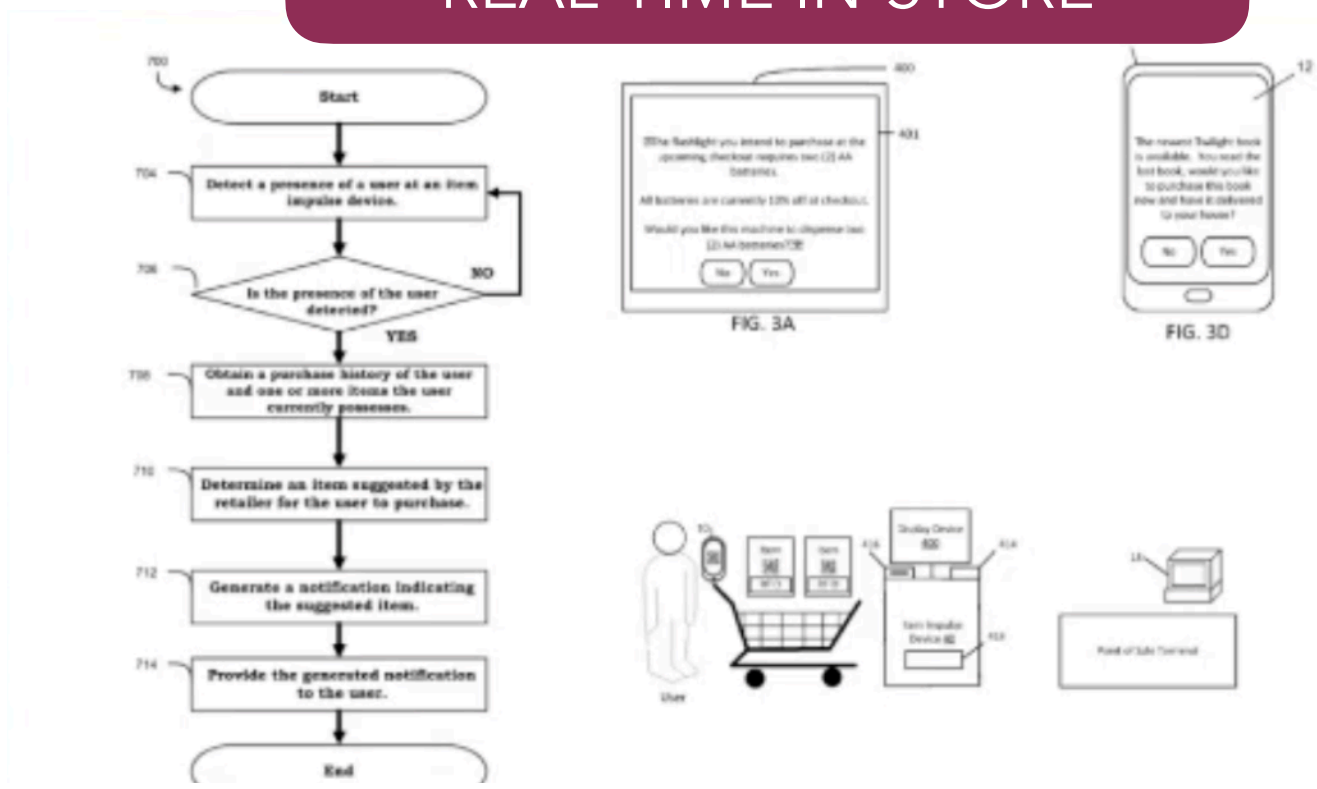
IN-STORE GPS



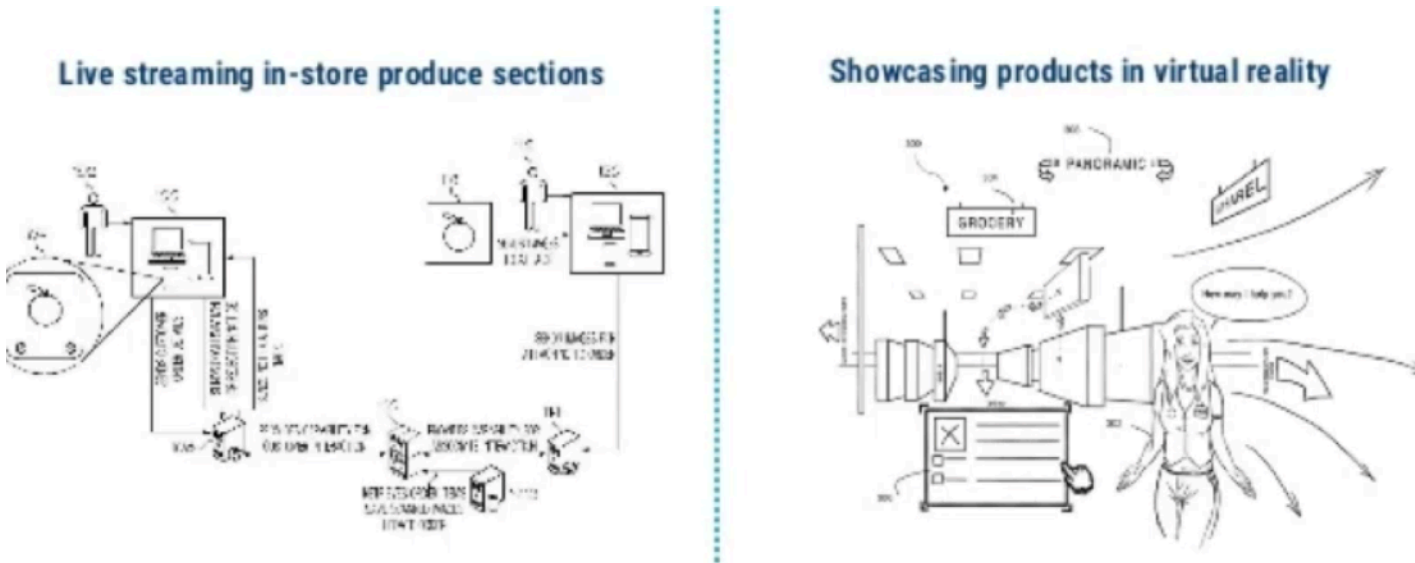
CHARIOT CONNECTÉ



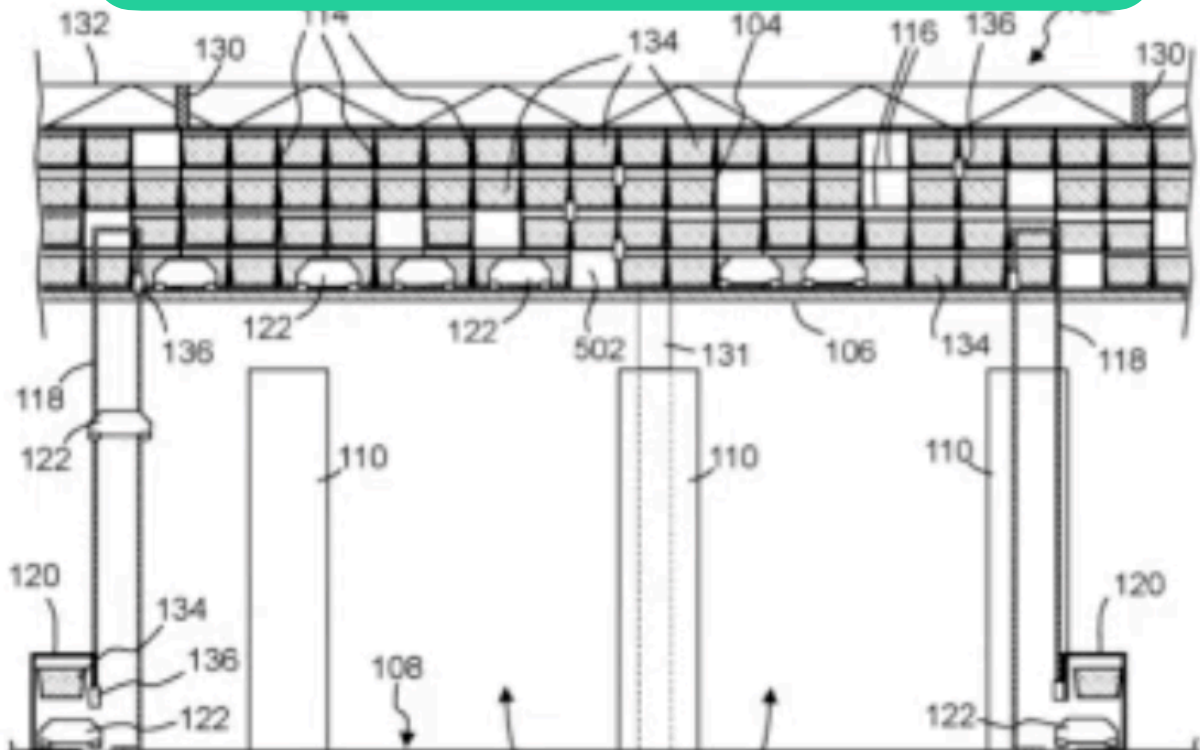
SUGGESTIONS REAL-TIME IN-STORE



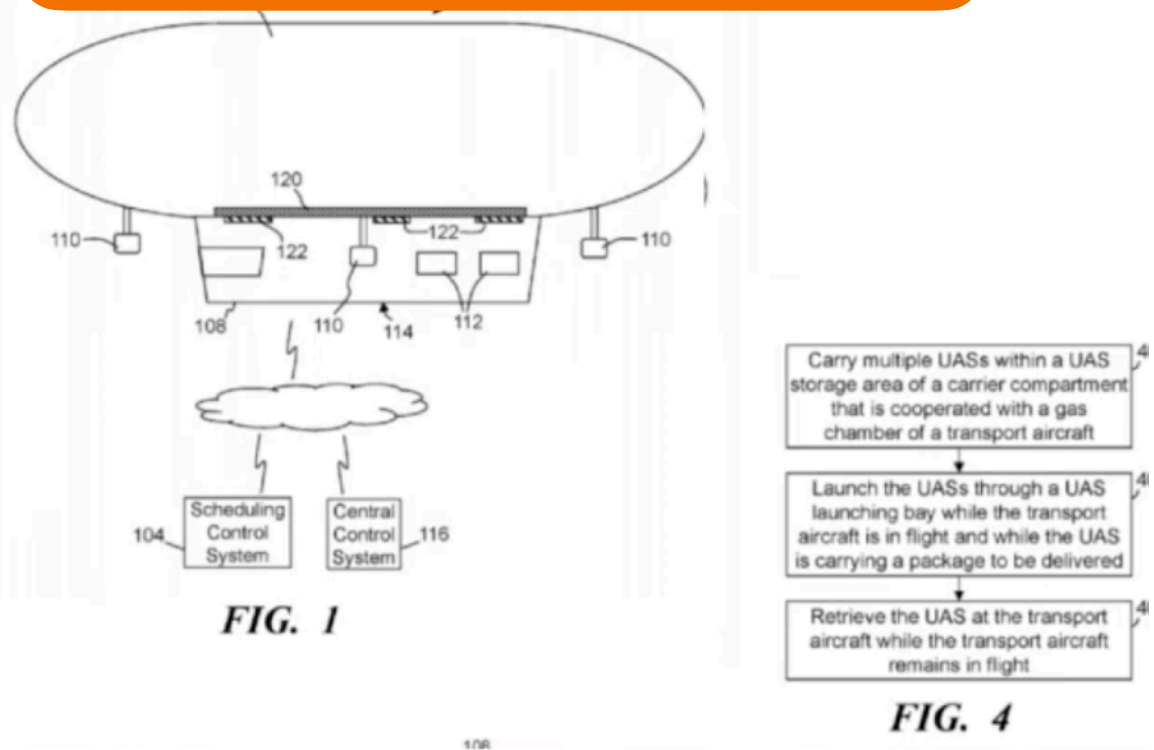
IN-STORE LIVE-STREAMING



WAREHOUSE STORE



LIVRAISON AIRSHIP



L'AVENIR DE WALMART NE SE RÉSUME PAS À **LA VENTE DE PRODUITS**

L'AVENIR DE WALMART EST DÉJÀ EN MARCHÉ ET CE SERA UN MÉLANGE DE PRODUITS ET DE SERVICES



WHAT'S NEXT ?

METAVVERSE, CRYPTOS, TOKENS SONT LE NOUVEAU TERRAIN DE JEU DE WALMART

METAVVERSE

En décembre 2021, Walmart a dévoilé 7 nouvelles marques liées au métaverse. Ensuite, Walmart pourrait proposer des services de santé ou de sport dans le monde virtuel.

CRYPTOS

Walmart est censé travailler au développement de sa propre crypto-monnaie et s'associe également à Coinstar pour fournir aux clients des distributeurs de bitcoins.

TOKENS

Les rumeurs disent que Walmart travaille sur une collection de NFT qui permettra de vendre des objets virtuels.



En 2017, bien avant l'explosion du métaverse, Walmart a publié une vidéo qui est désormais considérée comme un aperçu du shopping dans un monde virtuel.

POUR EN SAVOIR PLUS SUR LE **METaverse, ON SE RETROUVE À **11H25****

[META-KEYNOTE] RETAIL & METAVERSE + SESSION Q&A AU SEIN DU HUB INSTITUTE !



EMMANUEL VIVIER
CO-FONDATEUR - HUB INSTITUTE
EMMANUEL.VIVIER@HUBINSTITUTE.COM