



Soldes d'été

Criteo analyse les comportements d'achats des consommateurs et donne son bilan de la première semaine des Soldes d'été 2017



PARIS – 18 juillet 2017 – Criteo (NASDAQ: CRTO), la société technologique spécialiste du marketing à la performance, a étudié les comportements d'achats en ligne des consommateurs grâce à l'analyse de données agrégées qui ont été collectées auprès de plus de 220 annonceurs du secteur du retail en France entre le 1er avril 2016 et le 31 août 2016, et représentant plus de 23 millions de transactions.

Cette [étude](#) confirme que la réussite des soldes d'été repose en grande partie sur leur lancement (première semaine). Voici les principaux enseignements de l'étude de Criteo :

- **Les transactions réalisées sur mobile augmentent sensiblement à partir du vendredi, et rattrapent les ventes sur ordinateur pendant le weekend.** Les achats réalisés à partir d'un ordinateur se font plus souvent pendant les heures de bureau, tandis que les terminaux mobiles sont davantage privilégiés le reste de la journée, c'est-à-dire tôt le matin et en soirée.
- **Le secteur de la mode réalise jusqu'à +61% des ventes** au lancement des soldes d'été et se maintient à un niveau élevé sur l'ensemble de la période. Par ailleurs, le consommateur visite en moyenne 1,4 site de mode avant d'effectuer son achat.
- Pendant les périodes de pic comme les soldes d'été, de nombreux annonceurs souhaitent promouvoir leurs offres auprès des acheteurs en ligne. Le marché devient de plus en plus compétitif, et l'on observe **une hausse des CPM jusqu'à +29%** et une hausse des CPC jusqu'à +20%.



Même constat en 2017 ?

L'analyse du lancement des soldes d'été de cette année ne fait que confirmer la tendance observée en 2016. D'après les données issues de Criteo Sponsored Products Network sur la période du 14 juin au 4 juillet 2017 :

- On constate **une augmentation du nombre de visiteurs de 65% la première semaine des soldes et une augmentation de 166% du nombre d'acheteurs**
- **Le nombre de visiteurs augmente progressivement la semaine précédant les soldes et double (x2,1) à leur démarrage.**
- Car ils attendent les remises, le nombre d'acheteurs chute juste avant le début des soldes.
- **Le panier moyen s'élève à 104,14 € la première semaine des soldes et se compose de 3,2 articles.**
- **La mode et l'électronique** sont les catégories les plus populaires à cette période :
- Les iPhones, les caméras GoPro, les téléphones Samsung ainsi que les casques sont les articles électroniques les plus populaires.
- Dans la catégorie des maillots de bain, les acheteurs potentiels recherchent davantage les modèles masculins que les modèles féminins ou pour enfants !

Les soldes d'été sont une aubaine pour les retailers et nous voyons bien que tout se joue la première semaine ! Pour réussir leur campagne, les e-marchands doivent :

- **Optimiser leur plan marketing** : les soldes d'été sont de plus en plus concurrencées par les ventes privées qui ont lieu tout au long de l'année. Il est donc nécessaire de capitaliser sur le trafic et de proposer de fortes démarques dès le premier jour des soldes.
- **Exploiter la puissance du mobile** : les soldes d'été ont en parti lieu pendant les grandes vacances, lorsque les consommateurs voyagent. Pour se démarquer sur cette période, les e-marchands doivent proposer une expérience de qualité aussi bien sur navigateur mobile que sur application.
- **Identifier et adresser leurs cibles prioritaires**

Pour télécharger l'étude complète des données 2016, [cliquez ici](#). Pour plus d'informations sur les données 2017, n'hésitez pas à nous contacter directement.

À propos de Criteo – www.criteo.com/fr/ - [@criteo_France](https://twitter.com/criteo_France)

Criteo est une société mondiale, leader de la publicité numérique à la performance, avec plus de 15 000 sociétés clientes dans le monde et des relations directes avec des milliers d'éditeurs. Criteo a plus de 2 500 salariés dans 30 bureaux répartis à travers les Etats-Unis, l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique et l'Asie. Pour plus d'information, rendez-vous sur <http://www.criteo.com/fr>.

Contacts Presse:

Aline Dubucq
a.dubucq@criteo.com
01 55 90 53 91

Audrey, Giulia, Sabrina et Morad
criteofr@hotwirepr.com
01 43 12 55 49 / 74 / 72 / 65