



## **Rapport Criteo : « Global Commerce Review »** **Les stratégies cross-device : facteur de succès pour atteindre les consommateurs toujours plus mobiles**

Paris, le 8 novembre 2017 – Criteo (NASDAQ: CRTO), spécialiste du Commerce Marketing, dévoile aujourd'hui les résultats de son rapport trimestriel Global Commerce Review pour le troisième trimestre 2017. Ce rapport explore le parcours client des consommateurs sur plusieurs appareils, navigateurs et autres applications. Les retailers ont plus d'impact sur les appareils mobiles lorsqu'ils ont une application engageante ainsi qu'une forte présence sur le web mobile.

**Voici les principaux enseignements pour la France :**

### **Smartphone & applications mobiles en plein essor**

- En France, la part des ventes réalisées sur smartphone ont augmenté de 35% entre le troisième trimestre 2016 et le troisième trimestre 2017, tandis que la part des tablettes (-11%) et des ordinateurs (-6,5%) sont sur le déclin.
- Les applications représentent en Europe 63% des ventes sur mobile pour les retailers investissant conjointement sur navigateur mobile et application marchandes. Au niveau mondial, la part des applications a augmenté de 64% par rapport à 2016.
- En Europe, les retailers qui ont une application marchande réalisent 44% de leurs ventes sur mobile.

### **Les marques présentes sur tous les canaux**

- Les consommateurs matchés sur un autre appareil dépensent en moyenne 8% de plus par commande.
- 30% des transactions sur ordinateur en France sont précédées d'un clic sur mobile
- 44% des transactions post-clic sur ordinateur proviennent d'un autre écran
- Les retailers omnicanaux qui combinent leurs données online et offline peuvent analyser jusqu'à 4x plus de données pour optimiser leurs efforts marketing

### **Des consommateurs aux goûts et habitudes bien marqués**

- En France, le sport est la sous-catégorie du retail où la part du mobile est la plus forte (37%), devant l'habillement (35%) et les produits de santé / beauté (34%).
- La catégorie des fleurs & cadeaux est celle où le panier moyen est le plus élevé, avec 119€, devant l'habillement (112€) et les multi-spécialistes (109€).

*Méthodologie : le rapport Global Commerce Review a été établi en analysant des milliards de transactions sur l'année et plus de 5 200 marchands clients de Criteo aux quatre coins du monde.*

Le rapport complet est disponible sur demande. Une carte interactive est également disponible [au lien suivant](#) afin d'avoir une vision globale des données agrégées.

N'hésitez pas à revenir vers nous pour toute information complémentaire.

Bien à vous,  
Audrey, Giulia et Morad  
**Hotwire pour Criteo**  
01 43 12 55 55  
[CriteoFR@HotwireGlobal.com](mailto:CriteoFR@HotwireGlobal.com)

###

À propos de Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO), le leader du Commerce Marketing, construit le plus grand écosystème de Commerce Marketing ouvert et performant capable de générer des ventes et des profits pour les retailers et les marques. Plus de 2 700 membres de l'équipe Criteo collaborent avec 17 000 clients ainsi que des milliers d'éditeurs à travers le monde afin d'offrir des performances à grande échelle en connectant les consommateurs aux produits qu'ils désirent. Criteo Commerce Marketing Ecosystem analyse plus de 550 milliards de dollars de données transactionnelles par an.