

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### « Comment la non disponibilité des produits affecte les marques et les enseignes dans un monde omnicanal ? »

11 avril 2018

L'Institut du Commerce publie une étude exclusive qui vise à éclairer les industriels et les distributeurs sur les nouvelles réactions des shoppers face aux ruptures en ligne et en magasin.

Réalisée par Harris Interactive, elle a pour particularité de regarder les ruptures produit sous tous ses angles avec les lunettes du shopper : quel que soit le canal d'achat, sur de nombreux secteurs (alimentaire ou non) et sur une période longue (1 an).

#### LES GRANDS ENSEIGNEMENTS DE L'ETUDE

- La [dégradation des ruptures](#) observée en Hyper depuis 2013 (de 6,2% du CA à 7,1% du CA, source : baromètre ECR-IRI) a un impact sur les volumes de ventes, le CA, mais aussi sur l'image (enseigne et marque)
- Les attentes des shoppers varient selon les circuits (magasin de proximité, HMSM, magasin spécialisés, pure players, on ou offline...) et les enjeux sont différents (par exemple un risque plus fort d'abandon total du panier online).
- Le pourcentage d'abandonnistes (59%) ne peut laisser indifférent.
- La rupture n'est plus acceptable pour le shopper d'aujourd'hui. Mais ce qui lui est incompréhensible c'est le manque d'information, voire de proposition de substitution. Sur l'information, certains secteurs, dont le e-commerce, ont des initiatives pertinentes qu'il faudrait transposer en magasin
- L'étude donne des pistes opérationnelles de types de réponses à adresser selon les shoppers et les circuits.

Déterminante pour améliorer l'efficacité du commerce dans toutes ses composantes, cette étude est disponible gratuitement sur [ce lien](#) pour tous les membres de l'Institut du Commerce.

#### A propos de L'institut du Commerce

La plateforme de rencontre au sein de laquelle TOUS LES ACTEURS DU COMMERCE, industriels petits ou grands, distributeurs et prestataires de service peuvent travailler ensemble pour mieux satisfaire les attentes des shoppers. [www.institutducommerce.org](http://www.institutducommerce.org)

- Xavier Hua, Délégué Général : [xavier.hua@institutducommerce.org](mailto:xavier.hua@institutducommerce.org)
- Emilie Chalvignac, Directrice des Opérations : 01 56 89 89 30, [emilie.chalvignac@institutducommerce.org](mailto:emilie.chalvignac@institutducommerce.org)

#### A propos de Harris Interactive

Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études. Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international. Harris Interactive repense le marché en alliant innovation technologique et accompagnement d'experts au-delà des études. Pour aider ses clients à prendre les meilleures décisions, avec un temps d'avance. Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études. [www.harrisinteractive.fr](http://www.harrisinteractive.fr), Facebook, Twitter et LinkedIn