



E-commerce et alimentaire : quelles sont les performances des circuits de distribution ? [Etude]

Si les entreprises de retail commencent à intégrer les nouvelles tendances de consommation en adoptant des stratégies omnicanales, le passage au e-commerce s'avère un défi encore plus complexe pour les enseignes de distribution alimentaire. C'est l'un des principaux enseignements du baromètre cross-canal publié par Promise Consulting le 30 mars 2017.