



# C'est à nouveau le temps de la rentrée scolaire chez Walmart!

Aidez les clients à trouver tout ce qui se trouve sur leur liste et à remplir le sac de leurs enfants grâce à notre offre A+, qui combine sensibilisation et précision, deux qualités dont votre marque a besoin pour se démarquer.

Walmart Connect met à votre disposition des aptitudes et son service omnicanal, soit une combinaison gagnante pour permettre l'établissement d'un lien fort entre les clients et les marques au cours de cette période cruciale.

On a fait nos devoirs! Voici le résultat de nos recherches et de nos pratiques d'excellence pour commencer l'année scolaire du bon pied.

**EF25**  
Rentrée des classes





En 2025, la rentrée des classes devrait générer

**6,2** milliards de dollars de revenus<sup>1</sup>.



**Walmart est le détaillant omnicanal n° 1 pour la rentrée des classes<sup>3</sup>!**

**70 %** des répondants prévoient de faire leur magasinage pour la rentrée des classes en magasin et en ligne<sup>2</sup>.

Les revenus, en hausse par rapport aux revenus de 5,9 milliards de dollars générés en 2024, devraient continuer à croître selon un taux de croissance annuel composé de

**5,9 %**

jusqu'en 2030, en raison notamment de grands segments comme les vêtements, et de segments à croissance rapide comme les articles électroniques<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Grand View Research. Étude Canada Back To School Market Size & Outlook, 2024-2030, 2024.

<sup>2</sup> Deloitte. Sondage de 2024 sur la rentrée des classes, mai 2024.

<sup>3</sup> Données sur la pénétration par les ménages de NielsenIQ Homescan, 2024.



# Les Canadiens optent pour Walmart au moment de magasiner pour la rentrée des classes



## La clé de la réussite : dépenser judicieusement

Plus de 7 Canadiens sur 10 prévoient profiter des rabais, des promotions et des soldes en magasin et en ligne afin de contrôler les dépenses<sup>4</sup>.



Les Canadiens en sont venus à se fier aux bas prix de tous les jours offerts par Walmart, ainsi qu'aux autres chutes de prix saisonnières.

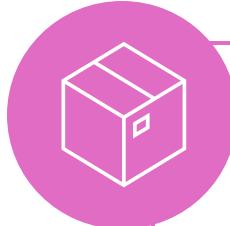


## La hausse des coûts exerce une pression sur la fidélité à une marque

Plus de 6 consommateurs sur 10 ont affirmé qu'ils achèteraient des articles d'une marque différente si jamais le prix des articles de leur marque préférée était trop élevé<sup>4</sup>.



Plus de 90 % des recherches dans les catégories liées à la rentrée des classes concernent des articles de marques génériques, ce qui donne l'occasion aux annonceurs de défendre leur marque ou de veiller à la croissance de celle-ci<sup>6</sup>.



## La commodité importe

7 consommateurs sur 10 ont affirmé que leur choix de commerce est avant tout motivé par la commodité de l'emplacement, des retours et de la livraison<sup>5</sup>.



Walmart compte plus de 400 succursales auxquelles les clients peuvent se rendre au moment qui leur convient. Le **Laissez-passer de livraison Walmart** donne aux clients l'accès à la livraison gratuite et illimitée le jour même de milliers d'articles pour moins de 2 \$ par semaine<sup>6</sup>!

<sup>4</sup> Abacus Data. *Back-to-School 2024: More expensive than ever?*, août 2024.

<sup>5</sup> Deloitte. Sondage de 2024 sur la rentrée des classes, mai 2024.

<sup>6</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Les Canadiens optent pour Walmart au moment de magasiner pour la rentrée des classes



En 2024, **92 %** des parents canadiens prévoient magasiner pour la rentrée des classes<sup>7</sup>. Plus de **9 répondants sur 10** prévoient se rendre dans une succursale Walmart pour faire leur magasinage de la rentrée des classes, ce qui confère à Walmart la première place parmi tous les détaillants<sup>8</sup>. Les catégories de produits essentiels, comme les produits d'épicerie et les vêtements, demeurent celles qui génèrent la plus forte demande pour la rentrée des classes.

## EF25 – Catégories qui génèrent le plus de ventes à la rentrée des classes chez Walmart, en magasin et en ligne<sup>9</sup>

### CATÉGORIES QUI GÉNÈRENT LE PLUS DE VENTES



Épicerie



Vêtements



Produits de beauté



Articles électroniques



Articles de papeterie



Accessoires

<sup>7</sup> Harris Poll / Nerdwallet Canada, 2024.

<sup>8</sup> Field Agent Canada. Rapport sur la rentrée des classes, 2024.

<sup>9</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Messages personnalisés selon l'intention

La majorité des recherches liées à la rentrée des classes chez Walmart ne portent pas sur une marque, mais sur des catégories p. ex., accessoires, vêtements, épicerie et articles de papeterie. Les consommateurs de produits dans ces catégories sont très sensibles au prix et aux aubaines, et non pas seulement aux marques. Cependant, près de la moitié des recherches liées à la rentrée des classes qui portent sur des articles électroniques et des produits de beauté sont axées sur la marque. Le message adressé aux consommateurs pour cette catégorie doit mettre de l'avant la proposition de valeur, les principales caractéristiques de la marque et les avantages par rapport à la concurrence<sup>10</sup>.



**La totalité (100 %) des 10 termes les plus cherchés dans ces catégories liées à la rentrée des classes ne porte pas sur une marque**

**30 - 40 % des 10 termes les plus cherchés dans les catégories des produits de beauté et des articles électroniques portent sur une marque**

<sup>10</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Les clients qui achètent à la rentrée des classes font des recherches et des achats par vagues

Le magasinage pour la rentrée des classes commence tôt! Les clients se rendent chez Walmart tout au long de l'été pour faire des recherches et magasiner.

Le volume des recherches connaît un essor en juillet et demeure stable jusqu'à la fin de l'été en ce qui concerne les catégories comme les vêtements, les produits de beauté, les articles électroniques et les produits d'épicerie. Les recherches dans les catégories des accessoires et des articles de papeterie connaissent une hausse stable avant d'atteindre des sommets vers la fin-août et début septembre, soit la période où les clients de dernière minute vont acheter ces fournitures essentielles.

Alors que les clients qui se rendent en magasin ont tendance à magasiner pour la rentrée des classes à la fin de l'été, les clients en ligne commencent à magasiner dès juillet. En 2024, les ventes dans les catégories des vêtements et des articles de papeterie ont connu une croissance importante par rapport à l'année précédente au cours de la période des aubaines Walmart.

**Mois au cours duquel la croissance des ventes par rapport à l'année précédente a atteint des sommets en 2024 dans les principales catégories<sup>11</sup>**

## EN MAGASIN



## EN LIGNE

<sup>11</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



**Accessoires**



**Vêtements**



**Produits de beauté**



**Épicerie**



**Articles de papeterie**



**Articles électroniques**





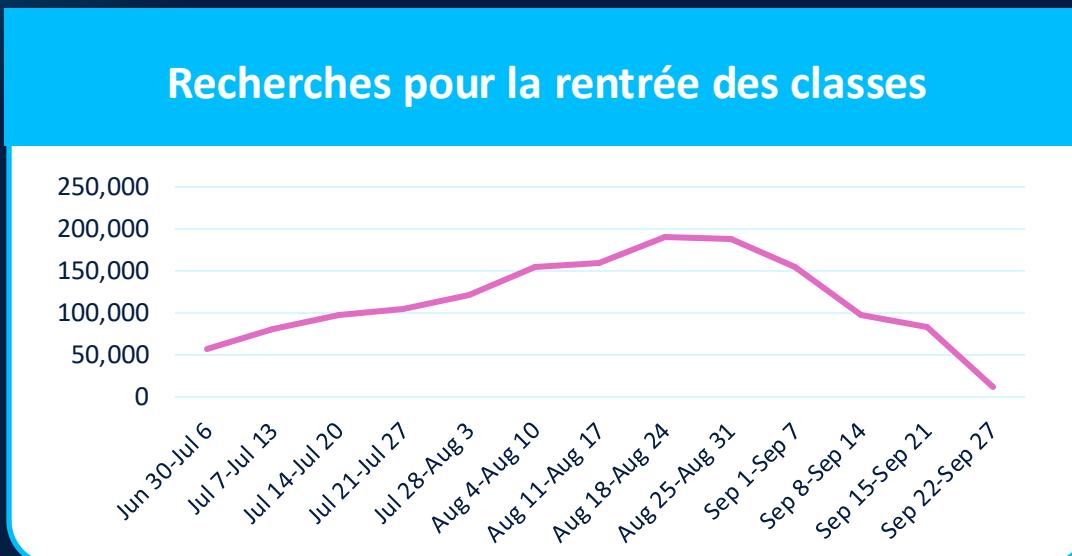
# Accessoires





# Intentions relativement au magasinage des accessoires<sup>12</sup>

Les recherches sur les accessoires ont augmenté tout au long de l'été avant d'atteindre un sommet au cours des deux dernières semaines d'août, alors que les clients de dernière minute ont fait des recherches sur des sacs à dos et des bouteilles d'eau.



## Termes les plus cherchés



Accessoires

- |                         |                              |
|-------------------------|------------------------------|
| Sac à dos               | Bouteille d'eau              |
| Sacs à dos pour enfants | Sacs à dos                   |
| Sac-repas               | Bouteille d'eau pour enfants |
| Boîte à lunch           | Sac d'école                  |
| Contenant isotherme     | Bouteille d'eau isotherme    |

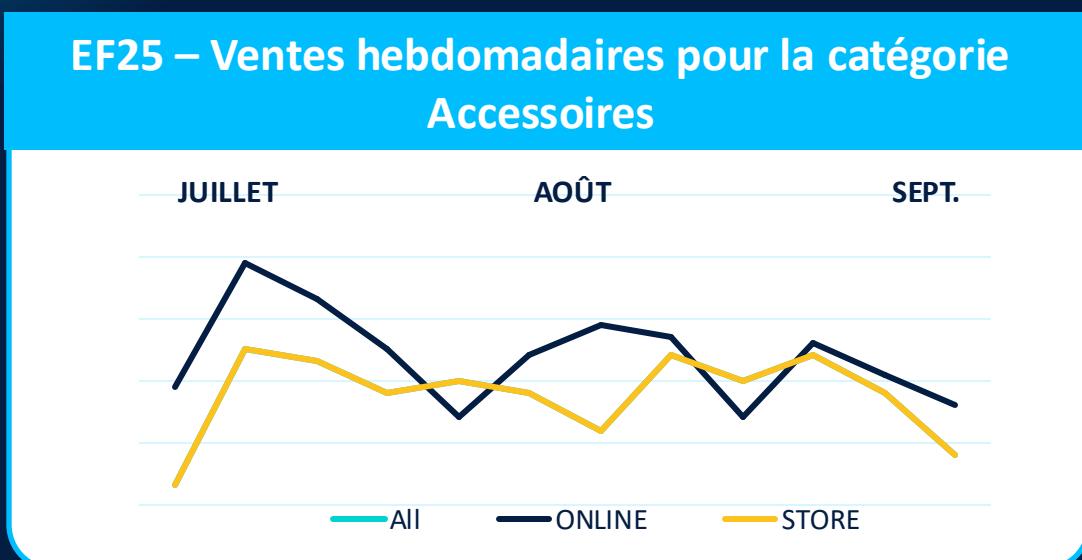
<sup>12</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Achats relativement au magasinage des accessoires<sup>13</sup>

## Ventes par rapport à l'année précédente

La croissance des ventes en ligne pour la catégorie Accessoires par rapport à l'année précédente a atteint les deux chiffres, avec une **montée en flèche des ventes en ligne** au cours des semaines 30 à 34 et d'une **montée en flèche des ventes en magasin** au cours des semaines 32 à 34.



La principale catégorie dans laquelle les clients ont aussi magasiné en ligne était l'épicerie, et pour le magasinage en magasin, la principale catégorie était les vêtements.

## VMC

La VMC en ligne est **2 fois plus élevée** que la VMC en magasin

## Principales sous-catégories

En ligne	En magasin	
Bouteilles d'eau	1 <sup>ER</sup> RANG	Sacs pour enfants
Sacs à dos pour enfants	2 <sup>E RANG</sup>	Sacs à dos
Boîtes à lunch et sacs-repas	3 <sup>E RANG</sup>	Sacs-repas

<sup>13</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Liste de fournitures

Stratégie en matière d'accessoires

## Faire connaître sa marque

La majorité des recherches sur le site de Walmart pour des accessoires ne portent pas sur une marque. Utilisez la **recherche commanditée** pour faire connaître davantage votre marque, ce qui propulsera vos produits dans les premiers résultats de recherche pertinents, ce qui vous permettra d'établir un lien entre votre marque et les clients et de susciter l'intérêt de ceux-ci.



## Stimuler l'intérêt en magasin

Les ventes en magasin d'accessoires ont tendance à grimper à la fin de la période de rentrée des classes, soit au cours des semaines 32 à 34. Utilisez l'emplacement en magasin, p. ex., annonces sur le **mur de téléviseurs** et **annonces radio en magasin**, afin d'attirer l'attention des clients en magasin et de les inciter à acheter.



## Atteindre les clients intéressés

Atteignez les clients intéressés pendant qu'ils font des recherches sur leurs articles essentiels pour la rentrée des classes. Attirez l'attention des clients au moyen d'une **vignette qui dirige le client vers votre produit** de la catégorie pendant cette période cruciale de magasinage.





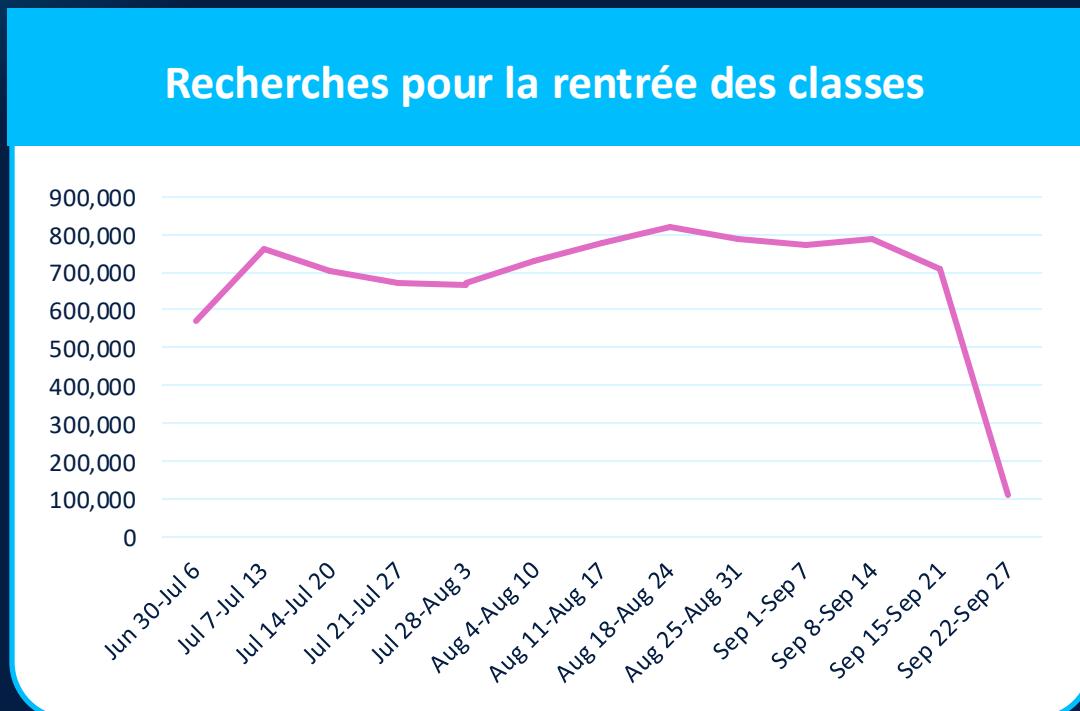
# Vêtements





## Intentions relativement au magasinage des vêtements<sup>14</sup>

Le nombre de recherches pour des vêtements demeure stable tout au long de la rentrée des classes, alors que les clients continuent leurs recherches pour des articles essentiels, comme des vêtements pour dames et pour bébés, ainsi que des chaussettes.



### Termes les plus cherchés

#### Vêtements

- Vêtements pour dames
- Vêtements pour bébés – filles
- Maillots de bain pour femmes
- Robes
- Vêtements pour bébés – garçons
- Chaussures pour femmes
- Chaussettes
- Uniformes
- Soutiens-gorge
- Shorts pour hommes

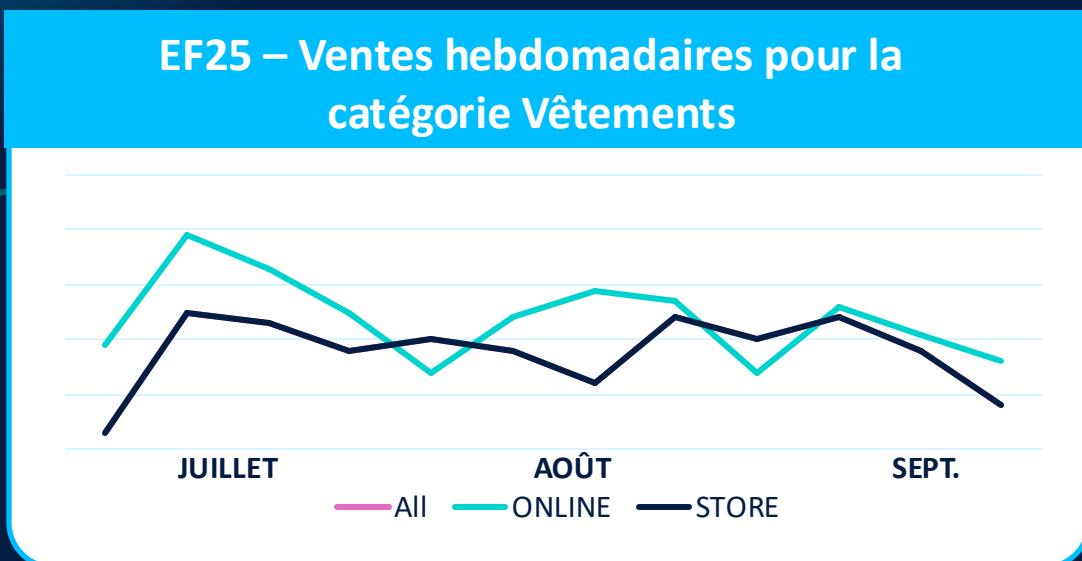
<sup>14</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Achats relativement au magasinage des vêtements<sup>15</sup>

## Ventes par rapport à l'année précédente

La croissance des ventes en ligne pour la catégorie Vêtements a atteint les deux chiffres au cours des semaines 24 et 25.



La principale catégorie dans laquelle les clients ont aussi magasiné en ligne et en magasin était l'épicerie.

## VMC

La VMC en ligne est **1,2 fois plus élevée** que la VMC en magasin

## Principales sous-catégories

En ligne	En magasin	
Soutiens-gorge	1 <sup>ER</sup> RANG	Denim pour hommes
Chaussures pour tout-petits	2 <sup>E</sup> RANG	T-shirts pour hommes
Chaussures pour garçons	3 <sup>E</sup> RANG	Tricots pour garçons

<sup>15</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Liste de fournitures

Stratégie en matière de vêtements

## Faire connaître sa marque

Faites en sorte de sensibiliser davantage les clients à votre marque et encouragez-les à découvrir votre produit lorsqu'ils naviguent sur le site Walmart.ca grâce à la **recherche commanditaire**, à des vignettes qui dirigent le client vers votre produit et à des bannières principales.



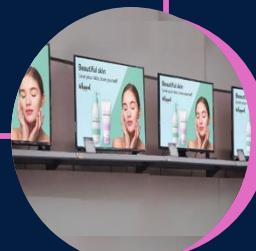
## Stimuler l'intérêt en magasin

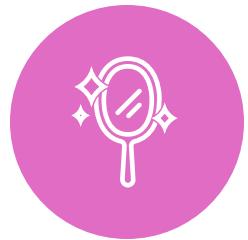
Atteignez les clients sur leurs réseaux sociaux préférés grâce à des **influenceurs** afin de leur faire connaître les tendances mode chez Walmart.



## Atteindre les clients intéressés

Utilisez l'emplacement en magasin, p. ex., annonces sur le **mur de téléviseurs et annonces radio en magasin**, afin d'attirer l'attention des clients en magasin et de les inciter à acheter.





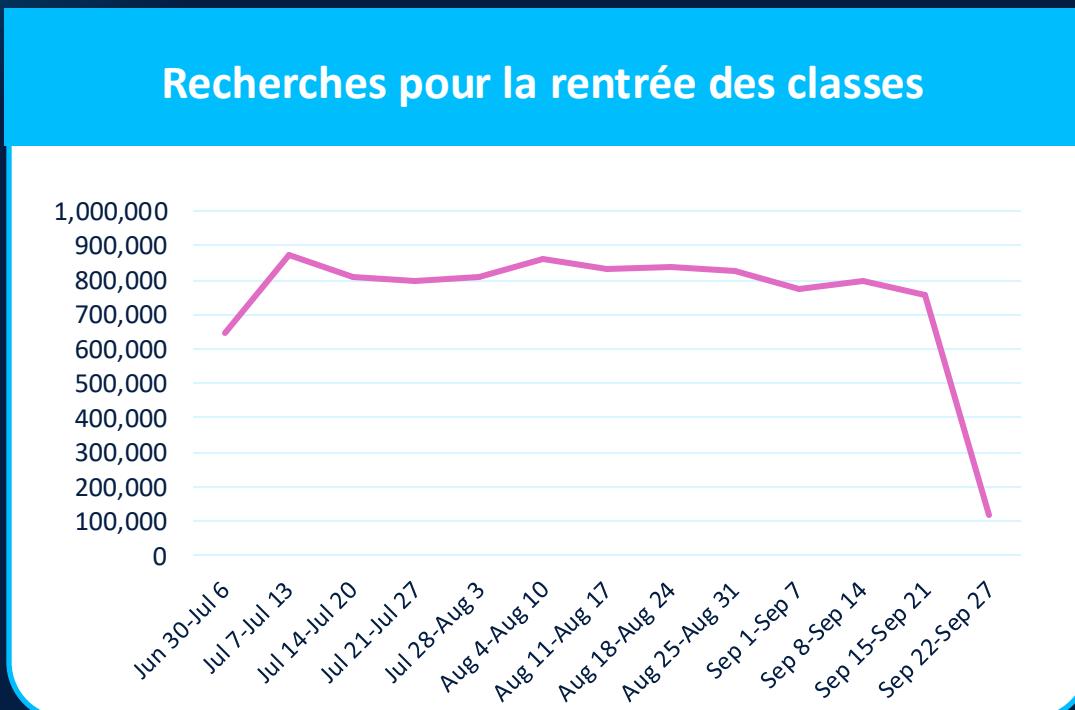
# Produits de beauté





# Intentions relativement au magasinage des produits de beauté<sup>16</sup>

Le nombre de recherches pour des produits de beauté demeure stable tout au long de la rentrée des classes, alors que les clients continuent leurs recherches pour des articles essentiels, comme du nettoyant corporel, du shampooing et du dentifrice.



## Termes les plus cherchés

### Produits de beauté

Nettoyant corporel

Shampooing

Dentifrice

Elf\*

Protection solaire

Savon à mains

Sèche-cheveux

Soins pour la peau Bubble\*

Produits Liaisons fortes de Dove

Déodorant

\* marque

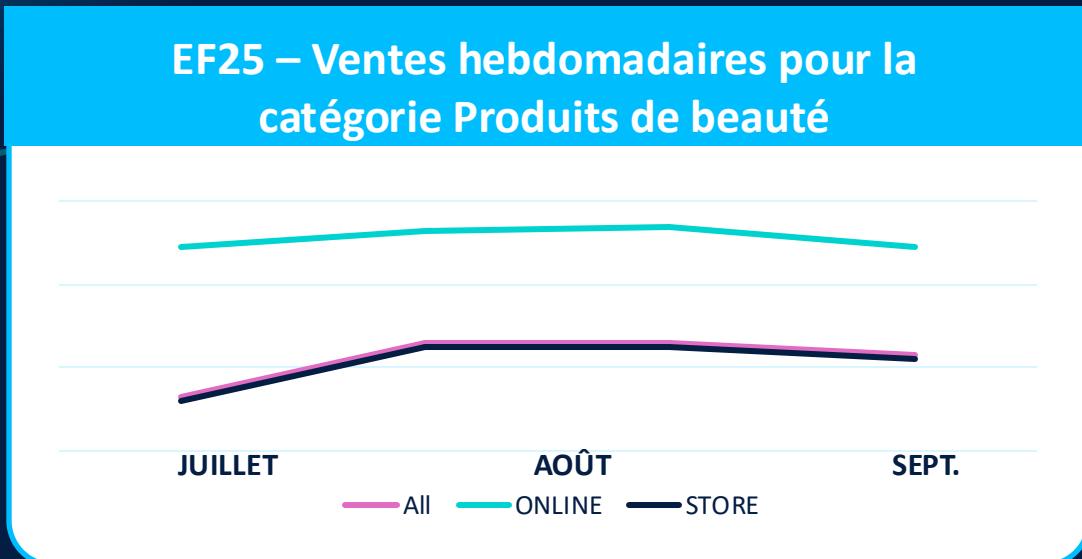
<sup>16</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Achats relativement au magasinage des produits de beauté<sup>17</sup>

## Ventes par rapport à l'année précédente

La **croissance des ventes en ligne** pour la catégorie Produits de beauté **a atteint les deux chiffres** par rapport à l'année précédente, alors que les ventes sont demeurées stables tout au long de la rentrée des classes.



La principale catégorie dans laquelle les clients ont aussi magasiné en ligne et en magasin était l'épicerie.

## VMC

La VMC en ligne est **1,1 fois plus élevée** que la VMC en magasin

## Principales sous-catégories

En ligne	En magasin		
Nettoyant corporel et gel douche	1 <sup>ER</sup> RANG	Articles de rasage pour hommes	
Shampooing	2 <sup>E</sup> RANG	Shampooing	
Sous-vêtements jetables	3 <sup>E</sup> RANG	Nettoyant corporel	

<sup>17</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Liste de fournitures

Stratégie en matière de produits de beauté

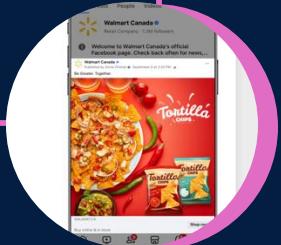
Faire connaître sa marque et inciter le client à l'essayer

Combinez des échantillons en magasin et la recherche commanditaire pour propulser vos produits dans les premiers résultats de recherche pertinents, ce qui vous permettra d'inciter les clients à découvrir vos produits et de les attirer en magasin pour qu'ils les e



Atteindre les clients ailleurs que sur le site Web

Atteignez les clients sur leurs réseaux sociaux préférés grâce à des influenceurs afin de leur faire connaître les tendances mode chez Walmart.



Atteindre les clients en magasin

Utilisez l'emplacement en magasin, p. ex., annonces sur le mur de téléviseurs et annonces radio en magasin, afin d'attirer l'attention des clients en magasin et de les inciter à acheter.





# Épicerie

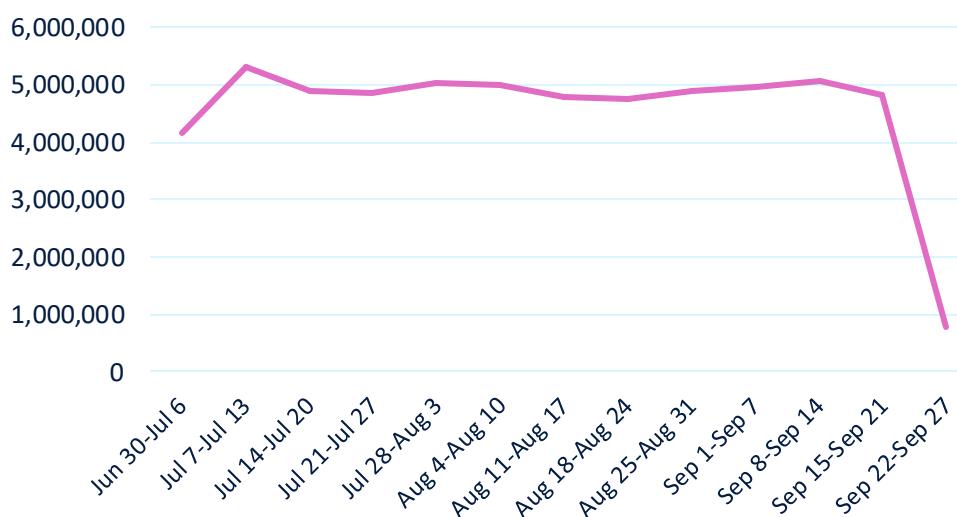




# Intentions relativement au magasinage des produits d'épicerie<sup>18</sup>

Le nombre de recherches pour des produits d'épicerie demeure stable tout au long de la rentrée des classes, alors que les clients continuent leurs recherches pour des produits essentiels, comme du pain, du lait et des œufs.

## Recherches pour la rentrée des classes



## Termes les plus cherchés



Épicerie

Pain	Œufs
Lait	Poulet
Croustilles	Crème glacée
Fromage	Céréales
Yogourt	Collations

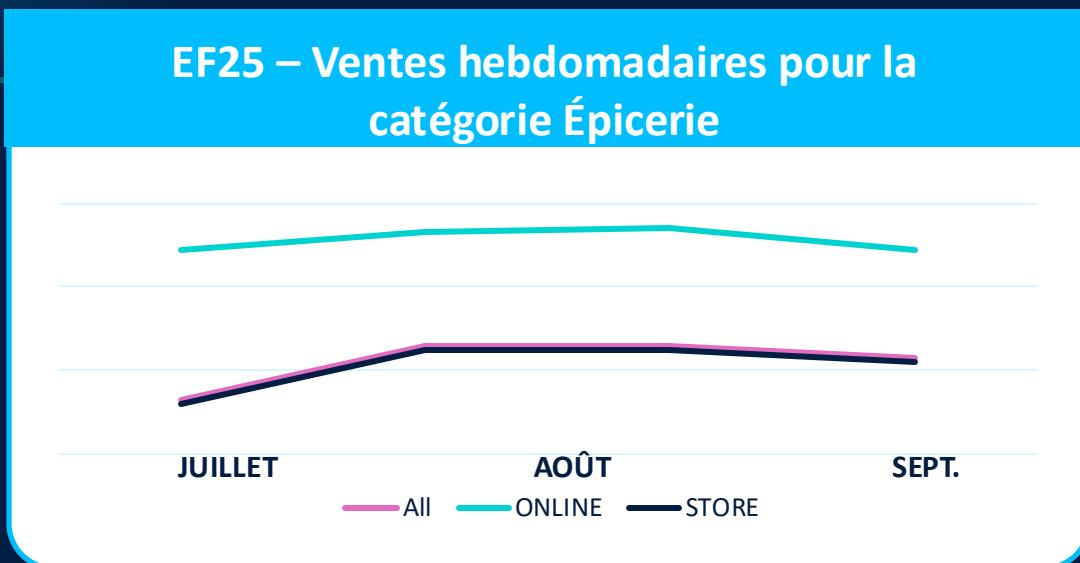
<sup>18</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Intentions relativement au magasinage des produits d'épicerie<sup>19</sup>

## Ventes par rapport à l'année précédente

La croissance des ventes en ligne pour la catégorie Épicerie a atteint les deux chiffres par rapport à l'année précédente, alors que les ventes sont demeurées stables tout au long de la rentrée des classes.



Les principales catégories dans lesquelles les clients ont aussi magasiné en ligne et en magasin étaient les produits de soins personnels et les produits consommables.

## VMC

La VMC en ligne est **2,7 fois plus élevée** que la VMC en magasin

## Principales sous-catégories

En ligne



Poitrines de poulet et de dinde

1<sup>ER</sup> RANG

En magasin



En magasin

Cartons d'œufs

2<sup>ÈME</sup> RANG

Lait 2 %

3<sup>ÈME</sup> RANG

Lait ordinaire

Poulet refroidi à l'air

Café

<sup>19</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Liste de fournitures

Stratégie en matière de produits d'épicerie

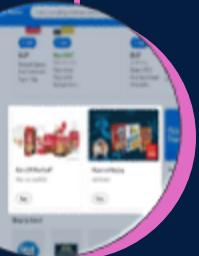
Faire connaître sa marque et établir un lien entre le client et la marque

Combinez des échantillons en magasin et la recherche commanditaire pour propulser vos produits dans les premiers résultats de recherche pertinents, ce qui vous permettra d'inciter les clients à découvrir vos produits et de les attirer en magasin pour qu'ils les essaient.



Atteindre les clients intéressés

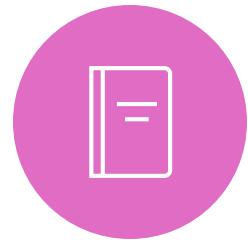
Attirez l'attention des clients au moyen d'une vignette qui dirige le client vers les produits d'épicerie pendant qu'ils font des recherches en ligne dans cette catégorie.



Atteindre les clients en magasin

Combinez des affiches verticales et des supports à bascule exclusivement pour les produits d'épicerie afin de sensibiliser le client à votre marque au point de vente, dans les allées.





# Articles de papeterie





# Intentions relativement au magasinage des articles de papeterie<sup>20</sup>

Les recherches sur les articles de papeterie ont augmenté tout au long de l'été avant d'atteindre un sommet au cours des deux dernières semaines d'août, alors que les clients de dernière minute ont fait des recherches sur des stylos, des crayons et des cahiers.

## Recherches pour la rentrée des classes



## Termes les plus cherchés



### Articles de papeterie

Étui à crayons	Crayons
Reliure	Marqueurs
Fournitures scolaires	Duo-tang
Cahier	Bâton de colle
Stylos	Calculatrice

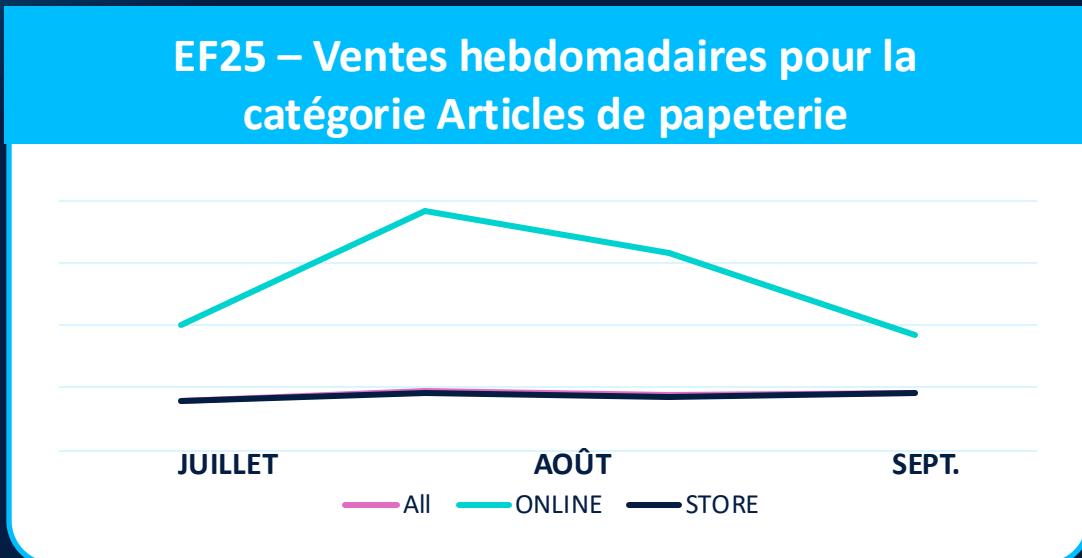
<sup>20</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Intentions relativement au magasinage des articles de papeterie<sup>21</sup>

## Ventes par rapport à l'année précédente

La **croissance des ventes en ligne** pour la catégorie Articles de papeterie a atteint les **deux chiffres par rapport à l'année précédente** et **les trois chiffres** au cours des semaines 24 et 25.



La principale catégorie dans laquelle les clients ont aussi magasiné en ligne et en magasin était l'épicerie.

## VMC

La VMC en ligne est **1,2 fois plus élevée** que la VMC en magasin

## Principales sous-catégories

En ligne	En magasin
Marqueurs et ensembles de crayons de couleur	1 <sup>ER</sup> RANG Fiches pour comptoir pour chaque jour
Reliures	2 <sup>E</sup> RANG Cahiers pour l'école
Crayons de cire	3 <sup>E</sup> RANG Stylos



# Liste de fournitures

Stratégie en matière d'articles de papeterie

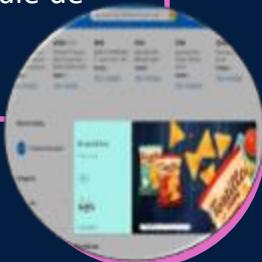
## Faire connaître sa marque

Faites en sorte que les clients aient toujours votre marque à l'esprit tout au long de la rentrée des classes en augmentant vos dépenses pour de la **recherche commanditaire**.



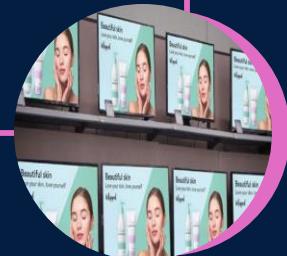
## Atteindre les clients intéressés

Atteignez les clients intéressés pendant qu'ils font des recherches sur leurs articles essentiels pour la rentrée des classes. Attirez l'attention des clients au moyen d'une **bannière principale** dans la catégorie Articles de bureau, d'artisanat et de réception pendant cette période cruciale de magasinage.



## Atteindre les clients en magasin

Utilisez l'emplacement en magasin, p. ex., annonces sur le **mur de téléviseurs et annonces radio en magasin**, afin d'attirer l'attention des clients en magasin et de les inciter à acheter.





# Articles électroniques



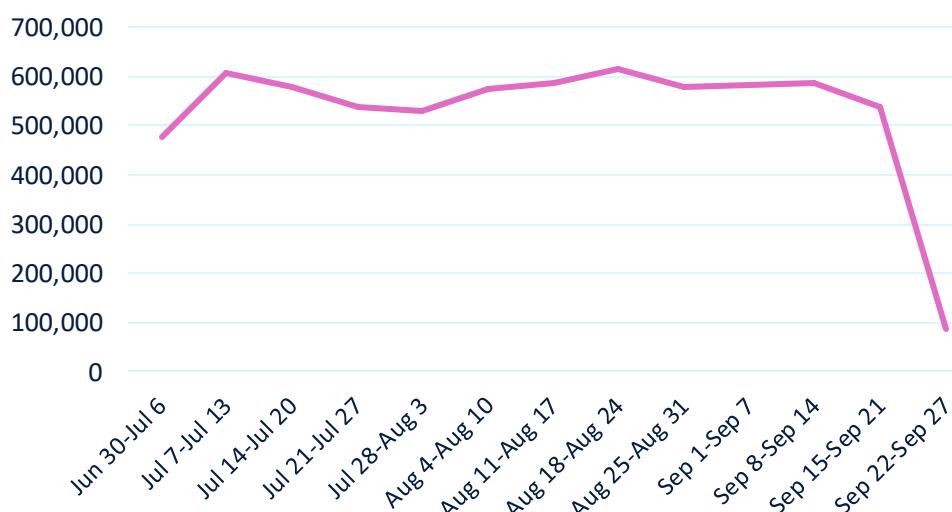


# Intentions relativement au magasinage des articles électroniques<sup>22</sup>

Le nombre de recherches pour des articles électroniques demeure stable tout au long de la rentrée des classes, alors que les clients continuent

leurs recherches pour des téléviseurs, des tablettes et des ordinateurs portatifs.

## Recherches pour la rentrée des classes



## Termes les plus cherchés



### Articles électroniques

Téléviseur	Ordinateur portatif
Tablette iPad*	Téléviseur intelligent
Écouteurs AirPods*	Télévision intelligente
Montre Apple Watch*	Imprimante
Téléphone iPhone*	Casques d'écoute

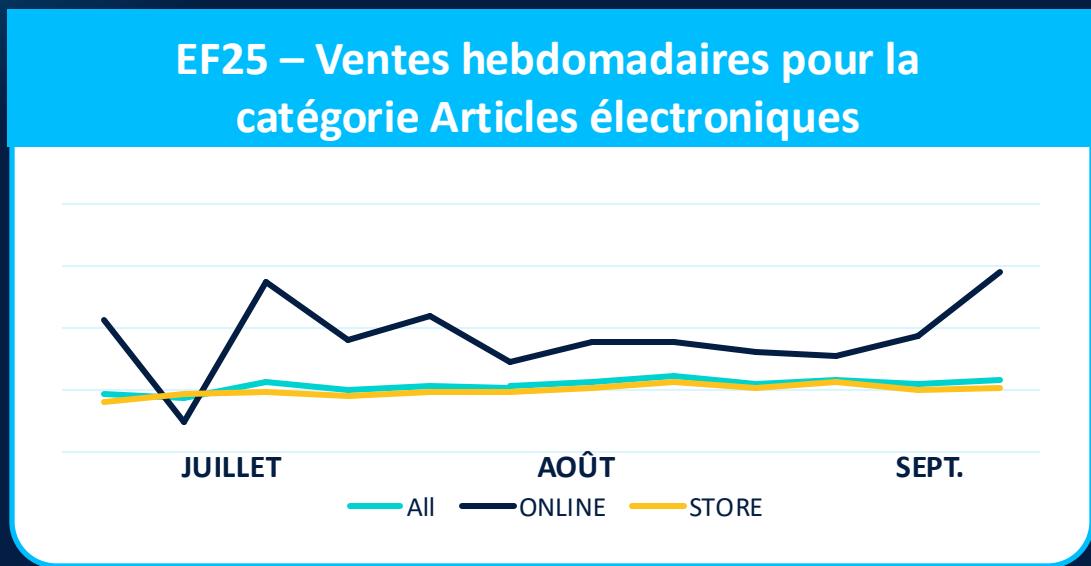
\* marque



## Intentions relativement au magasinage des articles électroniques<sup>23</sup>

## Ventes par rapport à l'année précédente

La **croissance des ventes en ligne** pour la catégorie Articles électroniques a atteint les deux chiffres par rapport à l'année précédente et les ventes ont atteint des sommets au cours des semaines 25 à 34.



Les principales catégories dans lesquelles les clients ont aussi magasiné en ligne et en magasin étaient les produits de soins personnels et les produits consommables.

VMC

La VMC en ligne  
est **3,7 fois plus**  
**élevée** que la  
VMC en magasin

## Principales sous-catégories

## En ligne



En  
magasin

## Tablette de marque

1<sup>ER</sup> RANG

## Téléviseurs à écran de 39 po à 45 po

phones déverrouillés

2<sup>E</sup> RANG

## Téléviseur à écran de 65 po

## Écouteurs-boutons sans fil

3<sup>E</sup> RANG

## Ordinateur portatif

<sup>23</sup> Données de première partie de Walmart – juin 2024 à sept. 2024.



# Liste de fournitures

Stratégie en matière d'articles électroniques

## Faire connaître sa marque

Près de la moitié des clients recherchent une marque en particulier pendant la rentrée des classes. Augmentez les dépenses pour la **recherche commanditée** pour propulser vos produits dans les premiers résultats de recherche pertinents.



## Publier dans le livret de la rentrée des classes

Publiez une annonce dans le **livret pour la rentrée des classes**, lequel regroupe plusieurs fournisseurs. Vous pourrez y présenter les nouveaux produits de votre marque, ce qui comprend une présence dans des emplacements sur le site et en magasin, faire connaître votre marque et susciter les clients à l'envisager.



## Atteindre les clients ailleurs que sur le site Web

Attirez l'attention des clients ailleurs que sur le site Web au moyen d'**annonces Shopping de Google** afin de faire découvrir vos produits et d'inciter les clients à consulter le site Walmart.ca. Continuez jusqu'à la mi-septembre, soit le moment où Walmart connaît une hausse des ventes liées aux annonces sur de nouveaux produits.





# Merci

