

A l'occasion de la séance de clôture de l'assemblée générale de l'ACSEL, l'Association de l'Economie Numérique, le 21 Octobre, son Président Pierre Kosciusko-Morizet, a présenté l'ouvrage *E-commerce et distribution, comment Internet bouscule les canaux de vente* en présence de Jean-Paul Bailly, Président du groupe La Poste. La table ronde, animée par Olivier Bitoun, journaliste et auteur de l'ouvrage, réunissait des représentants de Darty.com, Carrefour et Estée Lauder. Elle a permis d'entendre des témoignages et d'approfondir la réflexion sur l'évolution de la distribution sous l'influence du e-commerce et des nouveaux comportements des acheteurs devant un public de 200 membres de l'ACSEL.

## **Comment l'e-commerce remet en cause les principes fondateurs du commerce**

Bien qu'il ne représente que 3,5% du commerce de détail, l'e-commerce provoque une onde de choc qui remet en cause certains principes fondateurs de la distribution :

- Le rôle, la physionomie et l'emplacement du magasin ;
- Le périmètre de la zone de chalandise ;
- La distinction entre producteurs, distributeurs et consommateurs ;
- Le comportement des acheteurs qui demandent un service de plus en plus personnalisé.

### ***Pure players*, distributeurs et marques convergent-ils vers un modèle commun ?**

Quelques semaines avant le pic d'activité commerciale des achats de Noël, l'ACSEL se penche sur cette mutation majeure de la distribution à travers son nouveau livre *Internet et distribution, comment Internet bouscule les canaux de vente* et met en évidence, à travers plus de 60 témoignages, les défis que les acteurs de la distribution doivent relever :

## **10 défis majeurs à relever**

- Peut-on vendre en ligne sans casser les prix ?
- Magasins, enseignes, *pure players*, producteurs : tous distributeurs ?
- Jusqu'où les fabricants peuvent-ils aller dans la vente en ligne ?
- La gestion globale des canaux de distribution sera-t-elle au cœur de l'innovation commerciale ?
- Comment Internet démultiplie l'accès à l'offre ?
- L'innovation de l'offre logistique sera-t-elle demain au service du e-commerce ?
- Comment assurer la continuité des paiements sur différents canaux commerciaux ?
- Commerçants et media : la confusion des genres
- Quel rôle jouera le magasin physique dans une distribution multicanal ?
- L'e-commerce ouvre-t-il sur une forme de distribution « durable » ?

Jean-Rémi Gratadour, chargé d'études à La Poste et administrateur de l'ACSEL souligne ainsi :

« L'innovation de l'offre logistique et la gestion globale des canaux de distribution deviennent une composante essentielle du e-commerce. À l'informatisation de l'amont logistique qui compte pour beaucoup dans la modernisation de nos économies, correspond aujourd'hui, à l'autre bout de la chaîne, l'informatisation de la distribution en aval. **Nous n'avons jamais été aussi proches de l'idée d'une gestion intégrée, grâce aux technologies de l'information, de toute la chaîne commerciale allant "du fournisseur du fournisseur au client du client"** »

*Le résultat de cette enquête menée auprès de responsables e-commerce, tant en France qu'au Royaume Uni, est présenté par **Olivier Bitoun** dont la longue expérience de **journalisme spécialisé dans la distribution** met en perspective avec pertinence la façon dont Internet bouscule les canaux de vente. »*

Quelques informations sur l'ouvrage :

« **E-commerce et distribution, comment Internet bouscule les canaux de vente** »

Prix : 19 euros TTC  
142 pages

Auteur : Olivier Bitoun, journaliste.  
Commande en ligne sur le site [www.acsel.asso.fr](http://www.acsel.asso.fr)

**Contact Presse - Agence ELAN**  
Vincent Rocenovic – Tel: 01 41 11 38 00  
[vincent.rocenovic@agence-elan.com](mailto:vincent.rocenovic@agence-elan.com)