



Le commerce du futur

NOVEMBRE 2009



SOMMAIRE

1. DONNEES DE CADRAGE SUR LE COMMERCE DE DETAIL FRANÇAIS.....	9
1.1. Nombre d'entreprises du commerce de détail en 2008 :.....	9
1.2. Nombre de points de vente en 2008 :.....	9
1.3. Evolution de l'activité du commerce de détail.....	10
1.4. Le poids du commerce indépendant organisé.....	12
1.5. Panorama de quelques secteurs du commerce.....	14
2. LES FACTEURS D'EVOLUTION DU COMMERCE.....	17
2.1. Le commerce accompagne le changement social.....	17
2.2. La technologie rend possible des changements profonds.....	18
2.3. Mondialisation, commerce et ressources naturelles.....	20
2.4. L'impact des politiques publiques sur le commerce.....	21
2.5. Le commerce du futur sera ce que les distributeurs en feront.....	21
3. ARBITRAGES ENTRE PRIX ET SERVICES.....	23
3.1. Vers plus de valeur ajoutée "clients" et de services.....	23
3.2. Remise en cause brutale de cette tendance dans les années 2000.....	24
3.3. Vers des arbitrages de consommation plus radicaux et sélectifs.....	29
3.4. Deux aspects d'arbitrage : "le travail du client" et les niveaux de gammes.....	32
3.5. La vente de services par les distributeurs : quel potentiel ?.....	34
3.6. Les distributeurs peinent à développer de nouvelles valeurs ajoutées.....	37
3.7. Quel commerce dans une consommation d'arbitrages ?.....	39
4. LES PROBLEMATIQUES STRUCTURANTES POUR LE COMMERCE DE DETAIL DU FUTUR.....	43
4.1. Analyse des concepts gagnants et de leurs facteurs clés de succès.....	43
4.2. Vers des modèles réellement "multicanal" ?.....	47
4.2.1. Quel potentiel pour le e-commerce ?.....	47
4.2.2. Quelle coexistence pour les sites et les magasins ?.....	52
4.2.3. Qui seront les acteurs clés de demain dans le e-commerce ?.....	54
4.3. Les formules commerciales de demain : enseignes-filières et marques-univers.....	57
4.3.1. Des marques de distribution aux enseignes filières.....	57
4.3.2. L'intégration aval des fabricants.....	61
4.4. Une réinvention des enseignes "cœur de marché" est-elle possible ?.....	63
4.5. L'entreprise de distribution de demain.....	66
4.5.1. La concentration, jusqu'où ?.....	67
4.5.2. Concilier flexibilité et massification, grâce aux NTIC et aux organisations en réseaux.....	69
4.6. Commerce et développement durable.....	70
5. SYNTHESE DES IMPACTS DES MUTATIONS ATTENDUES.....	76
5.1. Impact par secteur d'activité et forme de commerce.....	76
5.2. Impact sur le fonctionnement des filières.....	78
6. CONCLUSION ET PISTES D'ETUDES COMPLEMENTAIRES.....	83
7. REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	84