



VEILLE MAI 2019

a) Tendances générales d'évolution

Du magasin à Instagram, les vendeurs deviennent des influenceurs

Publié le 9/05/2019

<https://lehub.laposte.fr/tendances/magasin-instagram-vendeurs-deviennent-influenceurs>

En quête de relation omnicanale, de plus en plus d'enseignes incitent leurs vendeurs à échanger en ligne avec les clients avant et après l'achat, jusqu'à devenir des influenceurs sur Instagram. Le social shopping, combinant médias sociaux et e-shopping, a la cote. Il est logique que les conseillers en magasin s'y intéressent. Illustrations.

Ikea Ou La Fin Du Retail

Publié le 7 mai 2019

<https://www.forbes.fr/business/ikea-ou-la-fin-du-retail/?cn-reloaded=1>

Il y a quelques semaines, Ikea prenait de court l'ensemble de ses concurrents et des observateurs de la distribution en officialisant son offre de location de meubles : un système flexible, par abonnement, qui permettra aux clients de prendre (et rendre) les meubles et objets de leur choix pour une somme n'excédant pas quelques dizaines d'euros par mois. Un choix expliqué sobrement par Jesper Bridin, directeur général d'Ingka Group, la maison mère d'Ikea : « tester les opportunités d'offres de location est l'un des défis que nous nous sommes lancés dans le cadre de notre stratégie de transformation, pour que notre activité devienne plus abordable, plus accessible et plus durable ».

Va-t-on vers la fin de la grande distribution ?

Publié le 1 mai 2019

https://va.news-republic.com/a/6685956680565391878?app_id=1239&gid=6685956680565391878&impr_id=6686024619269638406&language=fr®ion=fr&user_id=6614045434871562246&c=sys

Douche froide chez Auchan. Le groupe a annoncé qu'il allait vendre 21 magasins qui ne sont pas rentables. Plus de 700 emplois sont menacés. Carrefour et Casino ont fait le même type d'annonces il y a quelques mois. Le modèle de l'hypermarché tel qu'on le connaît depuis 60 ans est mort-il ?

b) Ecommerce

LA PART DE L'E-COMMERCE APPROCHE LES 10% EN FRANCE

Publié le 23/05/2019

<http://www.strategies.fr/actualites/marques/4029654W/la-part-de-l-e-commerce-approche-les-10-en-france.html>

La part de marché du commerce en ligne dans les ventes globales en France devrait atteindre les 10% en 2019, a indiqué jeudi 23 mai la Fédération du secteur (Fevad), et franchir le cap des 100 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Sur le premier trimestre 2019, près de 25 milliards d'euros ont été dépensés en ligne par les Français, soit une croissance des ventes de 11,9% sur un an, portée par «la poursuite de l'augmentation du nombre de e-acheteurs, de la fréquence d'achat en ligne et de la diversification de l'offre», explique la Fevad dans un communiqué.

Amazon, roi du e-commerce ?

Publié le 24/05/2019

https://fr.semrush.com/blog/amazon-roi-du-e-commerce/amp/?_twitter_impression=true

S'il est un fait marquant du e-commerce aujourd'hui, c'est bien la toute-puissance du mastodonte Amazon. Peu s'en souviennent mais pourtant, lors de sa création en 1994 par le (désormais) multimilliardaire Jeff Bezos, Amazon ne vendait... que des livres. Le célèbre logo avec sa flèche allant de A à Z n'arrivera qu'en 2000 : Amazon vend désormais de tout, et surtout en vend beaucoup.

Commerce en ligne : Google veut défier Amazon avec des liens d'achat sous les vidéos YouTube

Publié 3 mai

https://va.news-republic.com/a/6686910559863964166?app_id=1239&gid=6686910559863964166&impr_id=6687062938135890182&language=fr®ion=fr&user_id=6614045434871562246&c=sys

Google est un géant du Web, et pourtant il est loin d'avoir une place importante sur le commerce en ligne. Amazon est très loin devant sur ce secteur. Google compte maintenant le défier. The Information rapporte que Google réalise en ce moment une expérimentation qui consiste à afficher des produits recommandés sous les vidéos YouTube, accompagnés de prix. L'objectif est que la personne qui regarde la vidéo soit intéressée par tel ou tel produit et l'achète dans la foulée. C'est positif pour la marque et c'est positif pour Google puisque le groupe prendrait une commission au passage.

Amazon estime que ses employés ne seront pas remplacés par des robots avant « au moins 10 ans »

Publié le 2 mai 2019

https://va.news-republic.com/a/6686338326477144581?app_id=1239&gid=6686338326477144581&impr_id=6686347748109568261&language=fr®ion=fr&user_id=6614045434871562246&c=sys

Amazon est connu pour être en pointe sur l'automatisation de ses entrepôts. Mais jusqu'à quand trouverons-nous encore des employés humains dans les établissements de la firme ? Selon Scott Anderson, directeur de la branche robotique d'Amazon, explique que la technologie n'est pas prête, et que le basculement n'aura pas lieu avant « au moins 10 ans ». Ce qui ne paraît finalement pas si lointain. Car en coulisses, la firme développe activement les technologies nécessaires pour automatiser à terme toute la chaîne logistique.

c) Commerce physique et Magasins

Les centres commerciaux se réinventent

Publié le 6 mai 2019

<https://www.relationclientmag.fr/Thematique/strategies-1255/Breves/Les-centres-commerciaux-reinventent-339393/amp.htm>

Les nouvelles attentes des consommateurs obligent ces temples de la consommation à proposer de nouveaux services et une offre diversifiée. Les initiatives se multiplient pour une expérience client inédite.

Ikea au coeur de Paris : pourquoi les enseignes se rapprochent-elles des centres-villes ?

Publié le 06/05/2019

<https://www.latribune.fr/entreprises-finance/services/distribution/ikea-au-coeur-de-paris-pourquoi-les-enseignes-se-rapprochent-elles-des-centres-villes-816194.html>

A l'image du numéro un mondial de l'ameublement Ikea, qui ouvre lundi à Paris son premier magasin au monde en centre-ville, des enseignes traditionnellement installées en périphérie commencent à investir le cœur des grandes cités.

Auchan France veut croire encore aux hypermarchés... transformés

Publié le 01/05

<https://www.lesechos.fr/amp/1015454>

Le modèle de la grande distribution à la française est en crise. Ce n'est pas nouveau, c'est un fait. Fondé au siècle dernier, dans les années soixante, sur le format de l'hypermarché à dominante alimentaire, il vit mal la concurrence des nouveaux canaux de distribution, et singulièrement d'Internet. Il n'a pas su non plus s'adapter à l'évolution des modes de consommation induite par l'éclatement de la cellule familiale, l'émergence des nouvelles générations, l'omniprésence des nouvelles technologies. Pas encore. Toujours pas...