Ces derniers temps, la grande distribution s’est considérablement dématérialisée, elle s’est fortement déshumanisée. Pour chaque enseigne, l’innovation dans le secteur de la grande distribution devient un enjeu crucial, conditionnant ses chances de réussites dans le futur.

De toute évidence, le consommateur du XXIe siècle cherche la rapidité et la facilité avant tout. Le ecommerce apparaît désormais aux entreprises de retail comme une obligation à suivre, une norme à respecter pour survivre. Les canaux se multiplient.

Un autre canal particulièrement convoité, celui du click and drive, assez populaire en France. Avec 4,5 Milliards d’Euros de Chiffre d’affaires annuel, son succès est incontestable. On compte déjà près de 4 025 sites implantés sur tout le territoire Français, qui se répartissent à eux seuls 4.3% des parts de marché des supermarchés et hypermarchés. Parmi les leaders, on compte Leclerc, Auchan, Carrefour, ou encore Intermarché.

Chacun des plus grands retailers effectue des efforts à sa façon, en trouvant de nouvelles innovation pour la grande distribution de leur propre chef, ou en utilisant le potentiel d’autres entreprises à travers un rachat ou un partenariat. On compte parmi ceux-ci Greenweez et Rueducommerce, récentes acquisitions de Carrefour.

A l’inverse, d’autres distributeurs comme Cdiscount, investissent beaucoup sur leur pôle R&D. Ce dernier développe activement son projet Pélican, focalisé sur le sujet de la livraison par drône, dans l’espoir de contrer l’avancée déjà effectuée par Amazon. Cette même entreprise s’est également dotée de la machine CVP-500, produite par Neopost Shippling, permettant d’ajuster la taille des cartons au volume du produit, réduisant de la même manière le volume transporté dans chaque camion emprunté. Cdiscount occupe donc un rôle majeur d’acteur de l’innovation dans la grande distribution.

Le consommateur naviguant sur son site de ecommerce favoris aura toute les chances d’y trouver un chatbot : une intelligence artificielle destinée à informer ou conseiller quiconque et de manière personnelle. Ils permettent une collecte rapide des données afin de pouvoir les exploiter sur-le-champ. On citera pour exemple le City guide de Louis Vuitton, dont le rôle est de répertorier tous les endroits des plus chics des capitales du monde.

Les innovations pour la grande distribution naissent au fil de rencontres et d’échanges entre les différents acteurs et spécialistes exerçants dans le domaine du ecommerce. Pour ce faire, de nombreux salons et conventions sont organisés chaque année, destinés aux acteurs participants à l’innovation du retail.

Entièrement dédié à l’innovation, le Connected day ouvrira ses portes pour la première fois cet automne à Croix (59).

Fondé par l’Institut du Commerce Connecté, il se veut être un lieu de rencontre entre les principaux acteurs du retail, du commerce connecté, et de l’innovation dans ces secteurs.

Organisé sur le campus de l’EDHEC, le Connected day rassemble les expertises de ses spécialistes pour établir un ensemble de conférences. Il s’agit d’échanges de savoir à propos de l’innovation dans le domaine de la grande distribution ou du commerce connecté.

Pour ponctuer sa journée, l’Institut du Commerce Connecté remettra pour la troisième année consécutive ses ICC Awards, des prix réservés aux start-ups dont la capacité d’innover à de quoi laisser place à un avenir prometteur. Petit plus pour l’Institut, le PDG du groupe E.Leclerc, Michel-Edouard Leclerc, a accepté cette année de présider le jury.

Infos Connected Day - Inscription ICC Awards .

L’innovation dans la grande distribution
Ces derniers temps, la grande distribution s’est considérablement dématérialisée, elle s’est fortement déshumanisée. Pour chaque enseigne, l’innovation dans le secteur de la grande distribution devient un enjeu crucial, conditionnant ses chances de réussites dans le futur. De toute évidence, le consommateur du XXIe siècle cherche la rapidité et la facilité avant tout. Le ecommerce apparaît désormais aux entreprises de retail comme une obligation à suivre, une norme à respecter pour survivre. Les canaux se multiplient.
Un autre canal particulièrement convoité, celui du click and drive, assez populaire en France. Avec 4,5 Milliards d’Euros de Chiffre d’affaires annuel, son succès est incontestable. On compte déjà près de 4 025 sites implantés sur tout le territoire Français, qui se répartissent à eux seuls 4.3% des parts de marché des supermarchés et hypermarchés. Parmi les leaders, on compte Leclerc, Auchan, Carrefour, ou encore Intermarché.
Chacun des plus grands retailers effectue des efforts à sa façon, en trouvant de nouvelles innovation pour la grande distribution de leur propre chef, ou en utilisant le potentiel d’autres

entreprises à travers un rachat ou un partenariat. On compte parmi ceux-ci Greenweez et Rueducommerce, récentes acquisitions de Carrefour.
A l'inverse, d'autres distributeurs comme Cdiscount, investissent beaucoup sur leur pôle R&D. Ce dernier développe activement son projet Pélican, focalisé sur le sujet de la livraison par drône, dans l'espoir de contrer l'avancée déjà effectuée par Amazon. Cette même entreprise s'est également dotée de la machine CVP-500, produite par Neopost Shippling, permettant d'ajuster la taille des cartons au volume du produit, réduisant de la même manière le volume transporté dans chaque camion emprunté. Cdiscount occupe donc un rôle majeur d'acteur de l'innovation dans la grande distribution.
Le consommateur naviguant sur son site de ecommerce favoris aura toute les chances d'y trouver un chatbot : une intelligence artificielle destinée à informer ou conseiller quiconque et de manière personnelle. Ils permettent une collecte rapide des données afin de pouvoir les exploiter sur-le-champ. On citera pour exemple le City guide de Louis Vuitton, dont le rôle est de répertorier tous les endroits des plus chics des capitales du monde.
Les innovations pour la grande distribution naissent au fil de rencontres et d'échanges entre les différents acteurs et spécialistes exerçants dans le domaine du ecommerce. Pour ce faire, de nombreux salons et conventions sont organisés chaque année, destinés aux acteurs participants à l'innovation du retail. Entièrement dédié à l'innovation, le Connected day ouvrira ses portes pour la première fois cet automne à Croix (59).
Fondé par l'Institut du Commerce Connecté, il se veut être un lieu de rencontre entre les principaux acteurs du retail, du commerce connecté, et de l'innovation dans ces secteurs. Orga nisé sur le campus de l'EDHEC, le Connected day rassemble les expertises de ses spécialistes pour établir un ensemble de conférences. Il s'agit d'échanges de savoir à propos de l'innovation dans le domaine de la grande distribution ou du commerce connecté.
Pour ponctuer sa journée, l'Institut du Commerce Connecté remettra pour la troisième année consécutive ses ICC Awards, des prix réservés aux start-ups dont la capacité d'innover à de quoi laisser place à un avenir prometteur. Petit plus pour l'Institut, le PDG du groupe E.Leclerc, Michel-Edouard Leclerc, a accepté cette année de présider le jury.
Plus d'information sur le Connected day : www.connected-day.comPlus d'information sur les ICC Awards 2017 : www.institut-commerce-connecte.comL'innovation dans la grande distribution
Ces derniers temps, la grande distribution s'est considérablement dématérialisée, elle s'est fortement déshumanisée. Pour chaque enseigne, l'innovation dans le secteur de la grande distribution devient un enjeu crucial, conditionnant ses chances de réussites dans le futur. De toute évidence, le consommateur du XXIe siècle cherche la rapidité et la facilité avant tout. Le ecommerce apparaît désormais aux entreprises de retail comme une obligation à suivre, une norme à respecter pour survivre. Les canaux se multiplient.
Un autre canal particulièrement convoité, celui du click and drive, assez populaire en France. Avec 4,5 Milliards d'Euros de Chiffre d'affaires annuel, son succès est incontestable. On compte déjà près de 4 025 sites implantés sur tout le territoire Français, qui se répartissent à eux seuls 4.3% des parts de marché des supermarchés et hypermarchés. Parmi les leaders, on compte Leclerc, Auchan, Carrefour, ou encore Intermarché.
Chacun des plus grands retailers effectue des efforts à sa façon, en trouvant de nouvelles innovation pour la grande distribution de leur propre chef, ou en utilisant le potentiel d'autres entreprises à travers un rachat ou un partenariat. On compte parmi ceux-ci Greenweez et Rueducommerce, récentes acquisitions de Carrefour.

A l’inverse, d’autres distributeurs comme Cdiscount, investissent beaucoup sur leur pôle R&D. Ce dernier développe activement son projet Pélican, focalisé sur le sujet de la livraison par drône, dans l’espoir de contrer l’avancée déjà effectuée par Amazon. Cette même entreprise s’est également dotée de la machine CVP-500, produite par Neopost Shippling, permettant d’ajuster la taille des cartons au volume du produit, réduisant de la même manière le volume transporté dans chaque camion emprunté. Cdiscount occupe donc un rôle majeur d’acteur de l’innovation dans la grande distribution.

Le consommateur naviguant sur son site de ecommerce favoris aura toute les chances d’y trouver un chatbot : une intelligence artificielle destinée à informer ou conseiller quiconque et de manière personnelle. Ils permettent une collecte rapide des données afin de pouvoir les exploiter sur-le-champ. On citera pour exemple le City guide de Louis Vuitton, dont le rôle est de répertorier tous les endroits des plus chics des capitales du monde.

Les innovations pour la grande distribution naissent au fil de rencontres et d’échanges entre les différents acteurs et spécialistes exerçants dans le domaine du ecommerce. Pour ce faire, de nombreux salons et conventions sont organisés chaque année, destinés aux acteurs participants à l’innovation du retail. Entièrement dédié à l’innovation, le Connected day ouvrira ses portes pour la première fois cet automne à Croix (59).

Fondé par l’Institut du Commerce Connecté, il se veut être un lieu de rencontre entre les principaux acteurs du retail, du commerce connecté, et de l’innovation dans ces secteurs. Orga nisé sur le campus de l’EDHEC, le Connected day rassemble les expertises de ses spécialistes pour établir un ensemble de conférences. Il s’agit d’échanges de savoir à propos de l’innovation dans le domaine de la grande distribution ou du commerce connecté.

Pour ponctuer sa journée, l’Institut du Commerce Connecté remettra pour la troisième année consécutive ses ICC Awards, des prix réservés aux start-ups dont la capacité d’innover à de quoi laisser place à un avenir prometteur. Petit plus pour l’Institut, le PDG du groupe E.Leclerc, Michel-Edouard Leclerc, a accepté cette année de présider le jury.

Plus d’information sur le Connected day : www.connected-day.comPlus d’information sur les ICC Awards 2017 : www.institut-commerce-connecte.com