



L'observatoire
des futurs
EM STRASBOURG

Amont - Aval

Dossier prospectif

Université
de Strasbourg

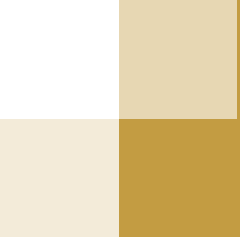
AACSB
ACCREDITED

EFMD
ACCREDITED | MASTER

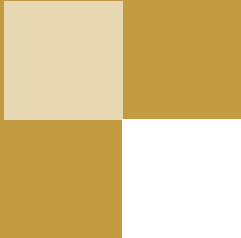
be distinctive[®]



Amont Aval

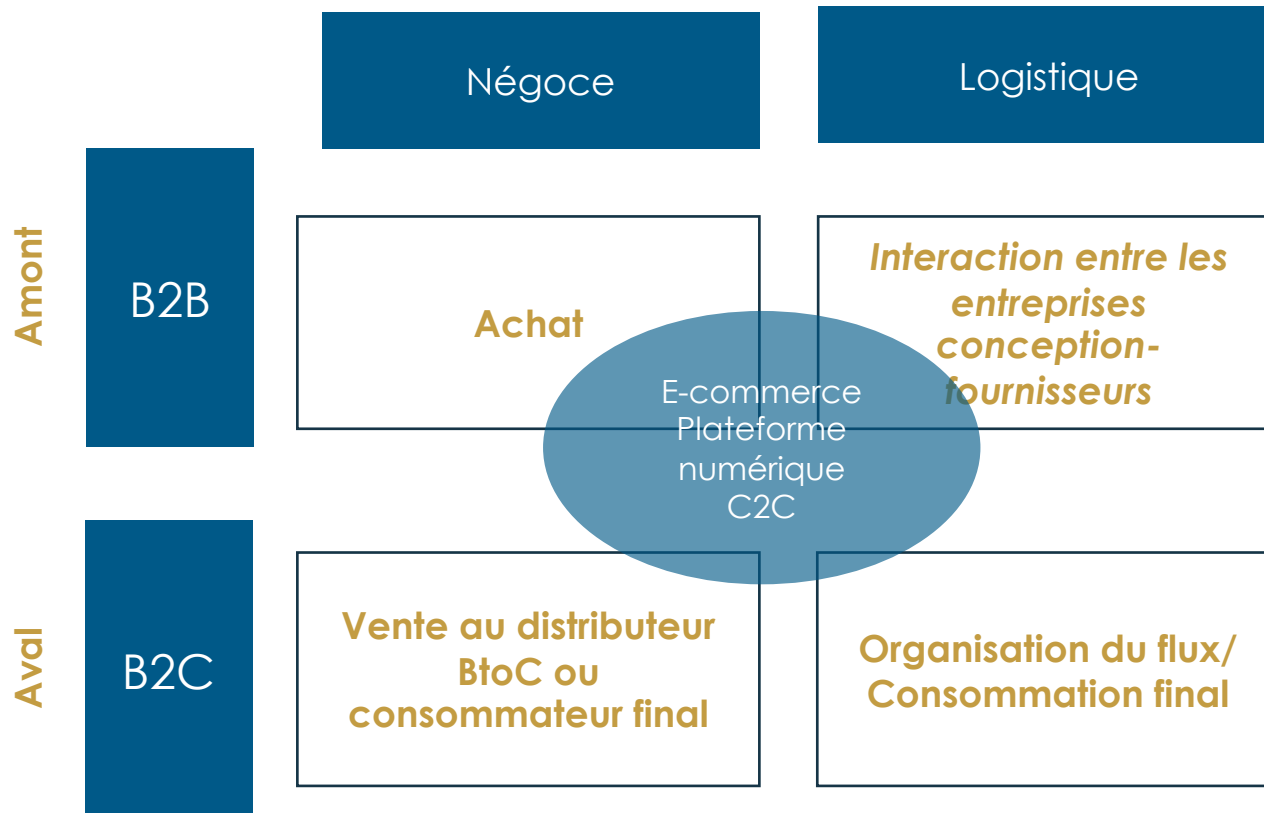


1. Définition et relations avec les autres facteurs



Définition générale

- La variable amont/aval correspond à la distribution qui peut être segmentée entre le B2B (à l'amont) et le B2C (à l'aval) et qui se compose de deux activités principales : négoce et logistique.



Définition et relations avec les autres facteurs

Lien avec ubérisation et industrie 2030/ questions clés pour l'avenir

- **AVAL : Crowdlogistic et intégration de l'amont par les acteurs de l'aval**

Enjeu de l'ubérisation de la logistique urbaine (crowdlogistic), jusqu'où aller ?

Supplychain intégrée => intégration verticale totale par les « pure-players »

- **AMONT : 4PL et infomédiation => jusqu'où aller ? - Enjeu de la coordination**

Quels acteurs ? Pousser l'organisation en réseau des industriels? Une plateforme globale ?

- **NEGOCE : E-commerce pour l'industriel et rôle actif du consommateur: nouvelles opportunités ?**

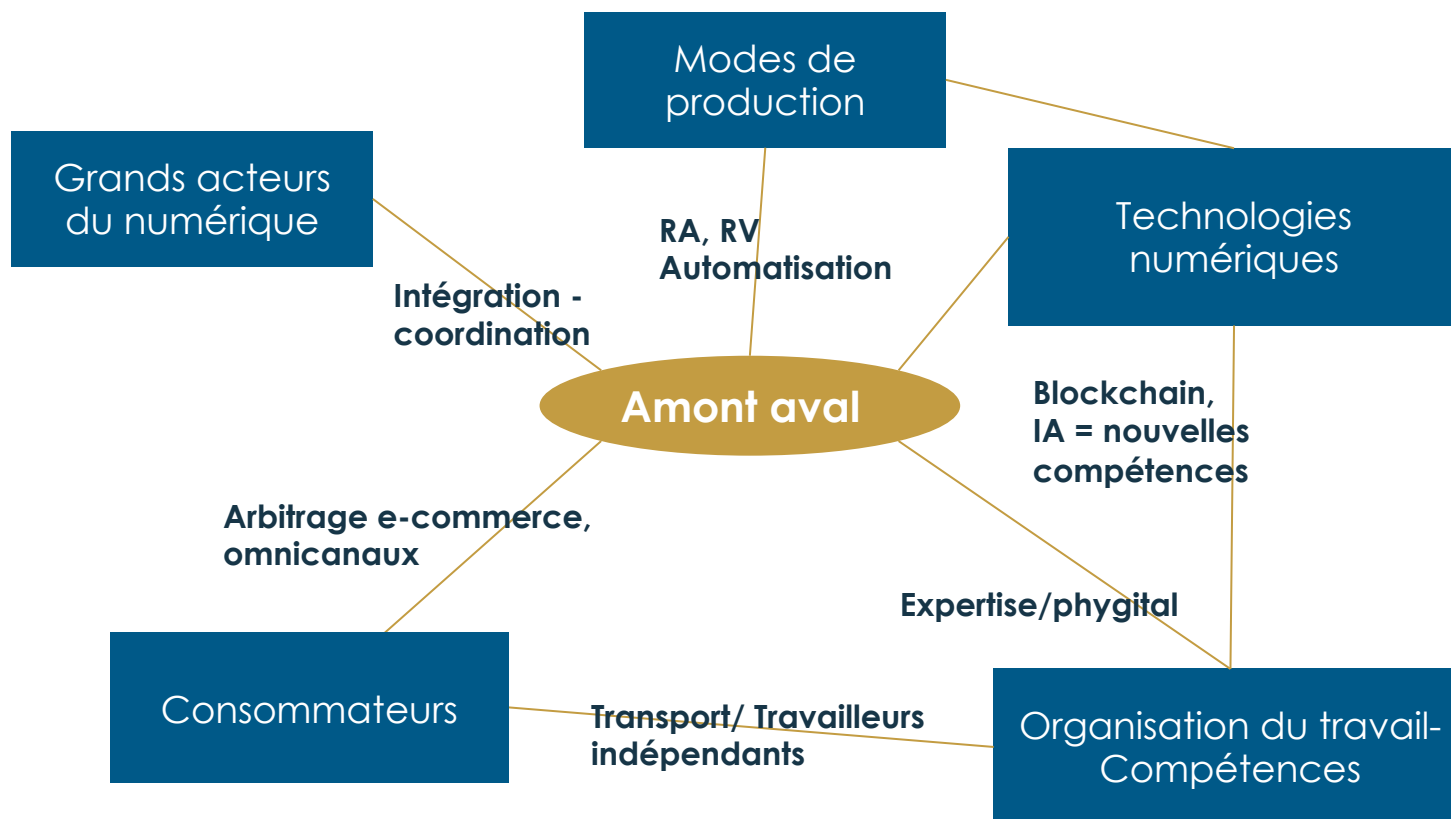
E-marketing-e-business & impact des industriels => les industriels peuvent-ils s'ubériser par le e-commerce ?

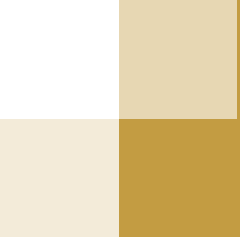
Prise de pouvoir par le consommateur => quelle relation avec l'industriel ? Peut-il être en charge de la plateforme numérique ?

- **LOGISTIQUE : quel potentiel de l'IA et des nouvelles technologies pour optimiser la supplychain?**

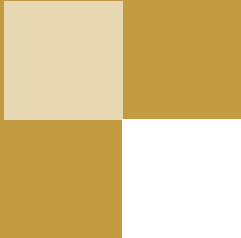
Relations avec les autres facteurs/acteurs

Connexion entre la variable Amont/Aval et les autres variables du système





2. Synthèse de l'analyse rétrospective



Rétrospective

En général et pour ubérisation et industrie 2030

■ AMONT/AVAL

Aval : rôle clé du consommateur dans la chaîne logistique/dans le commerce
=> enjeu qualité

Amont : Fragmentation de la chaîne de valeur avec des industriels tournés vers les logiques réseaux => approche globale avec SCM

Au milieu : les intermédiaires du BtoB et leur capacité de survie face à la désintermédiation avec une approche BtoC en direct

Evolution en faveur de l'ubérisation => controverse sur le rôle des industriels dans la coordination

■ NÉGOCE/LOGISTIQUE

Rupture du modèle de vente physique (« Brick and Mortar ») par un modèle virtuel => digitalisation du commerce

Evolution de la logistique vers la supply chain avec une approche globale et l'évolution des procédés et technologies (automation, zéro stock)=> aller vers plus d'agilité

Évolution vers une approche globale/client, agilité/technologie – favorable à l'ubérisation

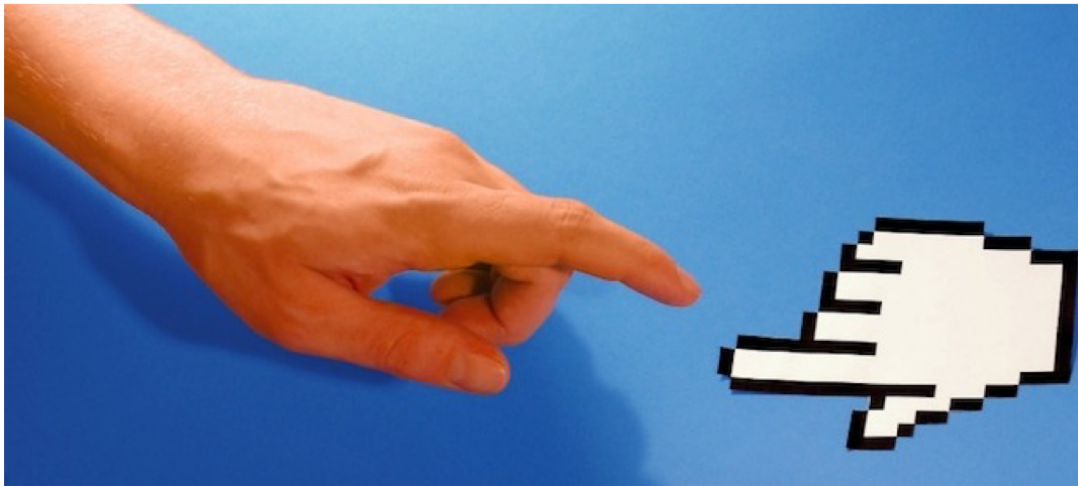
Rétrospective

En général et pour ubérisation et industrie 2030

La montée en puissance du digital ne signifie pas la fin de la production pour les industriels.

« On n'a jamais eu autant de produits physiques autour de nous que depuis que l'on vit dans le virtuel. »

Interview, C. Pardo, Experte en marketing BtoB, BtoC



Dynamiques en cours

En général et pour ubérisation et industrie 2030

- **Aval : Retour au commerce physique et de proximité mais digitalisé**

Urbanisation-commerce de proximité => **dynamique de crowd logistic** sur les courtes distances.

ex. Start-up et transporteur express => Deliver.ee; Colisweb

Digitaliser le magasin physique (« **phygital** ») en cours de développement => un modèle émergent dans l'industrie : *'il n'y a pas encore de modèle de phygitalisation'* clairement établi laissant place à des opportunités multiples.

ex. l'**opticien phygital** Evioo, Made.com

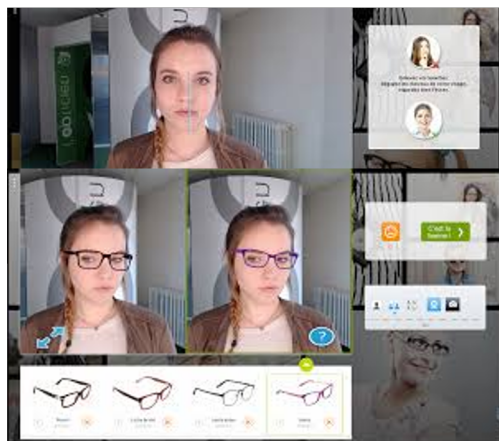
- **Côté acteurs**

Start-up et pure-players investissent dans la distribution omnicanal et dans la crowdlogitic (ex. Amazone my way, Amazone flex, Google express, Uber rush, Alibaba) ;

les acheteurs industriels tournés vers le e-commerce mais les PME françaises encore à la traîne. Seul 19% en 2017 pratique le e-commerce (Cabinet d'étude Harris).

Exemples du modèle phygital

Evioo, Made.com



Le client se positionne devant un miroir interactif, capable, grâce aux technologies digitales (reconnaissance morphologique, stylisme virtuel, réalité augmentée) de lui proposer les lunettes qui lui plaisent.



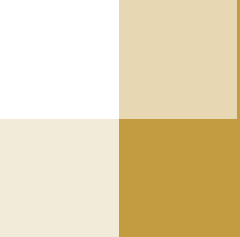
Made.com un showroom connecté

Dynamiques en cours

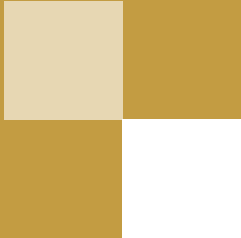
En général et pour ubérisation et industrie 2030

- **Logistique : optimiser la chaîne logistique (SCM)**
- **Encore plus d'agilité et de transparence par la technologie**
Investissement dans les nouvelles technologies IA, blockchain, robotisation, drones, technologies immersives (RA, RV...) pour plus **d'agilité et sécurité**
Adidas & Imprimante 3D; Poulet d'Auvergne Carrefour & Vlockchain
- **Transport électrique, autonome** => Cubyn & Navya
- **Démarche d'économie d'usage ou de fonctionnalité** => changement de la chaîne logistique
- **Michelin (paiement à l'usage de pneus)** Paiement des stocks à l'usage

Amont/ Aval : une approche réseau par la chaîne de valeur sans distinction entre l'amont et l'aval et cohabitation de multiple solutions => repousser les GAFA.



3. Synthèse de l'exploration prospective



Tendances lourdes / invariants

- Persistance du BtoB et des intermédiaires de la distribution qui se renouvellent et s'adaptent avec une approche plus proche du consommateur final.
- Environnement : le prix du pétrole et la montée des nouvelles énergies impactent le transport (activité de distribution-livraison en logistique).
- Enjeu pour le consommateur : priorité sur le rapport (prix/rapidité de livraison et qualité) qui positionne la logistique en activité essentielle.

Germes de changement

- Blockchain et Supply Chain: de nouvelles startups développent des solutions à partir de la Blockchain (ex. Tilkal et Cloud Logistics pour améliorer la traçabilité des chaînes d'approvisionnement).
- Dynamiques de C2C par les industriels => Agro-alimentaire (Coca Cola, Ice Tea); Sport (Adidas et l'Alphaedge 3D).
- Impact sur le transport, l'agilité de la supply chain + lien direct avec le consommateur.

Ruptures

- Le consommateur arrête le digital.
- Intégration des plateformes par les industriels (ou partenariat).
- Blockchain, une technologie disruptive => un moyen d'ubériser « Uber »
- Disparition des RH en entrepôt (robot) et en transport (individus/indépendants).

Incertitudes

- Crowd logistic: faisabilité en longue distance? Capacité de contrôle et coordination de la « foule » ?
- Positionnement des ETI face au digital/phygital du commerce (maîtrise, investissement) ?
- Le manque d'approche globale des différents acteurs de la supply chain => comment le monde de demain va se coordonner ?
- Incertitude sur les compétences en logistique, marketing avec l'intégration de l'IA dans le SCM => pénurie de MO en logistique, quelles compétences demain ?
- Le comportement du consommateur de demain et son impact sur la supplychain ?

Controverse

- Crowd logistic => rôle des intermédiaires (prestataires de services logistiques (PSL) et grossistes) et des industriels? Réceptacles ou acteurs ?
- Disparition des canaux physiques, le 'tout' digital et la complète désintermédiation.
- Comment doit se faire la coordination de la chaîne de valeur? Un acteur dominant ou collectivement ?
- Problème de transparence, responsabilité et sécurité des données.





Dossier rédigé par **Sophie Michel**

61 Avenue de la Forêt-Noire
67000 Strasbourg

observatoire-des-futurs.com