**TD N°3 : Exemple de dissertation au partiel.**

En vous appuyant sur vos connaissances et le document joint, vous justifierez le titre « le drive, enfin le bon concept pour le e-commerce alimentaire ».

*Est-ce le bon concept ? Le bon concept pour qui (distributeur, consommateur) ?*

Alors que le e-commerce, globalement se développe de plus en plus (plus de 50Milliards), le e-commerce alimentaire a du mal à décoller, en particulier à cause des coûts de livraison. Le drive alimentaire qui consiste à passer sa commande sur internet et à récupérer ensuite les produits sans sortir de sa voiture, est-il un bon concept pour les deux acteurs de la filière ? Nous présenterons les avantages pour les deux parties : le consommateur et le distributeur.

1. Distributeur.

Le drive possède de nombreux avantages économiques : stocks limités (financer un stock plus réduit, moins de références, produits de premières nécessités), produits vite écoulés, panier moyen des acheteurs plus élevé, investissement limité (= avantages économique ; entrepôt et système de commande performant), aucune soumission à des lois pour l’aménagement de l’entrepôt (CDAC uniquement depuis janvier 2015). Moins de personnel pour remettre dans les rayons. Couvrir une vaste zone géographique (capter des clients à qui on ne livrait pas par ex). Eviter les vols. Prix identique au supermarché

Il a surtout des avantages par rapport à son enseigne : expansion d’une enseigne (superficie plus importante de présence), stratégie d’une enseigne, baisse de la logistique.

1. Consommateur.

Les bons points pour le consommateur sont : une impression de gain de temps (relatif), on est moins tentés par les produits, on peut choisir le moment où faire ses courses (téléphone, ordinateur, …), moins de fatigue, éviter les « courses-corvées » (concept de cocooning), couvrir une vaste zone géographique.

Qui sont les consommateurs ?

* Handicapés
* Personnes avec enfant sanglé à la voiture.
* Personnes âgées.
* Jeunes connectés à Internet.