

Éric CULNAËRT

Agence de développement et d'innovation en Nouvelle-Aquitaine (ADI) et animateur du Club Commerce Connecté



Vente en ligne, omnicanal, digitalisation... Avec l'avènement du numérique, le secteur du commerce a entamé une profonde mutation.

En effet, c'est bien tout le secteur du commerce qui s'est transformé et qui continue de s'adapter aux évolutions apportées par le numérique. L'une des convictions qui est à l'origine de la création du [Club Commerce Connecté](#). La vraie question, c'est : comment s'adapter à un client connecté, qui s'est habitué à ce qu'un même acte d'achat se déploie sur des canaux multiples, et dans une temporalité

éclatée ? Le tout alors que le numérique et les pratiques du E-Commerce l'ont rendu exigeant : il s'est habitué à la gratuité de certains services critiques et coûteux et il veut que tout aille de plus en plus vite, etc. Les membres du CCC travaillent sur des solutions permettant à chacun, depuis l'endroit où il se trouve, de trouver le bon « mix » numérique. Cela fait longtemps que les acteurs du e-commerce se dotent de points de contact physiques avec leurs clients (point de retrait avec showrooming, magasins sans caisse, etc.) ; les ecommerçants spécialisés se dotent de boutiques, montent des magasins éphémères, etc. Et tout le monde est très attentif à l'apparition du transactionnel sur les réseaux sociaux, aux progrès des assistants personnels et de l'intelligence artificielle.

Quels sont les spécificités de l'écosystème numérique bordelais/aquitain ?

En matière de commerce connecté, la présence à Bordeaux d'un Cdiscount est évidemment significative : en termes d'activité, bien sûr, mais également parce que c'est un vivier de créateurs de startups spécialisées dotés d'une très forte compétence métier. Également, la création en 2011 d'ECOM Aquitaine a permis à ceux-ci de gagner en visibilité collective mais également de sécuriser les trajectoires par le partage d'expérience et de compétences. C'est d'ailleurs dans ce cadre que [Digit'Halles](#) a été créé : il s'agit d'un incubateur spécialisé E-Commerce. Il faut également citer des enseignes régionales, comme par exemple [Cultura](#), qui très tôt ont cherché à expérimenter avec le numérique, notamment autour du « vendeur connecté ». Au final, tout cela représente un « terrain de jeu » fécond pour expérimenter des nouveaux produits et services numériques : de ce point de vue, on trouve en Nouvelle-Aquitaine des offres sur toute la chaîne de valeur. C'est cette richesse de l'écosystème, qui lui a valu d'intégrer le réseau thématique French Tech #retail.

Les conditions de travail dans certains entrepôts d'Amazon ont eu tendance à focaliser l'attention de la presse et du grand public : l'E-Commerce apporte-t-il des emplois de qualité ?

Je n'ai pas de visibilité en ce qui concerne Amazon. Mais j'ai eu l'occasion de visiter les entrepôts de Cdiscount, et ce qui frappe c'est le niveau d'organisation nécessaire. C'est une industrie. Même sur la préparation de commande, les emplois se professionnalisent, s'hybrident avec de l'automatisation, de la réalité augmentée etc. Le E-Commerce fait également émerger des besoins, comme la mise en colis, sur lesquels certains profils en reconversion sont très recherchés ; ce sont des emplois stables. Par ailleurs, il ne faut pas avoir une vision caricaturale des métiers du E-Commerce : ils sont très divers, demandent pour certains des compétences spécifiques en termes de maîtrise avancée du numérique et il y a une demande très forte, et difficile à satisfaire, sur des profils pointus comme les data scientists. Tous ces emplois, et ceux des prestataires spécialisés, sont aussi des emplois générés par l'E-Commerce.