

# Pourquoi inclure ses distributeurs dans sa stratégie e-commerce ?



## Stijn Claey's

Counsel chez Racine Avocats, spécialisé dans le retail

Un conseil ? Développer la stratégie de vente en ligne dès le début et commencer son site online avant que les distributeurs ne fassent le leur.

### Du point de vue légal, quelle est la première question qu'un retailer doit se poser avant de lancer son e-commerce ?

**Stijn Claey's :** « Le premier défi sera d'incorporer la vente en ligne dans sa politique de distribution globale. Le droit de la concurrence s'oppose à une interdiction totale pour les distributeurs de vendre en ligne, ce qui crée parfois des conflits avec les droits exclusifs dont disposent d'autres distributeurs pour un territoire ou une clientèle. La vente en ligne doit en plus respecter l'image de marque et la stratégie commerciale. »

### Quel premier conseil lui donneriez-vous ?

**S. C. :** « C'est de développer la stratégie de vente en ligne dès le début et de commencer son site online avant que les distributeurs ne fassent le leur, et d'inclure ces derniers dans la plateforme en ligne du réseau pour éviter qu'une série de sites web vendant les mêmes produits n'apparaissent sur lesquels le retailer n'a que peu de contrôle. »

### Est-il nécessaire d'adapter le statut juridique de la société avant de se lancer ?

**S. C. :** « Ce n'est pas nécessaire. La vente online est considérée comme la suite logique d'un point de vente. Chaque société peut lancer un site et commencer à vendre en ligne. Les seules contraintes légales sont celles de la loi sur la pratique de marché, la vente online étant une vente à distance. »

### Qu'implique la vente à distance pour le législateur ?

**S. C. :** « Les règles concernant la vente à distance protègent les consommateurs en assurant qu'ils reçoivent les informations nécessaires sur le vendeur, le produit vendu, le prix. Le consommateur a un droit de rétractation pendant 14 jours. D'où l'intérêt, parfois, d'organiser son activité en ligne via un système de réservations en ligne (style colishop), plutôt qu'une réelle vente en ligne. »

### L'autorisation du travail de nuit pour l'e-commerce décrété en décembre dernier par le gouvernement a-t-elle une incidence pour les retailers indépendants ?

**S. C. :** « En ligne, les délais de livraison très courts obligent des entreprises comme Amazon à avoir des équipes de nuit. Cela concerne moins les retailers indépendants, mais plutôt les centres logistiques auxquels ils font appel. »

### Que faire pour se prémunir de litiges avec des clients ?

**S. C. :** « Il faut garder le contrôle sur les initiatives en ligne et s'assurer que, du point de vue légal, le site respecte les conditions imposées par la loi sur les pratiques de marché. La meilleure protection est d'assurer un bon système de paiement. Il faut aussi veiller à avoir des conditions générales de vente précises qui sont adaptées à la vente en ligne. »

Jacqueline Remits

redaction.be@mediaplanet.com

## PUBLIREPORTAGE

# La Culture Retail

*Flexibilité, capacité d'absorption des volumes, complémentarité, hygiène, connaissance pointue des points de vente, économies sont les points clefs pour un logisticien qui travaille avec la Grande Distribution.*

La performance et sa mesure via des KPI mesurés au quotidien, le monitoring précis des coûts et des vitesses commerciales sont des sésames qui lui permettent de discuter avec les responsables achats et les logisticiens de ces chaînes de retail qui ont une place de plus en plus étendue dans le paysage belge. Multiplication des points de livraison, diminution de la taille moyenne des surfaces commerciales et donc des quantités à livrer par retailer sont autant de points qui ont modifié la donne sur le marché, ces dernières années.

Plusieurs possibilités d'interventions et services existent auprès de ces clients hyper-exigeants que sont les magasins intégrés ou les franchisés des grandes marques pour lesquelles travaille JostGroup.

### La logistique

Que ce soit en gestion complète et globale de la logistique ou en renfort d'autres logisticiens, JostGroup, qui occupe plus de 2300 personnes et qui dispose de plus de 1200 véhicules moteurs, 3000 véhicules tractés et 300.000m<sup>2</sup> d'entrepôts, est déjà bien implanté auprès des grandes marques en Belgique.

« Très tôt, nous avons compris l'importance du JIT à la minute près et de la flexibilité extrême à avoir, pour être à la hauteur des exigences de nos clients », explique M. Hubert Levaux, Directeur de la Branche Dis-

tribution de JostGroup. « Nous pouvons passer, sous 24 à 48h, d'une demande de 0 à 80 camions en plus (ou en moins) par rapport à la demande habituelle, avec des cadences qui peuvent passer du simple au triple. Seul un grand groupe, parfaitement organisé peut permettre ce type de prestations ».

► *Nous pouvons passer, sous 24 à 48h, d'une demande de 0 à 80 camions en plus (ou en moins) par rapport à la demande habituelle, avec des cadences qui peuvent passer du simple au triple.*

**M. Hubert Levaux, Directeur de la Branche Distribution de JostGroup**

Autres points essentiels, la diversité des véhicules tractés qui doivent permettre de livrer tous types d'infrastructures (de la zone commerciale au micro points de vente en centre-ville) et la formation des chauffeurs, qui doivent connaître non seulement les spécificités des accès de tous ces magasins, mais aussi les habitudes et exigences des équipes de ces magasins et être capable de s'y adapter.

### La société civile

La livraison de produits frais aux consommateurs, avec des DLC de plus en plus courtes, demande le respect de règles très précises d'hygiène et de manipulation. Enfin, la « Culture Retail », son formatage auprès des chauffeurs, est enseignée dès les premiers jours de formation. Précision, rapidité, performance, efficacité, débrouillardise, adaptation et disponibilité en sont les valeurs.

Les livraisons silencieuses et les diminutions d'émissions de CO2 sont maintenant des exigences de base pour la société civile.

La chasse aux coûts, via la diminution drastique des km à vide, constitue enfin, l'élément qui accentue le côté attractif du logisticien « retail » : relations triangulaires, back-hauling, retour de vidanges ... dont le core-business est justement cette optimisation, grâce aux combinaisons possibles avec le reste des services de l'entreprise.

La possibilité de pré-chargements, grâce à des véhicules décrochés à quai et mis à disposition des équipes clientes permet de « tuer » l'heure improductive des prestataires. Autant de gages d'une saine gestion en partenariat.

**JostGroup, un partenaire fiable et en croissance permanente, offrant la force financière et organisationnelle d'un groupe, alliée à la flexibilité d'une société à taille humaine !**