Effets du *e*-commerce alimentaire sur les consommateurs et les distributeurs

19 octobre 2022

Mis en ligne en septembre 2022, les huit articles d'un numéro spécial d'*INRAE Sciences sociales* valorisent le travail de jeunes chercheurs du département EcoSocio. À partir de données sur les achats alimentaires de ménages français, un des textes s'intéresse aux effets du commerce en ligne sur le comportement des consommateurs et sur les distributeurs. L'analyse indique que la variation du prix d'un produit a moins d'effets sur ses ventes en magasin (élasticité-prix faible) qu'en ligne. Les raisons avancées par l'auteure sont une plus grande facilité, pour le consommateur en ligne, à rechercher et comparer les prix entre produits. Du côté des distributeurs, il apparaît que ceux ayant développé un service de drive dans des entrepôts distants ou indépendants de leurs magasins traditionnels ont réalisé plus de bénéfices que ceux l'ayant accolé à leurs bâtiments commerciaux.

Source : *Inrae Sciences sociales*