

EXPOSITION KASSA KASSA!

THÈME 9 : LIVRAISON À DOMICILE

De nos jours, tout se commande sur Internet d'un simple clic de souris. Le magasin physique n'est plus l'endroit par excellence où faire ses achats. Pourtant, le principe de livraison à domicile n'est pas neuf. Les marchands ambulants ou colporteurs jouent un rôle important jusqu'à la moitié du 20e siècle. À la campagne surtout, ils approvisionnent de nombreuses familles en produits de base tels que légumes, produits laitiers et pain.

Depuis le XIXe siècle, les grands magasins livrent aussi des produits de luxe à domicile, pour ceux qui peuvent se l'offrir. Les entreprises de vente par correspondance envoient leurs produits aux clients. De nouveaux moyens de communication comme le téléphone, la télévision et l'Internet ouvrent la voie à de nouvelles formes de téléachat.

Aujourd'hui, l'e-commerce répond avec empressement à la demande toujours croissante de confort et de facilité. L'offre en ligne explose. Pourtant, nous sommes nombreux à frémir à la vue de magasins abandonnés, de livreurs sous-payés et du perpétuel ballet de camionnettes. Les rues commerçantes sont-elles irrémédiablement en train de se vider ? Ou l'expérience shopping en magasin reste-t-elle inégalée ?

Chevaux, chiens et coups de pédales

Jusqu'au milieu du XXe siècle, il n'est pas rare que les agriculteurs, les éleveurs de vaches laitières et les boulangers assurent eux-mêmes la distribution de leurs produits chez les clients. Surtout à la campagne, où les magasins sont clairsemés. Les producteurs prennent la route à vélo ou sur une charrette tirée par des chevaux ou des chiens. Plus tard, les camionnettes motorisées finissent par rendre les animaux superflus. La loi de 1975 sur la protection des animaux met définitivement un terme à l'utilisation du chien comme bête de somme et de trait. Les exploitations agricoles s'étendent de plus en plus et trouvent dans la vente à la criée et le commerce de gros une manière plus efficace d'écouler leurs produits.

Nouvelles formes de vente à domicile

Aspirateurs ou autres appareils ménagers électriques, abonnements à des magazines et encyclopédies : tels sont les produits typiques que les vendeurs faisant du porte à porte viennent présenter à des clients potentiels. Ces colporteurs savent vendre et ne renoncent pas facilement. Ce n'est qu'après l'an 2000 que sera promulguée une loi fixant un montant maximal pour la vente à domicile et interdisant les techniques de vente.

Dans les années 1960, un nouveau concept de vente à domicile arrive tout droit des États-Unis : la réunion Tupperware ou « Home Party ». Le producteur d'ustensiles de cuisine en plastique connaît un succès mondial avec cette forme innovante de « marketing direct ». D'autres fabricants tentent d'introduire leur offre au sein des foyers via la boîte aux lettres. Jusqu'à l'arrivée de l'internet, les entreprises de vente par correspondance ont le monopole du shopping sur canapé.

L'autoroute numérique

Le shopping en ligne s'est imposé en très peu de temps. Au milieu des années 1990, des pionniers commencent à utiliser le world wide web naissant pour la vente de produits. Aujourd'hui, grâce aux plateformes numériques, le monde est à portée de clic : nous commandons nos repas sur des applis, achetons nos appareils électroménagers sur des boutiques en ligne et regardons des séries et des films en streaming. Le consommateur est gâté et a aussi de nouvelles attentes à l'égard des magasins traditionnels. L'avenir réside dans le commerce omnicanal, où les canaux hors ligne et en ligne se renforcent mutuellement.

Si les marchandises arrivent jusqu'aux ménages avec une commodité déconcertante, il y a aussi un revers de la médaille. Les camionnettes nuisent à la qualité de vie dans les centres-villes et les quartiers résidentiels. Les plateformes internationales concurrencent les acteurs locaux. La disparition des magasins physiques entraîne aussi des suppressions d'emplois, surtout peu qualifiés. Enfin, bien que la nouvelle économie de plateforme offre des opportunités, elle contourne la législation du travail avec des statuts douteux et mal rémunérés. Qui voudra encore livrer nos marchandises dans un futur proche ?