

# SOMMAIRE

**Avant-propos ..... 9**

**Préface..... 13**

*Pierre Arlaud, Bruno d'Auzac de la Martinie,  
Jean-Pascal Dubreuil et Cédric Poncelet*

**Introduction générale..... 19**

Commerce et anthropocène :  
quelles Révolutions pour exister demain ? ..... 19

*Isabelle Collin-Lachaud*

**PARTIE I : VERS UN COMMERCE DURABLE ..... 27**

## **Chapitre 1**

Du *business model* à la culture d'entreprise : repenser l'organisation  
des distributeurs en profondeur .....29

*Tiphaine Chautard Dardé et Guillaume Do Vale*

## **Chapitre 2**

Une exploration des pratiques des distributeurs pour se légitimer sur  
le marché de la seconde vie .....43

*Élodie Juge, Tiphaine Chautard Dardé, Isabelle Collin-Lachaud et  
Guillaume Do Vale*

### **Chapitre 3**

La marque de distributeur à l'assaut du territoire émotionnel  
et expérientiel : vers l'expression de la raison d'être .....63

*Fatima Regany et Cristina Longo*

### **Chapitre 4**

Transitions vers une société post-croissance :  
une exploration des pratiques de consommation sobre .....87

*Isabelle Collin-Lachaud, Élodie Juge,  
Pauline de Pechpeyrou et Karine Picot-Coupey*

## **PARTIE II : VERS UN COMMERCE INCLUSIF AU SERVICE DE L'HUMAIN ..... 107**

### **Chapitre 5**

Vendeur, client, magasin : révolution ou éternel retour ?..... 109

*Anne Dietrich et Léna Masson*

### **Chapitre 6**

Le rôle du personnel en contact dans l'inclusion  
des personnes en situation de handicap ..... 127

*Anthony Beudaert, Nathalie Dubost,  
Renaud Garcia-Bardidia, Jean-Philippe Nau et Pape Malick Ndour*

### **Chapitre 7**

Quel magasin demain pour une génération Z  
en quête de bien-être ?..... 143

*Sophie Lechartre*

### **Chapitre 8**

Les technologies connectées au service du bien-vieillir :  
un état des lieux pour les distributeurs ..... 163

*Dominique Crié, Annabel Martin, Aurély Lao,  
Sophie Lacoste-Badie et Laurent Carpentier*

**PARTIE III : VERS UN COMMERCE CITOYEN :  
DIGITAL & DATA AU SERVICE DE L'HUMAIN ..... 181**

**Chapitre 9**

Seniors, monde connecté et éthique :  
quelles perspectives pour les distributeurs ..... 183

*Jean-François Toti, Annabel Martin, Aurély Lao et Sophie Lacoste-Badie*

**Chapitre 10**

L'utilisation des *nudges* pour aider les décisions d'achat  
dans un environnement digital..... 199

*Antonin Woimant*

**Chapitre 11**

Vers une responsabilité éthique des entreprises en matière  
d'usages de données personnelles du consommateur ..... 215

*Alex Deslée, Isabelle Collin-Lachaud et Mbaye Fall Diallo*

**Chapitre 12**

Intelligence artificielle et éthique : analyse des enjeux  
et risques pour les entreprises..... 231

*Hafida Boudkouss, Redouane Jidal, Mbaye Fall Diallo  
et Souad Djelassi*

**Synthèse et perspectives ..... 249**

Révolutions du commerce : « contribuer à ouvrir une voie » ..... 251

*Isabelle Collin-Lachaud*

Postface. Apocalypse commerciale..... 259

*Éric Rémy*

**Résumés managériaux..... 265**

**Bibliographie ..... 281**

**Les auteurs ..... 309**

**Table des encadrés, tableaux et figures ..... 321**

**Table des matières..... 325**