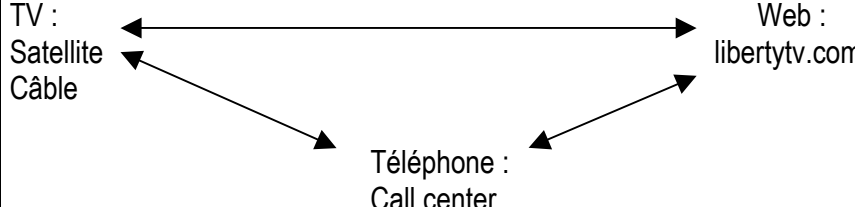


**TABLE RONDE N°3 :**  
**NOUVELLES FORMES DE DISTRIBUTION : QUELS BENEFICES POUR LES CLIENTS ?**

Intervenants		
	Fonction	Présentation de l'entreprise
Guy RAFFOUR (animateur de la table ronde)	<a href="http://www.raffour-interactif.fr">http://www.raffour-interactif.fr</a>	Rapport sur les NTIC
Alberto RINERO	Alpitour <a href="http://www.alpitour.it">http://www.alpitour.it</a>	Stratégie de distribution multicanaux AGV = 96% des ventes
Denis POLLET	DG Voyages Auchan <a href="http://www.voyagesauchan.com">http://www.voyagesauchan.com</a>	7 millions de clients des grandes surfaces Auchan objectif : déclencher l'envie de partir grâce aux sollicitations Centrale de réservation à Nanterre (80% des ventes), 2 agences (Beauvais et Marseille) mais offres commerciales dans les 120 magasins 25 offres promotionnelles par an « Rendre le voyage un bien de consommation courante » CA = 30 millions d'euros 200000 clients
Philippe DEMONCHY	PDG Résinfrance et Sélectour <a href="http://www.selectour.com">http://www.selectour.com</a> <a href="http://www.resinfrance.com">http://www.resinfrance.com</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Résinfrance : 845000 visiteurs par mois sans publicité CA 2002 : 6,17 millions d'euros Taux de concrétisation : 2,5% Actionnariat : SNAV, sélectour, AFAT,.....</li> <li>• Sélectour : 530 points de vente</li> </ul> Indépendants regroupés au sein d'une coopérative. Uniquement distributeur Depuis 98 : click and mortar
Lofti BELHASSINE	PDG et créateur de LIBERTY TV.com Créateur du groupe Aquarius et d'Air Liberté <a href="http://www.libertytv.com">http://www.libertytv.com</a>	40 millions d'euros de CA TV :  Web : libertytv.com Téléphone : Call center
Pierre GAUDET	DG France Kelkoo <a href="http://www.kelkoo.com">http://www.kelkoo.com</a>	Guide d'achat multiproduit sur internet : comparatif de prix de toutes les offres du marché, ensuite le trafic est renvoyé vers les partenaires Représente 5% des ventes de billets d'avion sur le net

<b>1<sup>ère</sup> question :</b> <b>Comment s'opère la complémentarité entre les différents canaux de distribution ?</b>	
Alberto RINERO Alpitour	C'est important, mais 96% des ventes sont faites en AGV
Denis POLLET Voyages Auchan.com	Internet complète l'offre en magasin
Philippe DEMONCHY Résinfrance Sélectour	/
Lofti BELHASSINE Libertytv.com	Le contenu (produit) est plus important que le canal utilisé
Pierre GAUDET Kelkoo	/

<b>2<sup>ème</sup> question :</b> <b>Quelles sont les différences entre les produits vendus « click » et ceux vendus en « mortier » ?</b>	
Alberto RINERO Alpitour	/
Denis POLLET Voyages Auchan.com	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut un prix tout compris sans surprise pour le consommateur</li> <li>• La vente en ligne s'adresse à des clients qui savent ce qu'il veulent</li> </ul>
Philippe DEMONCHY Résinfrance Sélectour	Importance de la rapidité des MAJ des offres sur internet Produit simple → internet Produit compliqué → AGV
Lofti BELHASSINE Libertytv.com	/
Pierre GAUDET Kelkoo	/

<b>3<sup>ème</sup> question :</b> <b>Va-t-on de plus en plus vers des ventes directes ou bien en passant par des « infomédiaires » ?</b>	
Alberto RINERO Alpitour	/
Denis POLLET Voyages Auchan.com	Ventes principalement en « early bird »
Philippe DEMONCHY Résinfrance Sélectour	Importance du développement des CRM et newsletter
Lofti BELHASSINE Libertytv.com	/
Pierre GAUDET Kelkoo	Kelkoo a « explosé » à partir du moment où il a mis les disponibilités des produits en ligne

<b>4<sup>ème</sup> question :</b> <b>Le prix</b>	
Alberto RINERO Alpitour	/
Denis POLLET Voyages Auchan.com	Volonté de discount
Philippe DEMONCHY Résinfrance Sélectour	Il faudrait réglementer l'affichage des prix (taxes incluses ou pas par exemple) « Le prix n'est pas notre objectif, on est axé sur le conseil »
Lofti BELHASSINE Libertytv.com	Stratégie gagnante = stratégie basée sur la qualité
Pierre GAUDET Kelkoo	/