

# **Thèmes actuels et thèmes émergents de la recherche en e-logistique *B2C* : analyse à partir d'une méthode bibliométrique**

**Baihui QI et Odile CHANUT**

CRET-LOG

Aix Marseille Université

## **Résumé**

L'objectif de notre article est de présenter un état de l'art sur le thème de l'e-logistique. Une méthodologie bibliométrique est choisie pour classer et analyser les articles publiés dans un échantillon de revues académiques et professionnelles sur le thème de l'e-logistique. Les thèmes principaux et les articles les plus cités issus de la revue de littérature sont exposés dans les résultats. Une comparaison entre les problématiques du monde professionnel et de la recherche académique est présentée afin d'identifier l'écart entre les deux domaines et d'élaborer des voies de recherches futures pour la recherche en e-logistique.

**Mots clés :** e-logistique, revue de littérature, recherche bibliométrique.

## **Introduction**

Le commerce en ligne se développe à vive allure, et la consommation en ligne fait désormais parti des modes de vie tant dans les pays développés que dans les pays émergents. Selon les chiffres publiés par la Fédération française de e-commerce et de la vente à distance (FEVAD), le chiffre d'affaires de l'e-commerce Business to Consumer (B2C) européen a été de 312 milliards d'euros en 2012. Plus de 250 millions de consommateurs achètent en ligne et cela représente près de 3,5 milliards de colis distribués. En Chine, la fête des célibataires du 11 novembre s'est imposée depuis 3 ans comme la journée la plus importante pour le marché en ligne chinois. Le chiffre d'affaire du groupe Alibaba a dépassé les 30 milliards de yuans (3,7 milliards d'euros) pour la seule journée du 11 novembre 2013. Evidemment, l'explosion de commandes a mis sous pression le secteur des livraisons express. La progression du commerce électronique et suppose de réinventer les schémas logistiques pour la livraison du dernier kilomètre. Dans ce contexte, la question de l'e-logistique attire l'attention des chercheurs au sein d'un secteur logistique de plus en plus diversifié. Pour autant, il n'existe à l'heure actuelle aucune définition partagée du concept d'e-logistique. Isaac et Volle (2011) nous montrent les spécificités de l'e-logistique dans le domaine B2C. Par rapport au commerce traditionnel, commerce électronique par sa nature exige d'ajouter une logistique « aval » à la logistique « amont ». Là où il ne fallait livrer que dans des entrepôts logistiques ou des magasins (logistique amont), il faut désormais être en mesure de livrer le client chez lui (logistique aval). Une autre définition adaptée par Jasper et Klumpp (2008) explique l'e-logistique comme étant une partie spécialisée de la logistique commerciale développée dans le cadre de la logistique de distribution. L'accent est particulièrement mis sur la distribution en petites quantités dans le domaine l'e-commerce B2C. Marouseau (2010) utilise le terme e-logistique pour montrer la rupture d'avec la logistique traditionnelle. Il explique que l'adjonction du « e- » n'exclut pas les opérations physiques mais renvoie aux modes de passation de commande (par internet). Pour les pure-players (e-commerçant en ligne) qui ne possèdent aucun point de vente, leur e-logistique impose un recours nécessaire au prestataire de service logistique (Durand, 2010).

## **Objectif de recherche**

L'état de l'art que nous proposons a pour objectif d'identifier les questions relatives à l'e-logistique qui interpellent à la fois les chercheurs et les professionnels. S'il existe des travaux similaires sur la recherche en logistique (Mahpula *et al*, 2013 ; Morana, 2010), ou encore sur le commerce électronique (Ngai, 2002), aucun ne s'est spécifiquement intéressé à la logistique de l'e-commerce B2C (e-logistique). L'objectif de notre étude est donc de combler cette lacune. D'abord, nous présenterons les résultats de notre revue de littérature portant sur 73 articles académiques. Le but est d'identifier les principaux thèmes traités dans les articles publiés ainsi que les articles les plus cités dans la recherche en e-logistique. Ensuite, nous inclurons une revue de littérature comportant 81 articles professionnels, afin d'identifier les thèmes apparus ces dernières années mobilisant les acteurs de la profession. Puis, nous mènerons une comparaison entre les problématiques du monde professionnel et celles de la recherche académique afin d'identifier l'écart qui existe entre elles. L'objectif final est d'élaborer des voies de recherches futures pour la recherche en e-logistique.

## **Méthodologie**

Notre recherche est basée sur une méthode bibliométrique. Il s'agit d'une technique spécifique de recherche documentaire, définie comme l'application des mathématiques, de méthodes statistiques sur papier et autres supports de communication (Ferrante, 1978). Dans cette communication, dans un premier temps, nous avons élaboré un échantillon de 73 articles scientifiques sur lesquels nous centralisons l'analyse de mots clés pour identifier les thèmes traités et ses citations afin d'inclure les articles les plus cités dans la recherche de la dernière décennie.

Quant au choix des articles, nous avons consulté la catégorisation des revues CNRS (Comité National de la Recherche Scientifique) en 2013. Parmi la liste des revues classées pour la discipline « Logistique et production », nous avons retenu 9 revues principales en lien avec l'e-logistique B2C pour collecter les articles. Parallèlement, pour identifier les références françaises, nous avons consulté le classement des revues françaises en Sciences de gestion du CNU (Conseil National des Universités) Section 06 (Mise à jour en juin 2008). Nous avons retenu 7 autres revues traitant du sujet d'e-logistique. Nous sommes parties d'abord des revues traitant de la logistique et supply chain management. Ensuite, si le nombre d'article trouvé s'avère insuffisant, nous élargissons le choix vers les revues du marketing dans lesquelles l'e-logistique est un sujet beaucoup traité effectivement.

Sur cette base, nous avons recensé année par année (entre 2004 et 2013), les articles en lien avec le sujet de l'e-logistique, repérés à partir d'une sélection de mots clés ou de groupes des mots clés tels que : *logistique, livraison, e-commerce, distribution, commerce électronique / electronic commerce, multicanal, logistique urbaine, en ligne, internet, e-logistique ; B2C*. le principe fondamental est que les articles choisis comportent au moins deux champs : commerce électronique B2C et logistique.

Finalement, 52 articles publiés en anglais et 21 articles publiés en français ont été sélectionnés dans notre échantillon. La liste des revues académiques choisie et l'année de publication est exposée dans le tableau 1.

Notre analyse bibliométrique se compose d'une deuxième partie avec les articles publiés dans des revues professionnelles. Comme sources de données, nous avons retenu les 4 revues professionnelles annonçant les plus gros tirages et nous avons analysé leurs contenus sur les 3 dernières années (de 2011 à 2013). Les revues retenues sont *Supply chain Magazine (13130 exemplaires)*, *Journal de la logistique (10000 exemplaires)*, *Logistique magazine (4434 exemplaires)*, et *Stratégie Logistique (2500 exemplaires)*. 81 articles concernant l'e-logistique ont été retenus pour l'analyse bibliométrique des revues professionnelles.

Tableau 1 : Nombre d'articles académiques collectés par année de publication

| N°           | Revues Scientifiques  | 04 | 05 | 06 | 07 | 08 | 09 | 10 | 11 | 12 | 13 | Total |
|--------------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------|
| 1            | International Journal of Retail & Distribution Management                     |    | 1  | 5  |    | 2  |    | 2  |    | 1  | 1  | 12    |
| 2            | Journal of Operations Management  | 1  | 2  | 1  | 1  | 1  |    |    | 2  | 1  | 1  | 10    |
| 3            | Journal of Business Logistics   | 1  | 2  |    | 1  |    | 1  |    | 1  | 1  | 1  | 8     |
| 4            | International Journal of Physical Distribution & Logistics Management (IJDLM) | 1  |    |    | 1  | 1  | 1  | 2  | 1  |    |    | 7     |
| 5            | Transportation Research Part E  |    |    | 1  | 1  |    | 1  | 1  |    |    | 1  | 5     |
| 6            | Production and Operation Management   | 1  |    |    |    | 1  |    | 1  |    | 1  | 1  | 5     |
| 7            | International Journal of Logistics: Research and Applications                 |    |    | 1  |    |    |    |    |    |    | 1  | 2     |
| 8            | Supply Chain Forum: An International Journal                                  |    |    |    |    |    |    |    |    | 1  | 1  | 2     |
| 9            | The International Journal of Logistics Management                             |    | 1  |    |    |    |    |    |    |    |    | 1     |
| <b>Total</b> |   |    |    |    |    |    |    |    |    |    |    | 52    |
| 1            | Décisions Marketing   |    |    |    | 2  |    | 1  |    | 1  |    | 2  | 6     |
| 2            | Logistique & Management   | 1  | 1  |    |    |    | 1  | 2  |    |    |    | 5     |
| 3            | Revue Française de Gestion  |    |    |    |    |    | 3  |    |    |    |    | 3     |
| 4            | Management & Avenir   |    |    |    |    |    |    |    | 1  | 2  |    | 3     |
| 5            | Revue Française du Marketing  |    | 1  | 1  |    |    |    |    |    |    |    | 2     |
| 6            | Revue Française de Gestion Industrielle                                       |    |    |    |    |    |    |    |    | 1  |    | 1     |

|              |                                    |  |  |  |  |  |   |  |  |  |    |
|--------------|------------------------------------|--|--|--|--|--|---|--|--|--|----|
| 7            | Cahiers Scientifiques du Transport |  |  |  |  |  | 1 |  |  |  | 1  |
| <b>Total</b> |                                    |  |  |  |  |  |   |  |  |  | 21 |

## Analyse des résultats

- **Constitution de dictionnaires de mots clés**

L'essentiel d'un article scientifique est souvent exprimé par les mots clés synthétisés en première page de l'article. C'est pourquoi nous choisissons de faire une analyse des mots clés comme une interprétation des thèmes des articles. Pour dégager les thèmes traités au cours de la dernière décennie, nous avons regroupé par famille thématique les 330 mots clés collectés.

Pour standardiser les codages des thèmes traités, nous avons consulté les travaux de Ngai et Wat (2002) et de Morana (2010, 2011) qui proposent une synthèse des thèmes principaux en e-logistique. Un dictionnaire de mots est ainsi proposé (Tableau 2) autour de 18 thèmes principaux. Nous avons exclu de l'analyse des thèmes synonymes d'e-commerce tels que: *on line shopping, B to C, e-commerce, on line retailing* parce qu'il s'agit du cadre de notre recherche. D'autres mots clés ont été exclus de l'analyse, soit parce qu'ils renvoient à un secteur d'activité précis (ex : alimentaire, *e-grocery*, cyber-épicerie) soit parce qu'ils sont relatifs aux méthodologies employées, et sont en conséquence en dehors de notre champ de recherche (ex : *case study, secondary data, empirical*). Puisque notre échantillon se compose d'articles en langue anglaise et française, les mots clés ont été listés sur deux colonnes séparées mais le même codage a été retenu pour les thèmes. Ensuite, nous avons effectué un travail statistique afin de comptabiliser, pour chaque thème repéré, le nombre d'articles traitant de ce thème. Les résultats sont présentés dans le Tableau 2.

Tableau 2 : Une synthèse des mots clés

| N° | Thèmes traités                             | Dictionnaire de mots clés en anglais  | Num 2004-2013 | Dictionnaire de mots clés en français  | Nom 2004-2013 | Total |
|----|--|---|---------------|--|---------------|-------|
| 1  | Marketing/<br>Comportement du consommateur | consumer behaviour , consumer satisfaction, customer density, customer expectation, customer loyalty, customer retention, customization, make versus buy, Future purchase behavior, Repurchase behavior, shopping mode choice, decision making, online purchase process | 26            | création de valeur pour la clientèle, comportements d'achat, gestion de la relation client, expérience des consommateurs, les clients mixtes, le processus de décision, processus d'achat, satisfaction du client multicanal | 10            | 36    |
| 2  | Livraison                                  | collection/delivery points, consumer direct, fulfillment (CDF), Delivery, delivery  | 25            | relais-livraison, modèle de relais, mutualisation, modèle de livraison,  | 7             | 32    |

|    |                              |  |    |   |    |    |
|----|------------------------------|--|----|---|----|----|
|    |                              | window length, e-fulfillment, last mile, parcel delivery, order fulfillment, home delivery (HD), out-of-home delivery (OHD), on-time delivery, van delivery  |    | la livraison à domicile (LAD), consigne automatique   |    |    |
| 3  | Canal de distribution        | channel conflict, channels of distribution, distribution management, dual distribution, multi-channel retail, coordination   | 19 | click & mortar, cross-canal, intégration des canaux, interaction entre canaux, distribution intégrée, synergie  | 7  | 26 |
| 4  | Service                      | distribution services quality, e-services, logistics customer service (LCS), logistics service, service recovery, service operations, service failure, parcel delivery services                            | 17 |   | 0  | 17 |
| 5  | Stratégie                    | corporate strategy, management strategy, competition, online shipping strategies, e-commerce pricing strategy, sourcing strategy   | 6  | affrontement concurrentiel, avantages concurrentiels, dynamique concurrentielle, valorisation des compétences, ruptures stratégiques, verrou stratégique, stratégie de e-commerce, déterminants, facteurs clés de succès, différenciation | 10 | 16 |
| 6  | Evaluation de la performance | company performance, key performance, indicators (KPIs), profit margin, performance measurement (quality), economic performance, Logistics cost, shipping and handling costs, cost model, Transaction cost | 11 | coûts de transaction, Maîtrise des transactions   | 2  | 13 |
| 7  | Développement durable        | air pollution, carbon, environmental health and safety, efficiency, efficiency/cost  | 4  | développement durable, logistique verte, verte  | 3  | 7  |
| 8  | Prix                         | price partitioning, price and delivery competition, free shipping, contingent free shipping  | 4  | fixation du prix, niveaux de prix, prix sur Internet  | 3  | 7  |
| 9  | Logistique urbaine           |  | 0  | centres de distribution urbaine (CDU), logistique urbaine, messagerie urbaine, schémas logistique urbaine   | 7  | 7  |
| 10 | Organisation logistique      | warehouse-picking, store-picking   | 2  | modèle logistique B to C, Picking magasin, schéma logistique, logistique organisationnelle  | 4  | 6  |
| 11 | Gestion de stockage          | inventory liquidity, inventory management, inventory record inaccuracy, Stock control  | 4  | modèle du stockage  | 1  | 5  |
| 12 | Système informatique         | electronic service delivery system, Information systems and technology, marketplace system, web-based technological capabilities, delivery information online  | 5  |   | 0  | 5  |
| 13 | Logistique renversée         | reverse logistics, return, product returns   | 3  |   | 0  | 3  |
| 14 | Gestion de demande           | demand management, demand-supply interaction, time-dependent consumer demand   | 3  |   | 0  | 3  |
| 15 | Temps                        | cycle time, value of product delivery time, value of travel time   | 3  |   | 0  | 3  |
| 16 | Management du transport      | transport management, routing efficiency   | 2  |   | 0  | 2  |

|    |                    |                                       |   |  |   |   |
|----|--------------------|---------------------------------------|---|--|---|---|
| 17 | Externalisation    | complementary sourcing, outsourcing   | 2 |  | 0 | 2 |
| 18 | Politique Publique | Business environment, Business policy | 2 |  | 0 | 2 |

- **Analyse bibliométrique des revues académiques**

L'analyse de contenu a permis de dégager 18 thèmes traités dans les articles académiques (Tableau 2). Les thèmes les plus traités dans les recherches sur les 10 dernières années relèvent du Marketing/Comportement du consommateur, des livraisons, du canal de distribution, des services, de la stratégie et de l'évaluation de la performance. Ils sont développés ci-après :

- **marketing/comportement du consommateur** : dans le commerce électronique, la satisfaction des consommateurs est toujours l'intérêt principal des e-commerçants (Liu *et al*, 2008). Dernier maillon des transactions, le lien entre la logistique et le marketing ne doit jamais être négligé. Le comportement du consommateur a été beaucoup traité ces dix dernières années par les chercheurs.
- **Livraison** : il existe des rubriques sur ce thème, traitant par exemple du modèle de livraison (à domicile ou hors domicile), et du dernier kilomètre (Boyer *et al*, 2009). Le thème de la livraison est souvent lié à celui du thème « logistique urbaine » (Durand *et al*, 2010 ; Chanut *et al*, 2012) car la mutualisation et le centre de distribution sont appliqués dans les deux champs.
- **Canal de distribution**: la mise à jour d'un canal internet est en cours de discussion ou déjà décidée par les distributeurs, les industriels et les chercheurs. Une tendance au multicanal devient de plus en plus évidente. En outre, les chercheurs étudient à la fois le conflit et la synergie qui existent entre les canaux de distributions (Poirel et Bonet, 2008).
- **Service**: il s'agit là d'un thème de contrôle de la qualité logistique (Xing, *et al*, 2010).
- **Stratégie**: l'aspect stratégique de l'entreprise concerne la dynamique, l'avantage concurrentiel et les facteurs clés du succès (Montant et Pupion, 2011).
- **Evaluation de la performance**: le profit et le coût e-logistique constituent toujours l'intérêt principal des chercheurs (Lang et Bressolles, 2013) .
- **Les autres thèmes**: ils sont moins souvent traités dans notre échantillon de recherche. Ces thèmes sont l'e-logistique ou l'e-commerce tels que le temps, le prix, la gestion du stockage, la logistique inversée. Le thème du système informatique est le moins traité

dans notre échantillon. A noter que la politique publique est un aspect du support non seulement pour les e-commerçants mais aussi pour les prestataires de service logistique.

- **Analyse bibliométrique des revues professionnelles**

L'analyse bibliométrique des revues professionnelles montre que les thèmes traités par ces revues sont essentiellement tournés vers les préoccupations managériales. D'une manière générale, un seul thème est traité par article. Les thèmes principaux, les sous-thèmes et l'année de publication sont indiqués dans le tableau 3.

Les 81 articles des magazines nous permettent de connaître les préoccupations actuelles des acteurs d'e-logistique. Voici l'analyse des thèmes issus du domaine professionnel.

- **Modèle d'affaire/multicanal** : dans le domaine professionnel, la distribution multicanale est désormais bien acceptée et se répand comme étant la norme chez les distributeurs et chez les industriels. L'époque du « tout magasin physique » semble révolue. Même les *pure-players* se font rares, la plupart ouvrent des magasins physiques, à l'instar d'Amazon, l'un des *first movers* en matière de e-commerce.
- **E-prestataire** : ce sont des prestataires de service logistique offrant le service à l'e-commerce B2C, qui disposent de systèmes d'informations spécifiques à l'e-commerce et qui sont capables de distribuer de nombreux colis aux particuliers.
- **Gestion logistique** : Le modèle logistique choisi, la gestion des entrepôts et la relation entre les prestataires et les e-commerçants sont des enjeux majeurs pour les entreprises.
- **Outil/SI** : l'un des principaux centre d'intérêt des articles professionnels réside en l'étude de l'amélioration des systèmes d'informations permettant d'optimiser les flux d'approvisionnement, la gestion des stocks, la préparation des commandes, la gestion des expéditions et des livraisons. Les principaux systèmes d'information sont: *WMS (Warehouse Management System)*, *TMS (Transportation Management System)*, *CRS (Client Relation System)*, *ERP (Enterprise Resource Planning)*, *DOM (Distributed Order Management)*.

Tableau 3 : la synthèse des thèmes d'actualité dans les 4 revues professionnelles

(entre 2011 et 2013)



|   |   | Logistique magazine |    |    | Supply chain magazine |    |    | Journal de la logistique |    |    | Stratégie logistique |    |    | Total par année et par thème |    |    | total |
|---|---|---------------------|----|----|-----------------------|----|----|--------------------------|----|----|----------------------|----|----|------------------------------|----|----|-------|
|   |   | 11                  | 12 | 13 | 11                    | 12 | 13 | 11                       | 12 | 13 | 11                   | 12 | 13 | 11                           | 12 | 13 |       |
| 1 | Modèle d'affaires/multicanal  | 1                   | 0  | 1  | 4                     | 0  | 1  | 2                        | 0  | 1  | 1                    | 0  | 0  | 7                            | 0  | 3  | 10    |
| 2 | e-prestataire<br>-spécialiste<br>-transporteur<br>-4PL  | 7                   | 0  | 5  | 1                     | 2  | 1  | 3                        | 1  | 1  | 2                    | 0  | 0  | 13                           | 3  | 7  | 23    |
| 3 | Gestion logistique<br>-modèle logistique<br>-gestion d'entrepôt<br>-logistique centralisée<br>-automatisation | 2                   | 5  | 2  | 2                     | 1  | 4  | 0                        | 3  | 1  | 3                    | 0  | 2  | 7                            | 9  | 9  | 25    |
| 4 | Internalisation/externalisation   | 0                   | 0  | 4  | 2                     | 0  | 0  | 1                        | 0  | 0  | 0                    | 0  | 0  | 3                            | 0  | 4  | 7     |
| 5 | Livraison<br>-le dernier kilomètre<br>-le délai<br>-le flux urbain  | 1                   | 0  | 0  | 0                     | 0  | 0  | 0                        | 0  | 0  | 0                    | 1  | 0  | 1                            | 1  | 0  | 2     |
| 6 | Environnement institutionnel<br>-maturité de marché<br>-Logistique globale                                    | 1                   | 1  | 0  | 0                     | 0  | 1  | 1                        | 1  | 0  | 0                    | 0  | 0  | 2                            | 2  | 1  | 5     |
| 7 | Outil/SI  | 1                   | 3  | 1  | 1                     | 0  | 0  | 0                        | 1  | 0  | 0                    | 0  | 1  | 2                            | 4  | 2  | 8     |
| 8 | Reverse logistique  | 0                   | 0  | 0  | 0                     | 0  | 1  | 0                        | 0  | 0  | 0                    | 0  | 0  | 0                            | 0  | 1  | 1     |
|   | Total   | 13                  | 9  | 13 | 9                     | 3  | 8  | 7                        | 6  | 3  | 6                    | 1  | 3  | -                            | -  | -  | 81    |

Parmi les grandes préoccupations professionnelles, il faut remarquer que l'environnement institutionnel (la maturité des marchés dans différents pays, le développement international ...) et le traitement de la logistique inversée sont aussi primordiaux pour les acteurs professionnels. Dans notre tableau, l'internalisation/externalisation de la logistique de l'e-commerçant au prestataire est traité comme un thème important dans notre échantillon, bien qu'il s'agisse d'un sous-thème de la gestion logistique.

- **Comparaison et discussion des analyses bibliométriques académiques et professionnelles**

En raison de leur processus de publication, les problématiques évoquées dans les revues scientifiques apparaissent logiquement avec un décalage temporel par rapport à celles traitées dans les revues professionnelles. Aussi avons-nous fait une comparaison entre les deux champs à partir de notre échantillon afin de mettre en évidence les préoccupations émergentes dans le monde professionnel, qui constituent autant de pistes possibles pour la recherche future. En comparant les thèmes issus des articles académiques et des articles professionnels, deux nouveaux thèmes n'existent que dans les articles professionnels :

- L'**e-prestataire** (cité par 23 articles professionnels sur 81 au total) : l'e-prestataire est celui pour qui les spécialistes vont cibler le marché du e-commerce, pour lequel ils créent des technologies correspondantes et améliorent la compétitivité. Dans les articles scientifiques, ce thème n'est pas encore abordé.
- L'« **omni-**» (10 sur 81 articles au total): cette nouvelle racine, « omni-» plus actuel que « multi », est proposée pour définir la nécessaire intégration de tous les canaux de distribution. Avec le développement de distributions multiples, les termes « omni-canal », « omni-logistique » peuvent être utilisés par les distributeurs, les industriels, ainsi que par les prestataires de service. Dans les articles académiques, ce thème de l'intégration des canaux et des schémas logistiques associés (physiques et informationnels) est encore rarement traité.

Nous constatons aussi des écarts et une évolution entre les préoccupations professionnelles et académiques, dans les domaines suivants :

- **Gestion logistique** : les opérations de gestion logistique sont beaucoup abordées dans les articles professionnels, ce qui n'est guère surprenant, car c'est le quotidien des professionnels. Cependant, la recherche académique semble ne pas tout-à-fait satisfaire les professionnels, comme par exemple, le thème de la logistique centralisée et de l'automatisation qui ne sont pas apparus dans notre échantillon académique.
- **Externalisation** : celle relative au prestataire est régulièrement discutée par les e-commerçants. Cependant, dans la recherche académique, ce concept existe depuis longtemps et perd de sa dynamique ces dernières années. Faut-il pour autant éluder ce thème pour s'adapter à la préoccupation professionnelle ?
- **Logistique urbaine et logistique durable** : si les deux thèmes sont activement traités dans le domaine académique, ils semblent cependant l'être beaucoup moins dans le champ professionnel. Faut-il dire que les acteurs professionnels traitent le flux urbain d'une méthode traditionnelle manquant d'innovation ? Faut-il penser que les professionnels n'ont pas encore pris totalement conscience du développement durable ?
- **Environnement institutionnel** : parmi les résultats professionnels, les acteurs s'intéressent beaucoup à la politique publique et planifient le développement international. L'échantillon de recherche académique n'a pas vraiment répondu à cette préoccupation.

En somme, nous proposons des thèmes, tels que « e-prestataire » et « omni- » comme étant de nouvelles pistes pour la future recherche e-logistique. Parallèlement, il faudrait suivre l'évolution des préoccupations professionnelles tels que le modèle logistique (centralisé/dispersé ou internalisé/externalisé) et le développement international.

- **Les articles les plus cités parmi les 73 articles académiques analysés**

Une autre partie de notre travail a consisté à analyser les références présentes dans notre échantillon dans le but de déterminer les articles et les auteurs les plus influents dans ce domaine. C'est un travail habituellement présenté dans les travaux bibliométriques. Nous avons recensé 3452 références citées dans les 73 articles académiques analysés. Parmi elles, 13 références montrent leur importance car ils ont été cités plus de 8 fois. (Tableau 4).

Les 13 articles les plus cités sont parus entre 1981 et 2005, donc à une période plutôt ancienne, ce qui n'est guère surprenant quand on mesure les taux de citations. Les thèmes les plus traités sont le service (Rabinovich et Bailey, 2004; Boyer *et al*, 2002 ; Zeithaml *et al*, 2002 ; Mentzer *et al*, 1989) ; la livraison (Esper *et al*, 2003 ; Rabinovich et Evers, 2003); le Modèle d'affaires (Alba *et al*, 1997 ; Brynjolfsson et Smith, 2000 ; Burt et Sparks, 2003); le Comportement du consommateur/Marketing (Srinivasan *et al*, 2002 ; Thirumalai, 2005 ; Fornell et Larcker, 1981) et la performance (Bokos, 1997).

Tableau 4 : Les articles les plus cités parmi les 73 articles

| Nombre de citation | Bibliographies  |
|--------------------|---|
| 14                 | Rabinovich, E. and Bailey, J.P. (2004), Physical Distribution Service Quality in Internet Retailing: Service Pricing, Transaction Attributes, and Firm Attributes, <i>Journal of Operations Management</i> , vol. 21, pp. 651-672.                            |
| 11                 | Bakos, J. Y. (1997), Reducing Buyer Search Costs: Implications for Electronic Marketplaces, <i>Management Science</i> , and vol. 43 n°12, pp. 1676-1692.  |
| 11                 | Boyer, K. K., Hallowell R., and Roth A. V.(2002), E-Services: Operating Strategy –A Case Study and a Method for Analyzing Operational Benefits, <i>Journal of Operations Management</i> , vol. 20 n°2, pp. 175-188.   |
| 10                 | Esper, T.L., Jensen, T.D., Turnipseed, F.L., Burton, S. (2003), The Last Mile: an Examination of Effects of Online Retail Delivery Strategies on Consumers, <i>Journal of Business Logistics</i> , vol. 24 n° 2, pp. 177-203.                                 |
| 10                 | Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Malhotra, A. (2002), Service Quality Delivery Through Web Sites: A Critical Review of Extant Knowledge, <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i> , vol. 30 n°4, pp. 362-375.                                    |
| 9                  | Alba, J., Lynch, J.G., Weitz, B., Janiszewski, C., Lutz, R. and Wood, S. (1997), Interactive Home Shopping: Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplaces, <i>Journal of Marketing</i> , vol. 61 n° 3, pp. 38-53. |

|   |  |
|---|--|
| 9 | Brynjolfsson, E. and Smith, M.D. (2000), Frictionless Commerce? A Comparison of Internet and Conventional Retailers, <i>Management Science</i> , vol. 46 n°4, pp. 563-85.  |
| 9 | Rabinovich, E. and Evers, P.T. (2003), Product Fulfillment in Supply Chains Supporting Internet-Retailing Operations, <i>Journal of Business Logistics</i> , vol. 24 n° 2, pp. 205-236.  |
| 8 | Burt, S. and Sparks, L. (2003), E-commerce and the Retail Process: a Review, <i>Journal of Retailing and Consumer Service</i> , vol. 10, pp. 275-86.   |
| 8 | Fornell, C. and Larcker, D.F. (1981), Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, <i>Journal of Marketing Research</i> , vol. 18 n°1, pp. 39-50.  |
| 8 | Mentzer, J. T., Gomes R., and Krapfel R. E. (1989), Physical Distribution Service: A Fundamental Marketing Concept? <i>Journal of the Academy of Marketing Science</i> , vol. 17 n°1, pp. 53-62.                                     |
| 8 | Srinivasan, S.S., Anderson, R. and Ponnavaolu, K. (2002), Customer Loyalty in E-Commerce: An Exploration of Its Antecedents and Consequences, <i>Journal of Retailing</i> , vol. 78 n°1, pp. 41-50.                                  |
| 8 | Thirumalai, S., Sinha, K. (2005). Customer Satisfaction with Order Fulfillment in Retail Supply Chains: Implications of Product Type in Electronic B2C Transactions. <i>Journal of Operations Management</i> , vol. 23, pp. 291–303. |

## Conclusion

L'objectif de cette communication était de dresser un état de l'art sur la recherche en e-logistique B2C, par le biais d'une méthode bibliométrique. Ce travail nous a permis d'identifier les principaux travaux qui ont traité de ce sujet, les principales thématiques abordées, et les nouvelles préoccupations managériales. Cette présentation peut constituer un premier aperçu pour les futurs chercheurs souhaitant se lancer sur des études sur l'e-logistique B2C.

Parmi les résultats, nous avons listé les 18 thèmes principaux abordés dans les articles académiques, ainsi que les 8 grands thèmes et 12 sous-thèmes traités dans les revues professionnelles. Ensuite, nous avons procédé à une comparaison entre les deux domaines. Deux thèmes émergents sont apparus pour les acteurs professionnels : la question du « e-prestataire » et celle concernant la racine « omni- » pouvant construire les mots « omni-canal » et « omni-logistique ». L'évolution des préoccupations professionnelles et l'écart entre le domaine académique et professionnel sont indiqués dans notre recherche. Les professionnels attachent de l'importance au modèle logistique (centralisation/dispersion ; internalisation/externalisation) et aux nouvelles solutions vers « omni-canal ». Les PSL doivent gérer non seulement le canal traditionnel mais aussi le canal internet. Les professionnels portent plus attention au développement international. Sur ces deux derniers

points, la recherche académique n'a pas encore apporté de réponse. A partir de nos résultats, nous proposerons des pistes pour de futures recherches : nous pouvons creuser les thèmes les plus actuels tels « e-prestataire » et « omni- » et procéder à des exploitations. De plus, il convient de suivre les préoccupations des professionnels et de donner des réponses aux nouveaux modèles logistiques du multicanal (omni-canal) et même proposer des nouveaux schémas logistiques qui se composent de la logistique traditionnelle et l'e-logistique.

Le résultat d'un échantillon de 73 articles scientifiques et de 81 articles professionnels est convaincant. Mais il ne s'agit pas d'un résultat absolu, étant donné que certains articles ont probablement été omis. Pour les recherches suivantes, nous pourrions commencer par creuser les thèmes d'actualités en e-logistique et répondre aux préoccupations des acteurs professionnels.

## **Bibliographies**

Boyer, K. K., Prud'homme A.M. and Chung, W. (2009), The Last Mile Challenge: Evaluating the Effects of Customer Density and Delivery Window Patterns, *Journal of Business Logistics*, vol. 30, n° 1, pp. 185-201.

Chanut, O., Paché, G. et Wagenhausen, F. (2012), Logistique urbaine : refonder les logiques d'intermédiation, *Management & Avenir*, vol.1 n° 51, pp. 186-207.

Durand, B. (2010a), Comment rendre l'e-logistique plus verte ? *Logistique & Management*, vol. 18 n°1, pp45-55.

Durand, B., GONZALES-FELIU, J. et HENRIOT, F. (2010b), La logistique urbaine, facteur clé de développement du B to C, *logistique & management*, vol.18 n°2, pp.7-19.

Ferrante, B. K. (1978), Bibliometrics : Access in Library Literature, *Collection Management*, vol. 2, pp. 199-204.

Isaac, H., Volle, P. (2011), E-commerce 2<sup>e</sup> édition De la stratégie à la mise en œuvre opérationnelle, Pearson Education France, Paris, pp.345-377.

Jasper, A. and Klumpp, M. (2008), Success Factors for Retail Logistics in an E-Commerce-Environment, *Sinoeuropean Engineering Research Journal*, vol. 1, pp. 63-68.

Lang, G. and Bressolles, G. (2013), Economic Performance and Customer Expectation in e-Fulfillment Systems: A Multi-Channel Retailer Perspective, *Supply Chain Forum: An International Journal*, vol.14 n°1, pp.16-26.

Liu, X. and He, M., Gao F. and Xie P. (2008), An Empirical Study of Online Shopping Customer Satisfaction in China: A Holistic Perspective, *International Journal of Retail & Distribution Management*, vol. 36 n° 11, pp. 919-940.

Mahpula, A., Yang, D.G., Kurban, A. et Witlox, F., (2013), An Overview of 20 Years of Chinese Logistics Research Using A Content-Based Analysis, *Journal of Transport Geography*, vol.31, pp30-40.

Marouseau, G. (2010), L'e-logistique en mutation, SILOGIN (Systèmes d' Information, LOGistique et INovation), Saint-Nazaire.

Morana, J. (2011), Les cahiers scientifiques du transport : analyse des numéros publiés de 1994 à 2010 sous l'égide de l'AFITL, *les Cahiers Scientifiques du Transport*, n° 59, pp. 5-24.

Morana, J. (2010), Les 16 ans de la revue Logistique & Management, *Logistique & Management*, vol. 18 n°2, pp. 145-153.

Montant, E. et Pupion, P.C. (2011), E-commerce et vente de vin en ligne : l'approche stratégique d'une petite entreprise, *Management & Avenir*, vol.2 n° 42, pp. 187-199.

Ngai, E.W.T., and Wat, F.K.T. (2002), A Literature Review and Classification of Electronic Commerce Research, *Information & Management*, vol. 39, pp. 415-429.

Poirel, C. et Bonet, F. D. (2008), La stratégie de distribution multiple À la recherche de synergies entre canal physique et canal virtuel, *Revue française de gestion*, vol. 2 n° 182, pp. 155-170.

Xing, Y., Grant, D.B., McKinnon, A.C. and Fernie, J. (2010), Physical Distribution Service Quality in Online Retailing, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 40 n° 5, pp. 415-432.