



**14-16 novembre 2018 - Palais des Festivals, Cannes**

Communiqué de presse

## MAPIC 2018 : e-commerce, du online au physique Amazon, MADE.com, vente-privée entertainment, Zalando prennent la parole à Cannes

**Paris, le 19 septembre 2018** – Pour la première fois, des poids lourds du commerce en ligne tels que Amazon, Vente-privée.com, MADE.com, Zalando viendront s'exprimer au MAPIC, illustrant plus que jamais la convergence entre commerce physique et digital. C'est cette thématique de la « mutation du commerce : le physique à l'ère du digital » qui sera à l'honneur de la 24<sup>e</sup> édition du MAPIC.

Organisé par Reed MIDEM, le Marché International de l'Implantation Commerciale et de la Distribution se tiendra au Palais des Festivals de Cannes du 14 au 16 novembre prochain.

« Aujourd'hui, le e-commerce représente 8,8 % du total des ventes en Europe occidentale (\$336,5 billions) et 14,7% en Asie Pacifique (\$9,254 trillions). À l'ère du digital cependant, ces statistiques sont en constante évolution et de nouvelles dynamiques de vente apparaissent sans cesse », explique Nathalie Depetro, Directrice du MAPIC.

La convergence entre commerce physique et digital est plus que jamais d'actualité : Walmart a récemment racheté Flipkart, Alibaba investit désormais dans des centres commerciaux, aux États-Unis, Whole Foods se fait racheter par Amazon qui ouvre de plus en plus de points de vente. Et si les enseignes traditionnelles ont dorénavant adopté le digital dans leur stratégie, par exemple le rachat de La Redoute par le groupe Galeries Lafayette ou encore de Sarenza par Monoprix, de plus en plus d'e-commerçants, tels que MADE.com, Missguided, Mi Stores et Warby Parker, se lancent dans le commerce physique.

Durant toute la durée du MAPIC, des experts du commerce physique et de la vente en ligne viendront donner des témoignages concrets de la transformation du secteur ainsi que faire part de leurs projets à venir :

- Ronan Bole, Directeur des Opérations France, **Amazon** et Raimund Paetzmann, *VP Corporate Real Estate*, **Zalando SE** expliqueront comment la logistique est devenue l'un des sujets clés de l'innovation du parcours client (mercredi 14/11 à 14h30).
- Thomas Kouck, *Managing Director/Partner*, **vente-privée entertainment**, interviendra dans le cadre du premier MAPIC Leisure Summit sur l'importance de la data et de son analyse (mardi 13/11 à 14h).
- Philippe Chainieux, PDG, **MADE.com** donnera son point de vue sur l'importance de la complémentarité entre site de e-commerce ou boutique en ligne et magasin physique. En effet, ce e-commerçant spécialiste du mobilier design évoquera ses

nouveaux projets de développement en plus des sept showrooms connectés récemment ouverts en Europe (mercredi 14/11 à 11h).

- Les interventions de **L'Occitane En Provence**, **Kidzania**, **WeArena Entertainment** et **Huawei Italy**, entre autres, illustreront le nouveau mix commercial qui est en train de se mettre en place dans les centres commerciaux, où les enseignes de mode ne font plus la loi.

L'impact du digital et l'explosion des ventes en ligne amènent les enseignes et les professionnels de l'immobilier commercial à repenser complètement leurs points de vente physiques pour proposer de nouvelles expériences aux consommateurs. Le loisir, le food & beverage, le bien-être et l'innovation sont devenus des piliers de toute l'offre proposée par les lieux de commerce qui tendent à devenir des *lifeplace destinations*.

Parmi les 2 100 représentants d'enseignes présents à Cannes, les participants du MAPIC auront l'occasion de rencontrer **Bottega Portici** (Italie), **Bouchara** (France), **El Ganso** (Espagne), **Fresh** (France) et **Zapa** (France) présents pour la première fois sur la Croisette, ou encore **Zara**, **Uniqlo**, **C&A**, **Burger King**, **Hema**, **Benetton**, **Claire's**, **Burberry**, **Adidas** et **Levi's** qui sont des habitués du MAPIC.

Plus d'informations sur le MAPIC sur notre [site presse](#).

**A propos de Reed MIDEM :**

Fondée en 1963, Reed MIDEM organise des marchés professionnels et internationaux qui se sont imposés comme des plateformes incontournables pour les acteurs-clés des secteurs concernés. Ce sont les MIPTV, MIPDOC, MIPCOM, MIPJUNIOR à Cannes, MIP China à Hangzhou et MIP Cancun au Mexique pour la télévision et les contenus audiovisuels et numériques ; MIDEM à Cannes pour les professionnels de la musique ; Esports BAR à Cannes et à Miami pour l'industrie du esports ; MIPIM à Cannes, MIPIM UK à Londres, MIPIM Asia Summit à Hong Kong, MIPIM PropTech NYC à New York et MIPIM PropTech Europe à Paris pour le secteur de l'immobilier ; MAPIC à Cannes, MAPIC Russia à Moscou, MAPIC Italy à Milan, MAPIC India à Mumbai et MAPIC Food & Beverage à Milan pour le secteur de l'implantation commerciale. [www.reedmidem.com](http://www.reedmidem.com)

**À propos de Reed Exhibitions :**

Reed MIDEM est une filiale de Reed Exhibitions, leader mondial dans l'organisation d'événements, avec plus de 500 événements dans 30 pays. En 2017, Reed Exhibitions a réuni plus de sept millions de professionnels actifs dans le monde entier, générant plusieurs milliards de dollars d'affaires. Aujourd'hui les événements de Reed Exhibitions ont lieu en Amérique, en Europe, au Moyen-Orient, en Asie Pacifique, en Afrique et sont organisés par 38 bureaux et agents implantés. Reed Exhibitions touche 43 secteurs industriels, au travers d'évènements pour les professionnels et le grand public, et fait partie de RELX Group plc, leader mondial dans la diffusion d'informations. [www.reedexpo.com](http://www.reedexpo.com)

**Pour plus d'informations, merci de contacter :**

**My-Lan Cao – Directrice presse, Reed MIDEM**

Tél. : +33 (0)1 79 71 95 44

[mylan.cao@reedmidem.com](mailto:mylan.cao@reedmidem.com)

**Constance Garcia y Santos – Attachée de presse**

Tél. : +33 (0) 1 79 71 95 65

[constance.garciaysantos@reedmidem.com](mailto:constance.garciaysantos@reedmidem.com)



