

**ENTRE TRANSPARENCE ET OPACITÉ INFORMATIONNELLE :
VERS UN MODÈLE DES « VAGUES » APPLIQUÉ AU CANAL DE DISTRIBUTION**

Résumé

La question du partage ou du non-partage d'informations entre les membres d'un canal de distribution retient depuis de nombreuses années l'intérêt de nombreux chercheurs en marketing et en logistique. Le débat tourne autour du niveau pertinent de transparence informationnelle pour qu'un canal de distribution atteignent une performance suffisante. En s'appuyant sur une analyse bibliométrique de 67 articles issus de deux revues académiques de référence, l'*International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* et l'*International Journal of Retail & Distribution Management*, l'article souligne la présence de deux visions antithétiques : l'une porte sur les avantages du partage d'informations, l'autre insiste sur les risques lui étant associés. À partir de ce constat, dont la limite majeure est de privilégier le caractère binaire de l'opposition transparence / opacité informationnelle, les auteurs proposent une réflexion programmatique qui suggère l'existence possible d'un modèle des « vagues » dans lequel est identifié au contraire une succession de phases de partage et de rétention d'informations en fonction de la survenue d'incidents critiques dans le déroulement de la relation.

Mots-clés

Canal de distribution, partage d'informations, rétention d'information, modèle des « vagues »

**BETWEEN INFORMATIONAL TRANSPARENCY AND OPACITY:
TOWARDS A “WAVE” MODEL APPLIED TO THE DISTRIBUTION CHANNEL**

Abstract

The issue of information sharing or non-sharing between members of a distribution channel has been of interest to many marketing and logistics researchers for many years. The debate revolves around the relevant level of informational transparency for a distribution channel to achieve sufficient performance. Based on a bibliometric analysis of 67 articles from two leading academic journals, the *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* and the *International Journal of Retail & Distribution Management*, this article highlights the presence of two antithetical visions: one focuses on the benefits of information sharing, the other insists on the risks associated with it. From this observation, whose major limitation is to privilege the binary character of the opposition between informational transparency and informational opacity, the authors propose a programmatic reflection that suggests the possible existence of a “wave” model in which, on the contrary, a succession of phases of information sharing and non-sharing is identified according to the occurrence of critical incidents during the relationship.

Keywords

Distribution channel, information sharing, information retention, “wave” model

Résumé managérial

Dans les années 1990, Procter & Gamble et Walmart ont défrayé la chronique des revues professionnelles en décidant de partager un ensemble important de données relatives à leurs logistiques respectives pour en améliorer le fonctionnement. Après plusieurs années de déroulement du partenariat, les deux entreprises ont vu leurs niveaux des stocks et leurs besoins en fonds de roulement (BFR) fortement baisser, tandis que les ventes augmentaient grâce à l'accent mis sur la disponibilité sans rupture des produits souhaités par les clients. Ce partenariat constitue aujourd'hui un cas d'école étudié dans de nombreuses *business schools* pour souligner combien la transparence informationnelle entre membres d'un canal de distribution se traduit par une performance accrue. Fort naturellement, des démarches du même type se sont multipliées en Europe, toujours avec la même idée que le partage des informations entre partenaires est un puissant vecteur d'efficacité et d'efficience.

Pourtant, *chemin faisant*, des travaux académiques ont commencé à poser une question iconoclaste : toute information est-elle bonne à partager entre les membres d'un canal de distribution ? Prenons l'exemple simple d'une relation d'affaires entre un grand distributeur A et l'un de ses prestataires de services logistiques (PSL), chargés du stockage, de la préparation de commandes et de la livraison des produits vers les magasins. Si A informe son PSL de l'organisation d'une opération promotionnelle d'envergure plusieurs mois avant sa concrétisation (ce qui est systématiquement le cas pour des produits d'importation), le risque n'est pas négligeable de voir cette information cruciale tomber dans les mains du grand distributeur B, un concurrent de A qui travaille avec le même PSL. Pour A, faire preuve d'opacité informationnelle pourrait s'avérer être une option très pertinente.

Il ressort finalement des travaux relatifs à cette thématique, synthétisés dans l'article, une vision dichotomique des échanges d'information entre membre du canal de distribution : soit lesdits membres optent pour un partage des informations, soit ils optent pour une rétention des informations. Les réflexions conduites abordent alors le plus souvent la question des informations à partager (de nature opérationnelle) ou ne pas partager (de nature stratégique), avec l'idée que la transparence informationnelle est logique pour le pilotage de certaines activités, et l'opacité informationnelle pour d'autres activités. La contribution, de nature programmatique, évoque la possibilité d'une autre perspective plus hétérodoxe. Elle consiste à envisager une succession de phases de transparence et d'opacité pour une même activité, et non une simultanéité de politiques de transparence et d'opacité pour différentes activités.

Pour cela, un modèle des « vagues » est proposé en suggérant des flux et reflux dans le partage des informations entre membres d'un canal de distribution en fonction de la survenue d'un « incident critique », par exemple un comportement jugé déloyal. Par exemple, un grand distributeur se lancera dans la commercialisation de produits de seconde main dans ses magasins, qui concurrencent la gamme de plusieurs industriels fournisseurs, sans même les avertir. En rétorsion, ces industriels prendront la décision de ne plus communiquer des informations au grand distributeur sur de nouveaux produits innovants qu'ils seront mis sur le marché sous peu. Les « incidents critiques » perturbent ainsi la relation d'affaires, sans toutefois la remettre en cause, en ouvrant la possibilité d'un apaisement ultérieur qui conduira à relancer une phase d'échange intensif des informations entre les partenaires. Voilà pourquoi est suggérée l'idée de « vagues », pouvant déboucher sur des avenues de recherche stimulantes pour l'analyse des canaux de distribution.

Introduction

Ces dix dernières années ont été marquées par la forte volatilité et le caractère imprévisible des environnements d'affaires, notamment en raison des changements rapides du comportement des consommateurs (Christopher et Holweg, 2017). Afin de faire face à l'incertitude accrue concernant la demande finale, industriels et distributeurs mettent en place des stratégies de coopération entendues comme une « action contributive à une œuvre collective » (Koenig, 1996, p. 529). Alors que dans une simple démarche de collaboration, les membres du canal de distribution poursuivent la préservation de leurs intérêts particuliers dans le cadre de la formalisation d'un projet collectif, dans une stratégie de coopération, l'intérêt collectif prime fondamentalement sur l'intérêt individuel. Pour cela, la coopération tire parti du partage d'informations et de la création de connaissances sur le marché pour permettre aux membres du canal de distribution, mais aussi d'une chaîne logistique, d'obtenir un avantage concurrentiel durable (Cao et Zhang, 2011).

Le partage d'informations peut se définir ici à travers l'intensité avec laquelle « une entreprise partage, en temps opportun, une variété d'idées, de plans et de procédures de gestion pertinents, exacts, complets et confidentiels avec différents partenaires de la chaîne logistique » (Cao *et al.*, 2010, p. 6617). Pour Wang et Disney (2016), un tel partage permet de réduire les coûts et d'accroître les bénéfices en cas de fluctuation de la demande, tout particulièrement en atténuant l'effet « coup de fouet ». Cependant, le partage des informations peut s'avérer coûteux à mettre en œuvre (Khurana *et al.*, 2011), et il peut être considéré par certains acteurs comme étant à l'origine d'une perte de pouvoir d'influence. Ainsi que le notent Bock *et al.* (2005), les organisations sont plus susceptibles de ne pas partager certaines informations si elles s'aperçoivent que cela les conduirait à une perte de pouvoir d'influence vis-à-vis de leurs partenaires. Elles se retrouvent donc confrontées à un défi majeur : trouver le bon équilibre entre le partage (transparence) et la rétention (opacité) des informations.

De nombreux travaux en sciences de gestion et du management ont mis en lumière la présence des deux visions distinctes en termes de partage ou de rétention des informations dans le cadre des relations inter-organisationnelles, par exemple au niveau du fonctionnement des entreprises en réseau. Pour notre part, nous souhaitons investiguer les travaux conduits sur les canaux de distribution pour discuter la pertinence d'une telle approche qui pose une question managériale de première importance : jusqu'à quel point les membres d'un canal acceptent-ils de partager des informations (de quelle nature ?) avec leurs partenaires pour œuvrer à la réussite d'un projet collectif, alors que la rétention des informations permettrait de préserver leurs intérêts individuels ? Afin de suggérer des avenues de recherche stimulantes, explorées de manière précoce par des Garets (1991), nous nous fixons pour objectif de conduire une revue de littérature extensive en distribution pour développer finalement une réflexion programmatique liminaire autour d'un modèle des « vagues ».

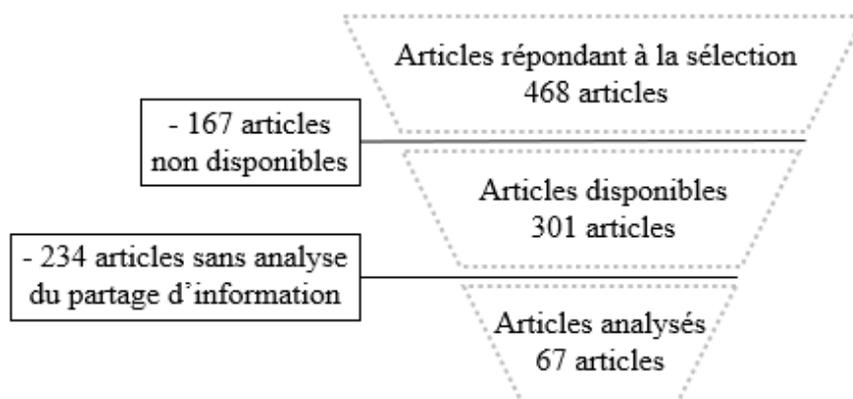
1. Démarche méthodologique retenue

L'article ayant pour objet d'étudier la littérature académique portant sur le partage et la rétention d'informations dans le contexte du canal de distribution, une démarche qualitative a été privilégiée en utilisant la technique de l'analyse bibliométrique. Celle-ci a été définie par Pritchard (1969, p. 348) comme permettant « d'appréhender les connaissances et leurs structures suivant les écoles de pensée et leurs évolutions ». La base de données est constituée d'articles focalisés sur la distribution et, plus spécifiquement, sur le management des canaux de distribution. Pour ce faire, deux revues du classement FNEGE de 2022 ont été sélectionnées : l'*International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, d'un côté ; l'*International Journal of Retail & Distribution Management*, de l'autre. Ce choix de revues est justifié par trois raisons : (1) il s'agit des deux seules revues entièrement

spécialisées en distribution classées par la FNEGE ; (2) elles font toutes les deux références dans le monde académique avec un *impact factor* respectivement de 6.309 et de 4.743 ; et (3) elles permettent d’englober les deux facettes de la distribution, la distribution physique (logistique) pour la première, le marketing pour la seconde, ce qui correspond à la fameuse distinction proposée par Bowersox et Morash (1989).

Au-delà de la sélection proprement dite des revues, il a été décidé de ne choisir que des articles dont le titre et/ou le résumé contient l’un des termes suivants : « information sharing », « information exchange » et « information & sharing ». En considérant que les deux revues sélectionnées publient des articles exclusivement en anglais, une traduction des termes ne s’est pas avérée nécessaire. Grâce à ces deux filtres (revues + mots-clés), une base de données de 468 articles en est ressortie avec 363 articles provenant de l’*International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* et 105 provenant de l’*International Journal of Retail & Distribution Management*, auxquels ont été retirés 167 articles non accessibles. Enfin, les articles n’abordant pas le thème du partage d’information sous l’angle analytique ont été supprimés, soit 234 articles. Finalement, un corpus de 67 articles scientifiques répondant à tous les critères énoncés ci-dessus a été analysé (voir la Figure 1)¹.

Figure 1. Processus de sélection des articles



2. Constats principaux issus de la littérature

Le thème du partage et de la rétention d’informations dans le canal de distribution semble diviser les chercheurs en deux « écoles » distinctes. La première « école » considère que le partage d’informations revêt de nombreux avantages : capacité d’innovation, augmentation de la performance, visibilité sur les opérations, adaptabilité des processus, etc. La seconde « école » semble moins enthousiaste à l’idée que les organisations puissent partager des informations en raison de la complexité, des coûts induits et des risques que la démarche engendre. L’analyse se fonde sur ces deux points de vue en identifiant une transparence informationnelle qui s’oppose à l’opacité informationnelle.

2.1. Transparence informationnelle

Selon Zhu *et al.* (2018), un canal de distribution dit « transparent » repose en grande partie sur le partage entre membres des informations commerciales et logistiques relatives aux produits tout au long de leur acheminement. Les auteurs notent que le manque de transparence au niveau des produits en circulation et des pratiques peut contribuer à une réduction de l’efficacité du canal dans son fonctionnement. À l’opposé, il ressort de notre analyse

¹ La liste des 67 articles est disponible sur simple demande auprès des auteurs.

bibliométrique que le partage d'informations dans le canal de distribution présente de nombreux avantages : augmentation de la performance (Kaipia *et al.*, 2013 ; Gandhi *et al.*, 2017), réduction des coûts commerciaux et logistiques (Moberg *et al.*, 2002 ; Naeem, 2020), amélioration de la visibilité sur les opérations (Doetzer et Pflaum, 2021 ; Kembro et Norrman, 2019), renforcement de la confiance entre partenaires (Hsu *et al.*, 2008 ; Sallnäs et Björklund, 2020), intensification de la flexibilité (Yigitbasioglu, 2010 ; d'Avolio *et al.*, 2015), atténuation des risques (Riley *et al.*, 2016 ; Ghadge *et al.*, 2020), et réduction de l'incertitude (Hamister, 2012 ; Lusiantoro *et al.*, 2018 ; Kim *et al.*, 2021).

Il apparaît toutefois important de souligner que les travaux mettant en avant la transparence informationnelle insistent sur le rôle de la confiance dans les relations entre membres du canal de distribution pour que ceux-ci manifestent une volonté de partager des informations, puis concrétisent une telle volonté par des pratiques. Pour Mayer *et al.* (1995), faire confiance implique une prise de risque (face à un potentiel opportunisme, au sens de Williamson [1993]) et génère de fait une certaine vulnérabilité, ce qui conduit les auteurs à élaborer un modèle structuré autour de trois axes : (1) l'*ability* (capacité), correspondant aux compétences et expertises que doit posséder le *trustee* (celui à qui on accorde sa confiance) aux yeux du *trustor* (celui qui fait confiance) ; (2) la *benevolence* (bienveillance), équivalant à la volonté du *trustee* d'afficher des dispositions positives vis-à-vis du *trustor* ; et (3) l'*integrity* (intégrité), faisant référence aux attributs éthiques liés à la confiance tels que l'honnêteté, la discrétion ou encore la fidélité.

Cependant, pour bénéficier de tels avantages, comme l'indiquent Lee et Whang (2000), les informations doivent être partagées à trois niveaux complémentaires de l'organisation : (1) un niveau opérationnel (niveaux de stocks et des conditions de livraison) ; (2) un niveau tactique (planification de la production et prévisions à court terme) ; et (3) un niveau stratégique (compréhension des besoins clients et capacité de croissance). On retrouve là une distinction largement connue dans le management des canaux de distribution, mais aussi dans le management des chaînes logistiques (Tixier *et al.*, 1983), depuis la fin des années 1970. Par-delà les bénéfices issus du partage d'informations, il ressort des travaux privilégiant la transparence informationnelle le caractère central des technologies qui permettent aux membres du canal de distribution de partager des informations, par exemple le VMI ou le CPFR, dont la vertu essentielle est de donner accès à des informations précises et en temps réel. Ce qui n'empêche toutefois pas Doetzer et Pflaum (2021, p. 182) de conclure leur article en soulignant que « le partage d'informations à lui seul pourrait être insuffisant pour améliorer les performances, et des facteurs supplémentaires doivent être pris en compte ».

2.2. Opacité informationnelle

La remarque de Doetzer et Pflaum (2021) instille implicitement l'idée que si le partage d'informations voit ses nombreux bénéfices concernant l'intégration du canal de distribution et l'amélioration des performances largement valorisés dans la littérature, une vision alternative y occupe une place non négligeable : une relative « opacité » informationnelle ne serait-elle pas souhaitable dans des situations et des configurations singulières, qui restent bien sûr à définir ? Pour Jonsson et Mattsson (2013), répondre à une telle question n'est pas simple. La complexité analytique réside prioritairement dans la détermination précise des informations qui doivent être partagées, avec qui et dans quel contexte d'affaires. En effet, il est impossible d'ignorer les nombreux risques liés au partage d'informations, au premier rang desquels la perte de pouvoir d'influence, l'utilisation des informations partagées dans un but opportuniste, et une vulnérabilité accrue face aux membres, par exemple dans la négociation des conditions de l'échange (Khurana *et al.*, 2011).

Au-delà de ces risques, largement renseignés dans la littérature, certains auteurs identifient la présence de barrières dans le déploiement des stratégies de partage d'informations entre membres du canal. La première d'entre elles, et sans doute l'une des plus sensibles dans un contexte de cyber-guerre, est la menace sur la sécurité des informations, que ce soient les attaques de serveurs, l'accès non autorisé (intrusion) ou la falsification des informations. Dès le début des années 2000, alors que le phénomène était loin d'avoir atteint les proportions actuelles, Warren et Hutchinson (2000) ont analysé les différentes formes de cyber-attaques et ils en ont conclu que la mise en œuvre d'un système d'information inter-organisationnel véritablement sécurisé est coûteuse, chronophage et risquée. Vingt ans plus tard, dans un environnement géopolitique de plus en plus tendu, force est de reconnaître la réalité de cette menace au vu du nombre grandissant de cyberattaques dans les organisations (Nguyen *et al.*, 2020), même si des solutions efficaces ont été développées depuis pour les contrer... avec plus ou moins de succès.

La seconde menace majeure identifiée, pouvant justifier une politique d'opacité informationnelle, est liée à l'aspect financier. Ivan Su *et al.* (2011) distinguent le coût de conception, l'achat de logiciels et de services de maintenance (avec une main-d'œuvre spécialisée) et le coût de la formation comme étant les principales barrières prises en considération par les entreprises. En effet, Vanpoucke *et al.* (2009) ont constaté que les entreprises sont souvent déçues par le faible rapport avantages / coûts des technologies permettant le partage d'informations alors que, selon Kembro et Näslund (2014, p. 184), « il n'existe pas de preuves sur les avantages du partage d'informations ». Boon-itt et Yew (2011) ajoutent que les problèmes ne proviennent pas des logiciels ou des coûts engendrés mais de la disparité dans les capacités technologiques entre membres du canal de distribution. Mello et Stank (2005), quant à eux, voient le refus de partager les risques et les récompenses comme une inappétence de la part des entreprises à partager des informations. Huo *et al.* (2017) reprennent et développent cette idée en y associant le manque de confiance entre partenaires. D'autres barrières sont également identifiées, telles que le manque d'engagement de la part du *top management* et le manque de connaissances et de sensibilisation aux systèmes d'information (Hsu *et al.*, 2008).

3. Réflexion programmatique

L'analyse bibliométrique conduite tend à indiquer que, dans les travaux spécifiquement axés sur la distribution, autant dans le versant marketing (canal de distribution) que dans le versant logistique (distribution physique), co-existent deux visions diamétralement opposées du partage d'informations. La première vision, qui vante (vend ?) les nombreux avantages du partage d'informations entre partenaires, considère que ce dernier est essentiel à implémenter dans une logique de transparence informationnelle essentielle à la réussite de partenariats verticaux. La seconde vision, plus interrogative sur les vertus du partage d'informations, met plutôt en avant les risques induits, notamment en matière de coûts et de perte de pouvoir, en justifiant l'existence d'un certain niveau d'opacité informationnelle. De ce constat liminaire, il est possible de proposer une réflexion programmatique sur de futures avenues de recherche qui pourront être développées dans les prochaines années.

Alors que notre revue de la littérature spécialisée en distribution indique la présence d'une relative binarité statique (transparence *vs* opacité informationnelle), il serait selon nous intéressant de discuter une proposition de recherche fondée sur une approche séquentielle dynamique. Tandis que Lee *et al.* (2021) développent l'idée selon laquelle le partage d'informations est un processus en sept étapes, de type mécaniste, nous souhaiterions ainsi mener une réflexion selon laquelle le partage d'informations s'appuie plutôt sur une succession de « vagues » à partir desquelles les membres d'un canal de distribution vont, à un

moment donné de la relation d'affaires, partager des informations puis, à un autre moment de la relation d'affaires, ne plus les partager. Autrement dit, le partage d'informations serait fluctuant en fonction d'événements intervenant au sein de la relation d'affaires, sans toutefois remettre en question sa poursuite dans le temps. Ces événements, de natures différentes, induiraient une alternance transparence / opacité en faisant passer les membres d'un canal de distribution d'une phase de partage d'informations à une phase de rétention d'informations. D'où une première question de recherche :

QR1. *Est-il possible d'identifier l'existence de phases de partage puis de rétention d'informations (et inversement) entre les membres du canal de distribution au fil de leur relation d'affaires ?*

Les chercheurs en GRH qualifient de tels événements « d'incidents critiques » en les définissant comme « un événement marquant qui s'inscrit dans une situation délicate, déstabilisante, transformée positivement ou non, propice à une pratique réflexive » (Durat, 2014, p. 49). Dans le contexte des canaux de distribution, on peut imaginer l'existence d'événements (incidents critiques) qui bouleversent la relation d'affaires et impactent la manière dont l'information est partagée ou non entre les membres. Le Roy *et al.* (2018) prennent ainsi l'exemple d'une entreprise A découvrant que l'entreprise B, avec laquelle elle avait l'habitude de collaborer sur des projets spécifiques et impliquants, devient un concurrent direct sur plusieurs marchés. Les auteurs indiquant qu'à partir du moment où l'entreprise A aura connaissance des agissements de l'entreprise B, elle réduira considérablement le nombre d'informations et/ou la récurrence avec laquelle elle les partage. L'incident critique s'apparente ici au changement de comportement de l'entreprise B qui plonge l'entreprise A dans une situation délicate et déstabilisante, la contraignant à remettre en question sa stratégie informationnelle (de la transparence à l'opacité). D'où une seconde question de recherche :

QR2. *Quels sont les incidents critiques qui pourraient déstabiliser les membres d'un canal de distribution au point de leur faire changer leur stratégie en termes de partage d'informations ?*

Conclusion

L'objectif de l'article était de réaliser une analyse bibliométrique dans le champ de la distribution, à la fois dans une perspective marketing (canal de distribution) et dans une perspective logistique (distribution physique), relative au partage d'informations entre acteurs et, sur cette base, construire une réflexion programmatique sur un éventuel modèle des « vagues » transparence / opacité. La revue de littérature fondée sur 67 articles publiés dans *l'International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* et *l'International Journal of Retail & Distribution Management* permet de mettre explicitement en évidence deux visions antithétiques : la première vision présente le partage d'informations comme essentiel à la performance des relations dans le canal de distribution, et la seconde vision, plus mesurée, qui souligne tous les risques auxquels une entreprise s'expose en décidant de partager massivement des informations. Le modèle des « vagues », dont l'existence est ici suggérée, tout en restant à discuter, met en lumière le caractère phasique du partage d'informations en s'interrogeant sur l'existence et le rôle d'incidents critiques dans le passage d'une phase de partage à une phase de rétention, quitte ensuite à voir se réinstaurer plus tard une phase de partage. Notre réflexion programmatique se conclut par deux questions de recherche dont des travaux ultérieurs pourront discuter le degré de pertinence.

Références

- Bock, G.-W., Zmud, R., Kim, Y.-G., & Lee, J.-N. (2005), Behavioral intention formation in knowledge sharing: examining the roles of extrinsic motivators, social-psychological forces, and organizational climate, *MIS Quarterly*, 29, 1, 87-111.
- Boon-itt, S., & Yew, W.-C. (2011), The moderating effects of technological and demand uncertainties on the relationship between supply chain integration and customer delivery performance, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41, 3, 253-276.
- Bowersox, D., & Morash, E. (1989), The integration of marketing flows in channels of distribution, *European Journal of Marketing*, 23, 2, 58-67.
- Cao, M., & Zhang, Q. (2011), Supply chain collaboration: impact on collaborative advantage and firm performance, *Journal of Operations Management*, 29, 3, 163-180.
- Cao, M., Vonderembse, M., Zhang, Q., & Ragu-Nathan, T.-S. (2010), Supply chain collaboration: conceptualisation and instrument development, *International Journal of Production Research*, 48, 22, 6613-6635.
- Christopher, M., & Holweg, M. (2017), Supply chain 2.0 revisited: a framework for managing volatility-induced risk in the supply chain, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47, 1, 2-17.
- d'Avolio, E., Bandinelli, R., Pero, M., & Rinaldi, R. (2015), Exploring replenishment in the luxury fashion Italian firms: evidence from case studies, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43, 10/11, 967-987.
- Doetzer, M., & Pflaum, A. (2021), The role of digitalized information sharing for flexibility capability utilization: lessons from Germany and Japan, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 51, 2, 181-203.
- Durat, L. (2014), Les expériences d'incidents critiques, des ressources pour le développement des compétences ?, *Activités*, 11, 2, 44-70.
- Gandhi, A.-V., Shaikh, A., & Sheorey, P.-A. (2017), Impact of supply chain management practices on firm performance: empirical evidence from a developing country, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 45, 4, 366-384.
- des Garets, V. (1991), *Implantation et impacts des nouvelles technologies dans l'entreprise de distribution : approche méthodologique et pratique*, Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Université des Sciences et Techniques du Languedoc-Montpellier II.
- Ghadge, A., Bag, S., Goswami, M., & Tiwari, M.-K. (2020), Mitigating demand risk of durable goods in online retailing, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49, 2, 165-186.
- Hamister, J. (2012), Supply chain management practices in small retailers, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 40, 6, 427-450.
- Hsu, C.-C., Kannan, V., Tan, K., & Keong, G. (2008), Information sharing, buyer-supplier relationships, and firm performance: a multi-region analysis, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 38, 4, 296-310.
- Huo, B., Liu, C., Chen, H., & Zhao, X. (2017), Dependence, trust, and 3PL integration: an empirical study in China, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 47, 9, 927-948.
- Ivan Su, S., Gammelgaard, B., & Yang, S. (2011), Logistics innovation process revisited: insights from a hospital case study, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 41, 6, 577-600.

- Jonsson, P., & Mattsson, S.-A. (2013), The value of sharing planning information in supply chains, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 43, 4, 282-299.
- Kaipia, R., Dukovska-Popovska, I., & Loikkanen, L. (2013), Creating sustainable fresh food supply chains through waste reduction, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 43, 3, 262-276.
- Kembro, J., & Näslund, D. (2014), Information sharing in supply chains, myth or reality? A critical analysis of empirical literature, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 44, 3, 179-200.
- Kembro, J., & Norrman, A. (2019), Exploring trends, implications and challenges for logistics information systems in omni-channels: Swedish retailers' perception, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 47, 4, 384-411.
- Khurana, M., Mishra, P., & Singh, A. (2011), Barriers to information sharing in supply chain of manufacturing industries, *International Journal of Manufacturing Systems*, 1, 1, 9-29.
- Kim, C., Miao, M., & Hu, B. (2021), Relations between merchandising information orientation, strategic integration and retail performance, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 50, 1, 18-35.
- Koenig, G. (1996), *Management stratégique : paradoxes, interactions et apprentissages*. Nathan, Paris.
- Le Roy, F., Fernandez, A.-S., & Chiambaretto, P. (2018), From strategizing coopetition to managing coopetition, in Fernandez, A.-S., Chiambaretto, P., Le Roy, F., & Czakon, W. (Eds.), *Routledge companion to coopetition strategies*, Routledge, Londres, 36-46.
- Lee, H., & Whang, S. (2000), Information sharing in a supply chain, *International Journal of Manufacturing Technology & Management*, 1, 1, 79-93.
- Lee, J., Saunders, C., Panteli, N., & Wang, T. (2021), Managing information sharing: interorganizational communication in collaborations with competitors, *Information & Organization*, 31, 2, 1-25.
- Lusiantoro, L., Yates, N., Mena, C., & Varga, L. (2018), A refined framework of information sharing in perishable product supply chains, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48, 3, 254-283.
- Mayer, R., Davis, J., & Schoorman, F. (1995), An integrative model of organizational trust, *Academy of Management Review*, 20, 3, 709-734.
- Mello, J., & Stank, T. (2005), Linking firm culture and orientation to supply chain success, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 35, 8, 542-554.
- Moberg, C., Cutler, B., Gross, A., & Speh, T. (2002), Identifying antecedents of information exchange within supply chains, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 32, 9, 755-770.
- Naeem, M. (2020), Understanding the customer psychology of impulse buying during COVID-19 pandemic: implications for retailers, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49, 3, 377-393.
- Nguyen, S., Chen, P., & Du, Y. (2020), Risk identification and modeling for blockchain-enabled container shipping, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 51, 2, 126-148.
- Pritchard, A. (1969), Statistical bibliography or bibliometrics?, *Journal of Documentation*, 25, 4, 348-349.

- Riley, J., Klein, R., Miller, J., & Sridharan, V. (2016), How internal integration, information sharing, and training affect supply chain risk management capabilities, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 46, 10, 953-980.
- Sallnäs, U., & Björklund, M. (2020), Consumers' influence on the greening of distribution—Exploring the communication between logistics service providers, e-tailers and consumers, *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48, 11, 1177-1193.
- Tixier, D., Mathe, H., & Colin, J. (1983), *La logistique au service de l'entreprise : moyens, mécanismes et enjeux*, Dunod, Paris.
- Vanpoucke, E., Boyer, K., & Vereecke, A. (2009), Supply chain information flow strategies: an empirical taxonomy, *International Journal of Operations & Production Management*, 29, 12, 1213-1241.
- Wang, X., & Disney, S. (2016), The bullwhip effect: progress, trends and directions, *European Journal of Operational Research*, 250, 3, 691-701.
- Warren, M., & Hutchinson, W. (2000), Cyber-attacks against supply chain management systems: a short note, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 30, 7-8, 710-716.
- Williamson, O. (1993), Opportunism and its critics, *Managerial & Decision Economics*, 14, 2, 97-107.
- Yigitbasioglu, O. (2010), Information sharing with key suppliers: a transaction cost theory perspective, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 40, 7, 550-578.
- Zhu, S., Song, J., Hazen, B., Lee, K., & Cegielski, C. (2018), How supply chain analytics enables operational supply chain transparency: an organizational information processing theory perspective, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 48, 1, 47-68.