

## ÉVÉNEMENT

# « VOUS N'ÊTES PAS SUR LES PLATEFORMES ÉLECTRONIQUES? ALORS VOUS NE SEREZ PLUS SUR LE RADAR DES CONSOMMATEURS »

Voilà l'avis d'Alexandre Tellier, associé chez la firme de consultation imarklab. Le monde des affaires subit de profonds changements en raison de la place grandissante occupée par les plateformes électroniques, tant sur le plan des modes de communication auprès des consommateurs qu'à l'égard des réseaux de distribution. Pour lui, le secteur agroalimentaire des produits frais ne doit pas sous-estimer cette tendance qui a des impacts dans tous les secteurs du commerce au détail. À titre d'exemple, il relève qu'au Canada les dépenses globales en publicité sont stables ou en décroissance pour tous les types de médias à l'exception d'Inter-

net, dont les dépenses en publicité dépassent, depuis 2014, tous les médias.

Pour ce qui est de l'impact sur les réseaux de distribution, il note que, dans le commerce de détail au Canada, les ventes ont augmenté de 7 %, entre 2008 et 2013, mais le nombre total de pieds carrés par consommateur a subi un recul de 8 %. À titre d'exemple, et toujours entre 2008 et 2013, les ventes du magasin Bureau en gros provenant du commerce électronique sont passées de 13,8 % à 20,1 %. Les prévisions laissent entrevoir que l'impact du commerce électronique sur les ventes au détail continuera de croître de 12 % à 18 % par année jusqu'en 2019. Les pro-

duits alimentaires représentent, pour le moment, la catégorie de produit où le commerce électronique est le moins implanté, mais des signes nous démontrent que les choses sont sur le point de changer. Par exemple, alors que les ventes mondiales de Walmart ne croissent que de 1,9 % annuellement, les ventes de walmart.com connaissent une croissance de 30 % par année, et le secteur de l'alimentation est l'une des plus importantes sources de croissance. Les nouvelles technologies amènent des défis, si bien que le rôle du producteur et de l'intermédiaire doit être redéfini, car tous les maillons peuvent avoir un lien avec le consommateur. ■

