

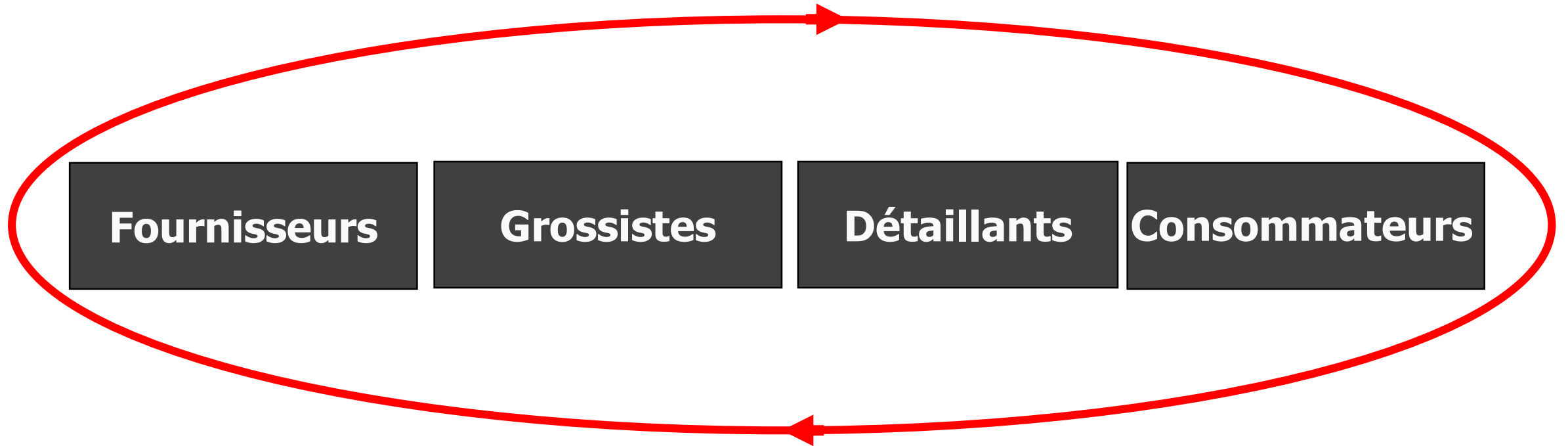
Commerce électronique, grande distribution, pouvoir de négociation et autonomie alimentaire

JoAnne Labrecque, HEC Montréal

Élizabeth Brisebois-Lacoste, HEC Montréal

Positionnement et efficacité

Créer de la valeur en réduisant les coûts



Impact du numérique

Pouvoir accru des consommateurs

- Accès à l'information en temps réel
- Bases de comparaison des alternatives d'achat :
temps et \$

Impact du numérique

Sur le choix des produits

- Objets connectés
- Frigo intelligent
- Applications
- Ecommerce
- Reconnaissance vocale
- Médias sociaux



Impact du numérique

Sur le choix du lieu d'achat

- Paiement mobile
- Tablette intelligente
- Applications
- Ecommerce





Dynamisme de la production et de la transformation alimentaire

Influencé par :

- Structure concurrentielle de la distribution alimentaire
- Pouvoir de négociation de la des acteurs de la chaîne d'approvisionnement



Positionnement et
efficience

Le *challenger* de la
distribution
alimentaire



Le rattrapage de Walmart

- Automatisation de sa chaîne d'approvisionnement
- Ventes alimentaires en ligne

Riposte des grands distributeurs

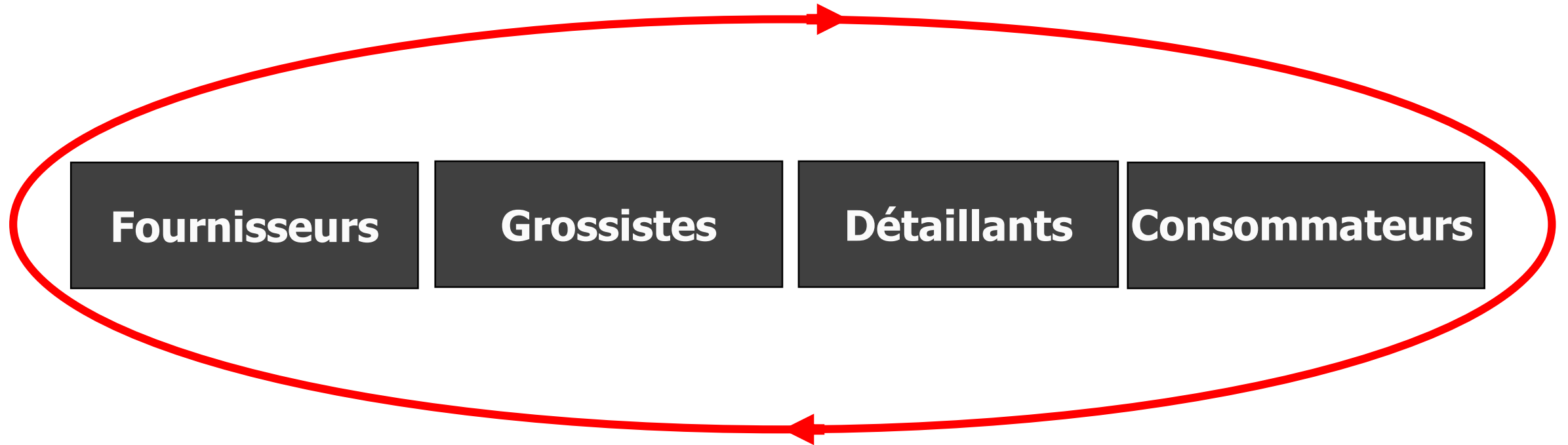
- Automatisation
- Gestion de la donnée clients

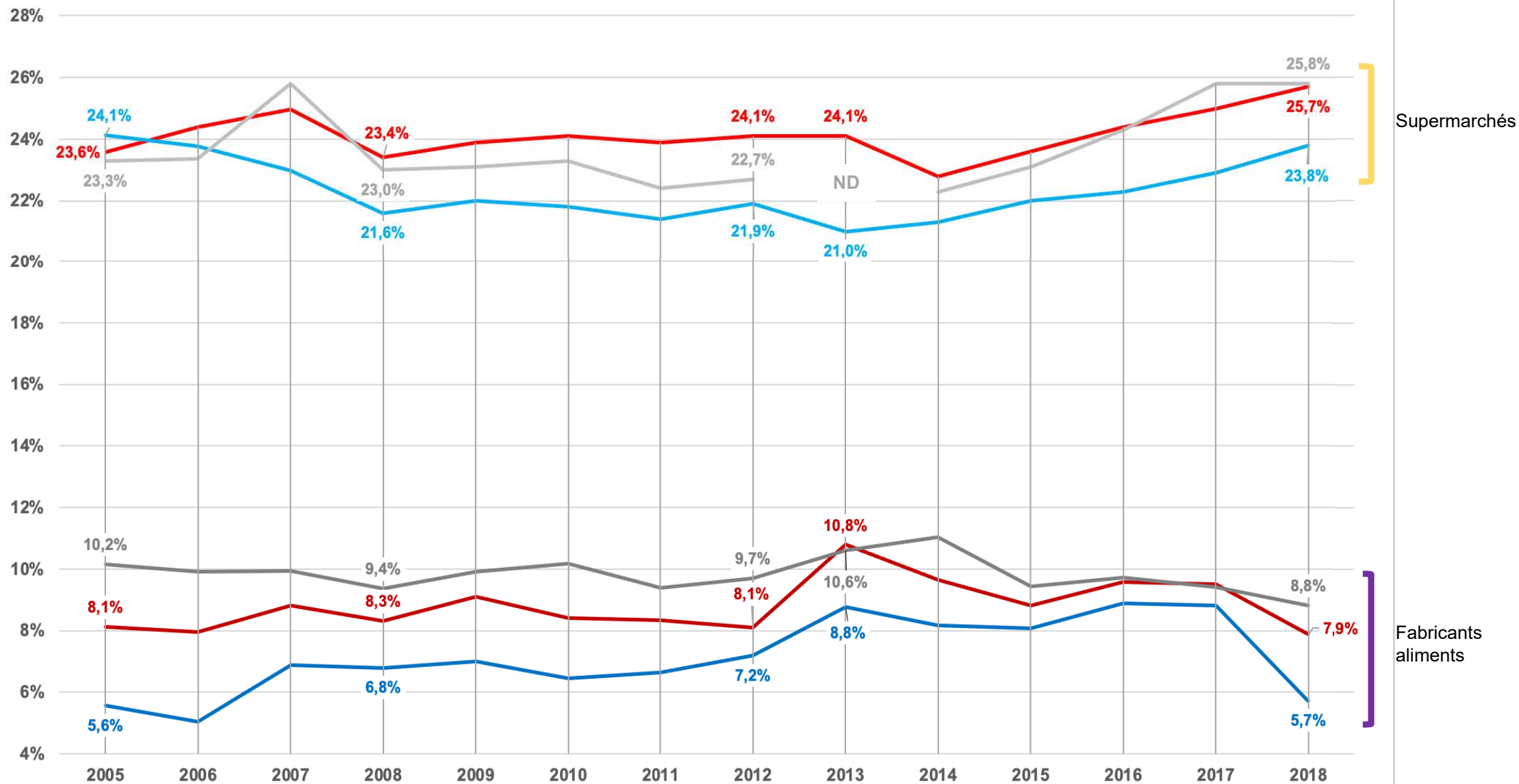
metro

sobeys



Asymétrie de pouvoir et pression sur les marges





— Canada — Québec — Ontario — Canada — Québec — Ontario

Réduire les asymétries

- Code de bonne pratique
- Expertise – métadonnées, technologie, marketing

