

ACCENTURE + MICROSOFT – RETAIL INDUSTRY

VIDEO TRANSCRIPT

00:00:16:20 - 00:00:26:01

Intervenant 1

Bonjour à tous et merci Laurent d'être avec nous aujourd'hui. Tu es directeur exécutif chez Accenture pour l'Europe et tu vas partager avec nous des grandes tendances de marché de ce secteur.

00:00:26:10 - 00:00:42:01

Intervenant 2

Oui, on va parler de rituels. Merci Thomas encore pour cette invitation. On va parler de rituel, c'est à dire de grande distribution, de commerce Aujourd'hui, les rites à l'heure, mais depuis quelques années, ça s'est amplifié avec le Quid font face à une polarisation de la conso, de la consommation. Et les rites, alors ? Ils sont là pour répondre à la demande des consommateurs.

00:00:42:24 - 00:00:50:07

Intervenant 1

D'accord donc. On parle bien d'une polarisation de la société et qui se traduit par une polarisation des distributeurs et peut être des consommateurs.

00:00:50:09 - 00:01:14:21

Intervenant 2

Oui, parce que la distribution en fait elle est là pour servir une population, servir en alimentation, en produits de bricolage, que sais je encore. Et en fait, ce qu'on constate, c'est que cet accroissement des inégalités, donc avec un pôle de plus en plus important qui est très

conscient de la réalité économique de son portefeuille. Donc il y a une dimension prix dans ces décisions économiques qui est très importante et un autre pôle qui cherche du service.

00:01:14:21 - 00:01:31:15

Intervenant 2

Cette polarisation, elle fait disparaître la classe moyenne et les riches télé, les distributeurs essaient et on verra si ils arrivent tous à essayer de répondre à cette polarisation par de nouveaux formats de points de vente, de nouveaux services également D'accord donc.

00:01:31:16 - 00:01:47:15

Intervenant 1

D'un côté, des acteurs qui vont mener une guerre des prix. De l'autre côté, des acteurs qui vont jouer plutôt sur le service réel, le développement de nouveaux modes de consommation. La seconde main le reconditionné et peut être la livraison en quinze minutes, la livraison de repas, la livraison de vêtements. Finalement tous ces nouveaux modes de consommation.

00:01:48:00 - 00:02:13:20

Intervenant 2

Mais tu décris parfaitement bien les deux pôles. C'est à dire le prix, le service. Donc d'un côté l'hyper efficacité et on pense évidemment aux grandes discounters d'origine allemande qui ont construit un modèle extrêmement industrialisé, extrêmement efficace historiquement. Et puis de l'autre côté, de nouveaux acteurs, des néo

entreprises qui à l'origine, sont des boîtes de tech principalement fondées par des, par des gens qui font de la tech et qui développent un tas de services.

00:02:14:10 - 00:02:20:01

Intervenant 2

Tu parlais de la seconde main, mais c'est vrai aussi pour la livraison en quinze minutes d'un pot de confiture ou de crème fraîche.

00:02:20:24 - 00:02:45:13

Intervenant 1

OK, c'est très clair et on s'aperçoit finalement que la donnée et le traitement de la donnée, son interprétation actionnariale est au cœur et vitale pour ces différents acteurs. Peu importe l'orientation qu'ils ont choisi, il va falloir qu'ils créent des plateformes à la fois capables de traiter ces gros volumes de données pour les aider dans leur quotidien, mais également qu'ils soient capables d'évoluer au rythme des tendances du marché qui sont de plus en plus rapides.

00:02:46:10 - 00:02:57:16

Intervenant 1

Et ces nouveaux acteurs se basent sur ces modèles économiques de plateforme, tandis que les acteurs historiques, eux, ont plutôt tendance à se transformer pour devenir plus agiles, notamment grâce à la technologie.

00:02:58:08 - 00:03:18:04

Intervenant 2

Oui, alors ces deux pôles que je décrivais, ils sont éminemment technologiques. D'un côté, on a la nécessité d'avoir des plateformes basées sur des données ou en tout cas qui exploitent une grande quantité de données, parce qu'il y a des réseaux qui sont extrêmement importants dans le monde entier. Je parlais des distributeurs allemands, hard discounter allemand. Ils sont présents dans le monde entier, donc ils ont besoin d'une capacité de calcul, notamment quand ils placent des outils dans les magasins.

00:03:18:20 - 00:03:40:04

Intervenant 2

Par exemple, les portes des frigos qui doivent alerter un employé en disant il faut aller fermer la porte du frigo, sinon on consomme trop d'énergie. Eh bien, ils ont une capacité de calcul hors du commun. Ça, c'est le edge computing, c'est le domaine du Edge. Et puis, de l'autre côté, on a la nécessité de mobiliser. L'intelligence artificielle du machine learning utilise les besoins en temps que tu souhaites pour pouvoir optimiser les tournées de livraison.

00:03:40:10 - 00:03:51:14

Intervenant 2

Lorsque je fais de la livraison en quinze minutes, des pots de crème fraîche que j'évoquais tout à l'heure, j'ai besoin aussi de mobiliser la robotisation. Quand un autre phénomène très très important du secteur de la distribution actuellement.

00:03:52:10 - 00:04:16:06

Intervenant 1

Tout est fait. Donc l'automatisation des processus et des opérations est essentielle pour aller chercher notamment de la marge. On s'aperçoit que la technologie est au cœur de cette transformation, notamment avec Made in putting qui va permettre de venir transformer l'expérience client en point de vente, d'optimiser le plano grammes, de diminuer les taux de rupture en points de vente et de l'autre côté, les capacités amenées par le cloud computing.

00:04:16:10 - 00:04:29:23

Intervenant 1

Ces capacités énormes qu'on n'avait pas forcément auparavant ou qui étaient très compliqués à mettre en place, qui vont permettre d'optimiser les flux logistiques, d'améliorer l'assortiment en points de vente ou encore de diminuer les stocks et de diminuer la perte de denrées périssables.

00:04:30:06 - 00:04:45:00

Intervenant 2



Oui, et c'est un phénomène mondial qui s'est accéléré avec le Queen. La part du commerce a crû de manière très significative, donc les flux sont devenus de plus en plus importants. Je parle de fructueux flux de marchandises et pour bien piloter les flux de marchandises, il faut des flux de données et consolider des flux de données pour pouvoir prendre un certain nombre de décisions.

00:04:45:08 - 00:05:08:14

Intervenant 2

Donc effectivement, il y a une vraie course technologique qui est en cours, qui est en vigueur et ça nécessite probablement des regroupements. Je ne commenterai pas l'actualité récente mais ça nécessite que les distributeurs collaborent entre eux, collaborent entre eux et apprennent les uns des autres des nouvelles technologies qu'ils sont en train de développer ou de mobiliser. Pour pouvoir optimiser leur compte de résultat ou leur bilan d'ailleurs.

00:05:09:24 - 00:05:37:11

Intervenant 1

Merci beaucoup Laurent. Merci de nous avoir donné ta perspective de ce secteur d'activité. Nous retenons donc une polarisation de la société qui induit une polarisation des acteurs. D'un côté, la guerre des prix. De l'autre côté, le service, le gain de temps et la qualité de service. De prime abord, ce sont deux stratégies qui s'opposent ou ne s'opposent pas en fonction finalement de ces entreprises et surtout de la technologie leur permet de répondre à ces différents enjeux, quel qu'il soit, quel que soit ses acteurs.

00:05:37:23 - 00:05:46:06

Intervenant 1

Nous attendons avec impatience au centre des innovations de Microsoft avec vous autour des solutions que nous vous proposons. Vous pouvez également nous contacter directement.

Copyright © 2021 Accenture
All rights reserved.

Accenture and its logo
are registered trademarks
of Accenture.