

## L'avenir du commerce de détail au Canada selon PwC



Forte de ses 110 ans d'existence, la firme PricewaterhouseCoopers aide les entreprises d'un océan à l'autre en leur offrant le meilleur de leurs réflexions, de leurs expériences et de leurs solutions collectives. Chaque année, la firme sonde les consommateurs à travers le monde. À la fin de 2022, ils ont sondé plus de 500 consommateurs canadiens dans tout le pays, ainsi que des milliers dans le monde entier.

Voici les grandes lignes de leur rapport canadien du sondage «Consumer Insights» de mars 2023, que vous pouvez consulter en ligne à l'adresse suivante :

<https://www.pwc.com/ca/fr/industries/consumer-markets/consumer-insights-2023-march.html#inperson>

### Créer l'expérience que les clients attendent dans les magasins

La pandémie et le confinement ont bouleversé les habitudes de consommation. Mais après quelques années incertaines, les préférences des consommateurs se confirment. Les consommateurs canadiens continuent d'effectuer des achats en personne; **73% fréquentent un magasin au moins une fois par mois.**

Les consommateurs nous ont aussi parlé de leurs expériences dans les magasins, et notamment de ce qui les a mécontentés. Sans surprise, la hausse des prix fut citée par 67% des répondants. Une autre réponse est ressortie du lot : près d'un quart (23%) des consommateurs canadiens disent devoir très souvent faire de longues queues dans des magasins qui semblent très achalandés. Pour de nombreux détaillants, cela est dû à la pénurie de main-d'œuvre généralisée dans l'économie.

**L'automatisation et une plus grande utilisation des technologies** pourraient apporter des réponses efficaces à ce problème et aussi donner aux détaillants l'occasion de se distinguer.

### Améliorer le potentiel du personnel pour créer une expérience client distinctive

S'il est vrai que les technologies de libre-service apportent une solution aux pénuries de personnel et à la hausse des coûts de main-d'œuvre, elles ne sont pas là pour remplacer les employés. Au contraire, elles doivent les libérer de certaines tâches et leur permettre de se concentrer sur des activités à valeur ajoutée qui améliorent l'expérience du client. Cela est important pour les consommateurs canadiens qui sont 52% à déclarer que des vendeurs compétents et serviables sont l'un des attraits de l'achat en magasin. Ce critère est celui qui a obtenu le pourcentage le plus élevé.

Les ruptures de stock et les retards de livraison sont moins fréquents qu'il y a un an, mais ils sont encore trop nombreux selon les consommateurs.

Plus les consommateurs ont du mal à obtenir les produits qu'ils désirent, plus ils ont tendance à chercher d'autres solutions. Plus d'un tiers (34%) des consommateurs canadiens disent résoudre le problème en s'adressant à plusieurs détaillants.

### Gagner la confiance des consommateurs omnicanaux

Les consommateurs ont dit aimer faire leurs achats dans les magasins, mais ils ont aussi dit qu'ils utilisent d'autres moyens. Par exemple, 42% des consommateurs canadiens font des achats sur leur téléphone au moins une fois par mois, ce qui nous paraît faible pour le moment. Dans le monde, ils sont 62% à acheter des produits sur un appareil mobile au moins une fois par mois. Les Canadiens vont y venir, ce n'est qu'une question de temps.

### Obtenir des données en toute confiance

Un quart (25%) des consommateurs canadiens affirment être très préoccupés par la protection de leurs renseignements personnels lorsqu'ils interagissent avec des détaillants et des entreprises de biens de consommation. Le secteur du détail est donc dans une position enviable par rapport aux médias sociaux, qui suscitent la méfiance chez 43% des répondants. Le fait que les consommateurs voient souvent un avantage à fournir des données aux détaillants en échange de bons d'achats, d'escomptes ou d'offres spéciales est une des raisons possibles à cet écart.

### Une approche pensée par l'humain et propulsée par la technologie pour répondre aux besoins des consommateurs

Les détaillants et les entreprises de produits de consommation peuvent réduire leurs coûts et réagir à l'évolution des habitudes de consommation en investissant dans des technologies bien ciblées. Mais il faut aller plus loin qu'une simple amélioration des processus ou l'ajout d'offres numériques isolées.

Il faut commencer par une vision claire de l'expérience souhaitée pour les clients et les employés et bien comprendre ensuite quelles sont les bonnes solutions technologiques et comment les implanter. Cela vous aidera à faire de cette vision une réalité. Cette approche pensée par l'humain et propulsée par la technologie permet de répondre aux besoins des consommateurs et de gagner leur confiance et leur loyauté.

Source : Rapport canadien du sondage «Consumer Insights» – mars 2023 - pwc

## Relocalisation de la PJC 300 du centre commercial Le Boulevard



Les pharmaciens propriétaires **Hassan Jawad** et **Dalida Khanafer** inauguraient le 13 avril dernier, les nouvelles installations de leur succursale Jean Coutu dorénavant située au 4254, rue Jean-Talon Est à Montréal. Relocalisée en raison des travaux effectués pour le prolongement de la ligne bleue du métro, la pharmacie occupe maintenant un nouveau local, toujours au sein du centre commercial Le Boulevard.

«*Nous sommes tous les deux très heureux de ces nouvelles installations qui nous permettent de continuer à bien servir nos clients et clientes malgré les travaux en cours sur la ligne bleue*», mentionnent monsieur Hassan Jawad et madame Dalida Khanafer.

**Félicitations Hassan et Dalida!**

## Métamorphose pour la PJC 100 de la montée du Moulin

Les pharmaciens propriétaires **Benoit et Alicia Desmarais** inauguraient le 13 avril dernier, après quatre mois de travaux, les installations fraîchement rénovées de leur succursale Jean Coutu située au 600, montée du Moulin à Laval. L'investissement de quelque 1,2 M \$ aura permis de procéder à un réaménagement des locaux afin de mieux desservir la clientèle du secteur Saint-François.

Du côté de la pharmacie, les patient(e)s trouveront désormais un nouvel aménagement avec des aires de services fermées et confidentielles ainsi qu'une aire d'accueil. Ce réaménagement offrira un espace de travail amélioré à l'équipe de pharmacie, qui dispose maintenant d'un espace plus fonctionnel et adapté leur permettant d'offrir une variété de services professionnels.

Du côté commercial, une nouvelle configuration attend la clientèle, facilitant ainsi le paiement des achats et réduisant du même coup le temps d'attente aux caisses.



«*Nous sommes tous les deux très heureux des résultats des rénovations qui nous permettent d'accueillir la clientèle du quartier dans un environnement plus moderne et adapté*», mentionnent monsieur et madame Desmarais.

La famille Desmarais est présente dans le secteur depuis plusieurs générations. En effet, les propriétaires actuels, père et fille, succèdent à monsieur Armand Desmarais, anciennement pharmacien propriétaire de cette même succursale.

Très proches des résidents et résidentes de Laval, Benoit et Alicia Desmarais ont à cœur le bien-être de la population qu'ils desservent. Afin de faire une différence dans leur communauté, ils sont engagés auprès de plusieurs organismes locaux, notamment la Maison de la Famille, le Centre Communautaire Petit Espoir et le Centre Défi-Jeunesse.

**Félicitations Benoit et Alicia!**

## La PJC 268 de Roberval célèbre ses 25 ans!

C'est en mars 1998 que la pharmacie Jean Coutu de Roberval ouvrait ses portes. Cette année, à l'occasion de ce grand anniversaire, un événement sans pareil a été présenté à la clientèle. Promotions, cadeaux, dégustations de chocolats et de fromages... Il y en avait pour tous les goûts!

**Toutes nos félicitations Caroline!**



**Caroline Lamontagne**, pharmacienne propriétaire, entourée de Martine Laroche, gérante et Claudia Dufour, cosméticienne en chef, qui sont toutes trois présentes depuis le premier jour.

**DÉFI VÉLO**  
26 AOÛT 13<sup>e</sup> ÉDITION

*La passion de se rallier à une cause*

Jean Coutu  
Brunet  
Pro Doc



## 13<sup>e</sup> édition du Défi Vélo Parkinson

Amateurs de vélo, cyclistes du dimanche ou cyclo-sportifs aguerris? Peu importe votre profil de cycliste, vous pouvez tous contribuer à la collecte de dons pour aider Parkinson Québec à poursuivre sa mission.

Le Défi Vélo Parkinson poursuit sa formule hybride, c'est-à-dire en présentiel ou en virtuel.

Nous serons heureux de vous accueillir, le 26 août prochain, au Parc national d'Oka pour le départ en formule régulière!

Ne tardez pas à vous inscrire <https://bit.ly/3IWU4LL>

Nouveauté : pour ne rien manquer sur l'organisation de l'événement, rejoignez le groupe Facebook <https://bit.ly/3IOhY5g>