

En ligne ou en personne : La montée de la numérisation

Frances Donald, Économiste en chef, Monde et chef, Stratégie macroéconomique, Gestion de placements Manuvie

...de ce que nous achetons en ligne, sur la ligne verte et ce que nous achetons dans les magasins traditionnels.

C'est ce que j'aime appeler clics ou boutiques. Parce que c'est amusant et poétique, si? Ce tableau est digne d'intérêt parce qu'il fait état d'un changement spectaculaire dans notre économie. Dans les années 1990, il s'agit de données américaines, près de 4 % de nos achats se faisaient en ligne. Aujourd'hui, nous mesurons ce pourcentage, et nous faisons environ 12 % de nos achats en ligne. Chez moi, c'est beaucoup plus que cela.

Vous remarquerez que j'utilise des données américaines parce que le Canada a vraiment de la difficulté à mesurer ce qu'on achète en ligne. Au pays, Statistique Canada ne peut enregistrer que ce qu'un Canadien achète chez un marchand canadien. Si vous achetez chez un marchand canadien, la transaction est comptabilisée à nos statistiques; si vous achetez d'un magasin américain, elle ne l'est pas. Le gouverneur Poloz a dit récemment qu'il croyait... C'est peut-être une excuse trop facile... Il croyait que l'une des raisons pour lesquelles les ventes au détail ont été très faibles au Canada au cours des quatre dernières années tient à ce que la part de nos achats en ligne augmente à grande vitesse. Mais nous ne les calculons pas dans l'économie.

Chez moi, ce pourcentage est beaucoup plus près de 30, 40 ou 50 %, selon que j'aie acheté ou pas des couches au cours du mois. Pourquoi est-ce si important? C'est important en raison du changement de rythme. Au cours des trois dernières années, les deux tiers de la croissance des ventes au détail aux États-Unis ont été attribuables aux ventes en ligne, et le tiers est l'affaire d'une seule entreprise. C'est le moment où la classe peut participer. Amazon, c'est exact! Amazon.

Le rythme du changement a été tellement soutenu que, si nous regardons l'économie moyenne, n'oubliez pas que je vous ai dit que notre croissance serait de 2 % pendant une longue période. Le PIB de l'économie moyenne aux États-Unis, ou la croissance moyenne aux États-Unis, est d'environ 2 %. Celui de l'économie numérique est de 7 à 8 %. Le rythme de l'économie numérique est quatre fois plus rapide que celui de l'économie ordinaire. Il est si rapide que, si on regarde le tableau de gauche et qu'on décompose la croissance entre 2013 et 2017 – ce sont les données les plus récentes que je peux tirer de cette décomposition, on voit que l'économie numérique compte pour environ un tiers de la croissance. C'est énorme!

On fait de nombreuses recherches en ce moment sur les retombées d'une telle chose. Vous pouvez faire une

recherche en ligne et vous trouverez plein de travaux universitaires évalués par des pairs qui vous diront que, si vous achetez quelque chose sur Amazon, en moyenne, c'est environ 5 % moins cher que ce que vous pouvez payer ailleurs. C'est le rabais moyen dont vous bénéficiez en commandant sur Amazon. Combien d'entre vous, cependant, vont dans un magasin et, au moment de choisir un article sur une tablette se disent : « Je ferais peut-être mieux d'attendre et de vérifier si je peux l'avoir à moins cher en ligne »? Faites-vous cela? Moi, je fais cela tout le temps. Vous arrive-t-il de remettre l'article en place parce que vous pouvez l'acheter moins cher? Moi, si.

Pensez-vous au fait... Cela s'est produit l'autre jour. Je devais acheter une nouvelle pelle à neige parce qu'il avait neigé et je pouvais payer – j'ai oublié combien au juste – 86 \$, je crois, sur Amazon ou 75 \$ à Home Depot, mais je devais me rendre à Home Depot. Je l'ai quand même achetée sur Amazon, à cause du facteur de commodité que représente la livraison.

Et pourtant, j'ai connu une expérience qui a radicalement changé ma façon de voir le monde. Cela s'est produit il y a quelques années, mais cela a vraiment changé la façon dont je conçois le cadre de l'économie de base auquel on nous a enseigné à réfléchir.

J'étais alors enceinte d'environ neuf mois et je suis allée acheter un siège d'auto pour mon enfant. Si vous avez déjà acheté un siège d'auto, vous savez que, à la première tentative, on essaie de vous vendre le plus cher. On vous dit : « Il y va de la vie de votre enfant. Vous devez acheter le plus cher, sinon vous êtes un parent indigne! » Et il s'agit d'une vente ferme. Alors, bien entendu, j'achète le plus cher, je rentre à la maison, j'essaie de l'installer dans ma voiture, et ça ne va pas dans ma voiture. Alors, mon mari m'a convaincue que nous devons acheter une autre auto.

Nous nous rendons chez un concessionnaire et, avant de descendre, je lui dis : « Laisse-moi parler! » Il sait qu'il doit me laisser l'initiative, mais je le lui rappelle quand même. En marchant, je lui dis : « Laisse-moi mener les négociations. À un moment donné, le vendeur ira voir son supérieur.» J'ai expliqué à mon mari qu'il n'y avait pas de supérieur, que c'est une stratégie de négociation des vendeurs. Nous le savons tous, non? Donc, nous négocions, le véhicule me plaît, et ensuite j'attends que le vendeur aille s'entretenir avec son supérieur pour dire à mon mari que nous faisons une bonne affaire. Mais le vendeur reste avec nous. Je commence donc à inventer toutes sortes de raisons pour l'éloigner, je réclame de l'eau, je demande où sont les toilettes, je parle de ma grossesse avancée et il me dit : « Signons les documents, je vous indiquerai où c'est après. » Bien.

Je suis rentrée chez moi et j'ai appelé mon frère, qui est vendeur d'autos à Montréal. Je suppose que ma mère avait raison au sujet de notre potentiel. Je plaisante. Il excelle à son travail et il réussit mieux que moi. Si vous

avez besoin d'une auto à Montréal... Quoi qu'il en soit, j'ai téléphoné à mon frère et je lui ai raconté toute l'histoire. Il a dit : « Oh, Frances, tu ne comprends pas les rouages de l'économie. »

Il m'a confié : « Je ne laisse jamais un client seul, pas même une seconde. » Parce que s'il le fait, que se passe-t-il? Il va faire ce que j'ai voulu faire, et le vendeur le sait. A-t-il eu le prix le plus avantageux? Qui peut lui offrir un meilleur prix? Mon frère m'a même dit qu'un client a acheté une voiture d'un autre concessionnaire pendant qu'il était dans son bureau. Je sais! J'ai trouvé cela très drôle.

Quoi qu'il en soit, à ce moment-là, et je raconte cette anecdote parce qu'elle a vraiment transformé la façon dont je vois le monde. Je me suis rendu compte que cela n'avait rien à voir vraiment avec Amazon. Cela a à voir avec l'accès aux renseignements sur les prix que tous les consommateurs véhiculent avec eux où qu'ils aillent. Peu importe ce que nous achetons, nous le savons. Profitons-nous du prix le plus avantageux? Et où trouverons-nous un prix plus avantageux? Cela signifie que nous, les consommateurs, devenons les meilleurs négociateurs. Nous avons tous le pouvoir de fixer les prix.

Pourquoi est-ce que cela est transformateur? Parce que par le passé, les hausses de tarifs, du salaire minimum, du prix du pétrole, tous les coûts de production plus élevés pouvaient facilement être refilés aux consommateurs. Dans ce nouveau monde, ce n'est pas possible. Au cours des trois ou quatre dernières années, le coût des intrants a augmenté à plusieurs périodes, et les entreprises parlent d'une hausse du coût des intrants, mais ne les ont pas refilés aux consommateurs finaux. Elles ne peuvent pas ou elles perdront le produit; elles perdront la vente. Il s'agit d'une évolution transformatrice dans cet environnement.

Nous ne devrions pas être surpris d'apprendre que, lorsque nous examinons les données sur l'inflation, il y a les données sur l'inflation des produits du commerce électronique et celles des produits des commerces traditionnels. Les prix du commerce électronique ont chuté de 2 % sur 12 mois, et ce, depuis 2008. Les gens pensent que c'est lié à la grande crise financière, mais en fait, en 2008 nous disposions d'un tas de ressources improductives, et ces gens ont investi dans la numérisation de l'économie. Depuis que l'économie est numérisée, nous avons été témoins de pressions déflationnistes constantes sur les plateformes de commerce électronique. Nous ne devrions pas être surpris d'apprendre que ces mêmes produits, lorsque nous les achetons dans des magasins traditionnels, ont également suivi cette tendance à la baisse.

Quel est le taux cible de la Banque du Canada au chapitre de l'inflation? Deux pour cent. Comment allons-nous y parvenir alors que tout ce que nous achetons diminue de 2 %? Je ne crois pas que nous y parviendrons. Je pense que nous évoluons à l'intérieur d'un nouveau paradigme

où nous sommes coincés dans un cadre et où les prix auront vraiment du mal à grimper et dans lequel nous devons modifier notre schéma de pensée quant à la façon dont les choses se produiront. Et nous devons le modifier en vitesse.

Découvrez les ressources et l'expertise dont vous avez besoin pour 2020:
www.gestionpriveemanuvie.com ou contactez nous via manulifeprivatwealth@manulife.com pour plus d'information.

Destiné au public canadien. La présente vidéo a été préparée à titre d'information seulement. Elle n'a pas pour objet de donner des conseils particuliers d'ordre financier, juridique ou autre et ne constitue ni une offre ni une invitation à quiconque, de la part de Gestion privée Manuvie, pour acheter ou vendre tout placement ou autre produit particulier, et n'indique pas une intention d'effectuer une opération. Les placements comportent des risques, y compris le risque de perte du capital. Les marchés des capitaux sont volatils et peuvent considérablement fluctuer sous l'influence d'événements liés aux sociétés, aux secteurs, à la politique, à la réglementation, au marché ou à l'économie. Ni Gestion privée Manuvie ni toute autre société appartenant au groupe Société Financière Manuvie (« SFM ») n'agit à titre de conseiller ou de fiduciaire pour tout destinataire du présent document, sauf si convenu autrement par écrit. Ni Gestion privée Manuvie, ni ses sociétés affiliées, ni leurs administrateurs, dirigeants et employés n'assument la responsabilité des pertes ou dommages directs ou indirects éventuels, ni de quelque autre conséquence que pourrait subir quiconque ayant agi sur la foi des renseignements du présent document. Rien dans le présent document ne constitue un conseil en matière de placement, un conseil juridique, comptable, fiscal ou un conseil de quelque autre nature, une déclaration selon laquelle tel placement ou telle stratégie convient à votre situation particulière ou une recommandation s'adressant personnellement à vous. Gestion privée Manuvie ne donne pas de conseils d'ordre juridique ou fiscal. Nous vous conseillons de consulter votre propre conseiller juridique, comptable ou autre avant de prendre une décision financière. Les investisseurs éventuels doivent demander conseil à des professionnels avant de prendre des décisions de placement. Toutes les opinions exprimées proviennent de sources jugées fiables et de bonne foi; aucune garantie, expresse ou implicite, ne peut être donnée quant à leur exactitude et à leur exhaustivité. Si vous avez des questions, veuillez communiquer avec un représentant de Gestion privée Manuvie. Gestion privée Manuvie est une division de Gestion de placements Manuvie limitée et de Distribution Gestion de placements Manuvie inc. Les services de placement sont offerts par Gestion de placements Manuvie limitée et/ou par Distribution Gestion de placements Manuvie inc. Les services et les produits bancaires sont offerts par la Banque Manuvie du Canada. Les services de gestion de patrimoine et de planification successorale sont offerts

par La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers. Le nom Manuvie, la lettre « M » stylisée, le nom Manuvie accompagné de la lettre « M » stylisée et Gestion privée Manuvie sont des marques de commerce de La Compagnie d'Assurance-Vie Manufacturers et sont utilisés par elle, ainsi que par ses sociétés affiliées sous licence. Ces renseignements ne remplacent pas le processus « Bien connaître son client », l'analyse de la pertinence d'un produit pour un client donné et de ses besoins ni aucune autre exigence réglementaire.