

IND-8120 – Commercialisation de nouveaux produits et services

Séance 12 - Commerce électronique, réseautage et marketing social sur Internet et cas vécu

Jeudi 20.11.2025

L'entrepreneuriat technologique et l'innovation



LE GÉNIE EN PREMIÈRE CLASSE

**POLYTECHNIQUE
MONTRÉAL**



VOTRE CHARGÉ DE COURS :CHRISTIAN WOPPERER ENTREPRENEUR EN SÉRIE, VP AU CEIM (CENTRE D'ENTREPRISE ET D'INNOVATION DE MONTRÉAL)

COORDONNÉES :	
Local	L-2712
Courriel	christian.wopperer@polymtl.ca
Disponibilité	sur rendez-vous

Démarrage de sa première entreprise TI à 26 ans en Suisse
Démarrages de 3 autres entreprises en Technologies au Canada

Profil entrepreneurial : participation à + de 400 entreprises en démarrages (commercialisation) au CEIM depuis 20 ans

Expertise terrain de la commercialisation directe et indirecte.
Ventes de solutions d'expertise à complexe.



SÉANCE 12

Évaluation

1. Accéder au « Site d'évaluation de l'enseignement » dans la liste de cours Moodle ou à l'aide de ce lien -
[https://moodle.polymtl.ca/course/view.php?id=601.](https://moodle.polymtl.ca/course/view.php?id=601)
2. Sur la page d'accueil, vous verrez un lien avec le titre du cours :
 - Commercialisation de nouveau produits et services,
 - Section IND8120,
 - Mon nom Christian Wopperer



SÉANCE 12

- 1. Commerce électronique,
réseautage et marketing
social sur Internet**
- 2. Cas vécu d'Alain Lépine et
SEO**



SÉANCE 12

1) Commerce électronique, réseautage et marketing social sur Internet



QU'EST-CE QUE LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE ?



Échange en \$ pour des biens et services par l'intermédiaire d'internet

Le plus vieux métier du monde n'est pas celui que vous croyez...



LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Qu'est-ce que c'est le commerce électronique

Un site marchand E-Commerce (site de vente en ligne) est une plateforme web qui permet à un marchand de vendre ses produits sur le web. Cette plateforme est généralement dotée d'un système de paiement sécurisé et propose un catalogue dont les produits peuvent être indexés dans les moteurs de recherche.

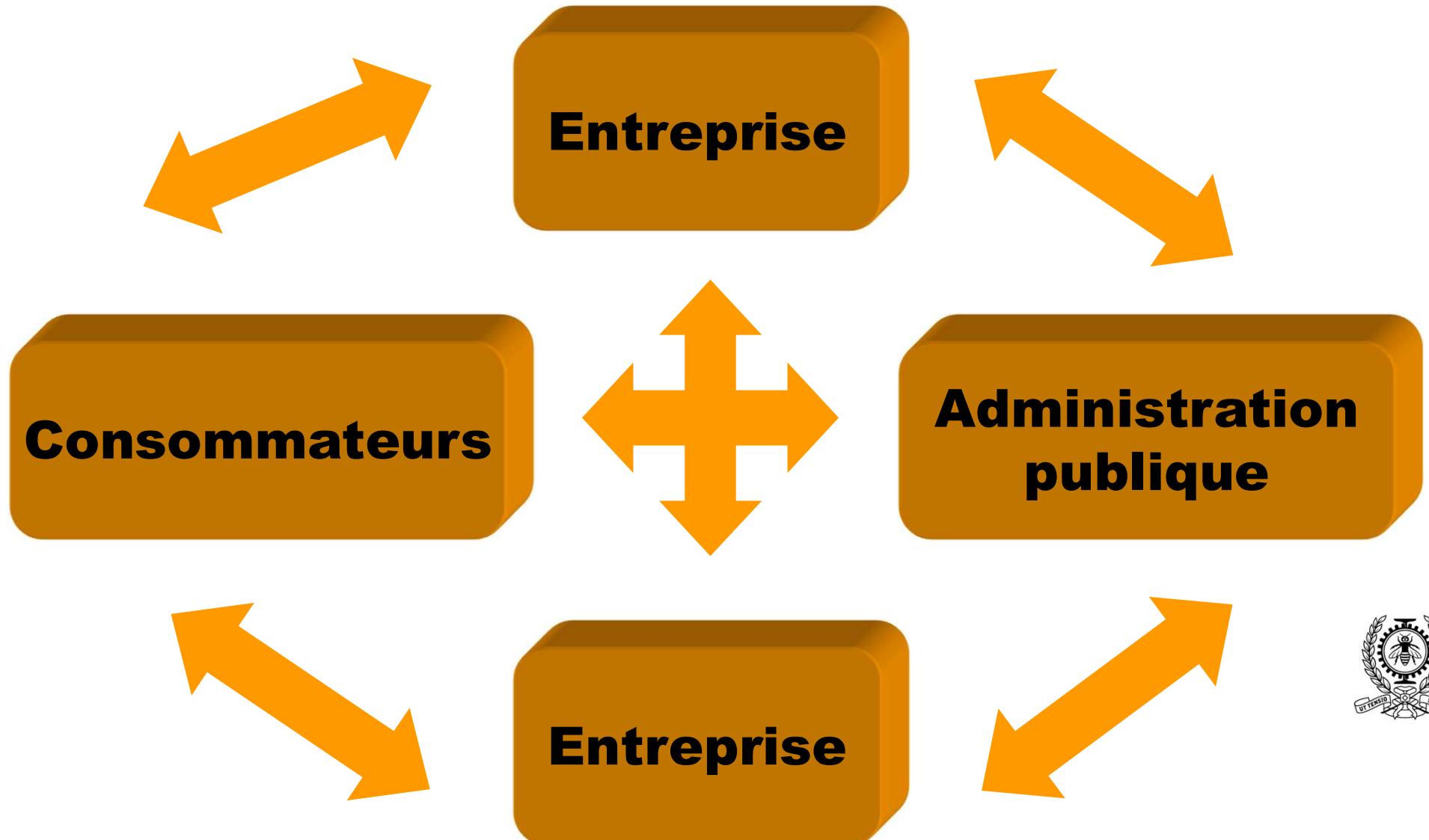
Une place de marché, ou marketplace, quant à elle, désigne toute plateforme qui met en relation des acheteurs et des vendeurs sur Internet. La plateforme offre au marchand une audience qualifiée et des fonctionnalités simplifiées, en échange d'une commission sur les ventes.

Ces technologies sont regroupées en trois grandes catégories :

- le commerce électronique interentreprises;
- le commerce électronique de détail;
- Le commerce électronique avec le gouvernement



Les catégories de commerce électronique



COMPRENDRE LES DIFFÉRENCES

Les magasins qui pensent avoir *uniquement* un commerce électronique et ne remettent pas en question leur modèle d'affaires sont voués à l'échec pour les raisons suivantes :

- Le commerce électronique révolutionne pour plusieurs raisons :
 - 1) La COVID-19 a accéléré l'e-com.
 - 2) Les habitudes de consommation changent le commerce de détail, car les magasins physiques devront revoir leur tailles et leur disposition



CINQ PIÈGES QUI ENTRAVENT LE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Une enquête a révélé que les entreprises obtenaient une meilleure croissance de leurs revenus en lançant une nouvelle entreprise qu'en misant sur les efforts de croissance traditionnels comme le développement de nouveaux produits.

Quelques chiffres :

30 % des consommateurs qui ont vécu une mauvaise expérience avec une marque ne reviennent pas.

Ce chiffre grimpe à 70 % après au moins trois mauvaises expériences. Alors, Post-Covid où 75 % des consommateurs essaient d'adopter de nouveaux comportements numériques, il est essentiel de réfléchir dès le premier jour à la capacité d'évolution de l'entreprise.

Dans les dix dernières années, seulement 24 % des nouvelles entreprises sont devenues prospères à grande échelle.



CINQ PIÈGES QUI ENTRAVENT LE DÉVELOPPEMENT DES ENTREPRISES DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

McKinsey (vous trouverez l'article dans Moodle) a publié un article dans lequel on explique cinq pièges qui entravent souvent l'évolution des entreprises de commerce électronique.

- **Diriger en mettant l'accent sur la technologie** : le plus souvent, l'accent est d'abord mis sur le développement de la technologie plutôt que sur l'investissement dans les opérations ou la gestion des canaux. Les objectifs et les indicateurs établis par les responsables de ventes et les équipes informatiques ne sont souvent pas alignés, ce qui cause à court terme des problèmes de gestion des stocks et de planification.
- **Construire une multitude de technologies sans objectif précis** : en matière de technologie, de conception ou d'écosystème, les entreprises veulent souvent lancer leur produit rapidement. Toutefois, cette rapidité peut entraîner des problèmes comme le choix d'une mauvaise plateforme, ce qui peut entraver l'évolution de l'entreprise et occasionner des coûts additionnels, de la complexité et des retards.
- **Sous-investir** : parce qu'elles cherchent à atténuer les risques liés au commerce électronique, certaines entreprises ont tendance à dépenser le moins possible.
- **Apprendre l'économie sur le tas** : les entreprises ne comprennent souvent pas parfaitement l'économie des unités. Elles prennent par conséquent des décisions à court terme qui étouffent leur croissance ou mettent en œuvre un modèle commercial qui ralentit leur évolution.
- **Construire la nouvelle entreprise en laissant trop de place aux sentiments** : une enquête menée auprès de dirigeants engagés dans des incubateurs et accélérateurs de capital-risque d'entreprise a révélé que des politiques internes avaient ralenti le développement des nouvelles entreprises. Moins de 10 % ont déclaré avoir donné aux jeunes pousses (*startups*) une pleine liberté d'exploitation. Les activités de développement sont souvent entravées par certains défis dans une organisation laissée en héritage.



COMMENT CHOISIR SA PLATE-FORME DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE?

- Quel type de produits souhaitez-vous vendre sur votre site Web
- De quelles fonctionnalités avez-vous besoin pour votre boutique en ligne?
- Avez-vous une stratégie marketing pour lancer votre nouveau site web?
- Comment votre service à la clientèle sera-t-il optimisé pour construire votre réputation en ligne?
- Quels types de paiements seront offerts sur votre plateforme de vente en ligne?
- Quels sont les modes de livraison que vous désirez offrir à vos clients en ligne?
- Comment allez-vous gérer l'inventaire des produits de votre boutique E-Commerce?
- Voulez-vous connecter votre CRM (Customer relationship management) à votre boutique en ligne?
- Utilisez-vous un CRM (Salesforce, Microsoft Dynamics, Sage, SAP, Zoho)?
- Avez-vous besoin d'un expert pour la gestion de votre hébergement web?



MESUREZ

KPI (Key Performance Indicator), leur importance pour qu'une entreprise en croissance reste compétitive, il est important de suivre régulièrement l'évolution de ses objectifs à l'échelle de l'entreprise.

- Simple
- Pertinent
- Aligné
- Actionable
- Mesurable

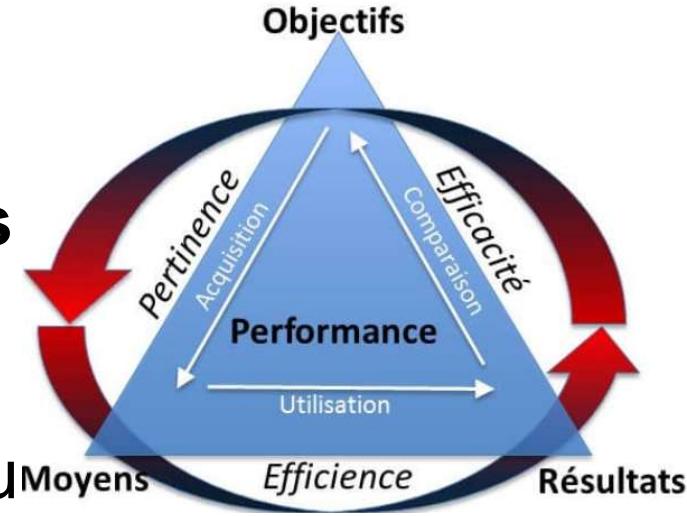


Comment et qui mesure?



MESUREZ

- 1) Le **nombre de vos clients** et prospects par secteur commercial
- 2) Le **nombre de visites clients/prospects** commerciaux
- 3) Le **taux de conversion**
- 4) Le **chiffre d'affaires réalisé comparé au chiffre d'affaires prévu** pour chaque commercial
- 5) Le **nombre de commandes** pour chaque commercial.
- 6) Le **panier moyen**
- 7) La **marge réalisée** par rapport à la marge prévue
- 8) La **répartition du chiffre d'affaires par produit**.
- 9) L'**indice de satisfaction** clients et le nombre de réclamations
- 10) Le **taux de fidélisation** client par zone et par produit



Un leader mondial Amazon...



On oublie trop souvent qu'il a fait d'une librairie en ligne la plus grande épicerie du Net. Jamais à court de projets (liseuse, smartphone, livraison par drone ...

JEFF BELOS
FONDATEUR d'Amazon en 1994, « J'ai appris que l'utilisation du web augmentait de 2 300 % par an. Je n'avais jamais vu ou entendu parler de quelque chose avec une croissance aussi rapide, et l'idée de créer une librairie en ligne avec des millions de titres — Quelque chose de purement inconcevable dans le monde physique cela m'enthousiasmait vraiment. »



Les chiffres... d'un véritable empire

AMAZON EN CHIFFRES

Compagnie la plus valorisée au monde + de 2 500 MIA\$ en novembre 2025 ([4^e mondiale](#))

1 556 000 (2025), nombre d'employés dans le monde, dont 46 000 au Canada

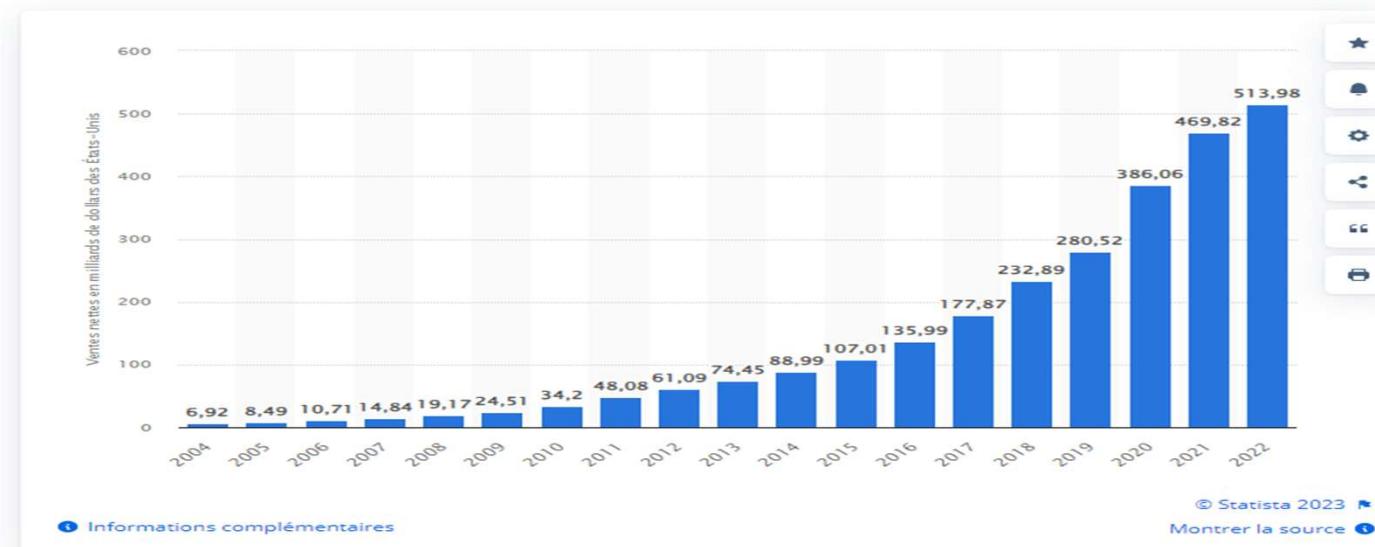
Utilise + de 700 000 robots

+ de 49% du marché e-com aux USA

Plus de 60 % des ventes sur les places de marché

[Cliquez ici pour découvrir les chiffres d'Amazon en 2025](#)

E-Commerce > E-Commerce B2C
Chiffre d'affaires mondial d'Amazon de 2004 à 2022
(en milliards de dollars des États-Unis)



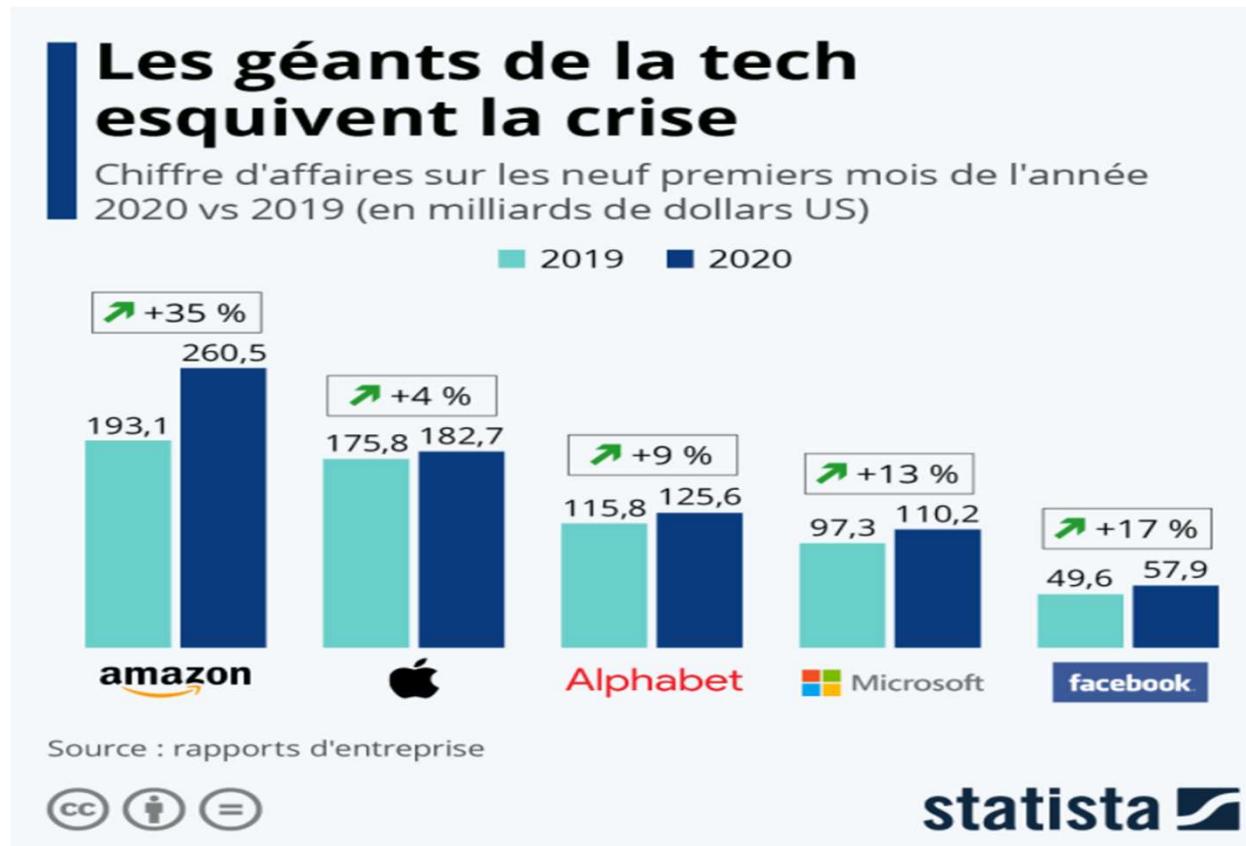
[Amazon](#) Amazon signe un solide T1 2025, mais les incertitudes douanières pèsent sur les perspectives. Portées par le cloud, la place de marché, l'e-commerce et la publicité, ses ventes ont progressé de près de 9 %. sur un an sur la période, à **180 milliards** de dollars

Les chiffres...

Amazon Le chiffre d'affaires d'Amazon a été de 638 milliards \$ en 2024, une hausse de 11% par rapport à 2023

LES GAFA

Effet de la crise sanitaire



Logistique...

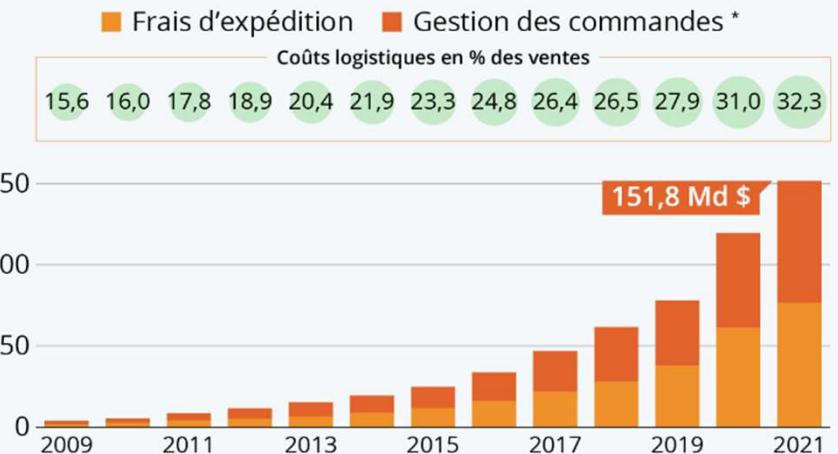


Amazon, robotisée et automatisée plus de 25 ans ...

20 novembre 2025

L'escalade des coûts logistiques d'Amazon

Évolution des coûts logistiques d'Amazon en milliards de dollars et pourcentage du chiffre d'affaires



* Coûts d'exploitation et de personnel des centres de traitement, service client et magasins physiques, ainsi que frais de traitement des paiements.

Source : Amazon



statista



<https://www.lesnumeriques.com/pro/amazon-prepare-l-e-commerce-de-demain-avec-sa-armee-de-robots-a195849.html>

Le génie en première classe

18

Robotique...



Amazon, robotisée et automatisée plus de 25 ans ...

Amazon veut automatiser ses entrepôts : jusqu'à 600 000 employés remplacés

Le groupe compterait désormais automatiser jusqu'à **75% de ses opérations**. Des documents internes cités par la presse américaine indiquent que cette stratégie pourrait éviter la création de 160 000 postes d'ici 2027, et jusqu'à 600 000 d'ici la prochaine décennie.

<https://www.cnet.com/tech/amazons-big-holiday-plan-replacing-600000-human-workers-with-robots-a-new-report-says/www.lesnumeriques.com/pro/amazon-prepare-l-e-commerce-de-demain-avec-son-armee-de-robots-a195849.html>



COMPRENDRE LES DIFFÉRENCES

- La logistique, les commerces physiques, auront beaucoup moins d'inventaires
- La livraison s'effectue en moins de 24 heures, selon les dernières statistique 85% de consommateurs veulent se faire livrer
- Le magasin n'est plus obligé d'être dans une artère commerçante
- Nous sommes à la complémentarité entre commerce électronique et magasin physique
- Le consommateur ne veut pas seulement magasiner en ligne, il veut aussi se faire conseiller et sortir



COMPRENDRE LES DIFFÉRENCES

- La logistique du e-commerce est un élément critique. Si Amazon ne l'avait pas anticiper, elle ne serait pas dans sa position
- Open AI a signé avec AWS un contrat de 38 milliards de \$ pour développer une IA (3.11.25)
- Les éléments de mise en marché sont différents :
 - Technologiques / Marketing / Inbound / Localisaiton / SEO et GEO
- Amazon a lancé en octobre 25 un nouvel outil d'intelligence artificielle conçu pour guider les acheteurs hésitants vers l'achat (help me decide)
- Le consommateur a changé, il veut quelque chose de rapide, efficace et meilleur (UX/UI/AI)



COMPRENDRE LES DIFFÉRENCES ET LES AMBITIONS...

Amazon a acquis MGM pour 8,45 Mia\$, pour...



Amazon test le robots DIGIT (1,75 m.) humanoïdes pour préparer les commandes de ses clients en 2023 à Seattle

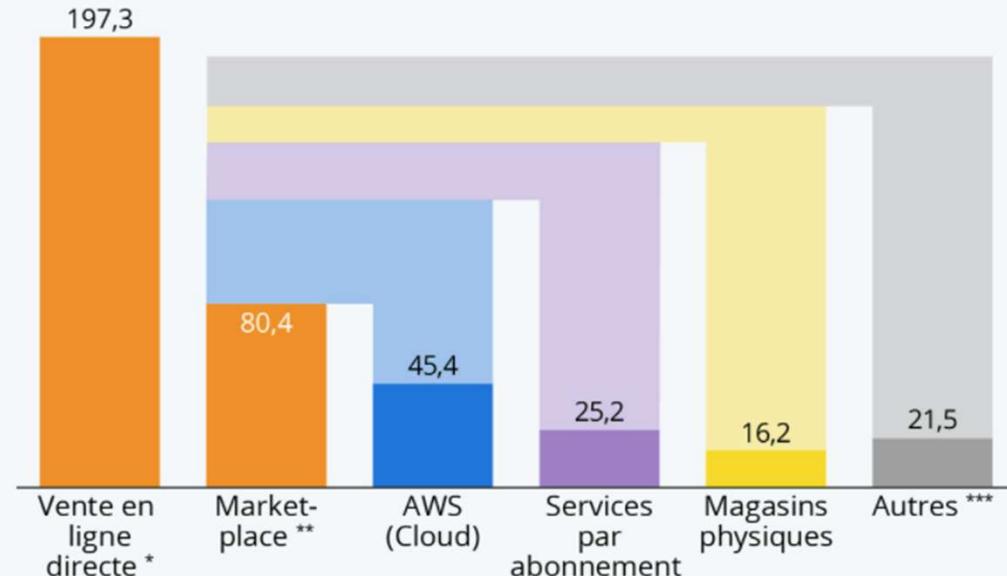


En test dans l'entrepôt BF1 d'Amazon, Digit, un robot bipède de 1,75 m conçu par l'entreprise américaine Agility Robotics, est chargé de prendre des bacs vides et de les ranger dans des armoires. (Amazon)

20 novembre 2025

Amazon : au-delà du e-commerce

Chiffre d'affaires net d'Amazon par segment en 2020, en milliards de dollars US



* biens physiques et produits numériques vendus sur une base transactionnelle.

** inclut les commissions, frais d'expédition et de gestion, et autres services aux vendeurs tiers.

*** vente de services publicitaires et autres offres de services.

Source : Amazon



statista

Le génie en première classe

22

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE STATISTIQUES INTÉRESSANTES



— Ventes mondiales de commerce électronique (Source de l'image : Shopify)

Les grands marchés :

- Chine : 672 milliards de dollars
- États-Unis : 340 milliards de dollars
- Royaume-Uni : 99 milliards de dollars
- Japon : 79 milliards de dollars
- Allemagne : 73 milliards de dollars
- France : 43 milliards de dollars
- Corée du Sud : 37 milliards de dollars
- Canada : 30 milliards de dollars
- Russie : 20 milliards de dollars
- Brésil : 19 milliards de dollars



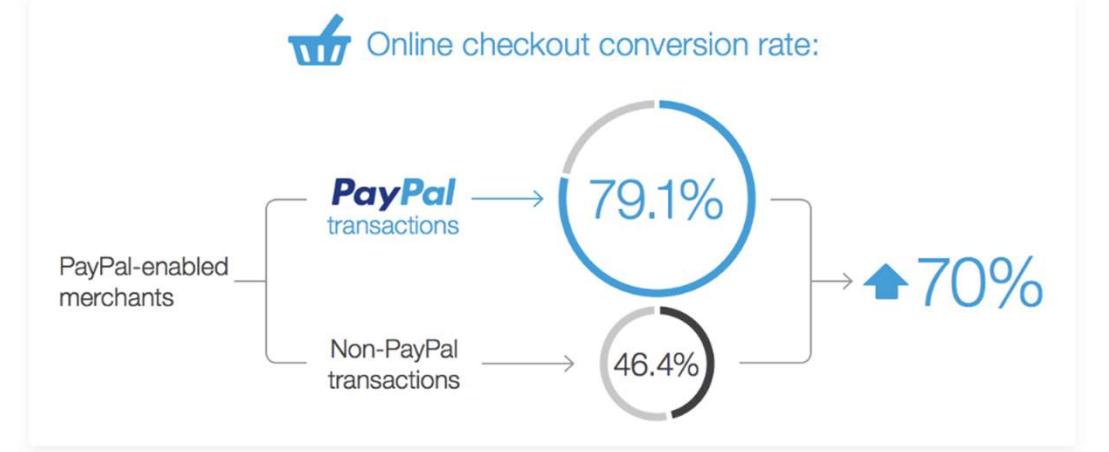
<https://www.drip.com/fr/blog/statistiques-du-commerce-electronique>

LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE, TAUX DE CONVERSION

Les taux moyens de conversion du commerce électronique varient de 3% à 4%, 43% du trafic de commerce électronique provenant des recherches organiques sur Google. Cela signifie qu'il est toujours essentiel de construire votre site de commerce électronique avec le SEO en tête.

Plusieurs facteurs jouent un rôle important dans l'augmentation du taux de conversion de votre entreprise. Le plus important d'entre eux est une **bonne expérience d'utilisation**

Cela se résume à de bons visuels, un temps de chargement rapide du site et une facilité de paiement ; les transactions PayPal ont un taux de paiement de 70% plus élevé que les transactions non-Paypal.



– Taux de paiement PayPal (Source de l'image : PayPal)



L'assistant pour le magasinage en ligne, le prochain outil proposé par l'IA

ET L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'assistant pour le magasinage en ligne, le prochain outil proposé par l'IA?

Cette révolution est rendue possible par l'émergence des agents IA, qui ne se contentent plus de répondre à des questions ou de créer du contenu comme les assistants de première génération, mais peuvent désormais réaliser une multitude de tâches sur demande en langage courant.

La semaine dernière, Google a présenté les fonctionnalités magasinage de son moteur de recherche renforcé à l'intelligence artificielle, l'AI Mode, qui « réduit le temps de recherche de quelques jours à quelques minutes »

Amazon a lancé en septembre 2024 son [assistant, Rufus](#), puis, début avril, le mode « Buy for Me » qui réalise sur commande un achat directement sur un site tiers d'une enseigne, hors de la plateforme Amazon.



LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE APRÈS PANDÉMIE

ASSURÉMENT, LES CONSOMMATEURS NE RENONCERONT PAS À LA COMMODITÉ DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE UNE FOIS LA PANDÉMIE PASSÉE

Les comportements des consommateurs ont brusquement changé par nécessité..

Les entreprises prêtes pour le commerce électronique encaissent, les autres souffrent

Stratégie à court et à long terme

Réfléchir et de planifier en fonction du nouveau paysage commercial :

Que se passe-t-il dans votre secteur et sur vos marchés?

Devez-vous vous repositionner?

Quels changements et tendances prévoyez-vous dans votre secteur? Comment vos clients et vos fournisseurs vont-ils changer?

Que vont faire vos concurrents?

Comment la technologie peut-elle vous aider à vous adapter et à prospérer?

Une plateforme transactionnelle et une infrastructure de marketing numérique plus robuste peuvent-elles faire partie de la solution?



MODÈLE D'AFFAIRES POUR UN COMMERCE ÉLECTRONIQUE RENTABLE

Le modèle d'affaires, va vous pousser à affiner votre modèle, à trouver des idées innovantes et à vous **challenger vous-même et vos commerciaux.**

Il vous permet de visualiser ce qui est vendable et d'expliquer à l'acheteur les éléments essentiels du modèle d'affaires de votre entreprise.

- Se différencier de la concurrence
- Renforcer son avantage concurrentiel ou en dégager un nouveau
- Redéfinir son industrie

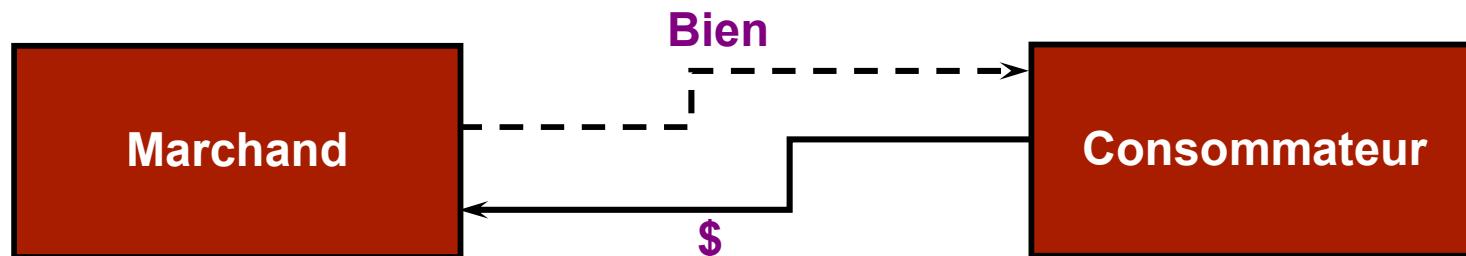


Quelques modèles d'affaires

- e-Shop
 - Biens informationnels
 - Biens physiques
 - Services transactionnels
- Publicité
- Agents de références
- Intermédiaires
 - Centres d'achat
 - Bourses
 - Distributeurs
- Relations publiques



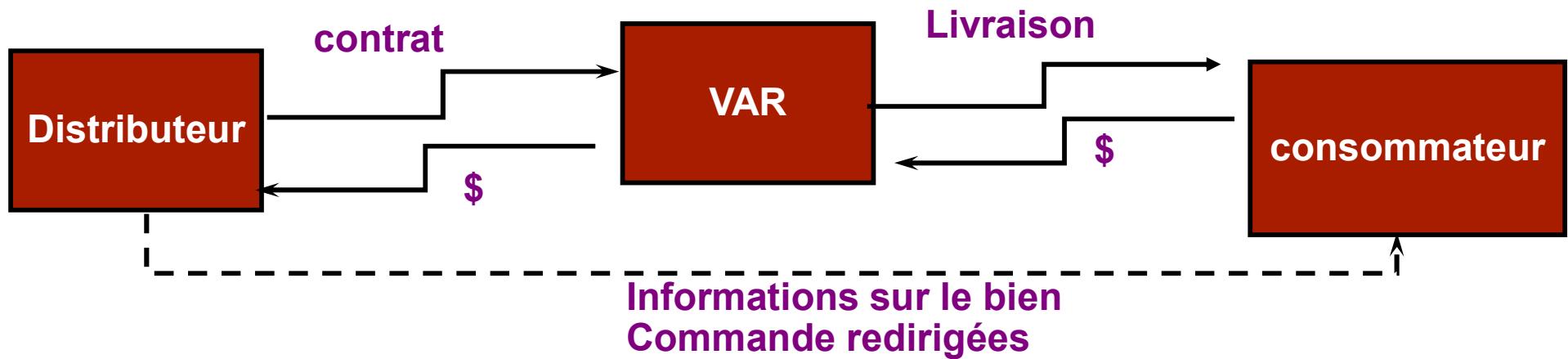
e-Shop (bien physiques)



- Ordinateurs Dell, Archambault, etc.
- Promotion | information | commande | paiement
- Prix + livraison



Distributeurs



- Distributeurs (ex.: Bureau Plus)
- Promotion de produits pour ses magasins et VAR, information; placement d'ordres; paiement; gestion de la confiance
- Reventes immédiate au magasin; consommateur achète directement au magasin ou VAR ou se fait expédier par le magasin le plus proche

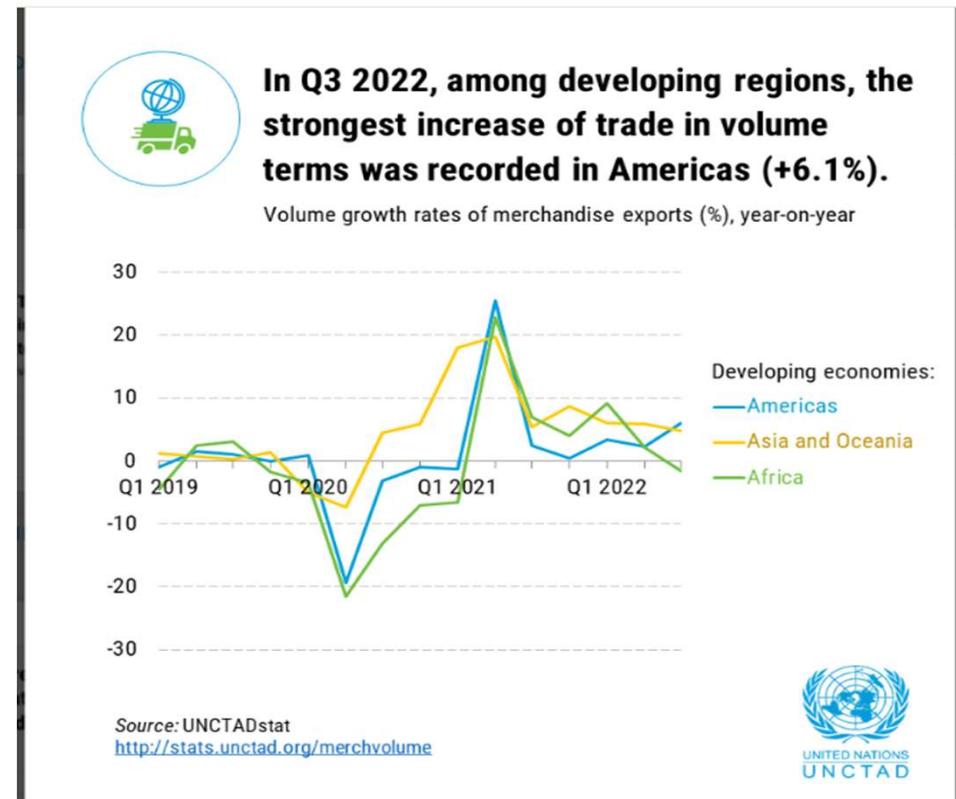


STATISTIQUES SUR LES ÉCHANGE DE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Le commerce mondial au quatrième trimestre de 2024 a continué d'augmenter malgré le risque d'obstacles au commerce. Les échanges commerciaux de marchandises dans le monde ont augmenté de 0,7 % au quatrième trimestre de 2024, ce qui représente la sixième hausse trimestrielle consécutive.

Les incertitudes et l'impact des « tarifs », les statistiques du commerce mondial montrent une certaine instabilité et une tendance à la baisse, avec des perspectives incertaines pour 2025. Le commerce mondial des marchandises devrait diminuer de 0,2% en volume

VOLUME OF WORLD MERCHANTISE EXPORTS, 2022 Q3



LES PAIEMENTS

Comme vous prévoyez vendre vos produits ou services en ligne, il vous faudra configurer un système de traitement des paiements en ligne. Diverses options vous sont offertes;

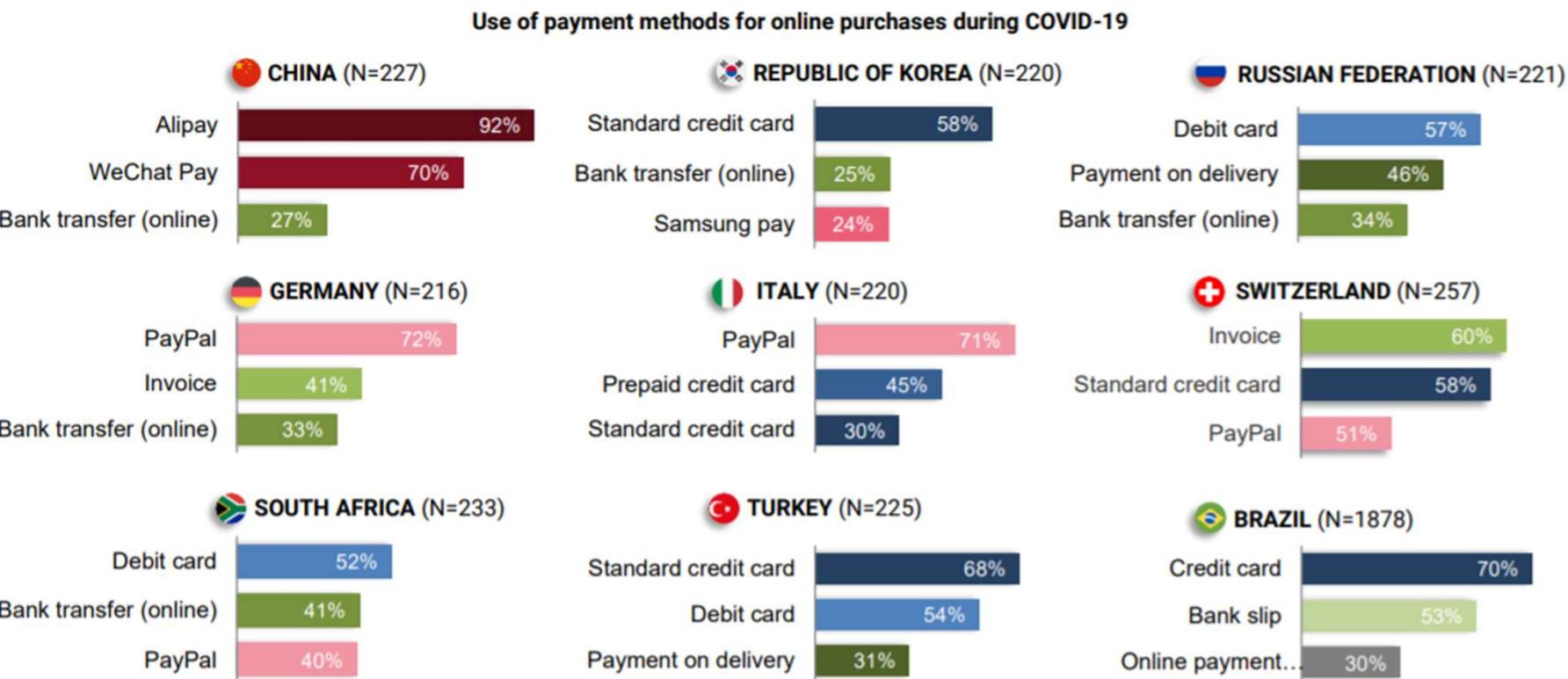
Les passerelles de paiement en ligne permettent de traiter les paiements effectués :

- par carte de crédit
- par carte de débit (cartes Interac)
- à l'aide d'une carte-prime
- à l'aide d'une carte de crédit prépayée
- par PayPal ou autre (chase, Moneris)
- Paiements mobiles et lecteur square :
<http://www.theglobeandmail.com/report-on-business/rob-commentary/the-five-retail-trends-that-will-shape-how-we-shop-in-2016/article27952956/>
- Autres, blockchain, bitcoin, etc.



LES PAIEMENTS

CHINESE CONSUMERS MOSTLY USE THE UNIQUE MEANS OF PAYMENT WITHIN THE DOMESTIC ECOSYSTEM



Source : United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)
Programme on E-commerce and the Digital Economy (ECDE)

LES SOLUTIONS PEU COÛTEUSES AU QUÉBEC

	Gratuit	Interface anglaise	Interface française	Soutien en anglais	Soutien en français	Données au Canada	Infonuagique ou logiciel-service	Intégration médias sociaux	Révisé novembre 2014
+ 3dcart		✓	en partie	✓			✓	✓	
+ Acombe e-commerce		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
+ AgoraCart	✓	✓		✓			✓		
+ AmeriCommerce		✓		✓			✓	✓	
+ Ashop Commerce	✓		✓			✓	✓	✓	
+ Bigcommerce		✓	✓				✓	✓	
+ CoreCommerce		✓	✓			✓	✓	✓	
+ Highwire		✓	✓				✓	✓	
+ LemonStand	✓		✓			✓	✓	en partie	
+ Liki		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
+ OpenCart	✓	✓	✓*	✓	en partie*		✓	✓	
+ Panierdachat.com		✓	✓	✓	✓	✓	✓		
+ Pinnacle Cart		✓		✓			✓	✓	
+ PrestaShop	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	en partie	
+ Shopify		✓		✓			✓	✓	
+ Volusion		✓		✓			✓	✓	
+ Yahoo! Small Business		✓		✓			✓	✓	
+ Zen Cart	✓	✓	✓	en partie	en partie		✓	✓	

Le tableau classe les applications par ordre alphabétique et n'est pas exhaustif

Source BDC

Vous trouverez sur moodle :



un guide marketing pour les entrepreneurs

LES SOLUTIONS MANQUANTES DANS LES TABLEAUX PRÉCÉDENTS

WooCommerce (WordPress)

WooCommerce est une extension qui ajoute des fonctionnalités E-Commerce au gestionnaire de contenu WordPress. Cette solution E-Commerce *Open Source* est la plus utilisée au monde avec une part de marché de 27 %.

Magento

Magento Community est un gestionnaire de contenu (CMS) qui permet de développer votre plateforme de commerce électronique sous une solution *Open Source*. Ce logiciel libre, acquis par Adobe en 2018, détient maintenant 5 % de la part de marché international.

Squarespace

Squarespace est un logiciel de gestion de contenu web en mode SaaS. Ce système permet aux particuliers et aux entreprises de créer et de maintenir des sites web, des blogues et des boutiques en ligne.

Prestashop

PrestaShop est une application web *Open Source* permettant de créer une boutique en ligne dans le but de faire du commerce électronique. Ce gestionnaire de contenu français, qui a été créé en 2007, compte aujourd’hui plus de 250 000 boutiques en ligne installées un peu partout dans le monde.



Il va sans dire qu'il n'existe pas de plateforme ultime pour la création d'un site web de commerce électronique. À chaque entreprise sa plateforme.

LES ENJEUX

Expérience d'achat en ligne optimisée

- **Logistique**
 - Cannibalisation
 - Sécurité
- **Taxes**
 - Expédition : Cybercolis, FedEx, etc.
 - Envois à l'étranger (réglementations, assurances, Incoterms)
 - Choix des technologies (Design responsive, Approche Mobile first, Commerce omnicanal)
 - Contrats de ventes
 - SAC
- **Langues**
 - Maturité du marché ! ?



Les entreprises québécoises tardent à adopter le commerce électronique et celles qui le font sont encore trop peu nombreuses pour desservir les marchés hors Québec, voir dernier rapport CEFARIO



IMPACTS SUR LES ORGANISATIONS

Changement dans la façon de « faire des affaires »

- Une culture d'innovation
- Une approche marketing renouvelée
- L'expérience client d'abord
- Une pensée stratégique
- Réingénierie ou e-Réingénierie

Vitesse de traitement de l'information, utilisation du Big Data et des médias sociaux

Établissement de réseaux de partenaires

Magasin virtuel et magasin de brique...



LES BÉNÉFICES

■ Coûts

- une réduction des coûts d'exploitation
- de faciliter et d'accélérer les ventes
- de diminuer les frais de service à la clientèle
- de vendre des produits et services en ligne, avec un investissement initial minime



■ Productivité

- un gain de productivité
- une collaboration interentreprises
- de vendre vos produits sans maintenir des stocks physiques
- d'automatiser le contrôle des stocks mettre en place un système de suivi



LES BÉNÉFICES

■ Temps

- Une amélioration des communications internet du service à la clientèle
- d'atteindre les clients 24 heures sur 24, sept jours sur sept
- d'automatiser certaines fonctions et d'offrir un accès libre-service aux clients
- de renforcer la fidélisation de la clientèle

■ Zone géographique

- Un élargissement des marchés
- d'étendre la portée géographique de votre entreprise
- d'améliorer la visibilité en ligne de votre entreprise



Réseautage et prospection Internet



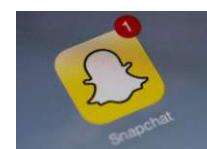
Tencent Qzone



RenRen



Ello Beta



myspace.com



Influence d'Internet

Connaissances amis



Opinion en ligne



Contenu éditorial



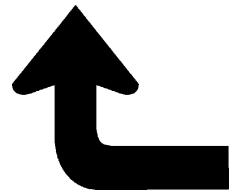
Publicité télévision



Publicité magazines



92 %



58 %

47 %

47 %

70 % des Canadiens influencés par les opinions de consommateurs mis en ligne

Source : BDC : Octobre 2013, Cinq tendances de consommation qui changent la donne

82 % des consommateurs utilisent leur téléphone pour prendre des décisions d'achat lorsqu'ils magasinent.

Le génie en première classe

GAFAM : qu'est-ce que c'est, et comment dominent-ils le monde grâce au Big Data

Qu'est-ce que les GAFAM ?

Google, Apple, Facebook (désormais Meta), Amazon et Microsoft, leur capitalisation boursière combinée, qui **dépasse aujourd'hui 8 000 milliards de dollar**

Un empire bâti sur des centaines d'acquisitions!

Ces stratégies d'acquisition, bien que permettant l'innovation et l'expansion rapide, suscitent des inquiétudes. Les régulateurs et critiques estiment qu'elles nuisent à la concurrence et freinent l'innovation.

L'hégémonie des GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) suscite de plus en plus de controverses. Leur domination écrasante sur le marché numérique **a des conséquences majeures pour les consommateurs, les concurrents, et même l'infrastructure d'internet.**

Quelques vidéos en Français sur les GAFAM :

https://youtu.be/CRvkeM_OsW0

<https://youtu.be/OnSyacbPWL0>

Article source 2025 :

<https://www.lebigdata.fr/gafam-tout-savoir>



LA RÉALITÉ DE L'ACQUISITION D'ABONNÉS

Il n'y a pas de magie



FINALEMENT CONVERGENCE DE TOUS LES MÉDIAS



**internet = journaux + magasines
+ radio + tv + 2e écran + smartphone +....**



Influence d'Internet

La vitesse d'innovation accélère rapidement

Combien de temps pour atteindre
50 millions d'usagers ?



38 years



13 years



4 years



3 years



80 days



Source : DigiWorld IDATE

SÉANCE 10

Alain Lépine, Entrepreneur dans le monde Internet

Avalé par la bulle techno en 1998, n'a jamais trouvé la sortie. Entrepreneur et humoriste presque à temps plein!

De belles entreprises mais pas toujours rentables :
K3Média, FarWeb.TV, Didier Ze Mime, Global Lingua...

Président de Global Lingua et associé et VP chez Globalia

<https://ca.linkedin.com/in/alainlepine>

<https://twitter.com/AlainLepine>





MERCI !

Christian Wopperer
VP Sales Intelligence au CEIM
Chargé de cours
Polytechnique Montréal

Christian.wopperer@polymtl.ca

LE GÉNIE EN PREMIÈRE CLASSE



Le génie en première classe