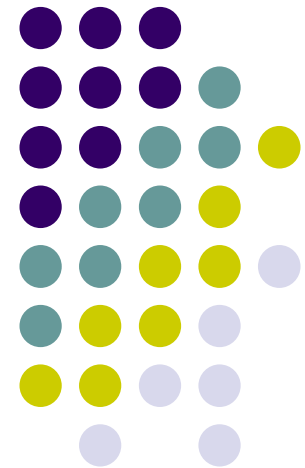


L'E-commerce

Le commerce électronique





Introduction

- Après l'éclatement de la bulle internet les entreprises ont progressivement investi dans l'e-business pour développer leurs activités
- e-commerce correspond aux transactions marchandes de biens ou de services:
 - B2C; B2B
- **Définition «Wikipédia»**: Le commerce électronique ou vente en ligne, désigne l'échange de biens et de services entre deux entités sur les réseaux informatiques, notamment Internet.

Le commerce électronique ne se limite pas au seul réseau Internet. Dans le cadre du commerce inter-entreprises, on utilise depuis de nombreuses années des réseaux de type E.D.I (Échange de données informatisées). Des transactions électroniques se réalisent également sur les réseaux téléphoniques mobiles. On parle alors de m-commerce (mobile commerce). Plus spécifiquement, en France, depuis les années 1980, le Minitel a permis le développement de transactions électroniques prémisses des services offerts à ce jour sur Internet.



Objectifs

- Ce chapitre a pour objet de présenter:
 - Les différents types de commerce électronique
 - Les modalités techniques, juridiques et économiques des transactions du E-commerce.

Les tendances du E-commerce



- Le commerce électronique reste encore à ce jour une forme de **commerce marginale**:
 - Aux US le commerce électronique (B2C) représente 3.4% du commerce de détail fin 2007
 - En Europe 4,5% mais avec une grande disparité entre les pays
 - Avec la croissance d'Internet le nombre de site marchands augmente: en France fin 2007 le nombre de site marchand en France est estimé à 32000.
- Avant Internet la France a bénéficié du minitel avec une infrastructure très aboutie pour l'époque (ex la Redoute le Minitel a représenté jusqu'à 17% de son chiffre d'affaire)
- Il existe aussi d'autres système pour les entreprises comme l'EDI: En 2006, les flux des transactions EDI représentaient 13,9% des ventes en valeur des entreprises contre 2,9% pour Internet.

Le développement du Commerce Electronique



- Aujourd'hui les sites qui recueillent le plus d'audience sont les ventes de biens culturels, les comparateurs de prix, les sites d'enchères et les sites de tourisme
- L'horizon 3 à 5 ans:
 - Démocratisation des achats électroniques sur Internet
 - Développement du commerce électronique sur téléphone mobile → qui se transformera peu à peu en un terminal de paiement : technologie NFC
 - Le commerce de proximité (livreurs de pizza, petits commerçants...)
 - le cybermarché
 - Le commerce électronique communautaire
 - Le développement du commerce de produits culturels numérique
 - Substitutions de l'EDI par des technologies comme le ebXML et les Web Services
 - L'arrivée de galeries marchandes 3D

NB: le développement du commerce électronique impacte d'autres entreprises:

- les logisticiens (La Poste, DHL...)
- éditeurs d'applications logicielles pour développer les boutiques en ligne
- les entreprises proposant des systèmes de sécurisation des paiements ou de facturation électronique
- les entreprises Télécoms pour la mise en place d'une infrastructure Haut Débit et fiable

Les facteurs favorisant le commerce électronique



- L'environnement technologique:
 - Les infrastructures d'accès haut Débit
 - Le taux d'équipement informatique l'utilisation des terminaux
 - La mobilité wifi wimax
- L'environnement financier:
 - Le paiement en ligne: contrat VAD
 - Le micro paiement PayPal
- L'environnement Juridique:
 - Le commerce électronique est une des formes de ventes à distance.
 - 2000 directive Européenne sur le commerce électronique
 - 2008 la loi « Chatel » pour le développement de la concurrence au service des consommateurs



Typologie du e-commerce

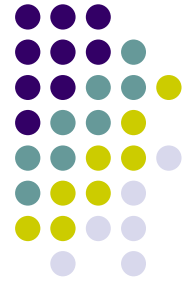
- Le commerce B2C (Business to Consumer)
 - Vente au grand public par une entreprise depuis un site Internet;
- Le commerce B2B (Business to Business)
 - Commerce électronique entre entreprises
 - Historiquement il s'agit des solutions d'interconnexion utilisant l'EDI
- Le commerce G2C (Government to Citizen)
 - Solutions électroniques que développent un état, une administration ou collectivité territoriale afin de faciliter les démarches administratives
- Le commerce G2B (Government to Business)
 - Mises en place par les structures publiques pour gérer les démarches des entreprises avec ces institutions
- Le commerce C2C (Consumer to Consumer)
 - Correspond aux petites annonces entre particuliers.

Elaborer la stratégie de commerce électronique



- Définition du Business Model:
 - Analyse du contexte, diagnostic des ressources et compétences nécessaires
 - Formulation de la stratégie
 - Prioriser les sources de revenus
 - Sur Internet la vitesse d'exécution est cruciale
- La stratégie de commerce en ligne est avant tout une question de cohérence entre les objectifs visés, d'une part, et les ressources et compétences qui doivent être réunies, d'autres part

Choix d'une infrastructure technologique de commerce électronique



- Le commerce électronique repose sur un ensemble de d'infrastructures variées:
 - Internet
 - Réseaux dédiés au Commerce B2B(EDI)
 - Réseaux de téléphonie sans fil
 - ...

Choix d'une infrastructure de Commerce Electronique



- Fin des années 60: premiers développement des technologies EDI au US → B2B
- Internet constitue l'infrastructure du commerce électronique du Grand Public → B2C



Les technologie EDI

- Dès la fin des années 60
- Standardisation d'un langage spécifique aux échanges électronique: ANSI X12
 - Sécuriser les échanges électronique sur des infra de Télécoms RVA
 - Construit sous l'égide de l'ONU
- En Europe réflexion au début 80 et dans les années 90 définition EDIFACT
 - Définition de langage métier pour la banque, l'assurance, l'automobile, la distribution et le BTP.
 - Ex Banque ETEBAC; ODETTE-GALIA Automobile

EDI



- L'objectif de ce langage est de dématérialiser et d'automatiser les échanges d'informations entre entreprises: les bons de commandes, les factures, les ordres de virement... mais aussi douanières et administratives.
- L'automatisation abaisse les couts d'exécution et accélère les échanges.
- EDIFACT
 - Développement de langages « métiers » issus d'EDIFACT
 - BANQUE: ETEBAC
 - Industrie Automobile: ODETTE-GALIA
 - Distribution en France: EAN-GENCOM

EDI



- Au niveau de l'infrastructure physique:
 - Réseau Dédié point à point entre les entreprises
 - Sur un RVA gérés par un prestataire de service: Allegro, Atlas400, IBM, GEIS, UAFI
- Les échanges sont basés sur le protocole de messagerie X400 et le prestataire est en mesure d'horodater, de garantir l'intégrité des données et d'apporter la preuve de la transaction.
- La plupart des entreprises préfèrent conserver ce type d'infrastructure à Internet



EDI à Internet: le Web-EDI

- Désigne des solution techniques qui, par le biais d'Internet, autorisent l'accès à l'échange de messages EDI même si l'entreprise n'a pas de connexion à un RVA
- Nécessite de recourir à un prestataire de services qui met à disposition une plateforme accessible par le biais d'une connexion Internet
 - La plateforme assure la réception et la conversion des messages EDI dans différents formats
- Solution Temporaire
 - Définition d'un langage de commerce électronique sur Internet
 - ebXMLconstitue le langage d'avenir du commerce électronique B2B.

Choix d'une solution technologique



- Développement interne:
 - Ex Amazon Pixmania
- Les solutions Logicielles Packagées
 - Les logiciels spécifiques
 - Commerce Server de Microsoft
 - Access Commerce Websphere Commerce Enterprise d'IBM
 - Les PGI: Progiciels de gestion intégrée
 - ERP SAP R/3 avec un module dédié au Commerce électronique
 - Oracle e-business Suite.
- Les solutions open-source
 - osCommerce
 - Zen Cart
 - Les CMS comme Joomla



Le paiement en ligne

- L'enjeu majeur des transactions électroniques concerne la sécurité: méfiance des internautes d'Internet
- La fraude à la carte bancaire est néanmoins faible en France: 0,064% des montants gérés
- Pour le B2B l'essentiel des transactions électronique utilise l'EDI



Le paiement en ligne

- Les solutions sécurisées de paiement pour les transactions en ligne:
 - L'emploi d'une plateforme bancaire: contrat avec une banque
 - Prestataire de services de paiement (PSP): indépendance avec un établissement bancaire -> PayBox, Ogone
 - Facturation sur l'abonnement Internet: Internet+
 - Solution de Micropaiement: PayPal, Neosurf



Création de trafic

- Un enjeu important pour tout site marchand
- La visibilité sur la toile:
 - La diffusion de bandeaux publicitaires
 - L'envoi de courriers électroniques
 - Référencement sur les moteurs de recherche et les comparateurs de prix
 - Mise en place de partenariats
- Une fois le trafic stimulé, il faut convertir le visiteur en client:
 - Rassurer le consommateur, prix attractifs , opérations promotionnelles ...
- La fidélisation est un objectif également prioritaire des sites marchands: Qualité, newsletter, courrier,