

# L'e-commerce

**Le « Commerce électronique » (ou e-Commerce ) :** l'utilisation d'un média électronique pour la réalisation de transactions commerciales.

Il s'agit généralement de la vente de produits à travers le réseau internet, mais le terme de e-Commerce correspond également aux mécanismes d'achat par internet (pour le B-To-B). Le concept de e-commerce a fait son apparition au moment des premières transactions faites par des moyens électroniques. En France, le e-commerce est né pendant les années 80, au moment des premières transactions par minitel. Dans les années 90, internet fait son apparition dans les familles Française lorsque les ordinateurs se commercialisent et se démocratisent. Les transactions entre entreprises et particuliers commencent alors apparaître. En 1997, le e-commerce se démocratise enfin et les grandes entreprises du secteur informatique comme Microsoft commencent à entrer dans le virtuelle.

Le commerce électronique ou vente en ligne, désigne l'échange de biens et de services entre deux entités sur les réseaux informatiques. Déjà dans les années 1960 les « Electronic Data Interchange » existait déjà et servait à transférer des documents électroniques d'ordinateur à ordinateur.

## a) Les modèles d'e-business

### E-commerce

BtoC, BtoB

- Achat et revente de produits physiques ou dématérialisés
- Marge sur produits achetés
- Avantages : ouvert 7J/7 ,24H/24

### Intermédiation

CtoC, BtoC, BtoB

- Mise en relation de l'offre et de la demande
- Commission d'apporteur d'affaire + services additifs
- Avantages : accès à une offre très riche et segmentée

### Commercialisation de l'audience

BtoB

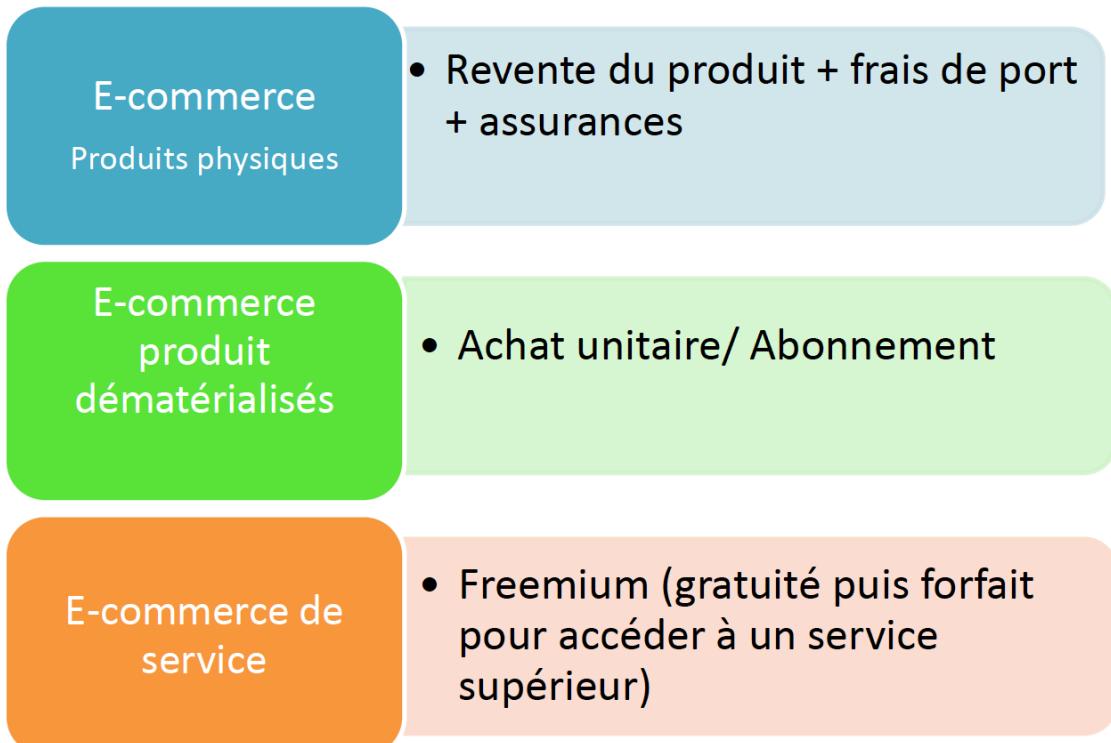
- Constitution d'un audience puissante et qualifiée
- Vente d'espace publicitaire, location d'adresse
- Avantages : gratuité du contenu

ex 1) Amazon, Cdiscount...

ex 2) Airbnb, Le Bon Coin...

ex3) TF1...

## b) Les sources de revenus par modèles



ex 1) Amazon, Cdiscount...

ex 2) Netflix...

ex3) Deezer, Spotify...

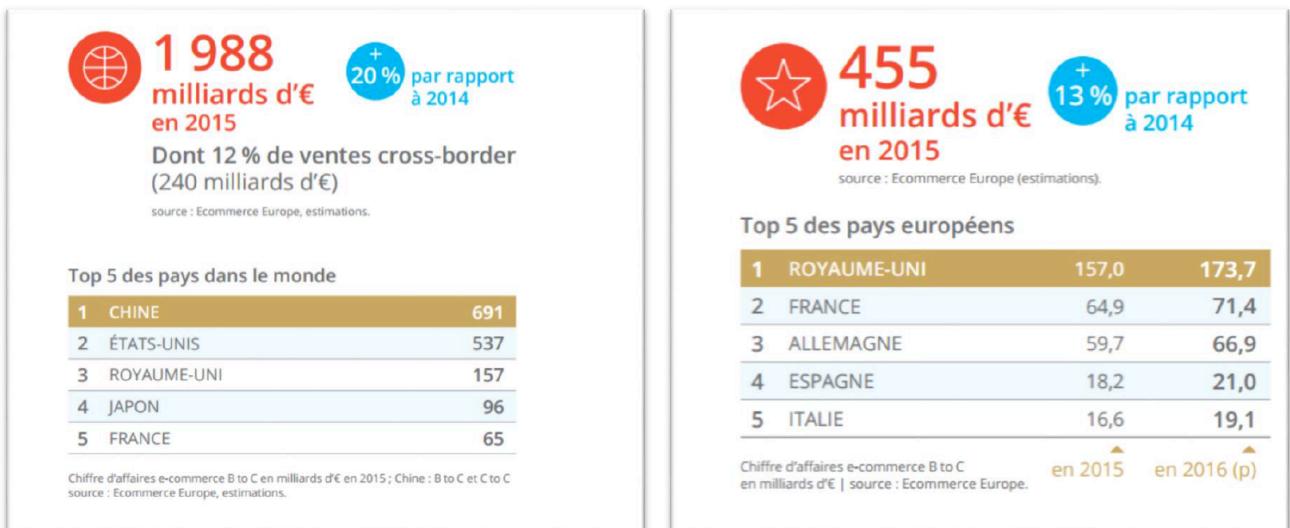
## c) Chiffres clés

- *1988 milliards d'euros générés par le e-commerce dans le monde en 2015, et 455 milliards en Europe.*

La fédération du e-commerce et de la vente à distance a publié les chiffres-clés du e-commerce en 2015. En effet, en 2015, l'e-commerce mondial a représenté 1 988 milliards d'euros, dont 455 milliards générés par l'Europe. L'e-commerce mondial est dominé par la Chine (405 milliards d'euros), suivi des États-Unis (363 milliards d'euros), le Royaume-Uni (127 milliards d'euros), le Japon, (102 milliards d'euros), et l'Allemagne (71 milliards d'euros).

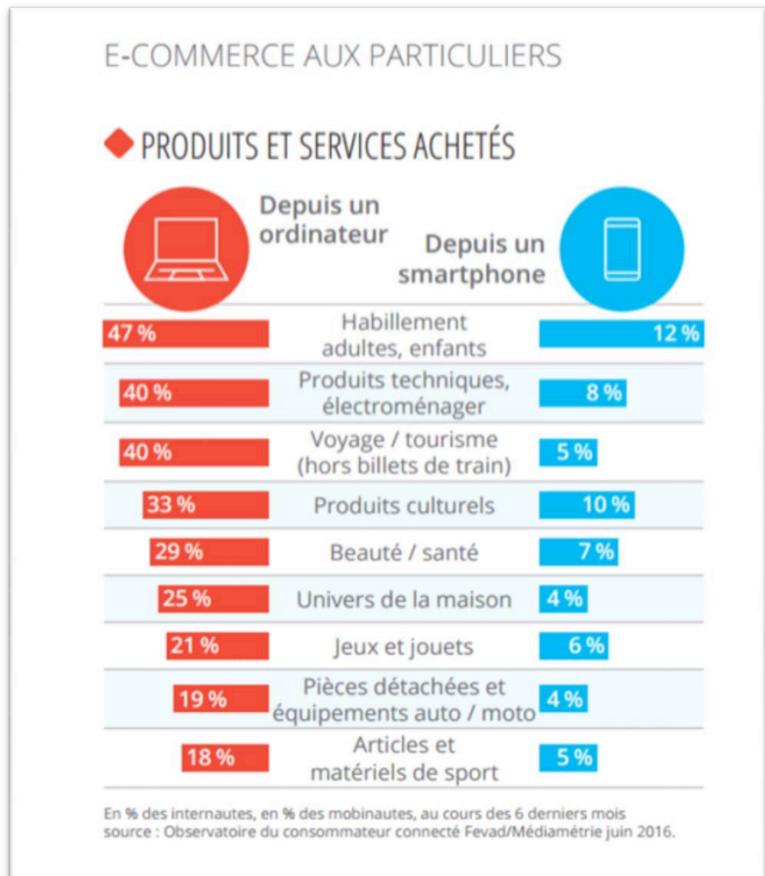
En France, l'e-commerce poursuit sa croissance. Les ventes du secteur ont atteint près de 65 milliards d'euros en 2015. L'élargissement de l'offre et le développement des places de marché continuent de tirer la consommation.

En 2015, les achats réalisés par les Français sur Internet ont atteint près de 65 milliards d'euros, après 57 milliards d'euros en 2014, selon la Fevad, la Fédération de l'e-commerce et de la vente à distance. Un chiffre en hausse de 14 % sur un an. Comme les années précédentes, le commerce en ligne reste tiré par l'élargissement de l'offre - le nombre de sites marchands ayant augmenté de 16% en 2015, à 182.000 - ainsi que par le développement des places de marché qui continuent de gagner du terrain. Seul bémol, le montant du panier moyen, qui s'établit désormais à 78 euros, perd encore 6% sur un an, mais le nombre moyen de transactions par acheteur et par an augmente. En outre, le commerce en ligne ne génère encore que 7 % des ventes de détail, ce qui lui laisse une marge de progression.



Source FEVAD 2016

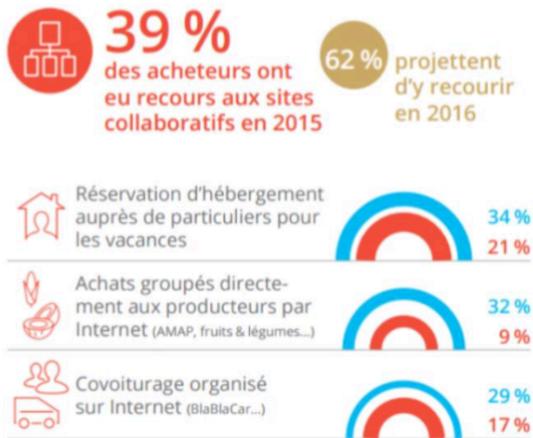
## - Comportements d'achats



- *Nouvelles tendances*

### ◆ CONSUMMATION COLLABORATIVE

La consommation collaborative a connu un véritable essor au cours de ces deux dernières années. Plus d'un internaute sur deux déclare souhaiter y recourir en 2016.



source : Baromètre Fevad/CSA janvier 2016.

### En tant que vendeur



### ◆ CROSS-BORDER

Le phénomène cross-border en France (achat / vente) se développe. Il devrait s'accentuer dans les années à venir sous l'impulsion notamment de la politique européenne (Digital Single Market Strategy) qui vise à établir un véritable marché intérieur européen dans le digital et plus particulièrement dans le e-commerce.

**46 %**  
des internautes ont déjà acheté à l'étranger sur Internet

source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

**50 %**  
des acteurs de la vente en ligne implantés en France reçoivent des commandes de clients localisés à l'étranger

source : Insee, enquête TIC 2014, toutes les entreprises, sauf secteur financier, 10 personnes employées ou plus.

### ◆ C TO C

**60 %**  
des internautes ont acheté ou vendu sur des sites permettant de mettre en relation des particuliers au cours des 6 derniers mois (produits neufs ou d'occasion)

source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

- *Importance de l'avis client et modes de livraison*

#### Avis clients



**49 %**  
des internautes ont consulté sur Internet des avis consommateurs pour pouvoir choisir le produit à acheter ou le site sur lequel effectuer leur achat

source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

Internet intervient de plus en plus dans les décisions d'achat. 1 internaute sur 2 consulte les avis avant achat.

#### LIVRAISON

La livraison devient un véritable levier marketing dans le e-commerce notamment via les modes de livraison alternatifs ("same day") ou les services de type premium (abonnement).

| Livraison directement chez vous                             | 86 % |
|---|------|
| Livraison en point relais                                   | 68 % |
| Retrait ou mise à disposition dans le magasin de l'enseigne | 25 % |
| Les bureaux de Poste  | 25 % |
| Livraison sur le lieu de travail                            | 12 % |
| Les consignes   | 8 %  |

En % des acheteurs au cours des 6 derniers mois  
source : Observatoire du consommateur connecté Fevad/Médiamétrie juin 2016.

**450**

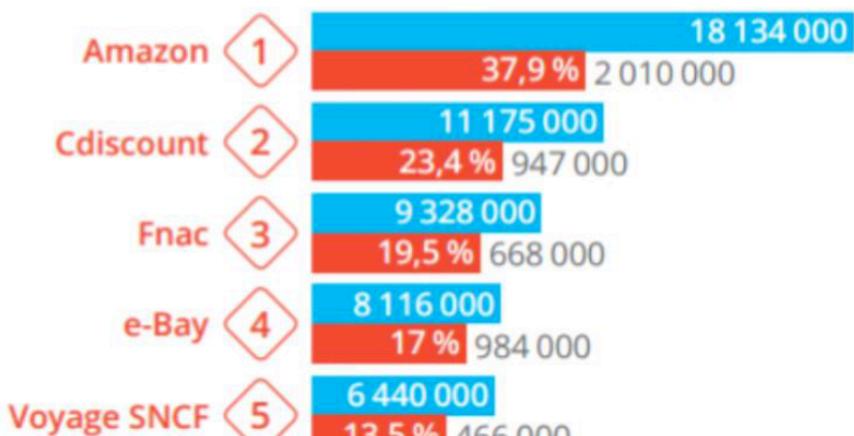
millions de colis en 2015



source : Estimation Fevad

#### - Les champions du e-commerce

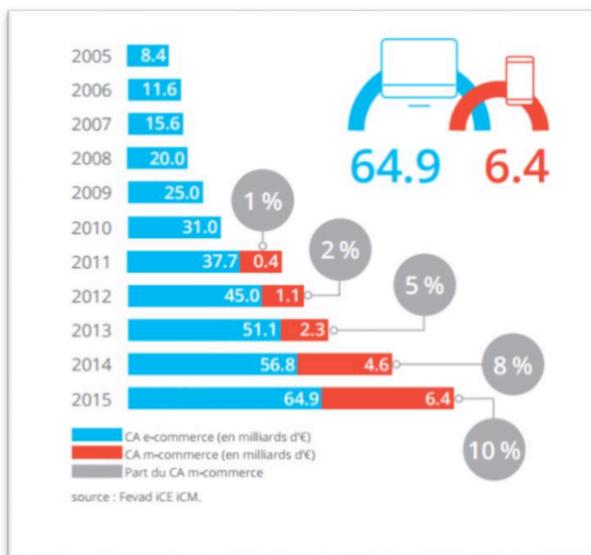
#### Top 5 des sites e-commerce les plus visités en France



Visiteurs uniques moyens par mois  
 Couverture moyenne (en % de la population internaute)  
 Visiteurs uniques moyens par jour

source : Médiamétrie//NetRatings, moyenne des mois janvier, février, mars 2016.

#### - E-commerce/m-commerce et parts de marché



Parts de marché et chiffres d'affaires e-commerce par secteur (estimations)

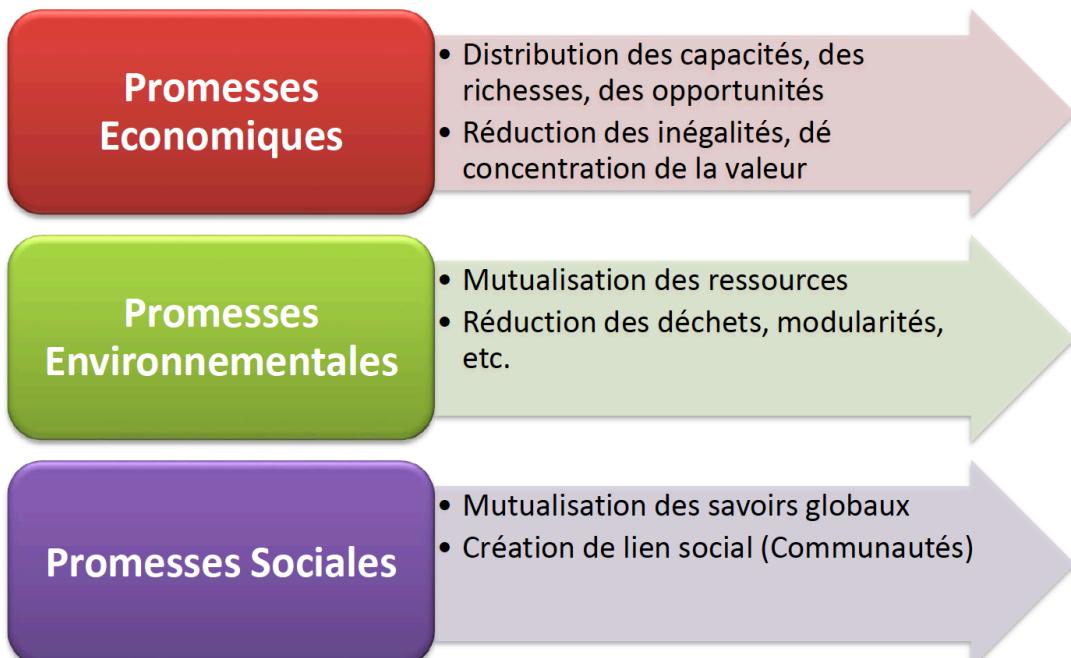
|   | PDM 2015 | CA 2015 |
|---|----------|---------|
| Tourisme  | 18,7     | 43 %    |
| Produits culturels physiques et dématérialisés                  | 39 %     | 3,0     |
| Textiles de maison  | 25 %     | 0,7     |
| Jeux-jouets   | 22 %     | 0,7     |
| Équipement maison high-tech                                     | 21 %     | 2,8     |
| Équipement maison électroménager                                | 17 %     | 1,3     |
| Habillement   | 15 %     | 4,2     |
| Meubles   | 12 %     | 1,1     |
| Chaussures  | 11 %     | 1,0     |
| Articles de sport (chaussure, textile, matériel, location skis) | 10 %     | 1,1     |
| Hygiène-beauté  | 8 %      | 0,7     |
| Montres et bijoux   | 7 %      | 0,4     |
| Drive produits grande cons.                                     | 4 %      | 4,5     |

source : Fevad avec Fédération Française de la Chaussure, FPS, Gfk, Ifm, Ipea, Kantar Worldpanel, Nielsen, NPD Group/FCIPE, PhoCusWright/L'Echo touristique, Société S/Francecom.



## d) Développement de l'économie collaborative

L'économie numérique est l'ensemble des pratiques et des modèles économiques organisés en réseaux horizontaux et/ou communautés d'usagers pouvant assumer le rôle du producteur ou du consommateur



- Modes et fonctionnement



#### RE-DISTRIBUTION

Ces systèmes organisent le **transfert de propriété** d'un bien entre particuliers (ou "ré-emploi") que ce soit sous forme de (re)vente, de troc ou ou de don d'objets



#### PRODUIT - SERVICES (ÉCO. FONCTIONNALITÉ)

Ces systèmes permettent l'accès à une ressource physique (bien, véhicule, espace) par échange entre particuliers sans transfert de propriété (location, prêt, partage). "usage plutôt que possession"



#### SERVICES P2P DITS "ON-DEMAND"

Des individus désirant un service sont mis en lien avec d'autres offrant, leur "force de travail" au moyen d'une application mobile



#### SYSTÈMES LOCAUX COOPÉRATIFS

La coopération ou le regroupement des membres d'un réseau. Beaucoup sont à "faible intensité numérique". On y trouve notamment les circuits courts, les banques de temps, etc.



source : ouishare

- Business model

#### ABONNEMENT



#### PAIEMENT À L'USAGE



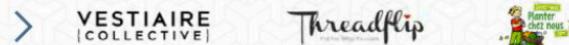
#### FRAIS DE SERVICE



#### FREEMIUM



#### REVENTE



#### PUBLICITÉ



#### DONS/SUB.



source : ouishare

