



2020 : la fin du e-commerce... ou l'avènement du commerce connecté ?

Fédération du E-commerce et de Vente A Distance

Source : http://www.fevad.com/uploads/files/DocArticle/etude/fevad2011_malin_eaecommerce2020.pdf

Tags: Sciences & Techniques | Internet | E-commerce |

Aujourd'hui, l'internet est devenu un canal de distribution électronique incontournable au sein duquel se commercialisent les biens et les services.

A travers cette étude, la Fédération du E-commerce et

L'Internet constitue désormais un espace marchand incontournable.

de Vente à Distance (FEVAD) prévoit la fin de la distinction entre le commerce traditionnel et le e-commerce à l'horizon 2020. Les consommateurs de demain exploiteraient à la fois les avantages du « commerce connecté » (gain de temps, accessibilité 24 h / 24, avis des clients...) et les transactions physiques (conseil d'un vendeur, possibilité de voir le produit et de l'acquérir immédiatement...)

Selon une étude d'Eurostat (2008), l'Union Européenne est le premier marché du e-commerce au niveau mondial. En moyenne, 40% des européens sont des e-consommateurs. Ce taux masque, toutefois, de grandes disparités entre pays. En Angleterre et en France, ce taux s'élève à 67% et 56% respectivement.

Pour ce qui est des pratiques en termes d'achats en ligne, la carte bancaire représente le moyen de paiement le plus utilisé (42%), tandis qu'en termes des postes de dépenses, le voyage, les services, les produits techniques et les produits culturels figurent parmi les premiers postes de consommation en ligne.

La croissance attendue en Europe en 2011 (+18% contre 10,9% aux Etats-Unis) devrait conforter son positionnement de leader mondial, avec un chiffre d'affaire de plus de près de 203 milliards d'euro en 2010, contre près de 192 milliards pour les Etats-Unis d'Amérique.

En 2020, la FEVAD souligne que l'e-commerce se généraliserait à un rythme rapide, en lien notamment avec l'expansion du paiement sur mobile, compte tenu de la pénétration rapide des Smartphones, et d'autres enseignes technologiques sur ce marché...

Toutefois, le rapport révèle que l'essor du e-commerce suscite un certain nombre de défis. La hausse des prix des énergies fossiles pourrait constituer un défi majeur pour le transport des marchandises à moindre coût. Il note, également, que les entreprises devraient adapter leurs services et leurs produits, mais également leurs interfaces et leurs méthodes de vente.

L'étude souligne que les exigences de rentabilité dans le domaine du e-commerce pousseraient les entreprises du secteur à promouvoir leur image (leur e-réputation) et leur relation avec les clients, pour les capter et les fidéliser.