



LES SITES DE E-COMMERCE : LES E-MARCHANDS

Types	Description	Exemples
Pure player	Proposent uniquement la vente à distance (e-commerce, m-commerce : téléphone mobile et tablette). Ils n'ont recours qu'aux seuls environ 60% des ventes en ligne grand public de biens et services. Appliquent des politiques tarifaires plus attractives grâce à des frais de structure plus légers (absence de point de vente et de rémunération salariés).	Amazon, Cdiscount
Click & mortar	Sont les grandes enseignes physiques dotées d'un site marchand. Elles captent aujourd'hui environ 40 % des ventes en ligne grand public. La plupart des leaders du commerce de détail en magasin procèdent aujourd'hui leur boutique en ligne.	Auchan, Décathlon, Fnac, Leroy Merlin, Boulanger
Vépécistes	Un vépéciste est une entreprise pratiquant la vente à distance. Les vépécistes traditionnels désignent les enseignes initialement orientées vente par correspondance (leur ont développé la vente par téléphone et, surtout, la vente en ligne).	La Redoute, 3 Suisses, Verbaudet
Les places de marché natives (market place)	Il s'agit de sites marchands qui jouent un rôle d'intermédiaire entre un acheteur et un vendeur (particulier ou professionnel). La place de marché permet à différents vendeurs de diffuser leurs annonces moyennant une commission. On dit aussi que l'acheteur bénéficie d'une transaction sécurisée. Certains sites sont uniquement des places de marché («pure players natives», par exemple eBay) et d'autres sites développent des places de marché en plus de leur activité première (par exemple La Fnac ou Amazon).	eBay, PriceMinister

Les Chiffres Clés

- Contexte sanitaire : forte hausse du nombre d'acheteurs en ligne.
- Aujourd'hui : 81.4% des internautes sont e-acheteurs.
- Mobile commerce : 22% du chiffre d'affaires des sites e-commerce et 35% pour les sites leaders.
- +57% des commerces physiques ont également une boutique en ligne.
- 73% des sites de e-commerce ont un CA inférieur à 100 000 €.
- 89% des entreprises déclarent que leurs activités en ligne et en magasin sont complémentaires.
- 52% enregistrent une croissance de leur CA.
- Un site e-commerce permet une augmentation de 14% du CA du magasin.