

Ressources pour les enseignants et les formateurs en français des affaires

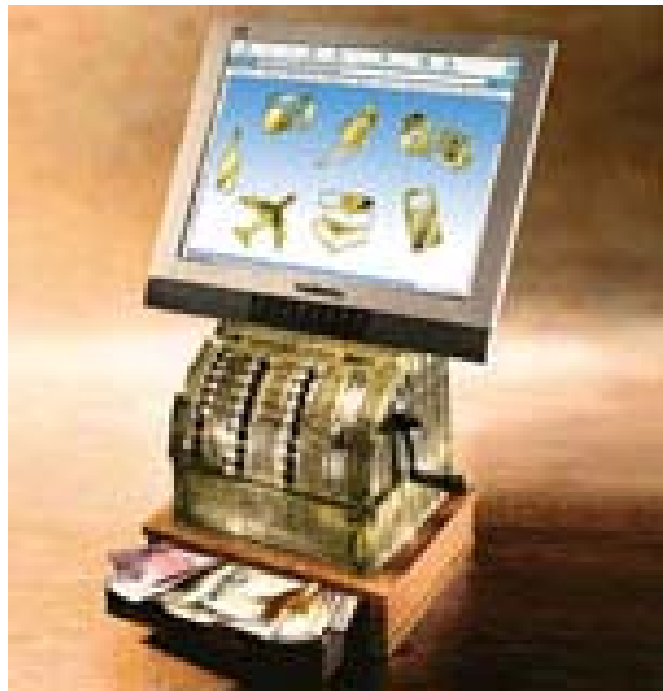
Activité pour la classe : **DFA1**

Crédit : *Joelle Bonenfant,
Jean Lacroix*

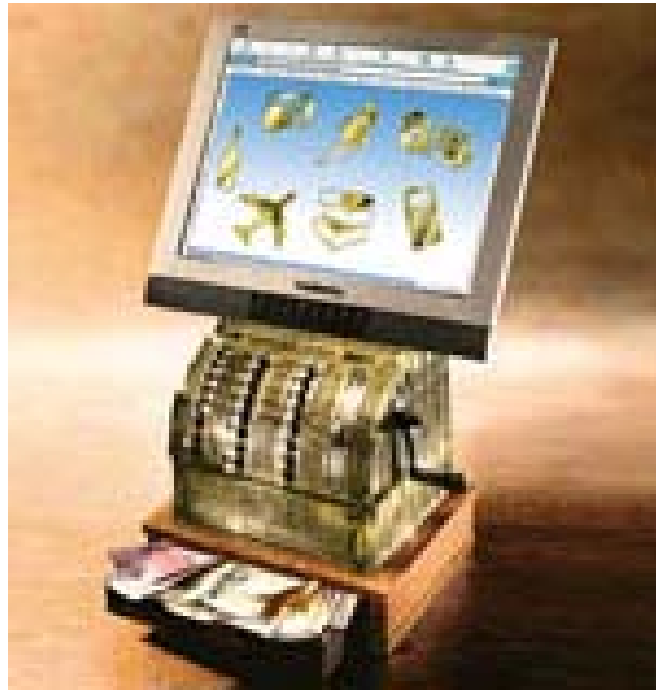
Thèmes et situations : Achat-Vente

Fiche pédagogique

Activité : Les 7 marchés capitaux de l'e-commerce		Expression orale
Objectifs communicatifs et/ou professionnels	<ul style="list-style-type: none"> • Décrire une image • Nommer, décrire et caractériser un produit ou un service • Exprimer un point de vue, expliquer, justifier 	
Objectifs linguistiques	<ul style="list-style-type: none"> • Lexique de description d'une image (on peut voir, il s'agit de...) • Expression de l'opinion • Expression de la cause-conséquence 	
Déroulement et/ou commentaires	<ol style="list-style-type: none"> 1. Travail collectif : montrer le dessin seul (photocopie ou transparent) et faire décrire l'image, l'objet et faire faire des hypothèses sur le message que cette image veut transmettre. 2. Travail collectif : montrer le dessin accompagné du titre et du sous-titre et faire expliquer les relations entre le dessin et le texte. 3. Travail par groupes et mise en commun : activité 1. 4. Travail par groupe et mise en commun : activité 2. 5. Travail par groupe et présentations orales : activité 3. <p>L'activité a été préparée à partir d'un article paru dans Management, n°94, janvier 2003. La fiche-corrigé est une synthèse des informations et peut être donnée aux étudiants à la fin de l'activité.</p> <p><i>NB : Cette activité est longue : prévoir une demi journée.</i></p>	
Matériel et/ou support		



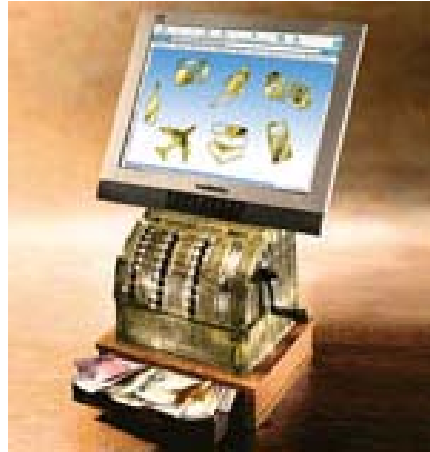
Les 7 marchés capitaux de l'e-commerce



Les sept secteurs qui prospèrent grâce au e-commerce sont :

- Les voyages et le tourisme
- Les produits culturels
- Les produits d'occasion
- Les sex shops
- La gastronomie
- Le high tech
- Les services

Les 7 marchés capitaux de l'e-commerce



➤ Activité 1 : D'après vous, que vendent les sites de ces différents secteurs ?

Les voyages et le tourisme Ryanair, EasyJet opodo.fr / lastminute.com. / Karavel.com,	
Les produits culturels Amazon.fr / fnac.com / alapage.com	
Les produits d'occasion priceminister.com, 2xmoinscher.com / ademiprix.com	
Les sex shops SexyAvenue / Sexy-Center	
La gastronomie Delicesavenue / Compagnie des gourmets / Paysan.org. / fromage.com / chocolat.com / bienmanger.com	
Le high tech Nomatica / Digital-Shopping / Pixmania	
Les services Wistiti / PhotoWeb / Bellaprix / guidedamour.com / Meetic / macarte.com / Christee / kiwee.com	

➤ **Activité 2 : Pourquoi ces secteurs attirent-ils les internautes ? Quels avantages offrent-ils par rapport à une forme de vente plus traditionnelle ?**

	Avantages pour les cyberclients	Avantages pour les cybercommerçants
Les voyages et le tourisme		
Les produits culturels		
Les produits d'occasion		
Les sex shops		
La gastronomie		
Le high tech		
Les services		

➤ **Activité 3 : Choisissez un des sites mentionnés et présentez à la classe les produits et services offerts ainsi que les conditions de vente. Faites également une critique du site (aspects positifs et aspects négatifs).**

Les 7 marchés capitaux de l'e-commerce : Corrigé

➤ Description de l'image :

On peut voir une combinaison de deux objets : un ordinateur, symbolisé par l'écran) et une caisse enregistreuse dont le tiroir regorge/déborde de billets de banque. Sur l'écran, on voit 6 dessins : un appareil photo, une bouteille, un avion, des livres, un téléphone portable, des objets un peu cassés/détériorés, un corps humain.

➤ **Décodage du titre :** l'intérêt est l'allusion aux sept péchés capitaux. Les interprétations sont nombreuses et variées : argent sale ? activités inavouables ? ...

➤ Activité 1 : D'après vous, que vendent les sites de ces différents secteurs ?

Les voyages et le tourisme	Des voyages (en avion ou en train) et des séjours : soit ils distribuent des séjours de tour opérateurs soit ils ont des séjours propres. Egalement des spectacles, restaurants...
Les produits culturels	Des livres, des revues, des affiches, des CD, des DVD
Les produits d'occasion	Sur le modèle des petites annonces, il s'agit de mettre en relation vendeurs et acheteurs de livres, CD, DVD voire ordinateurs
Les sex shops	CD, video, livres ...
La gastronomie	Conserves
Le high tech	Appareils-photos, caméscopes, home cinéma...
Les services	Développement de photos numériques, rencontres amoureuses, produits personnalisés (décorer les cartes téléphoniques avec des photos personnelles, flocage de T-Shirts

➤ Activité 2 : Pourquoi ces secteurs attirent-ils les internautes ? Quels avantages offrent-ils par rapport à une forme de vente plus traditionnelle ?

	Avantages pour les cyberclients	Avantages pour les cybercommerçants
Les voyages et le tourisme	Billets disponibles jusqu'à la dernière minute et offres alléchantes (séjours dégriffés)	Pas d'agence donc pas de frais de gestion
Les produits culturels	Un catalogue constitué de millions de références (une librairie traditionnelle n'en offre pas plus de 60 000) et cadeaux : frais d'envoi gratuit, papier cadeau, distribution de bons d'achat. Un service clients efficace : la Fnac élargit son offre en ajoutant les 15 millions de références de chapitre.com ; Alapage a	Fichier clients immense faciles à relancer par e mail. Marché pas encore rentable mais progression. La Fnac réalise 2% de ses ventes en ligne.

	en stock l'intégralité de son catalogue DVD pour des délais de livraison records	
Les produits d'occasion	Les prix sont cassés : en moyenne 50% de rabais.	Le commerce le plus rentable du net : pas de stock, pas de logistique. Ils touchent un public très large (des particuliers mais aussi des professionnels qui déstockent : la moitié des vendeurs).
Les sex shops	Discretion, choix plus large (30 000 références chez StarNet) et meilleurs prix (5 à 40% moins cher, port gratuit à partir de 50€..)	Plus de clients
La gastronomie	Grand choix surtout pour les étrangers	Vendre à l'étranger la gastronomie française
Le high tech	10 à 30% moins cher. Commercialisation plus rapide des produits nouvellement sortis. Offre exhaustive et actualisée à un public d'initiés.	Economies sur coûts de stockage et mise en valeur en magasin
Les services	Services impossibles à trouver autrement	Marges juteuses car le client est prêt à payer cher un produit « unique »

Les 7 marchés capitaux de l'e-commerce : Informations complémentaires

Les voyages et le tourisme :

1,3 milliards de chiffre d'affaires en 2002 soit une progression de 60%.

Les cybervoyagistes assurent à eux-seuls la moitié de l'activité marchande du web français

Pour les voyages, les compagnies aériennes « low cost » comme Ryanair ou EasyJet vendent à 90% sur le net ; Air France s'est groupé avec huit autres transporteurs aériens et a créé une start up. opodo.fr, en avril 2002. C'est un site indépendant qui propose les vols d'Air France et de 400 concurrents. ; la SNCF, elle, écoule 5% de sa billetterie sur le net

Pour les séjours, pour survivre les « pure players » ont dû se regrouper et se spécialiser car les tarifs et les commissions sur les ventes baissent en permanence et il faut donc un grand volume de transactions pour s'en sortir. Exemple de regroupement : l'anglais lastminute.com a racheté les français Degriptour en 2000 et Travelprice en 2002 ; ils ne distribuent pas seulement des séjours de tour-opérateurs mais proposent leurs propres packages sur lesquels leur marge est triple. Autre exemple : Karavel.com, site de voyages haut de gamme, a acheté Promovacances et Tativacances qui se concentre sur la vente de billets.

Les produits culturels :

- 3 géants : Amazon.fr, fnac.com, alapage.com (filiale de Wanadoo)
- Site spécialisé : chapitre.com s'appuie sur un réseau de libraires indépendants et offre 15 millions de références (livres, affiches, revues). S'est spécialisé dans le livre épuisé. Le site traite 450 commandes par jour.

Les produits d'occasion :

Comment ça marche ? le site joue le rôle de tiers de confiance : il encaisse le règlement, le bloque sur un compte et ne le reverse au vendeur, amputé d'une commission de 15%, qu'une fois le colis parvenu à bon port. C'est le vendeur qui expédie son produit.

Le créneau est dominé par 3 sites : priceminister.com (ouvert en janvier 2001, 15 millions € de CA, rentable) ; 2xmoinscher.com (créé en avril 2001, 6 millions € de CA, équilibre obtenu) ; ademiprix.com (né en juin 2001, Wanadoo est actionnaire).

Les sex shops :

Secteur très concentré : deux sites réalisent les trois quart du CA estimé à 5 milliards d'euros en 2002 : SexyAvenue et Sexy-Center (société StarNet, 45 000 clients) : chaque site s'est spécialisé, le premier dans le grand public et le deuxième dans le hard. Idée nouvelle : ils se sont constitués un important réseau de prescripteurs grâce au système d'affiliation : il s'agit de sites de charme rémunérés pour créer un lien vers leur boutique (StarNet en déclare 750, SexyAvenue près de 3 000)

La gastronomie :

Le secteur commence à devenir positif après quelques déconvenues : Delicesavenue, Compagnie des gourmets, Paysan.org. Ils misent tous sur l'export (fromage.com, chocolat.com, bienmanger.com)

Le High-tech :

Exemple : la photo numérique : 3 grands sites spécialisés sur ce créneau : Nomatica, Digital-Shopping, Pixmania ; ils détiennent 12% du marché. Darty a essayé de les concurrencer en s'alignant sur leurs prix mais cela n'a gêné que la Fnac qui a dû réduire ses marges de 15% pour rester compétitif. Les deux enseignes ont abandonné et ont remonté leurs prix pour retrouver un minimum de rentabilité.

Les services :

Photos : Wistiti, PhotoWeb et Bellaprix

Relations amoureuses : guidedamour.com, Meetic (leader avec 800 000 membres)

Personnalisation : macarte.com, Christee, kiwee.com (personnalisation de téléphones.

Sonneries, logos, jeux téléchargeables par SMS; le client paie avec une monnaie virtuelle

« les Vitamins » qu'il achète préalablement par carte ou chèque. 1 millions de comptes.

Leader sur le marché de la sonnerie avec 8 millions de clients en Europe et un CA de 20 millions d'euros en 2002.