

**Avis d'expert**  
**Lundi 12 janvier 2009**

## **Le e-commerce ne connaît pas la crise**

*Par Sébastien Rentz, directeur associé Activis*



**Crise vous avez dit crise !** En cette période de morosité ambiante, la planète e-commerce semble se démarquer et afficher un sourire radieux. En effet, avec des taux de croissance à deux chiffres, les e-commerçants nagent à contre-courant et illustrent pragmatiquement la pertinence de leur modèle de développement. Historiquement considérés comme des canaux de vente complémentaires aux traditionnels points de vente, les sites de e-commerce semblent désormais se positionner comme les relais de croissance des marques et enseignes qui investissent à grands renforts de technologies et de campagnes e-marketing pour proposer des boutiques électroniques toujours plus attrayantes, interactives et meilleur marché.

En effet, les notions d'économie et de pouvoir d'achat, au centre des préoccupations des consommateurs (B2B comme B2C) sont des données stratégiques jouant en la faveur des e-commerçants. Une donnée importante tient également au développement du e-commerce sur tous les segments de marché et auprès de toutes les entreprises. Le e-commerce n'est plus aujourd'hui cantonné aux grands acteurs de la distribution et aux vendeurs de produits « culturels ». Ainsi, nombre de PME et de TPE, moteur essentiel de l'économie en France, sont aujourd'hui en mesure de rivaliser avec des acteurs plus importants au travers de leurs boutiques électroniques, notamment pour les e-boutiques ultra spécialisées. En effet, ces dernières peuvent alors considérablement élargir leur zone de chalandise et aborder les marchés internationaux en proposant des produits spécifiques et à forte valeur ajoutée.

L'essor des e-commerçants s'explique également par leur capacité à être visibles ! Ce point est un élément fort pouvant fortement améliorer leur performance. Se livre alors la bataille du référencement visant à rendre le plus rapidement accessible le portail de vente en ligne. Créer une boutique en ligne représente donc un certain investissement mais reste très largement profitable au regard de points de vente traditionnels : moins de charges, un modèle de fonctionnement plus flexible (gestion des stocks, flux tendus, charges de personnel...).

Au-delà des politiques tarifaires attractives qui expliquent le succès des sites e-commerce, la croissance exponentielle des professionnels du secteur s'explique également par leur capacité à acquérir, animer et fidéliser leur base clients. Grâce à une approche personnelle et une communication ciblée, les e-commerçants créent des réflexes de consommation et contribuent à accroître leur pertinence auprès des consommateurs. Les exemples d'innovation ne manquent pas : ciblage comportemental, ciblage sur-mesure, outils d'animation, ventes promotionnelles...

Véritable pan économique à part entière, le e-commerce est donc un secteur désormais incontournable pour les marques et les enseignes désireuses d'accéder à de nouveaux marchés et d'accroître leur rentabilité. Il n'en reste pas moins que pour arriver à ce cercle vertueux, il convient de parfaitement s'imprégner des attentes des internautes et de déployer des infrastructures techniques et des stratégies marketing dédiées, le rapport à la clientèle étant considérablement différent de celui opéré sur des canaux traditionnels.

A n'en pas douter, le e-commerce devrait continuer à afficher une croissance musclée ces prochaines années. Cette dernière devrait à la fois être soutenue par l'amélioration continue des infrastructures et services proposés mais également par la banalisation et la généralisation de l'acte d'achat sur Internet par des consommateurs toujours plus nombreux et sensibles à un mode de communication online.