



Quelle est la place de Monaco face au réchauffement climatique?

► PASSEZ VOTRE SOURIS

ACTUALITÉS CHALLENGES < ENQUÊTES 10.11.2010

[Réagir à l'article](#)

100 sites-clés de l'e-commerce

Bientôt 60 millions de cyberconsommateurs ? Acheter en ligne est désormais à la portée de tous, et plus aucun secteur n'échappe au phénomène. Challenges a fait une sélection parmi les 70 000 sites marchands français.

Ni les grèves, ni la pénurie d'essence, ni les jours fériés n'arrêteront la déferlante de l'e-commerce. Tous les mois, 300 000 personnes découvrent l'achat sur Internet. Cette année encore, les marchands de la Toile vont battre des records. « On devrait atteindre les 32 milliards d'euros de chiffre d'affaires », pronostique Marc Lohvier, délégué général de la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad). L'équivalent des recettes annuelles d'un groupe comme Auchan ! En 2011, la fièvre acheteuse ne retombera pas.

« L'an prochain, la croissance sera de 20 %. Et autant en 2012 », affirme Delphine David, de l'institut Xerfi. Il n'y a pas d'équivalent dans l'économie française. C'est la ruée vers l'or ! Plus un domaine n'y échappe. Deux sites marchands se créent

toutes les heures. On en compte plus de 70 000 à ce jour en France. Faire ses courses derrière son ordinateur est à la portée de tous. Selon le Crédoc, près des trois quarts des Français ont commandé sur le Net au cours des douze derniers mois. Pour acheter leurs lunettes de vue, recevoir des légumes bio, commander les pneus de leur voiture, réaliser le meuble de leurs rêves, configurer leur future maison, essayer virtuellement un jean, troquer leur tondeuse contre une machine à laver, négocier à plusieurs l'achat d'un téléviseur...

Comment expliquer un tel engouement ? Avant tout, le taux d'équipement des Français ne cesse de s'améliorer : 60 % des foyers ont accès à Internet. Et la très grande majorité d'entre eux surfent en haut débit. « A la différence des Italiens, les Français ont tous une carte bancaire, ce qui facilite les paiements en ligne », souligne Marc Schillaci, le président et fondateur d'Oxatis, une plate-forme qui accueille 600 sites d'e-commerce. Sans compter des réseaux de distribution fiables hérités de la vente par correspondance. Même La Poste a fait sa mue : emballage isotherme pour aliments frais, enveloppe sécurisée pour transport de bijoux, livraison dans tous les bureaux avec So Colissimo.

Du coup, l'offre sur la Toile explose. Internet n'est plus le terrain de jeu uniquement des géants du textile, de l'alimentaire et du high-tech. Chacun peut s'offrir une vitrine. Le petit commerçant de quartier élargit d'un coup sa clientèle à tout le territoire et au-delà. La boutique Univers Broderie installée dans la rue marchande de Fécamp (Seine-Maritime) livre aujourd'hui ses fils et ses toiles jusqu'aux Etats-Unis et au Japon. Philippe David, ex-cadre d'Auchan, a d'abord créé un site de perles, puis de tricots, de chaussettes, d'essuieglaces et enfin de rasoirs qui est devenu la référence en matière d'épilation pour les femmes. GDböbalcons est spécialisé dans les fleurs artificielles. Son site propose plus de 800 références. Mais la notoriété et la confiance ne se gagnent pas en un jour. « Quand un e-commerçant se lance, un visiteur sur 1 000 seulement passe commande », relativise Marc Schillaci.

Pourtant, les uns après les autres, les freins à l'achat en ligne sautent. De nouvelles technologies permettent de mieux apprécier les produits : 3 D, webcams, films de synthèse deviennent des outils courants pour vendre. Grâce à la « réalité augmentée », le site Achatdesign.com propose d'intégrer un meuble sur une photo de son intérieur avant de se décider. Plus spectaculaire encore, la marque textile Bonobo a mis au point une cabine d'essayage virtuelle sur son site Letopdeleto.com : à partir d'une photo ou avec sa webcam, l'internaute peut, de chez lui, « revêtir » toute la collection de cette enseigne. Tout aussi innovant : des opticiens en ligne ont développé un logiciel de mesure d'écart pupillaire afin de permettre l'essai virtuel de lunettes.

La révolution mobile

Internet bouscule les règles de la distribution. Les acteurs historiques de l'e-commerce créent des galeries commerciales géantes : au-delà des produits high-tech, Pixmania est maintenant présent dans la bagagerie, la puériculture, la jardinerie. « Au deuxième semestre 2011, nous allons investir le marché de l'occasion », révèle Jean-Emile Rosenblum, cofondateur du groupe. Tous repoussent leurs murs virtuels : eBay, Amazon, Fnac. La première market place française, Rue du Commerce, a vu ses ventes s'envoler de 130 % en 2009. De nouvelles pratiques émergent : les internautes se regroupent pour acheter moins cher sur Groupon ; ils louent leurs effets personnels pour quelques jours sur Zllok ; ils organisent des ventes événementielles entre eux sur Vente Amis ; ils participent à la création de nouvelles collections textiles sur BrandAlley. La montée en puissance de l'Internet mobile annonce d'autres révolutions. Le m-commerce est déjà une réalité. A tout moment et où qu'il soit, le consommateur peut acheter ses billets d'avion sur l'agence en ligne Opodo, un canapé en cuir sur le site de La Redoute, ou encore une veste sur le nouveau portail de Zara. Quelque 8 % des Français l'ont déjà fait avec leur smartphone. Lors de son 10^e anniversaire, eBay France a annoncé que le m-commerce sera « la priorité » des dix prochaines années. L'an dernier, le groupe a réalisé 600 millions de dollars de ventes par ce canal dans le monde, il vise 1,5 milliard cette année. En photographiant simplement le code-barres d'un produit, l'internaute voit apparaître instantanément toute l'offre de eBay : neuf et occasion. Le client est enfin roi.

Taille texte

Imprimer

Envoyer

Par taguer

Translate

4 personnes

LE NOUVEAU

Leclercdrive.fr

Offre : 4 500 références alimentaires.

Païement : CB.

Livraison : à retirer sur place.

- C'est Auchan qui a inventé le drive, mais Leclerc a déjà doublé son concurrent sur ce concept qui propose de faire ses courses sur le Net et d'aller chercher sa commande toute prête à l'entrepôt. Leclerc dispose de 54 drives et en ouvrira 100 en 2011. L'enseigne annonce les mêmes promotions sur le Net qu'en magasin.

Les insolites

joaillerie

LA REFERENCE

Adamence.com

Offre : 2 500 références et 11 000 diamants.

Païement : CB, American Express, virement.

Livraison : 10 jours ouvrables au maximum.

- Créé en 2005, Adamence est le pionnier de la vente de joaillerie sur Internet. Le choix de bijoux, avec diamants, est très large. Même avec des prix de 20 à 40 % moins élevés qu'en boutique, le panier moyen est supérieur à 1 000 euros, soit le plus élevé de l'e-commerce.

L'OUTSIDER

Boucheron.fr

Offre : toutes les gammes sauf la haute joaillerie.

Païement : CB, American Express, virement.

Livraison : 10 jours à 8 semaines.

- Toutes les collections du joaillier de la place Vendôme sont en vente sur son site ouvert en septembre 2007. L'éventail de prix est large : à partir de 750 euros pour une alliance jusqu'à plus de 40 000 euros pour des boucles d'oreilles en diamant. Et Boucheron vient encore d'innover : depuis la mi-octobre, grâce à l'application MyBoucheron.com, l'écran d'ordinateur devient un miroir magique permettant d'essayer virtuellement une vingtaine de bagues et de montres. Pour cela, il suffit d'un simple morceau de papier autour du doigt et du poignet, et d'une webcam.

LE NOUVEAU

Mauboussin.fr

Offre : 250 références.

Païement : CB, virement.

Livraison : 48 heures à 8 semaines.

- Depuis plusieurs années, Mauboussin bouscule les codes de la profession avec ses bijoux aux noms originaux. Il a ouvert en juin son site d'e-commerce grâce auquel il espère réaliser un chiffre d'affaires compris entre 6 et 8 millions d'euros. Premier prix : une alliance à 260 euros.

jouets

LA REFERENCE

Eveilejeux.com

Offre : 6 000 références pour les enfants de 0 à 12 ans.

Païement : CB, American Express, Finaref, chèque.

Livraison : 24 heures ou 6 à 8 jours.

- Ce site frappe d'emblée par son ergonomie : la navigation est intuitive. On y retrouve tous les éléments forts de cette enseigne comme les jeux éducatifs ou les loisirs créatifs. Un onglet « parents pilotes » apparaît sur les articles recommandés par les consommateurs qui testent les nouveautés. Un logiciel, « trouver le cadeau idéal en un clic », construit sous la forme d'un tableau à double entrée (prix et âge), facilitera grandement le choix des parents. A noter que l'enseigne a été vendue par la Fnac en juin à IDGroup.

L'OUTSIDER

Jouéclub.com

Offre : 2 100 références.

Païement : CB, cartes Aurore et Ténor, chèques, mandat-lettre.

Livraison : 24 heures ; 48 à 72 heures pour les paquets volumineux.

- Le catalogue de ce pionnier de la vente de jouets en ligne (sur Internet depuis 1997) est accessible sur iPhone et iPad. Joué Club est le fournisseur officiel de l'arbre de Noël de l'Elysée.

LE NOUVEAU

Toysrus.fr

Offre : axée sur les grandes marques.

Païement : CB, American Express, carte-cadeau Toys«R»Us.

Livraison : 24 heures à 10 jours.

- C'était l'une des dernières grandes enseignes à ne pas avoir son site. Cette incongruité a été corrigée en septembre. Toysrus.fr met en avant les marques avec plus de 47 grandes références. Pour se distinguer du magasin, il dispose d'exclusivités promotionnelles.

produits frais

LA REFERENCE

Natoora.fr

Offre : 2 170 produits, dont 690 bio.

Païement : CB.

Livraison : 48 heures au maximum.

- Installé au marché de Rungis, cet e-commerçant livre dans toute la France des paniers de produits frais préparés à la demande. Son catalogue très complet comprend des centaines de produits : fruits et légumes, boucherie, charcuterie, traiteur, crèmerie et poissonnerie. La commande doit atteindre 50 euros au moins en Ile-de-France et 100 euros en province. Attention, les frais de port peuvent se monter à 19,99 euros ! En renseignant sa fiche d'inscription (taille du foyer, produits bio ou non...), chaque adhérent se voit proposer des paniers adaptés à son profil et peut consulter ses listes de course précédentes.

L'OUTSIDER

Tousprimeurs.com

- Ce site veut offrir un nouveau mode de consommation et de distribution des produits du terroir. Une relation directe entre producteurs et consommateurs pour faire baisser les coûts de transport et le nombre d'intermédiaires. Sept agriculteurs proposent des paniers de légumes et de fruits frais, bio ou pas, gourmet ou fraîcheur, à récupérer dans 127 points relais en région parisienne.

LE NOUVEAU

Monpoisson.fr

Offre : des dizaines de poissons selon arrivage.

Paiement : CB.

Livraison : sous 24 heures.

- Les Pêcheries de la Côtinière, entreprise familiale implantée depuis 1935 dans l'île d'Oléron, revendiquent le titre de premier cybermareyeur français. Le poisson est acheté deux fois par jour à la criée au fil des commandes puis emballé sous vide et livré dans un emballage spécifique dès le lendemain dans toute la France.

pièces auto

LA REFERENCE

Oscaro.com

Offre : l'essentiel des pièces automobiles du marché

Paiement : CB, chèque.

Livraison : 24 à 48 heures.

- C'est incontestablement le leader du marché. Créé en janvier 2001, ce site annonce être dix fois plus gros que son concurrent direct, Mister Auto. C'est le seul à mettre en ligne aussi visible les avis de ses clients. Il reconnaît perdre néanmoins de l'argent. L'explosion du nombre de références complique la logistique et finit par lui coûter très cher. Il vit très mal la concurrence des nouveaux entrants qui casseraient les prix. La cible ? Les amateurs d'automobile et de mécanique qui ont du temps libre pour bricoler. Oscaro craint de perdre sa place de leader avec l'arrivée sur le marché au printemps prochain d'une offre similaire du géant Amazon.

L'OUTSIDER

Mister-auto.com

Offre : 275 000 références.

Paiement : CB, chèque, virement.

Livraison : 24 à 48 heures.

- Compétitif, Mister Auto joue la carte du prix cassé. En limitant les intermédiaires, il peut annoncer des tarifs 40 % moins chers que dans le circuit classique. Le système de livraison est relativement rapide. En revanche, il faut s'armer de patience si l'on appelle le standard téléphonique !

LE NOUVEAU

Yakarouler.com

Offre : 350 000 références.

Paiement : CB, chèque.

Livraison : sous 48 heures.

- A la différence de ses concurrents, Yakarouler ne vend pas seulement des pièces détachées, mais il s'assure que celles-ci sont montées dans un des 500 garages agréés. L'idée est d'encadrer davantage la réparation. Chaque jour, 65 000 visiteurs s'y rendent.

optique

LA REFERENCE

Happyview.fr

Offre : 300 références.

Paiement : CB, PayPal.

Livraison : 2 semaines.

- C'est le premier à avoir tenté l'aventure de la vente de lunettes sur le Net. Le site propose des lunettes correctrices au prix record de 39 à 169 euros, loin des 300 euros en moyenne pratiqués en boutique. Il propose également un service d'essai à domicile de une à cinq paires.

L'OUTSIDER

Confortvisuel.com

Offre : 800 références.

Paiement : CB, PayPal.

Livraison : 24 heures à 2 semaines.

- Avec une dépense moyenne comprise entre 39 et 150 euros, ce site est imbattable. Autre avantage : il dispose d'une offre assez étendue qui va des lunettes au matériel d'optique de pointe pour professionnels. Mais c'est grâce à son showroom parisien que Confort visuel se démarque de la concurrence. Située à proximité de la tour Montpamasse, cette petite salle permet à l'internaute d'essayer ses lunettes. « *L'entrée du Crédit agricole à notre capital devrait nous permettre d'ouvrir d'autres showrooms* », indique Yves Jacquot, le fondateur du site.

LE NOUVEAU

Easy-verres.com

Offre : l'essentiel des verres correcteurs du marché.

Paiement : CB.

Livraison : 3 à 10 jours selon la nature des verres.

- C'est le site le plus original du secteur. Le modèle d'Easy-verres est hybride : le site vend des verres correcteurs à prix cassés (- 40 %), les livre à domicile et propose à ses clients de les faire monter auprès de son réseau de 640 opticiens partenaires. Economies garanties.

sport

LA REFERENCE

Decathlon.fr

Offre : articles de sport dans 54 disciplines.

Paiement : CB, chèques, carte cadeau.

Livraison : 72 heures au maximum.

- Site incontournable dans la vente d'articles de sport, Decathlon.fr est exhaustif. L'accent est mis sur les marques maison. Les avis des consommateurs constituent des aides à la décision. Le plus ? Les fabricants