



Etude de marché

EBP et Oxatis dressent le portrait de l'e-commerçant

Oxatis, fournisseur de solutions de conception de commerces en ligne, et EBP, dont il est le partenaire pour des produits de création de sites Web intégrés à la gestion commerciale, ont mené une étude auprès de 2 000 clients d'Oxatis afin de dresser le profil du e-commerçant, l'occasion de combattre quelques idées reçues. Il en ressort que l'e-commerçant n'est pas un jeune passionné d'informatique ; que 68% sont des hommes en pleine maturité professionnelle (44 ans en moyenne) ; que les sites marchands ressemblent aux magasins que l'on trouve dans des galeries commerciales ou des rues piétonnes (mode, beauté, loisirs, bien-être et décoration pour 41%) et qu'ils n'ont pas vocation à devenir des « hypermarchés du Net ». L'étude montre par ailleurs que l'activité du commerce en ligne est souvent complémentaire soit d'un magasin physique, soit d'une activité salariée (dans 65% des cas). 80% des commerçants traditionnels enregistrent une augmentation de leur chiffre d'affaires grâce à la vente en ligne (pour 38% d'entre eux, elle atteint au moins 10%, ce qui, dans la conjoncture actuelle, constitue une progression remarquable). Nous ne sommes qu'au début de la vague du e-commerce dans l'Hexagone (37 000 sites recensés en France, contre 80 000 en Allemagne et 100 000 en Angleterre).