Ventes sur Internet, la situation fin 2013 par les étudiants Droit et marketing de l'Université de Poitiers

vendredi 27 décembre 2013, par lpe

Les ventes à distance via internet progressent régulièrement. Où en est-on fin 2013 ?

La fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad) a récemment publié des données intéressantes. On y apprend notamment que le nombre de transactions est en hausse de 20% par rapport à l'année précédente, et que les français ont dépensé 12,2 milliards d'euros en ligne au cours du second trimestre 2013.
Par ailleurs, le nombre d'acheteurs continue d'augmenter et les sites marchands enregistrent des taux de croissance en moyenne supérieurs à 10%. En trois mois on a enregistré la création de 5000 nouveaux sites marchands, ce qui témoigne du dynamisme du secteur.

Quels sont les produits les plus concernés par cette croissance des ventes sur internet ?
Parmi les plus fortes progressions on peut citer le secteur de l'habillement avec 13% de hausse et le high tech/électroménager avec 7%. Les produits de grande consommation et le frais libre service sont également en phase ascendante, notamment en raison de la montée en puissance des services de drive dans les hypermarchés (préparation des commandes sur le point de vente, que le consommateur vient juste chercher avec son véhicule) et de la livraison à domicile. De plus en plus d'internautes achètent des produits alimentaires sur internet (3% de plus qu'en 2012).

Quelle est la valeur du panier d'achat moyen sur internet ?
Il progresse pour atteindre actuellement 87 euros, et l'on remarque parallèlement une hausse de la fréquence d'achat en ligne. En moyenne les consommateurs ont effectués 5,5 achats via internet et dépensé 476 euros durant le second semestre 2013.
Enfin, les ventes via les téléphones mobiles et les tablettes, certes encore modestes, poursuivent également leur envol avec un doublement de leur proportion par rapport à l'an passé. Un rythme qui a de quoi nous rappeler les débuts prometteurs des achats sur ordinateur il y a une quinzaine d'années.

Sous l'impulsion de Sophie Nivoix, Maître de conférence HDR en Sciences de gestion, le Master 2 Droit et marketing de l'Université de Poitiers publie désormais dans le Petit économiste des articles liés aux recherches des étudiants.
Cette collaboration s'effectue en parallèle du partenariat noué entre les DCF (Dirigeants commerciaux de France) de Poitou-Charentes, le Petit économiste et le Master 2 Droit et Marketing de l'Université.