

Communiqué de presse

Paris, le 17 avril 2008

Résultats de l'étude EBP/Oxatis sur le profil du e-commerçant : STOP aux idées reçues sur la vente en ligne

Oxatis, fournisseur de solutions de création de sites marchands et son partenaire EBP, éditeur de logiciels de gestion, ont mené une étude auprès de 2000 clients Oxatis afin de dresser le profil du e-commerçant : quels sont les secteurs d'activité porteurs de la vente en ligne ? Quelle est la place du e-commerce dans leur activité ? Qui crée et gère leur site web ? Autant de questions auxquelles Oxatis et EBP ont tenté de répondre à travers cette étude.

[Première idée reçue - Il faut être jeune et doué en informatique pour créer son site de e-commerce](#)

FAUX : Le e-commerçant n'est pas un jeune passionné d'informatique. 68% des interrogés sont des hommes en pleine maturité professionnelle (44 ans en moyenne). Parce qu'il est en pleine maturité professionnelle, celui-ci est plutôt organisé et utilise des outils pour gérer son activité : 30% ont un logiciel de gestion et plus de 80% proposent un moyen de paiement en ligne. Il développe son site seul à l'aide d'une plateforme de création de site qui ne nécessite pas de connaissances techniques ou graphiques.

Précisons que plus d'1/3 des e-commerçants sont des e-commerçantes : la plupart d'entre elles se montrent d'ailleurs très performantes. D'ailleurs lors de la précédente édition de l'E-commerce Academy, 3 trophées sur 4 ont été remis à des e-commerçantes.

[Deuxième idée reçue - Proposer des produits qui s'adressent à un large public est plus porteur](#)

FAUX : En réalité, 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%). A la différence que ces sites marchands se spécialisent souvent dans des secteurs niches. Ils savent mettre en valeur leur catalogue et leur savoir-faire pour fidéliser leur clientèle. Ils n'ont pas vocation à devenir des hypermarchés du net.

64% des sondés se sont souvent lancés dans l'aventure pour assouvir à moindre coût et donc à moindre risque leur volonté créatrice. Le e-commerce constitue donc un formidable accélérateur de talents et génère pour les commerçants (boutique, entreprise) une augmentation de revenus non négligeables (plus de 37% d'entre eux ont enregistré une augmentation de revenus d'au moins 15%).

Pour moitié, le e-commerce est une opportunité de revenus supplémentaires en s'adressant non seulement aux particuliers mais aussi aux professionnels.

[Troisième idée reçue - La vente sur internet est chronophage](#)

FAUX : Avoir un site marchand est compatible pour 65% des sondés avec une autre activité professionnelle. La force de ce canal de vente réside dans sa capacité à être géré

professionnellement mais à des heures décalées : l'accessibilité 24h sur 24h d'une boutique en ligne n'est donc pas un avantage uniquement pour les clients.

La gestion à des heures décalées est d'ailleurs un des facteurs clés retenus par les sondés

Quatrième idée reçue - Les sites marchands sont une menace pour les magasins physiques

FAUX : L'étude montre que l'activité du commerce en ligne est souvent complémentaire, soit d'un magasin physique, soit d'une activité salariée (65% des sondés). 80% des personnes interrogées enregistrent une augmentation de leur chiffre d'affaires grâce au e-commerce. 38% d'entre eux ont même souligné une augmentation d'au moins 10%, ce qui, dans la conjoncture actuelle, constitue une progression remarquable.

Cinquième idée reçue - le e-commerçant n'est pas organisé

FAUX : L'étude montre que plus son CA augmente, plus il s'équipe pour gérer ses commandes, son stock, et ses factures... On remarque aussi que les sites qui investissent le plus en marketing on-line (achats mots clés), sont ceux qui performant le mieux : la moitié ont observé une progression de leur CA supérieure à 10 % - et même le quart enregistrent une progression d'au moins 25%.

Précisons enfin que 35% des sondés vivent essentiellement de leur site e-commerce.

"Nous constatons que cette étude met bien en avant ce que nous observons au quotidien chez nos clients : créer soi-même son site est somme toute à la portée de tout le monde. L'enjeu réside dans la promotion du site auprès d'une clientèle certes très large mais aussi très éclatée. Finalement en utilisant une plateforme de vente en ligne comme Oxatis et en suivant les conseils associés, un marchand sérieux devient rapidement un excellent e-Commerçant. Le e-commerce en France dispose encore d'un énorme potentiel," se réjouit Marc Schillaci, PDG d'Oxatis.

"L'un des enseignements de notre étude est qu'un e-commerçant est avant tout un commerçant. Il est donc essentiel qu'il utilise des outils professionnels notamment pour sa gestion», souligne Etienne Astruc, Directeur Marketing d'EBP Informatique.

Avec 37 000 sites marchands en 2007, soit une progression de 54% par rapport à 2006 (source fevad), le e-commerce se développe rapidement. Internet a généré un chiffre d'affaires de 16 milliards d'euros en 2007, soit une croissance de 35% par rapport à 2006 (contre 20% l'année précédente), et voit chaque année de nouveaux acteurs émerger sur le net.

Nous ne sommes qu'au début de la vague e-commerce en France (37.000 sites en France contre 80.000 en Allemagne et 100.000 en France). Tous les clignotants sont au vert : différents acteurs comme Oxatis avec une plateforme de création de sites marchands fiable et sécurisée et EBP, qui facilite la migration de bases clients, produits, photos et gère les stocks de manière dynamique permettent au futur e-marchand de se lancer dans l'aventure internet sans engager des ressources énormes et sans connaissance technique. Ainsi, il ne lui reste qu'à se concentrer sur le métier qui reste finalement le sien : la vente.

A propos d'Oxatis

Oxatis est une plateforme de création de sites marchands permettant aux TPE-PME, aux artisans, commerçants ou indépendants de publier leur site web vitrine ou de e-commerce, sans compétence technique et moyennant un investissement très mesuré et surtout sans engagement de durée.

Que ce soit un site vitrine, un catalogue en ligne, un site de e-commerce (panier d'achat, solutions de paiement) ou du Webmarketing (référencement, achat de mots-clés, inscription aux moteurs marchands) Oxatis fournit tous les outils qui permettent de réaliser un site soi-même, avec un résultat hautement professionnel.

Oxatis propose trois packs, adaptés à chaque besoin, à 20 €, 35 € ou 50 € par mois.

La société, basée à Marseille, créée en 2001 par Marc Schillaci (blog www.marcschillaci.com), Oxatis permet à plusieurs milliers de marchands de pratiquer simplement l'e-Commerce.

Plus d'informations sur www.oxatis.com

E-commerce Academy www.e-commerce-academy.com

Blog du dirigeant www.marcschillaci.com

A propos d'EBP

Editeur majeur de logiciels de gestion, EBP encourage les créateurs et les entrepreneurs à s'informatiser pour piloter leur activité commerciale, tout en se consacrant à leur coeur de métier. Depuis 1984, EBP s'est affirmé comme un éditeur de logiciels de gestion incontournable, grâce à une offre complète (business plan, comptabilité, gestion, paye), simple d'utilisation, constamment mise au fait des évolutions légales et accompagnée de services de haute qualité. Aujourd'hui, le groupe EBP réalise un chiffre d'affaires de 27 M€ et compte 300 collaborateurs basés au siège, à Rambouillet (78), en région ainsi que dans ses filiales européennes, en Suisse en Espagne et en Belgique. En juin 2006, Itool Systems a rejoint le groupe EBP en tant que filiale ASP. Espace Presse EBP : <http://www.ebp.com/fr/societe/presse.aspx>

Contacts presse EBP

Clipping-traitdunion

Aurélie Négrier / Florine Lainé

Tel. : 01 44 59 68 90 / 01 44 59 69 04

aurelie@clipping-tu.com / florine@clipping-tu.com

Contact Presse Oxatis

Eliotrope

Gilles Lyonnet

01 53 17 16 44

lyonnet@eliotrope.fr

Annexes

Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

	Nb	% cit.
Moins de 20 ans	1	0,3%
20 - 24 ans	14	3,7%
25 - 29 ans	27	7,2%
30 - 34 ans	43	11,5%
35 - 39 ans	58	15,5%
40 - 44 ans	82	21,9%
45 - 49 ans	54	14,4%
50 ans et plus	95	25,4%
Total	374	100,0%

Classe modale : 50 ans et plus

Age médian : 42,7 ans

La vente en ligne est-elle votre activité principale ?

	Oui	Non	Total
Au moment du lancement du site	34,5%	65,5%	100,0%
Aujourd'hui	35,8%	64,2%	100,0%
Total	35,2%	64,8%	100,0%

Quelles sont les principales motivations qui vous ont poussé à faire du e-commerce ?

	Effectifs	Fréquence
Augmenter le CA	191	51,1%
Fonctionner en 24h/24h	149	39,8%
Accroître la notoriété	137	36,6%
Créer une nouvelle activité	125	33,4%
Créer mon entreprise	117	31,3%
Réduire certains coûts	88	23,5%
Tester une idée	87	23,3%
Avoir un revenu complémentaire	82	21,9%
S'ouvrir sur l'international	81	21,7%
Fidéliser la clientèle existante	78	20,9%
Proposer des Ventes Privées	13	3,5%
Profiter des périodes de soldes sur Internet	3	0,8%
Autre	19	5,1%
Total des répondants	374	312,8%

Plusieurs réponses possibles

Cette progression du CA est de l'ordre de :

	Nb	% cit.
Moins de 10%	90	42,3%
Entre 10 et 15%	32	15,0%
Entre 15 et 25%	21	9,9%
Entre 25 et 50%	13	6,1%
Plus de 50%	15	7,0%
Ne sait pas	42	19,7%
Total	213	100,0%

Question posée aux 213 clients qui ont vu leur CA progresser grâce au e-commerce