

I] La stratégie dite "multicanal" est le fait d'apparaître aussi bien de façon physique avec la présence de magasins, en vente à distance ou en récession, qu'en internet afin de toucher le plus de clients possible.

2) Le commerce électronique a stabilisé certains secteurs économiques.

En effet, les nouvelles technologies ont rendu certains articles du quotidien inutiles. Nous avons donc dit au revoir aux cassettes Audio et aux CD, parfois même aux livres. Pour laisser apparaître disque dur et autre clé USB. De ce fait, certaines entreprises comme "Tower Records" et sa centaine de magasins, n'ont pas résisté à cette nouvelle ère au profit de nouvelles entreprises 2.0.

Le tourisme est également touché car les tour-opérateurs du net opèrent parfois des prix tellement bas que les hôteliers ne peuvent plus suivre. Dans les meilleurs des cas, ils se retrouvent sous-traitants surexploités, dans la pire des séries ils sont contraints de mettre la clé sous la porte.

En conclusion, nous pouvons affirmer que les secteurs les plus touchés sont ceux qui ne peuvent suivre l'évolution du e-commerce.

3) Le commerce de détail porte sur la vente de produits de biens ou de service aux particuliers, aussi appelé "Retail".

4) Dans les différents textes le mot réseau a plusieurs sens ainsi dans le texte 3 il décrit un ensemble de professionnels d'un même secteur d'activité. Dans le document 4, il représente un groupe de personnes. Et pour finir dans le document 8 il définit un ensemble de magasins appartenant à une même enseigne.

5) L'expression "garde-fus", dans le document 7 représente une protection physique ou technologique contre les pirates informatiques.

II 1 a)

Année	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
CA WEB Annuel en MDE	1,5	2,01	2,69	3,6	4,82	6,46	8,66	10,05	11,66

b) Détails des calculs:

Année 2003: Nous savons que le CA WEB de 1999 était de 0,15 MDE et qu'il a été multiplié par 10 entre 1999 et 2003.

$$0,15 \times 10 = 1,5 \text{ mde}$$

$$\boxed{\text{Année 2003} = 1,5 \text{ mde}}$$

le CA WEB de l'année 2003 est de 1,5 mde

Année 2007: Après calcul nous avons obtenu le CA WEB de l'année 2006 pour un montant de 3,6 MDE. l'augmentation moyenne annuel est de 34%

$$\frac{3,6 \times 34}{100} = 4,82 \text{ mde}$$

$$\boxed{\text{Année 2007} = 4,82 \text{ MDE}}$$

le CA WEB de l'année 2007 est de 4,82 MDE

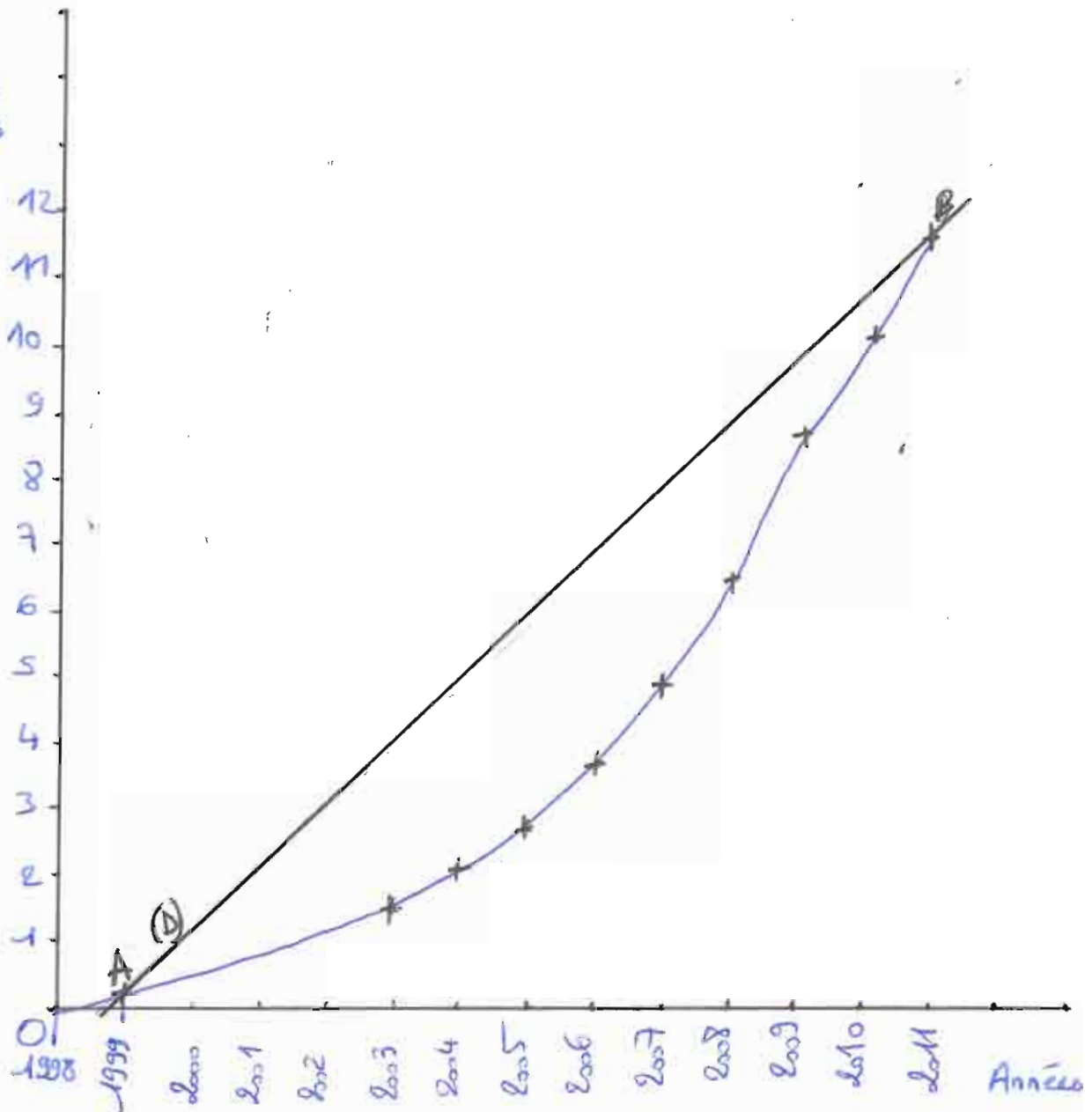
Année 2010: le CA WEB de l'année 2009 était de 8,66 MDE. d'augmentation du CA web était de 16%

$$\frac{8,66 \times 16}{100} = 10,05$$

$$\boxed{\text{Année 2010} = 10,05 \text{ MDE}}$$

le CA WEB de l'année 2010 est de 10,05 MDE

2)

montant
CA WEB
en MDE

a) Le CA WEB est en constante évolution, il a presque été multiplié par 25 en 16 ans seulement. Il a connu une croissance fulgurante.

c) Si l'on considère que la droite D représente l'évolution approchée du CA WEB, en 2015 il devrait avoisiner les 15 MDE.



de E-commerce a une quinzaine d'années seulement et pourtant, il donne du fil à retordre aux plus grands magasins. Mais à quoi est dû son succès?

Premièrement, l'évolution des conditions de vie des Français. En effet, ces derniers travaillent plus et parfois en foraine décalés. Ils ont donc moins de temps à consacrer aux emplettes. De ce fait, ils profitent plus facilement d'une petite pause au travail ou d'une soirée dans le canapé pour se connecter et choisir tranquillement les chaussures du petit dernier. Je parle en connaissance de cause car je cumule un emploi à temps partiel et une autoentreprise et il m'est également difficile de me rendre en magasin aux horaires d'incertitude.

De plus, le prix est bien plus important qu'à la grande surface du coin, car sur le net il y a des milliers de magasins en ligne prêts à répondre au moindre de nos besoins. Il y est donc bien plus simple de trouver notre bonheur, notamment grâce aux moteurs de recherche tel que "google" ou "yahoo".

Oui, mais! C'est risqué de payer en ligne! me dinez-vous?

Nous devons vivre avec notre temps! L'heure est au numérique et les banques l'ont bien compris. Et mettent en place une ribambelle de systèmes de sécurité de paiement, pour minimiser au maximum les risques de piratage sur chaque transaction.

Prenons par exemple, la E-carte bleue. Celle-ci est une carte dématérialisée qui gère des codes différents pour chaque achat ou pour une durée limitée. Ce qui rend plus difficile l'accès à vos coordonnées bancaires, par les utiliser sur internet à l'hygiène.

Ma banque quant à elle m'envoie après chaque règlement par internet un accusé de réception sous la forme d'un SMS directement sur mon téléphone portable.

Dans le cas, où je n'aurais effectué aucune transaction, il me serait bien plus facile et rapide de faire opposition.

Il existe également des cartes bancaires prépayées que l'on recharge comme une carte téléphonique chez le marchand de coin. Cette dernière solution est plus sécurisée car il n'y a aucun lien avec le compte bancaire du porteur de la carte. Et reste à un coût abordable.

En conclusion, il est vrai que le E-commerce nous fait perdre le contact avec les commerçants, mais il nous permet un gain de temps et d'argent, non négligeable actuellement. Grâce aux économies réalisées par les "pure players" ou magasins exclusivement sur internet. Qui n'ayant pas de local commercial font des économies de charges, qui ils ne répercutent donc pas sur le prix de vente aux clients. Quant au mode de règlement sur internet, en jour qui sait ? Peut-être réglerons-nous directement en présentant notre visage à notre webcam.