

Merci à TM

membre du site

Répondez aux questions:

www.devenez-fonctionnaire.fr

pour le partage de sa copie



N° de candidat

Date de l'épreuve 05/10/15

Nombre d'intercalaires

Partie dédiée au correcteur

- Note :

12,25

Stratégie commerciale : l'occurrence de la possibilité pour le consommateur d'utiliser un commerce (e-commerce) associé au commerce physique sur le terrain. Ils sont complémentaires et constituent une ressource (multi = "plusieurs" possibilités pour agir en complémentarité).

En effet, le commerce électronique déstabilise certains équilibres économiques. Force est de constater qu'aux Etats Unis, un certain nombre d'entreprises ont disparu notamment dans le secteur de la distribution se concrétisant par des cessations d'activités. Le commerce électronique a littéralement anéanti certaines entreprises locales. Ce sont les habitudes de consommation qui sont à l'origine de part un essor phénoménal du commerce électronique. En définitive, les entreprises n'ont pas réussi à s'adapter aux changements et n'ont pas envisagé suffisamment tôt d'autres modes possibles de lutter contre le e-commerce. Pouvoir choisir de vendre son produit sans se déplacer s'est généralisé. Le secteur du tourisme est lui aussi menacé d'autant plus que nous pouvons réserver en ligne. Les grosses structures prennent une longueur d'avance. Le consommateur a de plus en plus de choix impressionnants, compare puis choisit.

Commerce de détail:

Le commerce de détail définit le secteur de la vente au détail pour une grande partie (1/4 des ventes). Il concerne les produits de grande consommation (électroménager, cosmétique, alimentation, etc.). Il domine le commerce électronique. Le commerce de détail en ligne est en progression constante. Le commerce au détail s'oppose au commerce en gros. Le commerce au détail concerne essentiellement les particuliers.



## I°] Répondez aux questions:

1] « stratégie multicanal »: une stratégie définit une manière de procéder en l'occurrence la possibilité pour le consommateur d'utiliser un commerce en ligne (e-commerce) associé au commerce physique sur le terrain. Ils sont complémentaires et constituent une ressource utilisée (multi = "plusieurs" possibilités pour agir en complémentarité).

2] En effet, le commerce électronique déstabilise certains secteurs économiques. Force est de constater qu'aux Etats Unis, un certain nombre d'entreprises ont disparu notamment dans le secteur de la distribution se convertissant par des cessations d'activités. Le commerce électronique a littéralement anéanti les entreprises locales. Ce sont les habitudes de consommation qui en sont à l'origine de part un essor phénoménal du commerce électronique. En définitive, les entreprises n'ont pas réussi à s'adapter aux changements et n'ont pas proposé suffisamment d'autres modes possibles pour lutter contre le e-commerce. Pouvoir choisir de chez soi son produit sans se déplacer s'est généralisé. Le secteur du tourisme est lui aussi menacé d'autant plus que nous pouvons réserver en ligne. Les grosses structures hôtelières prennent une longueur d'avance. Le consommateur y trouve des choix impressionnants, compare puis choisit.

## 3] Commerce de détail:

Le commerce de détail définit le secteur de la vente en ligne pour une grande partie (1/4 des ventes). Il s'agit là de produits de grande consommation (électroménager, informatique, alimentation, p...). Il domine le commerce électronique et le commerce de détail en ligne est en progression constante. Le commerce au détail s'oppose au commerce en gros. La vente au détail concerne essentiellement les particuliers.



4°) Définir:

a) "Réseau": Un réseau constitue des "ressources" (moyens humains, matériels, ...) sur lesquelles le consommateur va pouvoir se faire une opinion avant d'acheter. Des réseaux tels "twitter", "facebook", permettent d'échanger des idées en communiquant afin d'apprécier le maximum et ensuite agir en connaissance de cause le plus efficacement possible. Un réseau est composé de plusieurs paramètres qui sont supposés donner un reflet significatif d'une situation.

b) "Garde-fous":

Ce sont des garanties qui servent de protection indispensable à chaque individu. Ils sécurisent un parcours afin d'agir de manière appropriée.

II) En 1999, le chiffre d'affaire WEB était de 0,15 milliards d'euros.

1999 : 0,15 milliards d'euros.

2003 : ~~1,5 milliards d'euros~~ 1,5 milliards d'euros.

~~2004~~

2004 :  $1,5 \text{ Md€} \times 34\% = 2,01 \text{ milliards d'euros}$

2005 :  $2,01 \text{ Md€} \times 34\% = 2,7 \text{ milliards d'euros}$

2006 :  $2,7 \text{ Md€} \times 34\% = 3,6 \text{ milliards d'euros}$

2007 :  $3,6 \text{ Md€} \times 34\% = 4,82 \text{ milliards d'euros}$

2008 :  $4,82 \text{ Md€} \times 34\% = 6,45 \text{ milliards d'euros}$

2009 :  $6,45 \text{ Md€} \times 34\% = 8,65 \text{ milliards d'euros}$

2010 :  $8,65 \text{ Md€} \times 16\% = 10,04 \text{ milliards d'euros}$

2011 :  $10,04 \text{ Md€} \times 16\% = 11,6 \text{ milliards d'euros}$

# Chiffre d'affaire WEB 2003 à 2011

Année	Evolution en %	Valeurs
2003	(x 10% entre 1999 et 2003)	1,5 Md'€
2004	+ 34%	2,01 Md'€
2005	+ 34%	2,7 Md'€
2006	+ 34%	3,6 Md'€
2007	+ 34%	4,82 Md'€
2008	+ 34%	6,45 Md'€
2009	+ 34%	8,65 Md'€
2010	+ 16%	10,04 Md'€
2011	(+ 1,56 Md'€)	11,6 Md'€

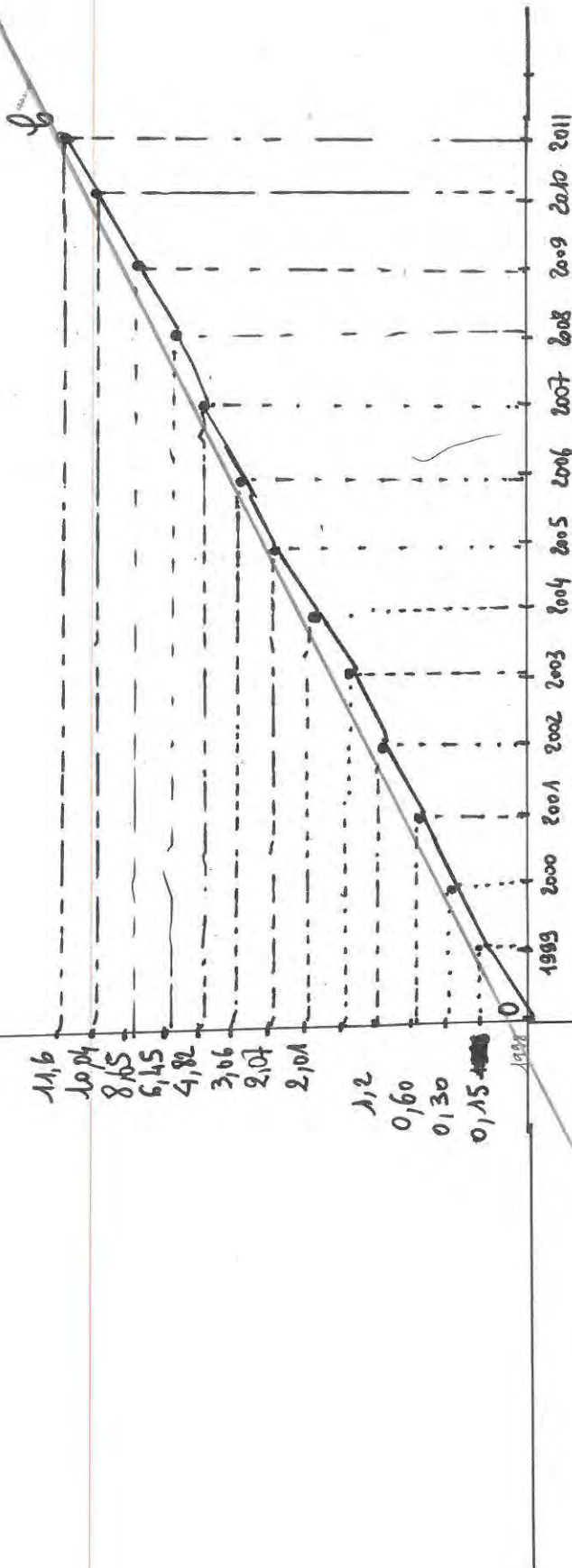
②

Soit un repère orthogonal de centre O (années en abscisses et montants en ordonnées).

www.2fonctionnaire.fr



Titre: Evolution du C.A. WEB 1999 à 2011



D droite D

$$\frac{(11,6 \text{ Md}\text{€} - 0,15 \text{ Md}\text{€}) \times 100}{0,15 \text{ Md}\text{€}} = \boxed{+7633}$$

La variation entre 1999 et 2011 :

On constate une évolution significative de la courbe entre 1999 et 2011. Elle est croissante puisque sa progression a été de 34% /an entre 2004 et 2009. Par contre, depuis 2010, cette progression diminue de 16% de même que pour 2011. Pour 2015, le chiffre d'affaire WEB sera encore à la hausse.

### III<sup>o</sup> Rédaction

Dans un contexte de maintien en équilibre de la dépense publique et de réduction des effectifs dans un certain nombre de secteurs économiques, l'Etat n'est pas sans accorder une attention particulière à la question relative au commerce électronique dans notre société.

C'est dire, toute l'importance que représente cet enjeu, révélateur de déséquilibres importants.

Notre réflexion s'articulera tout d'abord autour d'un bilan, état des lieux d'une situation générant le succès de cet impact. Dans un second temps, nous examinerons les résolutions à mettre en œuvre afin de garantir la sécurité des usagers.

Les ventes sur internet "explorent" depuis quelques années et tous les secteurs du commerce sont concernés par ce phénomène. La vente en ligne attire les consommateurs à plus d'un titre. Ce sont plus de 53 milliards d'€ de ventes de biens et de services en 2012, un chiffre d'affaire colossal. L'effet de mode, la tendance expliquent ce constat, des nouveaux comportements en quelque sorte. De chez soi, chacun peut acheter librement ce qu'il désire sans partir. Ce sont les entreprises de service et de détails qui ont augmenté leurs ventes de manière significative. Une raison qui explique cela, c'est essentiellement le choix proposé sur des sites en ligne à foison.

Le consommateur compare, évalue avant de faire son choix car il offre à lui une multitude de possibilités d'achat. Les offres sont démultipliées et le jeu est agréable. Il suffit de "surfer" sur le web.

Le consommateur n'a pas toujours le temps de se déplacer après une journée de travail, l'accès est facile de cette



manière. Il peut choisir un produit quel qu'il soit et prendre son temps avant de décider. La vente à distance a "le vent en poupe" et c'est peu dire ! les dépenses des français le prouvent en 2014.

Face à ce constat, quels moyens disposons-nous pour pouvoir assurer la sécurité du consommateur ? C'est tout d'abord la question du paiement par Internet qui se pose. Une carte de paiement permet de régler en ligne ses consommations. Des actes de piratage sont détectés, malveillance chez certains, escroquerie à la carte bancaire. D'où un sentiment de peur qui s'installe peu à peu et gagne du terrain, en dépit des sites dits "sécurisés". On réfléchit sur des nouveaux systèmes de paiements renforcés dans leur sécurité afin de lutter contre les actes d'incivilité. (carte équipée d'un code dynamique, à empreintes digitales, reconnaissance vocale et autres recherches... Les banques étudient de nouveaux procédés pour renforcer la sécurisation des paiements mobiles. D'autre part, le contrôle des prix est renforcé par l'Etat qui met ses services en œuvre pour vérifier la conformité de la réglementation. (prix, anomalie...) par la DGCCRF.

Commerce en ligne et magasins physiques ne peuvent-ils pas coexister afin que chacun trouve sa place ? Une complémentarité des deux n'est-elle pas envisageable ? Le consommateur doit trouver son compte, de même que les commerçants qui craignent de perdre leur emploi face au commerce en ligne. Sécuriser les transactions bancaires est un impératif incontournable.

On peut donc en conclure que la question relative au commerce électronique est complexe et qu'elle prend sa source dans une histoire de plusieurs années. Mais cette question est essentielle car elle permet d'appréhender les problématiques futures dans un contexte fortement imprégné par la mondialisation et les défis qui s'y rattachent.