

e-Commerce: Alapage étend ses offres

L'explosion du e-commerce en France n'est plus à démontrer. L'année 2004 illustre la maturité du commerce en ligne français porté par l'explosion des abonnements haut débit dans notre pays.

Selon l'indice de la Fevad (Fédération des entreprises de vente à distance), les sites de commerce sur internet ont en moyenne accru leurs ventes de 53% en 2004. Le commerce en ligne vers les particuliers représente désormais, hors services financiers, 5,5 milliards d'euros, selon la Fevad. En 2000, le e-commerce français générait 700 millions d'euros de chiffre d'affaires, 2,25 milliards en 2002, 3,6 milliards en 2003. Chacun veut donc profiter de ce phénomène. Surtout que le type d'e-produits vendus ne cesse de se diversifier. Alapage.com, filiale de France Télécom, a donc décidé d'étendre son catalogue. Au départ, le site était spécialisé dans la vente en ligne de biens culturels. Désormais, on y trouvera des produits d'électronique grand public, de l'Informatique des produits Image & Son. Alapage lancera également un service de billetterie avec plus de 4.500 manifestations et le téléchargement payant de logiciels. *« Cette dynamique a pour objectif de consolider le positionnement d'alapage.com grâce à une offre diversifiée, plus complète, qui répond efficacement aux attentes des internautes français »*, précise France Télécom. En effet, les produits culturels et électronique grand public représentent la majorité des achats en ligne : 3 acheteurs en ligne sur 4 ont en effet acheté des biens culturels en 2004 et 6 sur 10 ont acheté de l'informatique, des logiciels ou des jeux vidéo. Ces nouvelles références proviennent du célèbre site Marcopoly, spécialisé dans l'équipement de la maison et le high-tech, dont les activités seront à terme totalement prises en charge par alapage.com.