

Les Photos de la Journée du 24 novembre 2009 "Territoires de Demain"

Table ronde et e-commerce (Le futur du cyberachat)

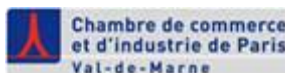


Table Ronde: André Jean-Marc **Loechel**, Président de la Fondation des Territoires de Demain, Pierre **Pognaud**, Conseiller technique à la Délégation pour l'action extérieure des collectivités locales du Ministère des affaires étrangères et européennes, Yves **Riallant**, Secrétaire Général de l'AFIGEO, Frédéric **Desclos**, CCIP, Hervé **Bodilis**, Directeur de l'innovation de France Télécom Orange, Nicolas **Tenzer**, Président pour le développement de l'expertise française à l'international et en Europe, Loris di **Pietrantonio** de la Direction Générale «Société de l'information et médias» de la Commission Européenne, François **Caron**, Président Directeur Général Empreinte.

Le Label de Territoire de Demain décerné à la ville de Saint Mandé Par André Jean Marc
Loechel, Président de la
"Fondation des Territoires de Demain"



François Veyreinc, Président de la Communauté de Communes de Privas-Rhône-Vallées, qui avait précédemment reçu le Label de "Territoire de Demain"



Lecture du Message envoyé par Madame la Secrétaire d'Etat par son conseiller technique
Fabrice Mattatia
Conseiller services numériques, Cabinet de la Secrétaire d'Etat chargée de la prospective et du développement de l'économie numérique.



Atelier e-commerce: Julien **DOSSIER**, Quattrolibri, Roger **FERNANDEZ**, Société Emencia, Gérard **PELIKS** - Expert sécurité, Romain **SION**, D. Commercial, Webpulser.

[Le Futur du cyber-achat](#)



Journée de Territoires de Demain 24 novembre 2009

1



ATELIER E-COMMERCE
LAURA GARCIA VITORIA
FONDATION TERRITOIRES DE DEMAIN
[HTTP://WWW.TERRITOIRES-DE-DEMAIN.ORG](http://www.territoires-de-demain.org)

Les chiffres les plus récents sur l'e-commerce

2

- **D'après l'Observatoire des usages Internet de Médiamétrie**, au 3ème trimestre 2009 il y avait **23 millions de cyberacheteurs** soit 420 000 acheteurs supplémentaires en un an (+2%). **En 3 ans, le nombre de cyberacheteurs a progressé de 43%.**
- Aujourd'hui près de 7 internautes sur 10 ont effectué un achat contre 6 sur 10 il y a 3 ans.
- Parallèlement, **le nombre d'acheteurs depuis un téléphone mobile enregistre une forte progression : +29%** par rapport au 3ème trimestre 2008, (étude de Médiamétrie - Nielsen Mobile).
- **Près d'un million d'utilisateurs de téléphone mobile (905 000) ont déjà effectué un achat via un téléphone.**
- **La féminisation de l'achat en ligne s'accélère** : au 3ème trimestre 2009 +11% de femmes cyberacheteuse.

LE COMMERCE ELECTRONIQUE D'AUJOURD'HUI

3

- L'audience les 5 premiers sites de vente de cosmétiques augmente de 19% en un an.
- Au 3ème trimestre 2009, de 2 internautes sur 3 (66,4%) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites du Top 15 e-commerce.
- L'audience des sites du top 15 progresse de 3% par rapport au 3ème trimestre 2008.
- 70% des internautes ont l'intention d'effectuer des achats de Noël en ligne, soit 2 points de plus que l'an passé.
- **La quasi totalité (96%) des internautes ayant acheté en ligne pour Noël 2008 souhaitent acheter en ligne cette année.**

Cinq questionnements prioritaires

4

Nous rentrons dans une nouvelle culture des liens entre individus, à la fois appuyée sur la technologie, mais aussi exploitée par elle.

- **Business modèles:** pour qui, pour quel service et à qui il est destiné? Quelles sont les règles?
- Comment sont constituées les bases de données des utilisateurs, par qui et avec quelle finalité?
- Je paie combien lorsque je clique sur le réel, à qui et pour quel service?
- Le réseau social et les hyper connectés sont-ils le principaux facteur de viralité?
- Quels sont les moyens de sécurité que l'on peut développer face à la menace du manque de sécurité?

Sept questions pour une prospective e-commerce

5

1. Comment faire d'un site e-commerce une vraie source de revenus?
2. Quelle place pour une réelle démarche éthique et durable?
3. Quelles sont les technologies qui font le plus progresser les ventes de biens ou de services?
4. Quels usages pour la 3D, l'immersion, la réalité augmentée?
5. Quelles sont les vraies tendances qui permettront de tels développements?
6. Quels regards prospectifs sur son évolution?
7. Comme prévoir l'évolution à moyen terme d'un site? Quel suivi de la clientèle pour la fidéliser?



JOURNÉE DE TERRITOIRES DE DEMAIN - 24 NOVEMBRE 2009

INTRODUCTION À L'ATELIER E-COMMERCE PAR LAURA GARCIA VITORIA

LES CHIFFRES LES PLUS RÉCENTS SUR L'E-COMMERCE

D'après l'Observatoire des usages Internet de Médiamétrie, au 3ème trimestre 2009 il y avait **23 millions de cyberacheteurs** soit 420 000 acheteurs supplémentaires en un an (+2%). **En 3 ans, le nombre de cyberacheteurs a progressé de 43%**.

Aujourd'hui près de 7 internautes sur 10 ont effectué un achat contre 6 sur 10 il y a 3 ans.

Parallèlement, **le nombre d'acheteurs depuis un téléphone mobile enregistre une forte progression** : +29% par rapport au 3ème trimestre 2008, (étude de Médiamétrie - Nielsen Mobile). **Près d'un million d'utilisateurs de téléphone mobile (905 000) ont déjà effectué un achat via un téléphone.**

La féminisation de l'achat en ligne s'accélère: au 3ème trimestre 2009 +11% de femmes cyberacheteuse.

LE COMMERCE ELECTRONIQUE D'AUJOURD'HUI

L'audience des 5 premiers sites de vente de cosmétiques augmente de 19% en un an. Au 3ème trimestre 2009, de 2 internautes sur 3 (66,4%) ont consulté, chaque mois, au moins un des sites du Top 15 e-commerce. L'audience des sites du top 15 progresse de 3% par rapport au 3ème trimestre 2008.

70% des internautes ont l'intention d'effectuer des achats de Noël en ligne, soit 2 points de plus que l'an passé. **La quasi totalité (96%) des internautes ayant acheté en ligne pour Noël 2008 souhaitent acheter en ligne cette année.**

CINQ QUESTIONNEMENTS PRIORITAIRES

Nous rentrons dans une nouvelle culture des liens entre individus, à la fois appuyée sur la technologie, mais aussi exploitée par elle.

1. **Business modèles**: pour qui, pour quel service et à qui il est destiné? Quelles sont les règles?
2. **Comment sont constituées les bases de données des utilisateurs**, par qui et avec quelle finalité?

3. Je paie combien lorsque je clique sur le réel, à qui et pour quel service?
4. Le réseau social et les hyper connectés sont-ils le principaux facteur de viralité?
5. Quels sont les moyens de sécurité que l'on peut développer face à la menace du manque de sécurité?

SEPT QUESTIONS POUR UNE PROSPECTIVE E-COMMERCE

1. Comment faire d'un site e-commerce une vraie source de revenus?
2. Quelle place pour une réelle démarche éthique et durable?
3. Quelles sont les technologies qui font le plus progresser les ventes de biens ou de services?
4. Quels usages pour la 3D, l'immersion, la réalité augmentée?
5. Quelles sont les vraies tendances qui permettront de tels développements?
6. Quels regards prospectifs sur son évolution?
7. Comme prévoir l'évolution à moyen terme d'un site? Quel suivi de la clientèle pour la fidéliser?

INTERVENANTS:

Julien **Dossier** de la société Quattrolibri, agence de conseil en innovation

Les TIC peuvent apporter des solutions à certaines problématiques auxquelles le monde doit aujourd'hui faire face:

1. Protection de l'environnement comme l'émission de gaz à effet de serre

Solution: des sites Internet permettent à des personnes d'organiser le co-voiturage afin de diminuer l'impact de leurs déplacements sur l'environnement

Exemple de site : www.123envoiture.com

2. Gestion des ressources naturelles

Solution: des sites Internet ou des réseaux sociaux organisent le recours à une agriculture biologique et à sa consommation.

Exemple de site: www.reseau-amap.org (Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne)

3. Optimisation des transports de personnes et de marchandises

Solution: l'optimisation du fret urbain qui est l'approvisionnement des points de vente dans les villes, afin de diminuer l'impact écologique du transport des marchandises

Exemple de site:

http://www.transports-marchandises-en-ville.org/article.php3?id_article=3 (étant donné que le fret urbain s'inscrit dans une nouvelle réflexion au niveau local et national, il n'y a pas encore d'utilisation concrète d'Internet dans ce domaine)

4. Gestion des produits manufacturés et des déchets

Exemple: donner une seconde vie aux produits de consommation en les revendant sur des sites spécialisés ou généraliste. Le web facilite grandement la mise en relation des vendeurs et des acheteurs.

Exemple de site : www.ebay.com

En ce qui concerne l'E-commerce, il est nécessaire, voir indispensable, de développer son offre et sa communication au niveau local.

Roger **FERNANDEZ** de la société Emencia qui commercialise la plate-forme Magento, solution de boutique en ligne.

1. Argumentaire commercial
2. Présentation de la société et ses autres prestations
3. Les fonctionnalités de la plate-forme
4. Chiffres: nombres d'utilisateurs de la plate-forme ...
5. Références clients

Avantage de cette solution: possibilité de proposer des offres ou des tarifs en fonction du profil BtoB ou BtoC de l'internaute qui se sera identifié.

Roman **Sion** de la société Web Pulser spécialisée dans la commercialisation de solutions développées en Open Source.

Argumentaire commercial:

1. Présentation de la société et ses autres prestations
2. Les fonctionnalités de la plate-forme
3. Chiffres: nombres d'utilisateurs de la plate-forme ...
4. Références clients
5. Présentation du projet FORGEOS (site vitrine et site e-commerce)

Avantage de cette solution: l'intuitivité du back office qui permet une prise en main et une maîtrise rapide de la gestion de sa boutique en ligne.

Hervé **HEULLY** fondateur de la société New 3S qui développe des sites en 3D avec une technologie danoise, a présenté la galerie d'art en 3D immersive (œuvres de l'artiste Pascal MOSCOVITZ) pour expliquer les applications possibles dans le cadre d'une boutique en ligne ou d'un site vitrine.

Roman **Sion** de la société Web Pulser spécialisée dans la commercialisation de solutions développées en Open Source.

Argumentaire commercial:

1. Présentation de la société et ses autres prestations
2. Les fonctionnalités de la plate-forme
3. Chiffres: nombres d'utilisateurs de la plate-forme ...
4. Références clients
5. Présentation du projet FORGEOS (site vitrine et site e-commerce)

Avantage de cette solution: l'intuitivité du back office qui permet une prise en main et une maîtrise rapide de la gestion de sa boutique en ligne.

SÉCURITÉ INTERNET: CYBERCRIMINALITÉ

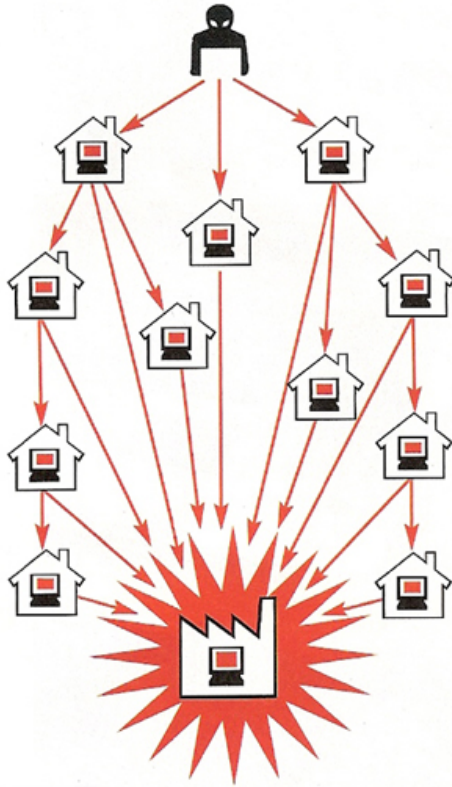
Gérard **PELIKS** spécialiste de la sécurité chez EADS

Mise en garde contre les risques liés à la présence sur le web, que ce soit à travers un site, un blog ou en utilisant les services Internet tels que la messagerie ou le réseau sociaux.

La plupart de gens n'ont pas conscience d'être des spammeurs. Le cybercriminel utilise de PC zombies ou bonets, dont il a pris le control grâce à un logiciel malveillant. Le PC contaminé se met aux ordres qui proviennent d'un serveur dont l'adresse a été communiquée à la victime au cours de l'infection. Ce serveur peut contrôler des millions de PC contaminés par un bot. 95% des SPAM sont envoyés par des ordinateurs «zombies» qui exécutent des ordres venus d'ailleurs. La France est au 6eme rang des pays qui émettent des SPAM, les États Unis la première place.

Le SPAM n'est qu'un des services que le botnet permet. Le commanditaire peut être votre concourant. Aujourd'hui c'est le business qui motive et c'est bien pour gagner un argent facile que le maître du botnet a conquis son réseau de zombies et l'exploite.

Le maître du botnet n'est qu'un exécutant, et un commerçant lui offre un service. Possédant un nombre impressionnant de postes de travail prêts à lui obéir, le maître du botnet va proposer aux enchères l'utilisation de son réseau de PC infectés en passant par des forums spécialisés ou le bouche à oreilles. Sa notoriété s'acquiert par le nombre de PC qui composent son botnet.



Pour attaquer votre concurrent ce sera un tarif dépendant de sa notoriété. Pour l'envoi de quelques millions de SPAM, ce sera fait moyennant un tarif à discuter. La loi de l'offre et de la demande joue aussi ici.

Les botnets de PC zombies généralisés qui permettent d'attaquer d'autres machines en dissimulant sa véritable identité. Botnet, désigne un ensemble d'automates logiciels, placés sur des ordinateurs personnels à l'insu de l'internaute et reliés entre eux, à des fins criminelles.

Le «maître du botnet» peut, par exemple, déclencher l'envoi d'une grande quantité de données inutiles dans un réseau pour le rendre inutilisable pour saturer sa bande passante ou provoquer le plantage des machines du réseau.

Le phishing est une technique permettant de récupérer des données personnelles et confidentielles d'un individu via un mail qui lui est adressé et qui proviendrait d'un tiers de confiance mais qui se révélerait être un pirate

informatique afin d'usurper son identité. Le phishing plus sophistiquées se sont ceux qui s'opèrent au travers des réseaux sociaux auxquels les internautes participent.

«Fraud-as-a-service» (FaaS): Le FaaS est un nouveau service qui permet entre autres via un système de distribution à grande échelle la création, la vente et l'achat sur Internet de nuisibles comme les virus, les trojan, ou du phishing

Le «cloud computing» est le stockage de données non plus sur des serveurs internes à l'entreprise mais sur des serveurs d'opérateurs externes qui leur louent l'espace et la bande passante. Le risque ici est que les serveurs sur lesquels les informations et les données de la société sont stockées, soient piratés.

La cybercriminalité représente un marché compris entre 100 et 1000 milliards de dollars. C'est une activité devenue plus lucrative que le trafic de drogue, 1 personne sur 5 en sera un jour victime.

La cyber-guerre: Attaque par des terroristes ou des Etats, eux-mêmes, de systèmes de surveillance, de contrôle ou de pilotage d'un autre Etat via le réseau Internet.

La séance a été conclut par des questions et des réponses de participants à cet atelier.