

# Internet chahute tout le commerce classique

**E-business** Plus aucun canal de distribution n'échappe à la sévère concurrence

Le commerce électronique chamboule les comportements des consommateurs au point de carrément parasiter le système de distribution classique. «De plus en plus de clients vont essayer des vêtements en boutique, avant de chercher ensuite le même produit moins cher sur Internet», raconte Alain Laidet, patron de la société lyonnaise Ebusiness.com, qui organisait jeudi à Genève une Convention sur l'e-commerce, un événement qui a réuni une quarantaine d'exposants. «Une boutique parisienne en est arrivée à faire payer l'essayage, ce qui est d'ailleurs illégal», s'amuse-t-il. Ce type d'histoire prolifère dans

d'autres secteurs, comme la vente de voitures. Un autre exemple atypique récent est celui des internautes qui commandent le même produit sur quatre ou cinq sites et achètent finalement le premier arrivé, poursuit Alain Laidet. Et la France projette d'obliger les vendeurs à prendre à leur charge les frais de retour des marchandises.

Ces comportements nouveaux interviennent sur fond de banalisation du commerce en ligne. «Tout un chacun peut créer sa propre boutique gratuitement sur zlio.com. Plus de 270 000 magasins virtuels ont déjà vu le jour», note Fabrice Perrin, de la société de services internet genevoise Blue-Inf-

nity. Besoin d'un logiciel pour sécuriser les transactions de votre cyber-galerie marchande? Des sociétés comme la française Keynectis proposent un service pour moins de 600 francs, en quelques clics! «La suppression des intermédiaires commerciaux a été beaucoup plus rapide que prévu depuis 2005», constate Fabrice Perrin.

## Vital pour le tourisme

Le secteur dispose encore d'une énorme marge de progression. «Dans le seul alimentaire, les ventes via le Web vont s'élever à quelque 200 millions de francs en Suisse cette année, ce qui représente 0,5% du total, évalué à

quelque 36 milliards», remarque Christian Wanner, patron du supermarché en ligne LeShop.ch. On ne dispose pas de chiffres sur l'évolution de la totalité de l'e-commerce en Suisse en 2007, mais l'Université de Saint-Gall l'évalue à 4,2 milliards de francs pour 2006, une somme doublée en trois ans. Elle devrait encore une fois être multipliée par deux d'ici à 2009.

L'un des secteurs les plus porteurs est celui du tourisme, relève Jean-Claude Morand, professeur en marketing à la Haute Ecole de gestion de Genève. La branche est même à tel point dépendante du Web qu'en être absent «revient à ne pas exister». **Philippe Gumy**