

ETUDE E-COMMERCE

PRESTATAIRES : Appel d'offres en cours

OBJECTIFS DE L'ETUDE : Fournir un éclairage précis sur ce mode de commercialisation et plus précisément :

Tout d'abord, recueillir les DONNEES DE CADRAGE du circuit en :

- Etablissant un annuaire des sites de ventes de vin en ligne ;
- Classant les sites selon une typologie pertinente ;
- Evaluant le poids économique de chacun des segments ;
- Rendant compte des principales dynamiques à l'œuvre dans ce secteur.

Ensuite, RELEVER L'OFFRE en vins proposée et ainsi de :

- Procéder à un relevé exhaustif de l'offre sur un échantillon de sites représentatif ;
- Analyser les caractéristiques propres des sites retenus.

PERIMETRE : Sites internet avec une offre en vin livrant en France métropolitaine

DUREE CONTRAT : 2018/2019

METHODOLOGIE :

| LOT 1 : DONNEES DE CADRAGE | LOT 2 : RELEVES D'OFFRES |
|-------------------------------------|--------------------------|
| Etude bibliographique et entretiens | Relevés in situ |

RAPPORTS ET CONCLUSIONS :

| LOT 1 : DONNEES DE CADRAGE | LOT 2 : RELEVES D'OFFRES |
|----------------------------|--|
| Rapport d'analyse | Fiches de synthèse par site Synthèse décisionnelle et conclusions |

COUT DETAILLE DE L'OUTIL

| | |
|-----------------------------------|------------------------|
| LOT 1 : DONNEES DE CADRAGE | En 26 400 € TTC |
|-----------------------------------|------------------------|

| | |
|---------------------------------|------------------------|
| LOT 2 : RELEVES D'OFFRES | En 25 200 € TTC |
|---------------------------------|------------------------|

| | |
|----------------------|------------------------|
| MONTANT TOTAL | En 51 600 € TTC |
|----------------------|------------------------|

LOT 1 – DONNEES DE CADRAGE

OBJECTIFS ET PARTIS PRIS

- 1/ Etablir un annuaire des sites de ventes de vin en ligne
 - o Recenser de manière la plus exhaustive possible les sites internet de vente de vin ;
 - o Les qualifier.

- 2/ Classer les sites selon 4 critères :
 - o Degré de spécialisation de l'opérateur ;
 - o Modèle économique de l'opérateur ;
 - o Largeur d'offre ;
 - o Fréquentation du site.

- 3/ Evaluer le poids économique de chacun des segments :

Donner un ordre de grandeur des chiffres d'affaires vin pour chacun des segments suivants :

- o Ventes Flash ;
- o Cavistes pure player ;
- o Cavistes cross canal ;
- o Box/abonnement ;
- o Alimentation (Drive ou autre)
- o Autres
- o Non spécialisés vin

Un segment ne pourra pas être abordé : celui des vignerons- négociants – coopératives. En effet, l'étude de ce segment devait reposer sur une enquête en ligne diffusée largement à ces opérateurs. Le faible taux de retour constaté sur ce type d'enquête a conduit le comité de pilotage à l'écartier.

- 4/ Rendre compte des principales dynamiques à l'œuvre dans ce secteur.

LOT 2 – RELEVÉ D'OFFRES

ECHANTILLONNAGE

Suite au relevé réalisé en 2016, le relevé sera restreint à 50 sites. Un nombre plus élevé de sites n'apparaissant pas indispensable.