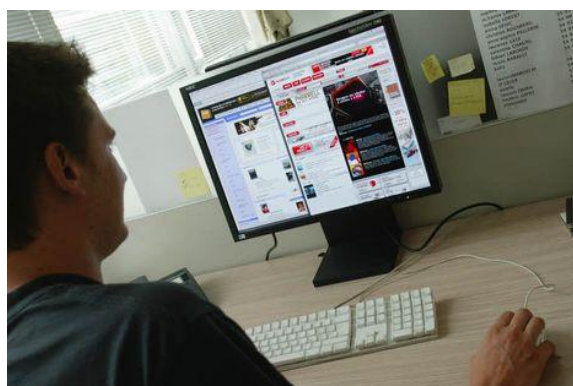
	<p>TROISIÈME SECTEUR DE L'ECONOMIE SECTEUR TERTIAIRE- LES SERVICES (3)</p> <p>L'ESSOR DE L'E-COMMERCE</p>
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

FICHE ÉLÈVE

Déroulement

Activité 1 : Parlez de cette image, faites des hypothèses sur le sujet.



Activité 2 : Faites des hypothèses sur le sujet après avoir visionné une première fois la vidéo sans le son.

- Identifiez le type d'émission ;
- le nombre de personnes qui interviennent ;
- Essayez d'identifier ces personnes (âge, profession, autres : vêtements, milieu, comportement)
- Identifiez les lieux représentés par la vidéo ;
- De quelle activité s'agit-il ? (rapport entre photo et vidéo) ;
- Quels sont les acteurs évoqués ? (fournisseur de services, opérateur, consommateurs), Qui fait quoi ?

Activité 3 : Dites si les affirmations sont vraies ou fausses après avoir visionné la vidéo avec le son.

	VRAI	FAUX
1. Le commerce traditionnel est concurrencé par le commerce électronique.		
2. La 1ère personne interviewée est un retraité.		
3. Les internautes ne font pas confiance dans les transactions financières en ligne.		
4. Seulement les jeunes générations sont séduites par le commerce électronique.		
5. Le commerce électronique est en nette progression.		
6. Tout le monde a accès à Internet.		

Mise en commun à la fin de l'activité

Activité 4 :

3^e visionnage, Travail individuel /ou en binôme

Exercices :

A/Complétez les phrases extraites de la vidéo par les mots/expressions que vous entendez.

Si la Poste est concurrencée par des méthodes de transmission plus modernes que la fameuse lettre, comme le fax, le commerce traditionnel, lui, commence à avoir ses plates-bandes piétinées par l'e-commerce, ___1___. Ce type de relations entre vendeurs-acheteurs connaît un véritable boum : plus 56% l'an dernier en France. Visiblement les internautes ont aujourd'hui confiance dans ___2___, ce qui posait problème auparavant.

A soixante ans, ce retraité est un consommateur ___3___. Il a pris l'habitude de faire ses courses chez lui, ___4___.

___5___ Internet, il commande en quelques ___6___ des livres, des CD, des jeux vidéos pour son petit fils, ou même des billets de train.(...)

Une activité qui est devenue rentable : nous sommes dans l'entrepôt d'un magasin ___7___ appartenant à une célèbre enseigne. Pour la première fois, ce secteur a réalisé l'an dernier des bénéfices. (...) Car aujourd'hui, les clients ne sont plus uniquement de jeunes ___9___. Ils viennent de tous horizons et ont quasiment de sept à soixante dix-sept ans.

Et la tendance devrait se poursuivre, car ___10___ à Internet devient de plus en plus simple, de plus en plus rapide, et de plus en plus sûr.

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

B/Repérez les avantages de l'achat sur Internet énumérés par l'internaute.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

C/Repérez les catégories de produits qu'il préfère acheter en ligne.

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.

D/Repérez le vocabulaire portant sur les tendances, l'évolution de ce marché dans le texte.

Marquez d'un signe + /- / = la direction de l'évolution

expressions	prépositions	verbes
connaît un véritable boum +	plus de 56% +	redépart +
Ajouter d'autres termes que vous connaissez :		

E/Expliquez les mots/expressions suivants :

(Si vous ne les connaissez pas, cherchez-les dans le dictionnaire).

1. avoir ses plates-bandes piétinées
2. connaît un véritable boum
3. les transactions financières en ligne
4. je ne fais pas la queue
5. pourquoi je me priverais de ce service,
6. une célèbre enseigne
7. des modèles crédibles
8. ils viennent de tous horizons
9. l'Internet se banalise
10. monsieur et madame tout-le-monde.

Activité 5 : Compréhension et Production écrite - Travail en petits groupes (4 groupes)

Groupe1 : Texte sur le contexte historique (travail sur le vocabulaire)

Groupe2 : Texte sur le contexte historique (travail sur la grammaire et les chiffres)

Groupe3 : Compréhension du Graphe1

Groupe4 : Compréhension du Graphe2

Mise en commun à la fin de l'activité

Groupe 1

Contexte Historique

Le commerce connaît lui aussi les effets de la Révolution Internet, avec le formidable **essor du commerce électronique** depuis 2003. Si en 2003, les entreprises françaises réalisaient 4 milliards d'euros de ventes sur Internet, **le montant de ces ventes** dépasse 6 milliards d'euros en 2004, ce qui représente une progression de plus de 50% en valeur par rapport à 2003. Cet essor de l'e-commerce se révèle plus tardif en France que chez ses voisins européens. En 2002, seule une entreprise française sur deux disposait d'un site en ligne, contre 95% au Royaume Uni ou 80% en Allemagne. Ce retard peut notamment s'expliquer par **la méfiance des consommateurs** à l'égard du paiement en ligne. Ainsi, pour 44% d'entre eux, en 2002-2003, **la sécurité des paiements** n'était pas assurée, mais seuls 3% **des acheteurs déclaraient avoir** effectivement **rencontré des problèmes de sécurité**.

Les vendeurs ont dès lors **renforcé les systèmes de sécurité** des transactions et axé leur communication sur cette question. Le commerce électronique n'est pour l'instant attractif que pour certains produits : les voyages (y compris les transports), qui représentent 25,3% des ventes sur Internet en 2003, l'hôtellerie et la restauration à hauteur de 12,1%, puis le matériel informatique (9,8%) et la téléphonie mobile (9,3%). Parallèlement, **le commerce en ligne se démocratise** en raison de l'équipement progressif des ménages en matériel micro-informatique et de **la plus grande familiarisation des jeunes générations** à Internet. Toutefois, **les cadres supérieurs**, mieux **équipés en matériel informatique**, demeurent surreprésentés parmi les cyberconsommateurs : alors qu'ils ne représentent que 6% de la population des plus de 15 ans, 40% des acheteurs en ligne sont ainsi des cadres supérieurs.

1. Exercice de compréhension écrite : Cochez Vrai ou Faux

	V	F
1. Internet a provoqué des changements peu importants dans le commerce		
2. Le commerce électronique progresse sans cesse depuis 2003		
3. Le montant des ventes réalisées sur le Net a augmenté de 50% entre 2003-2004.		
4. Le commerce électronique apparaît plus tôt en France que dans les autres pays européens		
5. La cause de ce retard est l'insécurité de paiement électronique		
6. La France est en deuxième position après l'Allemagne en ce qui concerne le nombre d'entreprises à avoir un site Internet.		

2. Résumez à l'oral les informations les plus importantes de ce document à l'aide des expressions suivantes :

- a. L'essor de l'e-commerce
- b. Le montant des ventes
- c. Méfiance des consommateurs
- d. Renforcement du système de sécurité
- e. Acheteurs ayant rencontré des problèmes de sécurité
- f. L'équipement des ménages
- g. La composition des cyberconsommateurs

Groupe 2

1. Complétez le texte par les mots manquants :

Le commerce connaît lui aussi les effets --1-- Révolution Internet, avec le formidable essor --2-- commerce électronique depuis 2003. Si --3-- 2003, les entreprises françaises réalisaient 4 milliards --4-- euros de ventes --5-- Internet, le montant --6-- ces ventes dépasse 6 milliards d'euros en 2004, ce qui représente une progression --7-- plus de 50% en valeur --8-- rapport --9-- 2003. En 2002, seule une entreprise française --10-- deux disposait --11-- un site --12-- ligne, contre 95% --13-- Royaume Uni ou 80% en Allemagne. Ce retard peut notamment s'expliquer --14-- la méfiance des consommateurs --15--l'égard --16-- paiement --17-- ligne. Ainsi, pour 44% entre eux, en 2002-2003, la sécurité des paiements n'était pas assurée, mais seuls 3% --18-- acheteurs déclaraient avoir effectivement rencontré des problèmes de sécurité. Le commerce électronique n'est --19-- l'instant attractif que pour certains produits: les voyages qui représentent 25,3% --20-- ventes --21-- Internet en 2003, l'hôtellerie et la restauration à hauteur de 12,1%. Parallèlement, le commerce en ligne se démocratise --22-- raison de l'équipement progressif des ménages --23-- matériel micro-informatique. Toutefois, les cadres supérieurs ne représentent que 6% de la population --24-- plus de 15 ans, 40% des acheteurs sont des cadres supérieurs.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24

2. Après avoir remis les prépositions dans le texte, faites un repérage des données et préparez un graphique (à la main ou à l'aide d'un logiciel) à partir des informations apportées par ce document.

Groupe 3

1. Interprétez ce graphique oralement en quelques mots (titre, source, axes, mesures, tendances, explications).



2. Lisez l'analyse suivante et complétez le tableau des expressions « dites autrement », recherchez des synonymes.

Le commerce électronique français pèse de plus en plus lourd dans la consommation des ménages. En 2007, 11,7 milliards d'euros ont été dépensés en ligne selon Benchmark Group, soit une progression de près de 26 % sur un an. Si bien que le e-commerce représente désormais 2,8 % de la consommation des ménages en biens et services marchands, contre 2,4 % en 2006.

Sa croissance, en revanche, est moins importante que l'année précédente. En un an, elle a fléchi de 8 points, passant de + 33% en 2006 à + 25 % en 2007. Un phénomène dû essentiellement au ralentissement de la croissance des ventes en ligne sur les secteurs pionniers de l'e-commerce, à savoir les produits high tech, l'électroménager, ou encore les produits culturels.

Ce ralentissement du rythme de croissance, maturité du commerce électronique oblige, devrait d'ailleurs se poursuivre en 2008. Benchmark Group anticipe une progression de 20 % du volume d'affaires du commerce électronique en 2008 pour atteindre 14 milliards d'euros. Une progression qui, au regard des craintes qui pèsent actuellement sur la conjoncture économique et la consommation des ménages, reste très élevée. Source.

Dites autrement

pèse de plus en plus lourd	
représente une progression	
sa croissance est moins importante	
elle est fléchie de 8 points	
sa croissance est moins importante	
relantissement du rythme de croissance	
anticipe une proression	
reste très élevé	

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/chiffre/080429-evolution-e-commerce-2007-2008-etude-benchmark/1.shtml>

Franciaoktatas

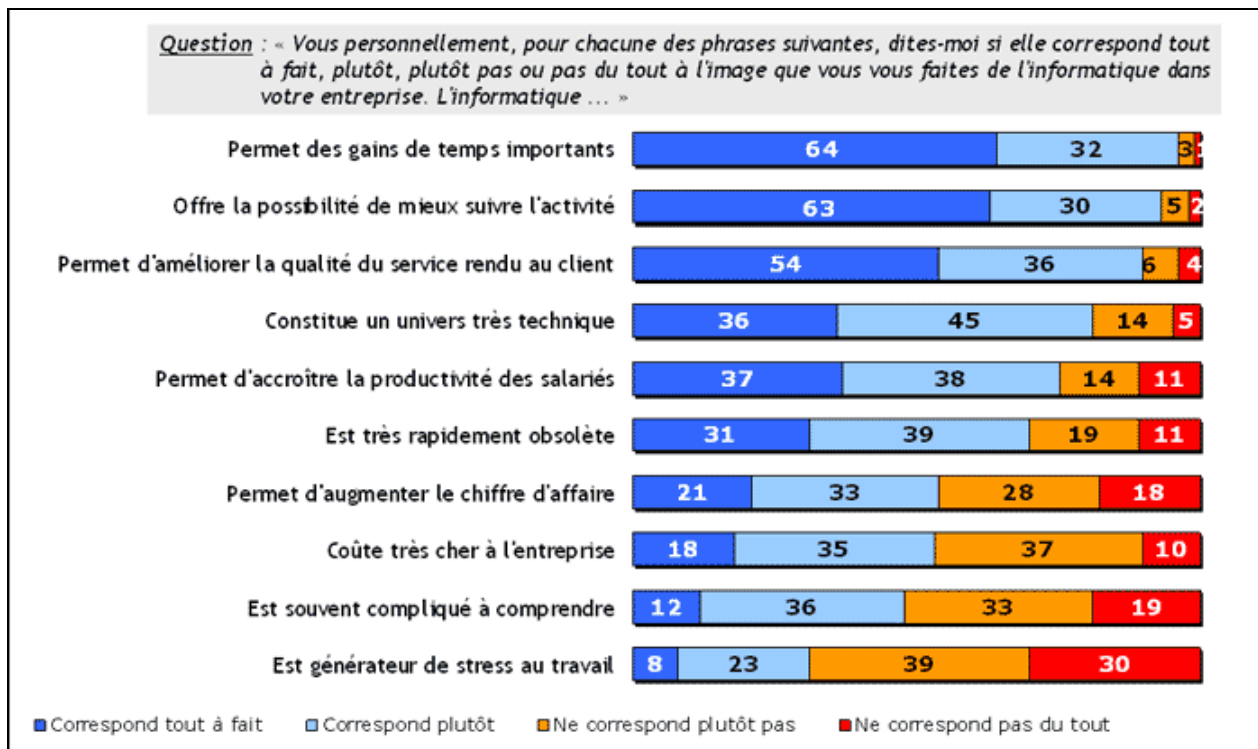
Auteurs : Zsuzsanna Bagaméri, Katalin Czelvekker

© 2014 Institut français de Budapest

Groupe 4

Voici le résultat d'un sondage sur le rôle de l'informatique dans l'entreprise.

1. Analysez ce graphique et expliquez les tendances.



2. Terminez les phrases suivantes :

- La majorité des représentants d'entreprise pense que ...
- Un tiers des représentants d'entreprise pense que ...
- A peu près la moitié des représentants d'entreprise pense que ...
- Aproximativement le quart des représentants d'entreprise pense que ...
- Seule une minorité des représentants d'entreprise pense que ...

Activité 6 : Expression orale - Mise en commun

Présentation et interprétation des documents par les porte-parole des groupes 1/2 /3/4.
Conversation sur d'éventuelles expériences personnelles.

Activité 7 : Expression écrite

Devoir à faire à la maison.

Recherchez des documents sur le commerce électronique en Hongrie (ou dans un autre pays choisi) et notez vos observations en vous basant sur les documents et le lexique appris (les faits, les tendances, exprimer son point de vue).

Activité 8 : Jeu de rôles

Préparez une liste de questions possibles d'un journaliste qui souhaiterait vous interviewer.

Vous êtes, au choix :

a/ un consommateur – internaute qui est POUR le développement de l'e-commerce.

b/ un consommateur traditionnel qui est CONTRE.

Jouez la scène.

Activité 9 : Sujets de prolongement proposés

Paiement électronique - problèmes de sécurité

Gestion de la clientèle – relations de confiance

Droits des consommateurs

Garantie, service après-vente

Régulation – niveau national, international

Commerce sans frontières - Mondialisation

Sites Internet à consulter :

http://www.journaldunet.com/imprimer/cc/04_ecommerce/ecom_marche_fr.shtml

<http://www.thesaurus.gouv.qc.ca/tag/terme.do?id=11512>