

La vente en ligne

La vente en ligne relève du principe commercial de la vente à distance lequel, jusqu'à l'arrivée d'internet, se faisait sur catalogue.

Adoptée par de très nombreuses marques, de tous niveaux de gamme et tous secteurs d'activité, elle concerne très largement le secteur de l'habillement et de la mode.

De juillet 2010 à juin 2011, les ventes de vêtements en ligne ont dépassé les 2,8 milliards d'euros (source [Institut Français de la Mode](#)), affichant une hausse de 13 % alors que la consommation globale d'habillement n'a augmenté que de 2,6 % sur la même période. Les ventes sur Internet comptent désormais pour 8,8 % de l'ensemble des dépenses d'habillement des Français, alors que leur part était inférieure à 2 % début 2006.

Ce type de commercialisation touche désormais toutes les catégories de consommateurs, y compris les seniors, de plus en plus nombreux à l'adopter.

La vente en ligne s'exerce soit sur le site de la marque, soit sur des sites de e-commerce.

La première solution ayant un coût élevé (la création d'un site de vente en ligne professionnel coûte cher et il faut lui ajouter un coût important de gestion au quotidien ainsi que des frais de référencement...), la solution idéale pour les jeunes créateurs est de vendre leurs articles sur des sites multimarques de type "monshowroom.com", ouvert sur les jeunes marques.

Le conseil du Pass : Si vous "mixez" vos modes de distribution, veillez à respecter les mêmes prix dans les boutiques multimarques et les sites de vente en ligne. Si vous ne jouez pas le jeu avec la boutique, elle ne tardera pas à mettre un terme à votre collaboration.

E-boutiques : attention aux obligations légales

Un grand nombre d'e-boutiques ignorent leurs obligations légales et le lien menant aux mentions légales est souvent incorrectement ou trop vaguement formulé, lorsqu'il n'est pas, en plus, difficile d'accès...

Le montant du capital social, obligatoire en France, et le statut social sont absents sur presque la moitié des sites. Ceci concerne principalement les plus petites boutiques, qui exercent sous forme d'entreprise individuelle. Les informations concernant l'hébergeur, mentionnées dans la plupart des cas, sont souvent elles aussi incomplètes : le numéro de téléphone de l'entreprise est notamment omis dans 40 % des cas.

Le conseil du Pass : Soyez très vigilant avec les mentions légales de votre e-shop car vous vous exposez, en cas de litige, à des risques importants. En cas de contrôle, vous risquez également de lourdes sanctions.