

Institut Universitaire de Technologie de Caen
Département Mesures Physique
Licence Professionnelle Microcircuits, Cartes et Applications
Année 2003-2004

LE COMMERCE MOBILE *M-COMMERCE*

Enseignant : Professeur Félix CUZZO



Dossier constitué par :
Mathieu DESCHAMPS
Romain CORDON

SOMMAIRE

1.	Qu'est-ce que le M-Commerce ?	1
2.	E-Commerce puis M-Commerce, une nouvelle gageure ou de nouveaux enjeux ?	2
3.	L'analyse du M-Commerce	
	• Les acteurs	6
	• Les applications	9
	• Les produits	11
	• Les cibles	14
	• Les moyens	16
4.	Bilan, nos opinions sur l'avenir du commerce mobile	17
5.	Conclusion	18

Avant-propos

Nous avons voulu, dans ce document, présenter un état de l'art, une synthèse sur le m-commerce sous les aspects clefs du commerce. Il s'agit d'être complet et plutôt de décrire ce qu'est ou ce que pourrait être le M-commerce.

Nous sommes obligé de poser ici plusieurs bémols et précautions d'usage sur le contenu de ce document.

Le phénomène est assez récent, peu d'informations au contenu véritablement pertinents sont disponibles. De plus, certains éléments peuvent déjà ne plus exister tandis que d'autres apparaîtront, le secteur est en constante redéfinition.

Nos sources –provenant principalement d'Internet– émanent d'organismes et d'organisations de veille technologique et économique et d'autres acteurs, qui ne peuvent que prévoir les évolutions, les produits, les acteurs. En outre, il est pratiquement impossible de recueillir des informations provenant de consommateurs de services m-commerce.

Par ailleurs, des estimations/perspectives sont contredites par des contre expertises, qui sont non validées par d'autres : ceci participe à rendre les développements de ce secteur particulièrement difficiles à « lire ».

Quoiqu'il en soit, une chose est sûre, tout le monde s'accorde pour dire qu'il s'agit d'enjeux très importants, de marchés énormes pour des attentes non moins grandes.