

## **ANALYSE D'OUVRAGE**

Sophie GERMAIN

---

A propos du rapport de l'OCDE

**« LES INCIDENCES ECONOMIQUES ET SOCIALES DU COMMERCE ELECTRONIQUE »**

Editions de l'OCDE – 1999

Les discours florissants et classiques actuels sur le commerce électronique, sur les NTIC et sur le e-monde, ne cessent de décrire cet univers comme un monde sans place pour les faibles et pour les ignorants, comme un monde également synonyme de croissance et de transformations radicales dans les procédés de l'entreprise mais aussi dans ses coûts et dans ses relations avec les divers acteurs de la supply chain. Sans aucun doute, de par son réalisme et la pertinence de son analyse, ce rapport s'en démarque nettement.

En effet, l'OCDE étudie depuis près de vingt ans les questions relatives à la société de l'information et appuie son analyse sur des données quantitatives et qualitatives existantes ainsi que sur les témoignages de professionnels, consultants et universitaires en « information, networks and knowledge », gestion, stratégie opérationnelle et affaires économiques. La conférence ministérielle de l'OCDE d'octobre 1998, intitulée « Un monde sans frontières : concrétiser le potentiel du commerce électronique » en a été l'aboutissement.

Pour un phénomène récent, datant seulement de cinq ans, le commerce électronique apporte de profondes transformations sur ce que l'OCDE qualifie d'« espace marchand ». A titre d'exemples, on constate l'émergence de nouvelles activités, de nouveaux emplois, me réorganisation du travail, des fonctions et des relations interentreprises, ainsi qu'une modification du comportement et des attentes du consommateur. Autant de bouleversements qui méritent d'être étudiés.

Cinq chapitres constituent ce rapport :

1. Croissance du commerce électronique : bilan et perspectives
2. Les incidences du commerce électronique sur l'efficacité de l'économie
3. Les incidences du commerce électronique sur les modèles d'activités des entreprises : l'organisation sectorielle et la structure du marché
4. Commerce électronique, emplois et qualifications
5. Implications du commerce électronique pour la société.

Le premier des cinq chapitres est essentiel. On prend conscience d'une chose : il n'y a pas de définition du commerce électronique sinon celle d'une application d'Internet. Comment mesurer son impact si on ne sait pas même de quoi on parle ? Doit-on appeler le transfert d'activités sur un système EDI basé sur Internet, commerce électronique ou pas, et pourquoi ? Qu'en est-il des annuaires et des catalogues de produits ? Où s'arrête ce monde ? Autant de questions basiques mais pertinentes. Une autre remarque tout aussi réaliste : qu'en est-il des mesures ? Aucune mesure n'existe vraiment. Les statistiques ne sont pas encore là, les prestataires de services et les conseillers tendent à gonfler les chiffres quand il s'agit de leur avenir et aucun ne publie de rapport quant à ses données et ses méthodologies. En conséquence, aucune définition assez souple n'est établie avec les praticiens et ne peut servir de référence à la collecte de futures données. Aucune méthodologie, aucun référent n'existe. Les définitions ou concepts élaborés devront prendre appui sur des études intra et interentreprises. Voilà les conclusions, mais aussi les avertissements quant aux chiffres qui ne reflètent pas tout, se répètent et sont faussés.

Continuant cette approche et cette analyse judicieuse, ce rapport dresse un portrait de la situation du B2B et B2C avec une remarque intéressante quant à la distinction des facteurs les influençant et quant à la différence notable qui concerne leur avenir. Le B2B, aujourd'hui 80% du commerce électronique garderait cette prédominance et le B2C ses limitations. La notion de concurrence est la raison majeure de la prédominance du B2B sur le B2C, et l'« aspect commodité » pour les consommateurs serait l'avenir du B2C. Bien que B2B et B2C ne soient pas affectés de la même façon, tous deux seraient cependant sous l'influence de la situation économique générale, de l'union monétaire européenne, de la génération « Nintendo » arrivant à maturité et de la diffusion d'Internet.

Pour en finir avec l'avenir, de bons présages sont prévus pour une population européenne habituée aux achats par minitel pour la France ou T-Online pour l'Allemagne, mais avec une note quelque peu froide : même avec la prédiction la plus optimiste d'une recette de \$1000 milliards pour 2003-2005, le commerce électronique reste, de loin, encore bien inférieur à la vente par correspondance aux Etats-Unis. Facteurs, limites, infrastructure, situation mondiale, situation des produits, tout est passé scrupuleusement en revue dans ce chapitre.

Dans le deuxième chapitre, consacré à « l'efficacité de l'économie », ce rapport mentionne l'incidence sur les coûts et l'évolution du rôle des intermédiaires. C'est une approche intéressante car elle forme le lecteur sur la définition, le rôle et la diversité de ces intermédiaires. Qui sont-ils ? Où vont-ils ? Ce sont des répertoires comme Yahoo, des services de recherche comme Lycos, des centres commerciaux, des éditeurs, des revendeurs virtuels, des évaluateurs de site

Web, des intermédiaires financiers, des créateurs de marché au comptant et réseaux de troc, ou encore, des agents informatiques intelligents. Le champ est plus vaste qu'on aurait pu le supposer. Leur avenir ? L'avenir de ces intermédiaires semble faible en ce qui concerne ces « modems humains », ces intermédiaires à faible valeur ajoutée (agents de voyages, courtiers à escompte) mais prometteur pour les autres, notamment en tant qu'agents de confiance et effet « tampon ».

Qu'en est-il des coûts de l'entreprise ? On ne compte plus les réductions au niveau de l'inventaire, de la documentation, du besoin de main-d'œuvre (avec une évolution vers la spécialisation), coûts marketing et des gains de temps. Grâce à son site Internet, MicronComputers, gère des clients lors d'une commande en 2 minutes contre 20 minutes auparavant. Le soutien clientèle est simplifié, les coûts de livraison et de stocks réduits. Quelle belle situation et pourtant, pas si rose ! Le prix final ne baisse pas et pour le commerce B2C, cela devient une entrave majeure à son développement. Les clients du B2C sont aujourd'hui des clients aisés, instruits, jeunes, et prêts à payer l'option « commodité ». Mais le commerce électronique va évoluer vers une population moins aisée et cette tendance au maintien d'un surcoût se devra de changer et de disparaître. Les entreprises y trouveront-elles encore un bénéfice si le transfert de coût sur le consommateur n'a plus lieu ? Autant de pistes et de questions toutes aussi intéressantes les unes que les autres.

Enfin, plus brièvement, les trois derniers chapitres portent sur l'impact du commerce électronique sur les marchés internationaux, sur le secteur de l'emploi et dans le domaine social. Parle-t-on véritablement de concurrence mondiale ? La structure des marchés est-elle ouverte ? Qu'en est-il des innovations et des nouveaux entrants ? Ces nouveaux entrants font souvent face aux marques qui s'imposent et inspirent la confiance, et qui donc attirent les consommateurs. Comment évoluent les emplois et comment les acteurs contribuent-ils à cette évolution ? Le commerce électronique va-t-il creuser plus encore ou diminuer les inégalités sociales ? Quel sera l'impact sur le temps consacré aux loisirs et au travail, ou encore à la consommation ? La liste des incertitudes en ce domaine est grande et d'autant plus présente que la rapidité d'évolution du commerce électronique rend difficile toute approche et toute collecte de données quantitatives et qualitatives.

Cet ouvrage rend donc bien compte de la situation actuelle et notamment de ses manques. Par les axes et par les pistes de recherche qu'il présente, il devient un ouvrage de référence et un pionnier dans ce domaine. Les questions abordées sont pertinentes et diversifiées. Bien que ne pouvant pas tout mentionner dans cette brève synthèse, on retiendra le besoin :

- de définitions,
- de mesures quant au B2B, délaissé au profit d'études sur le B2C jusqu'alors,
- d'études sur l'incidence du commerce électronique sur les prix,
- d'études sur les différences entre volumes et opportunités des produits vendus par commerce électronique selon les pays,
- de suivi de restructuration des intermédiaires,
- d'études sectorielles sur divers produits de consommation et industries,

- d'études de l'incidence du commerce électronique sur la structure de formation des prix et la fréquence de ces changements,
- d'études sur l'incidence du commerce électronique sur les modes d'organisation, l'emploi, l'évolution des intermédiaires, des compétences requises et politiques visant à palier le manque de ces compétences et travailleurs,
- d'études sur la ou les causes du déséquilibre américain (4/5 des activités du commerce électronique sont aux Etats-Unis) et sur l'avenir de cette tendance,
- d'études visant à déterminer quel(s) modèle(s) de commerce électronique sera adopté ou imposé et qui en seront les pionniers.

Autant de pistes intéressantes à explorer et que mentionne cet ouvrage de l'OCDE. Cependant, bien qu'il reste incontournable tant par la synthèse très réaliste et complète qu'il dresse, il ne décrit pas toutes les facettes du commerce électronique. A mon sens, il est un sujet d'actualité et d'importance qui est totalement ignoré et que j'aurais attendu dans cet ouvrage : les places de marché.

Quelle est la situation aujourd'hui dans ce domaine et qu'a-t-on pu constater ou étudier ? Qui sont les leaders en ce domaine et quels sont les obstacles majeurs ? Qu'est-ce qu'une place de marché ? Quels sont les différents types et les différentes caractéristiques ? Les ouvrages d'aujourd'hui tendent à ignorer cette facette. Le seul discours à ce jour est celui des consultants et des prestataires de services. Les problèmes logistiques du commerce électronique, tant soulevés par ailleurs, ont également été ignorés.

Cependant, malgré ces manques, ce rapport de l'OCDE reste un excellent ouvrage pour ceux qui veulent en savoir plus dans ce domaine, font un bilan et se lancent dans la recherche. Il garde tout son intérêt quant à l'impact du commerce électronique sur les coûts, sur le rôle des intermédiaires, sur les problèmes liés aux définitions et aux mesures et à ce que pourrait être la recherche future, sur ce commerce électronique, aujourd'hui encore « embryonnaire ».