



enssib

Ecole Nationale Supérieure
des Sciences de l'Information
et des Bibliothèques

**Diplôme Professionnel Supérieur en Sciences de l'Information et des
Bibliothèques**

Rapport de recherche bibliographique

**Le commerce électronique et ses conséquences sur l'activité
documentaire**

Liang Jian-Sheng

Sous la direction de
Jean-Michel Salaün

Professeur à l'ENSSIB

Année 1999



8127892



enssib

**Ecole Nationale Supérieure
des Sciences de l'Information
et des Bibliothèques**

**Diplôme Professionnel Supérieur en Sciences de l'Information et des
Bibliothèques**

Rapport de recherche bibliographique

**Le commerce électronique et ses conséquences sur l'activité
documentaire**

Liang Jian-Sheng

Sous la direction de
Jean-Michel Salaün

Professeur à l'ENSSIB



1999
DPS BIB
03

Année 1999

Commerce électronique et ses conséquences sur l'activité documentaire

Liang Jian-sheng

Résumé

Ce rapport est une étude d'analyse des documents sur le commerce électronique. C'est un phénomène mondial, son développement est très rapide mais inégal. La sécurité de paiement freine son essor, et encore existe un vide juridique. L'Europe prend des initiatives, la France reste dans la course. Le développement du commerce électronique aura des conséquences sur les sources documentaires et modifiera le comportement des documentalistes et des bibliothécaires.

Descripteurs

Commerce, commerce électronique, commerce en ligne, commerce sur Internet, électronique business, fourniture de document. librairie virtuelle.

Abstract

This report is an analysis on the documents dealing with electronic trade. It's a world wide phenomenon and its development is quick and unequal. The security of payment slows down its development, and law is still lacking. Europe takes initiatives. The development of electronic commerce will have consequences on the documentare sources and will change the habits of librarians and documentalits .

Keywords

Commerce , electronic commerce, electronic trade, electronic business, online trade, document delivery, virtual bookshop.

Table des matières

PREMIÈRE PARTIE: MÉTHODOLOGIE	4
1. PREMIÈRE APPROCHE DU SUJET.....	4
1.1. <i>Entretien avec le commanditaire</i>	4
1.2. <i>Préalable à la recherche: les lectures</i>	4
1.3. <i>Visite de la Boutique Cegetel et Amazon.com qui vendent en ligne</i>	4
2. CHOIX DES DESCRIPTEURS	4
3. RECHERCHE.....	5
3.1. <i>Consultation du catalogue de la bibliothèque de l'ENSSIB</i>	5
3.2. <i>Consultation en ligne du Pancatalogue</i>	6
3.3. <i>Consultation sur CD-ROM</i>	6
3.4. <i>Interrogations des bases de données en ligne via DIALOG</i>	10
3.5. <i>La recherche sur Internet</i>	13
4. CONCLUSION	14
4.1. <i>Explication des résultats</i>	14
4.2. <i>Les temps d'interrogation en ligne et les coûts détaillés</i>	14
DEUXIÈME PARTIE: SYNTHÈSE.....	15
INTRODUCTION.....	15
1. COMMERCE ÉLECTRONIQUE: UN PHÉNOMÈNE MONDIAL ET UN DÉVELOPPEMENT INÉGAL	16
1.1. <i>définitions différentes</i>	16
1.2. <i>perspective mondiale</i>	16
1.3. <i>Les avantages du commerce électronique</i>	18
1.4. <i>Les américains possèdent les meilleurs atouts</i>	18
1.5. <i>Le retard français</i>	19
2. LA SÉCURITÉ ET LE DROIT : DEUX OBSTACLES À FRANCHIR	19
2.1. <i>La sécurité du réseau lui-même</i>	20
2.2. <i>La sécurité de paiement</i>	21
2.3. <i>Vide juridique et complexité du système actuel</i>	21
2.4. <i>La difficile protection de la propriété intellectuelle</i>	22
2.5. <i>Quelles règles du jeu vont gouverner le commerce électronique ?</i>	23
3. STRATÉGIES DE L'EUROPE ET DE LA FRANCE	24
3.1. <i>Commerce électronique, Euro , Carte à micro-processeur</i>	24
3.2. <i>la France reste dans la course</i>	25
4. LES CONSÉQUENCES SUR LES ACTIVITÉS DOCUMENTAIRES.....	26
4.1. <i>librairie virtuelle</i>	26
4.2. <i>Service bibliographique sur Internet</i>	28
4.3. <i>Différentes stratégies des quotidiens nationaux français</i>	28
4.4. <i>Questionnaire d'abonnement des revues sur Internet</i>	29
4.5. <i>Bases de donnée sur le Web</i>	29
4.6. <i>Cédérom, CD-Audio se vendent sur le réseau</i>	31
EN GUISE DE CONCLUSION	31
TROISIÈME PARTIE : BIBLIOGRAPHIE	33
1. <i>LES OUVRAGES</i>	33
2. <i>LES ARTICLES DES PÉRIODIQUES</i>	34
3. <i>LES DOCUMENTS INTÉGRAUX ÉLECTRONIQUES DISPONIBLE SUR INTERNET</i>	39
4. <i>LES MEILLEURES SITES D' INTERNET SUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE</i>	40
ANNEXE : LES SITES DU MARCHÉ DOCUMENTAIRE SUR INTERNET.....	42

Première partie: Méthodologie

1. Première approche du sujet

1.1. Entretien avec le commanditaire

Afin de prendre connaissance du thème, j'ai d'abord contacté avec le commanditaire qui m'a expliqué le sujet, son développement, son futur et son implication dans notre métier. Ça m'a fait avoir une connaissance préliminaire sur le sujet.

1.2. Préalable à la recherche: les lectures

Avant entrer dans la recherche, des lectures étaient indispensables, puisque ce sujet ne m'était pas familier avec moi. J'ai commencé par lire le E-business et le Dossier thématique de ce sujet qui sont disponibles à la bibliothèque de l'ENSSIB et que je les surveillais plus tard pendant toute la période de la recherche. Ensuite j'ai consacré pas mal de temps à lire avec soin deux ouvrages spécialisés qui m'ont donné une connaissance générale et nécessaire pour faire la recherche plus tard.

1.3. Visite de la Boutique Cegetel et Amazon.com qui vendent en ligne

Pour savoir la mécanique du fonctionnement du commerce électronique, je me suis connecté à la Boutique Cegetel et Amazon via Internet pour les éprouver moi-même. Celle-là est une boutique virtuelle française et celle-ci est la librairie américaine la plus grande du monde. Après les avoir visitées, la première chose qui me frappa, ce fut le direct et la facilité du commerce électronique. La seconde chose ce fut des doutes sur la sécurité de paiement, ce qui m'a donné à réfléchir sur ce problème qui est justement l'enjeu du développement du commerce électronique.

2. Choix des descripteurs

Après une première approche du sujet, j'ai cherché des mots-clé, des expressions, des descripteurs. Pour que la recherche soit la plus complète, je me suis aussi orienté vers plusieurs mots clé et synonymes possibles à utiliser en association avec le sujet. Enfin nous avons retenu les descripteurs français et anglais suivants:

❖ *Liste des descripteurs retenus*

descripteurs	
<i>Français</i>	<i>Anglais</i>
Commerce	Commerce ,trade ,business
Commerce électronique	Electronic commerce
Commerce en ligne	Electronic trade
Commerce sur Internet	Electronic business
Électronique business	Online trade

3. Recherche

Après la préparation, j'ai démarré la recherche, et pendant la période de recherche, nous avons toujours cherché à utiliser autant de ressources documentaires possible.

3.1. Consultation du catalogue de la bibliothèque de l'ENSSIB

A partir du catalogue de la bibliothèque, on peut faire la recherche dans les ouvrages dont des environ 20000 références de monographie sont disponibles.

Au début de la recherche, je l'ai d'abord interrogé par mots du titre et sujet et avec les équations, ce qui m'a permis d'obtenir les résultats suivants:

Recherche par mots du titre et sujet

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
Commerce électronique	17	12
Commerce sur Internet	11	8
Commerce en ligne	1	0
Electronique business	3	1
Total	32	21

3.2. Consultation en ligne du Pancatalogue

Pancatalogue est le Catalogue collectif des ouvrages des bibliothèques de l'enseignement supérieur en France. Il est produit de 111 bibliothèques représentant plus de 300 sections. Son volume est de 2.000.000 notices pour plus de 3.500.000 de localisations et 60.000 nouvelles par mois.

Recherche par mots matières

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
Commerce électronique	9	6
Commerce sur Internet	6	3
Commerce en ligne	0	0
E-business	0	0
Total	15	9

3.3. Consultation sur CD-ROM

Un premier temps a été consacré à l'apprentissage des CD-ROM pour repérer les éléments nécessaires qui nous permettent d'optimiser nos interrogations.

La plus part des CD-ROM que j'ai interrogés se trouvent dans l'ENSSIB. Après quelques apprentissages, j'ai fait des consultations qui m'ont donné séparément les résultats suivants:

❖ **Consultation sur CD-ROM Lisa Plus**

Le CD-ROM LISA contient les références de deux bases de données américaines : LISA (Library and Information Science Abstracts) et Current Research in Library and Information Science. Il est produit par Bowker-Saur Ltd. La couverture est mondiale pour une période de 1969 à nos jours ; elle concerne environ 550 journaux de 60 pays dans le domaine des sciences de l'information et en bibliothéconomie ; elle permet de recenser des articles de journaux, des actes de conférences, des thèses et monographies. Nombre de références : 133.796 en janvier 1993. Mise à jour : mensuelle.

Recherche par keyword(Mots-clé)

Kw=keyword

CS=combineset

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
CS=(KW= electronic and KW=commerce)	140	61
CS=(KW=electronic and KW=business)	829	—
KW=online and KW=commerce	122	33
KW=ecommerce	0	0
CS=(KW=electronic and KW=commerce) and library	28	0
total	1125	

❖ **Consultation sur CD-ROM BNF**

CD-ROM BNF est une base de donnée des Bibliographie Nationale Française crée depuis 1970. Il s'agit des livres, publications en série et documents électroniques. Cette base réunit 958975 notices de livres, 23838 notices de collections, 1939594 notices de périodiques, 747 notices de documents.

Recherche par mots de notice

MC= mots de la notice

CS= combine set

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
MC= commerce électronique	46	22
MC= commerce en ligne	18	15
MC=commerce sur Internet	1	0
(MC= commerce et MC= électronique)	279	52
Total	344	89

❖ **Consultation sur CD-ROM BNF****Recherche par mots du sujet**

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
MS= commerce électronique	18	15
MS= commerce en ligne	18	15
MS= commerce sur Internet	0	0
(MS= commerce et MS= électronique)	182	48
Total	218	78

❖ **Consultation sur CD-ROM Francis**

Ce CD-ROM est produit par l'INIST ; il contient les références bibliographiques extraites de la base du même nom. Cette base est bilingue français / anglais et couvre l'essentiel de la littérature mondiale en sciences humaines, économie et sociologie, de 1984 à 1995. Sa mise à jour est annuelle ; elle rassemble plus de 19 bases de données, soit 1,3 références. Francis est également interrogeable sur le serveur Questel.

Recherche par mots-clé français(1984-1997)

DXF=pour un mot composé ou expression en français

DEF=mots-clés en français

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
DXF= « commerce électronique »	0	0
DXF= « commerce en ligne »	0	0
DXF= « commerce sur Internet »	6909	—
DEF= commerce et DEF= électronique	39	7
Total	6948	

❖ Consultation sur CD-ROM Pascal

Pascal :Base de données bibliographique sur CD-ROM et en ligne sur le serveurs DIALOG

Période couverte : 1992-1998 pour le CD-ROM .

Contenu : Sciences et techniques.

Recherche par mots-clé français (1994-1998)

DEF=pour un mots-clés en français

DXF=pour un mot composé ou une expression en français

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
DXF= « commerce électronique »	107	64
DXF= « commerce en ligne »	2	0
DXF= « commerce sur Internet »	0	0
DEF= commerce et DEF= électronique	126	32
Total	233	

❖ Consultation sur CD-ROM Doctheses

DocTheses est crée en février 1996,ce CD-ROM contient le catalogue des thèses de doctorat soutenues dans les universités françaises dans toutes les disciplines depuis 1972. Il est supervisé par le Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche et édité par le Centre National du Catalogue Collectif National / Chadwyck-Healey France. Sa mise à jour est semestrielle.

Recherche par mots de notice (TX)

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
TX= commerce électronique	1	0
TX= commerce en ligne	0	0
TX= commerce sur Internet	0	0
TX= commerce et TX= électronique	2	0
Total	3	0

3.4. Interrogations des bases de données en ligne via DIALOG**3.4.1. Sélectionner des bases de données les plus adaptées au sujet**

Le serveur DIALOG donne accès à 450 banques de données internationales dans les domaines Scientifiques, Techniques, Economiques, Brevets et Marques.

Afin de trouver les bases de données les plus adaptées à notre recherche et économiser les heures et les coûts, nous avons utilisé DIALINDEX proposé par Dialog Web qui est gratuit. DIALINDEX est un index pour toutes les bases de données de Dialog. Il nous permet de choisir les meilleures bases de données pour le sujet de recherche et de nous prévoir les résultats de recherche à partir desquels nous pouvons déterminer quelles bases de données fourniront le plus d'informations.

Nous avons ainsi entré le SELECT command sur notre sujet, il nous a fourni les résultats de recherche dans toutes les bases de données parmi lesquelles nous avons choisi celles suivantes qui contiennent le plus d'informations:

File n°16 : IAC Promt
 File n°148: IAC Trade & Industry
 File n°20: World reporter
 File n°9: Business & Industry
 File n°481: Delphes
 File n°61: Lisa

3.4.2 .Présentation des bases de données choisies

IAC Promt :Base n°16 réalisé par l'Information Access Company (Etats-Unis) en 1978,il s'agit d'activité économique et marketing des entreprises et de leur environnement depuis 1978, texte intégral ou résumé de 1500 sources :presse économique et professionnelle, rapports d'audit, étude de marchés, rapports gouvernementaux, en langue anglaise.

IAC Trade &Industry :Base n°148 réalisée par l'Information Access Company (Etats-Unis) en 1984,il s'agit d'actualité économique et technique international: texte intégral et résumé de 1100 périodiques professionnels américains et européens en langue anglaise, elle est mise à jour hebdomadaire.

World Reporter: Base n°20 réalisé par Knight-ridder Information (Etats-Unis) en 1996,il s'agit d'actualité économique international en provenance des principaux quotidiens économiques et compilés par Knight-Ridder Information, DOW Jones et Financial Times ,elle couvre particulièrement le pays émergent, elle est mise à jour quotidienne en langue anglais.

Business &Industry Database: Base n°9 réalisé par Responsive Database services (Etats-Unis) en 1994.Il s'agit d'actualité économique, marketing et industrielle sur tous les secteurs dans une approche marché, produits et sociétés en langue anglais et mise à jour quotidienne.

Delphes :Base n°481 réalisée par l'Assemblée des Chambres de commerce et d'industries en France Avec langue française, 1980 mise à jour trimestrielle. Concernant actualité économique et marketing des entreprises et de leur environnement. Résumés de 900 périodiques francophones et européens.

3.4.3 .les résultats de recherche

Equations de recherches:

(electronic or online)(n)(commerce or trade or business)

Base	Résultat	Résultat pertinent
File n°16 IAC Promt	33376	—
File n°148 IAC Trade & Industry	33043	—
File n°20 World Reporter	17887	—
File n°9 Business & Industry	8902	—
Total	93209	

Les résultats sont très abondants, la plupart sont en anglais, il est impossible de surveiller toutes les notices. Donc les résultats pertinents ne sont pas comptés.

Pour essayer de faire que le sujet soit en lien avec le métier de documentation, nous avons réorganisé l'équation. Ainsi pas mal de références.

Equations de recherches:

((electronic or online) and (trade or commerce or business)) and (book or cd or cassette or publishing)

Base	Résultat	Résultat pertinent
File n°61 LISA	203	80
File n°148 IAC Trade & Industry	273	91
Total	476	

Interrogation de la base Delphes en ligne avec des équations française

Pour trouver le plus d'informations en langue française, nous avons spécialement interrogé la base Delphes qui contient des résumés de 900 périodiques francophones et européens.

Equations de recherches	Résultat	Résultat pertinent
Commerce (n) électronique	661	—
(Commerce (n)électronique)and (librairie or édition)	17	14
(Commerce(n) électronique) and (livre or disque or cassette or publication)	24	17
Total	703	

3.5 .La recherche sur Internet

La recherche sur Internet a représentée une part très fournie autant plus que notre sujet a un lien très étroit avec Internet qui fait son objet. Nous avons utilisé les moteurs et annuaires francophones .Comme l' interrogation des moteurs est en général moins précise ,il faut poser des questions courtes et simples pour éviter d'avoir trop de bruit. Enfin l'interrogation des moteurs nous a fourni des références électroniques très abondantes et assez nouvelles.

Résultats de l'interrogation des moteurs francophones

Equation de recherche : « commerce électronique »

moteurs	Résultat	Résultat pertinent
Ecila	200	178
InfoSeek France	8889525	—
Voilà	44537	—
Total		

Résultats de l'interrogation des annaires francophones

Equation de recherche : « commerce électronique »

Annuaire	Résultat	Résultat pertinent
Nomade	150	146
Yahoo! France	30	30
C'est trouvé	1447	—
Francité le portail de tous le francophones	17650	
total		

4. Conclusion

4.1. Explication des résultats

Les résultats d'interrogation du Catalogue de l'ENSSIB étaient limités mais assez pertinents, il m'a fourni des documents fondamentaux sur notre sujet traité. Pour localiser les publications dont nous avons besoins, nous avons recours à la consultation en ligne du Pancatologue mais qui nous a donnés très peu de document. Ainsi la plupart de mes documents primaires ont été empruntés à la bibliothèque de l'ENSSIB.

Parmi les résultats d'interrogations des CD-ROM, ceux de BNF sont plus intéressants. Interrogation des bases de données en ligne nous a fourni une quantité explosive des résultats dont la plupart sont anglo-saxonnes et principalement nord-américaines, entre autre les références trouvées dans la base Delphé sont en français et plus pertinentes par rapport au sujet traité.

La recherche générale sur Internet a pris beaucoup de temps et quelque fois nous sommes perdus et avons abouti enfin à des sites intéressants. Les documents électroniques disponibles sur Internet sont importants et intéressants, dont une partie peut être Téléchargée.

Nous n'avons trouvé aucun résultat dans la base DOCTHESE, et seulement deux mémoires de DEA qui sont trouvés dans le Web d'Internet. On peut donc supposer que dans les universités qu'il y a peu de travaux effectués par des équipes de chercheurs français dans ce domaine scientifique précise.

4.2. Les temps d'interrogation en ligne et les coûts détaillés

Les temps passés à la recherche d'information sur les serveurs en ligne a pu être évalué, mais pour les autres cela n'a pas été précisé.

<i>Base sur Dialogue</i>	<i>Nombre de références téléchargées</i>	<i>Temps</i>	<i>coût (dollar)</i>
File n°9	132	0.690	7.03
File n°61	3	0.057	1.20
File n°481	224	0.476	13.5
File n°20	78	0.122	2.48
File n°16	182	0.370	5.75
File n°148	52	0.370	3.45
total	671	1.985	33.11

Deuxième partie: Synthèse

Introduction

Nous sommes à l'aube d'une révolution aussi importante que n'importe quelle autre dans l'histoire de l'humanité, celle de l'économie électronique basée sur l'échange d'information et d'idées. Le commerce électronique est indispensable au progrès de cette révolution.

Important moteur de croissance et de création d'emplois dans l'économie du savoir, le commerce électronique permet des opérations commerciales instantanées qui font fi des distances et des frontières. Il redéfinira la nature de l'entreprise aussi radicalement que l'a fait l'industrie automobile à l'ère industrielle. Les formes actuelles d'activité commerciale seront profondément modifiées. Il suffira de disposer d'un ordinateur et d'un accès à Internet pour faire du commerce électronique et toucher des consommateurs dans le monde entier; et les consommateurs seront en mesure d'acquérir des produits et des services offerts n'importe où dans le monde.

Selon les documents analysés, bien que la définition est différente sur le commerce électronique, il existe un consensus sur ses avantages et sa perspective optimiste(p.16).

La plupart des documents montrent que dans ce domaine les américains possèdent des atouts , et la France est en retard. (p.17)

Ce qui frappe dans beaucoup de documents, c'est que la sécurité de paiement en ligne est un frein sur le développement du commerce électronique et la cryptographe serait peut-être la clé de résoudre le problème dont son importance justifie une réflexion menée afin de trouver des solutions. (p.20)

Le commerce électronique qui n'a que quelques ans, est vraiment une des principales opportunités pour l'Europe, les années 1997-2002 verront en Europe la conjugaison de trois phénomènes d'origine différentes: Emergence du commerce électronique sur Internet, Introduction de l'Euro et développement de la carte à micro-processeur qui pourront créer des opportunités économiques considérables.(p.23)

Le développement du commerce électronique aura des conséquences sur les sources de la documentation et ainsi modifiera le comportement des documentalistes et des bibliothécaires.(p.26)

1. Commerce électronique: un phénomène mondial et un développement inégal

1.1. définitions différentes

«Commerce électronique», «cybercommerce», «e-business» : Impossible de lire un journal sans rencontrer ces néologismes.

L'expression «commerce électronique» désigne généralement des transactions commerciales, qui font intervenir aussi bien des particuliers que des organisations et reposent sur le traitement et la transmission de données numérisées, y compris sous forme de texte, de son et d'image. Ces transactions sont effectuées sur des réseaux ouverts (comme Internet) ou des réseaux fermés (comme AOL ou le Minitel) offrant un accès à un réseau ouvert. [133]

Mais le commerce électronique n'est pas toujours facilement identifiable d'autant plus qu'il existe deux définitions différentes de ce nouveau phénomène :

La première se veut très large, elle englobe tous ceux qui ont des usages commerciaux sur l'Internet, englobant ainsi les entreprises se limitant à une simple présentation de produits. [3]

La seconde définition présente un caractère nettement plus restrictif, seuls les actes de vente et d'achat sont considérés comme du commerce électronique. [5] Tout au long de ce rapport, ce sera cette définition qui s'appliquera à notre sujet de recherche.

Si l'attention des médias s'est focalisée sur la vente en ligne de livres, de vin et d'ordinateurs, la grande majorité des produits commercialisés par le biais de transactions électroniques grand public sont des biens immatériels : voyages et services de réservation, logiciels, divertissements (jeux en ligne, musique, jeux de hasard), banque, assurance et services de courtage, services d'information, services juridiques, services immobiliers et, de plus en plus, des services liés à la santé, à l'enseignement et à l'administration publique.[133]

1.2. perspective mondiale

Le marché mondial du commerce électronique est estimé par ActivMedia à 21.8 milliard de dollars en 1997. [51]

Pendant la conférence d'ouverture de la CNUCED à Lyon sur le commerce électronique, le vice-président de la Banque mondiale, Jean François Richard, s'est livré à un bel exercice de prospective. Dans 3 ans plus de trois cent millions de consommateurs seront raccordés à Internet. Le plus vaste supermarché jamais imaginé. En l'an 2000, le seul marché du voyage en ligne pèsera plus de 10milliards de dollars. Aujourd'hui, il y a déjà plus de 850 000 produits en vente aux enchères sur Internet. Un pays comme Inde vend déjà 1.5 milliards de dollars de produits électroniques en ligne. Le commerce électronique n'a que 3 ans. Où en seront ces marchés dans une décennie? [53]

Les spécialistes estiment que d'ici l'an 2000 le commerce électronique sur Internet représentera un chiffre d'affaires compris entre 150 et 600 milliards de dollars. [113]

Pendant ce temps, d'autres paramètres s'effondrent, à commencer par le coût des communications. En 2010, les appels Paris / New York coûteront de l'ordre de moins d'un dollar de l'heure, comment évolueront ces affaires dans ce contexte? Et surtout, les pays en voie de développement pourront-ils y participer? aujourd'hui, il y a plus de téléphones à Tokyo que dans toute l'Afrique, mais un pays comme la Chine rattrape son retard à marche forcée.

Pour les pays en voie de développement, le potentiel du commerce électronique est évalué à 250 milliards de dollars. Un rêve émerge: qu'à la dichotomie pays riche / pays pauvres se substitue peu à peu les pays lents face aux pays rapides. Dans cette nouvelle économie, c'est l'une des principales opportunités ouvertes pour les pays en voie de développement. [53]

La part des utilisateurs d'Internet effectuant des achats de biens et services augmentera "modestement", en pourcentage (de 25% en décembre 1996 à 39% en décembre 2001), mais leur nombre croîtra exponentiellement.[123]

<i>Répartition géographique des ventes en millions de dollars en 2001</i>	
Etats-Unis	155 107
Reste du Monde	42043
Europe de l'Ouest	20909
D'après l'étude "The global Market Forecast for Internet Usage and Commerce" - IDC	

<i>Répartition en valeur du commerce électronique en Europe</i>		
Pays	1997	2001
Royaume-Uni	9	712
Allemagne	72	1406
France	4	416
Italie	1	93
Espagne	1	98
Pays-Bas	2	142
Suède	3	118
Autres pays	3	248
total	96	3233
(En millions de dollars) Source : Datamornitor		

1.3. Les avantages du commerce électronique

Tout d'abord, la nouveauté attire les consommateurs. Elle permet de capter de nouveaux chaland, d'attirer une clientèle majoritairement jeune, diplômée, présentant un profil d'innovateurs, et disposant d'un pouvoir d'achat supérieur à la moyenne. La relation commerciale avec ces consommateurs du troisième type, sans doute plus difficiles à atteindre par les canaux traditionnels, est marquée par une forte interactivité. La vente est souvent l'occasion d'un dialogue sur le fond: évaluation du service offert, demande de produits nouveaux, expression d'attentes, propositions d'améliorations...[4]

Le commerce électronique réduit radicalement la distance économique qui sépare les producteurs des consommateurs. Ces derniers peuvent effectuer directement leurs achats sans faire appel aux habituels détaillants, grossistes ou même, dans certains cas, distributeurs. Ils bénéficient d'une meilleure information, de coûts de transaction plus faibles et donc de prix plus bas, d'un choix plus large, voire de la possibilité de se procurer des produits adaptés à leurs besoins particuliers ainsi que d'une livraison instantanée pour les services et produits immatériels sous forme numérique.

Pour les vendeurs aussi, le commerce électronique présente de nombreux avantages : les producteurs peuvent en effet accéder sans grande difficulté à un marché mondial. Il en va de même pour les revendeurs spécialisés. Magasins ou boutiques ne sont plus nécessaires et la gestion des stocks peut se faire de manière plus rationnelle. Les économies sur les coûts salariaux, quant à elles, peuvent être considérables. Ainsi, selon une estimation, le coût d'achat d'un logiciel sur Internet est de 0.20 à 0.50 dollar par transaction, contre 5 dollars pour une commande par téléphone et 15 dollars pour une transaction réalisée chez un détaillant traditionnel. Mais si le commerce électronique offre de nouveaux débouchés, il se traduira aussi par une concurrence plus intense.[133]

1.4. Les américains possèdent les meilleurs atouts

Dans le développement rapide du commerce électronique, ce sont bien les Américains qui possèdent les meilleurs atouts[5] :

Ça n'a rien de surprenant : Les Etats-Unis ont acquis une position dominante dans le domaine des technologies de l'information et sont en avance dans leur utilisation. [3]

Ils disposent d'une avance technologique et marketing considérable.

Leur domination culturelle et linguistique constitue un formidable levier commercial.

Ils profitent d'un dynamisme réel et ne participent pas à la crise économique et morale de l'Europe.

Ils croient en l'avenir, et en la jeunesse, ce point étant probablement le plus fondamental de tous.

Ils seront donc les premiers bénéficiaires du business électronique.

En Asie le Japon est le pays où Internet s'est le plus rapidement développé (2.6 millions de foyers connectés sur 3.4 millions pour l'ensemble de l'Asie). Deux fournisseurs d'accès en 1994, plus de mille en 1997. On compte désormais au Japon 12 centrales de vente sur le réseau, 450 boutiques spécialisées qui proposent 6500 produits: produits de luxe importés, vêtements, produits régionaux, équipement informatique, matériel de camping...[5]

1.5. Le retard français

En Europe, la France est en quatrième position pour le nombre des connectés, derrière la Grande -Bretagne, l'Allemagne et les Pays-Bas. En 1996 seulement 9% des entreprises françaises étaient connectées à Internet et 2.9% y avaient développé un site. Avec 30 000 serveurs et 7 milliards de Francs de chiffre d'affaires, le Minitel est le premier fournisseur de services en ligne, toutes catégories confondues. On peut même affirmer que la télématique française génère bien plus de volume d'affaires que l'ensemble du commerce électronique sur Internet. Seulement voilà, le Minitel est un réseau fermé et peu performant du point de vue du multimédia et de la vitesse d'affichage. Il est par ailleurs strictement national, et condamné par la mondialisation des échanges. Enfin, le prix extraordinairement élevé des services télématiques rapporte de tels volumes d'affaires à leurs prestataires qu'ils ont longuement hésité avant de basculer sur Internet.[5]

Avec le Minitel, la France avait de nombreuses années d'avance en matière d'échanges électroniques, aujourd'hui, comme la plupart des pays d'Europe, elle a pris un certain retard sur les Etats -Unis. Le plus préoccupant, est que cela correspond pour une part à un retard plus global dans l'utilisation de l'informatique par les entreprises.[3]

Les ventes mondiales transitant sur le World Wide Web, sont évaluées entre 700 et 1500 millions de dollars en 1996, ce qui ne représente que 1 ou 2 % du PIB de la France. Mais malgré ces chiffres symboles du poids encore faible de ce nouveau marché, les grands cabinets d'études s'accordent à dire que le commerce via Internet sera en pleine explosion dans les prochaines années.

Le développement du commerce électronique passe par le développement de l'Internet ainsi que par l'essor de l'équipement informatique. Mais parler de développement aboutit au besoin de différencier les pays dits " en avance " de ceux dits " en retard ". Dans le domaine de l'Internet, ce besoin devient une nécessité. Selon les chiffres qui référence les pays et leurs connexions Internet en juin 1995 , il existe différents stades d'avancement mais la démarcation principale est celle Nord-Sud.[115]

Cette situation ne devrait toutefois plus durer, car chaque année le nombre de pays non connectés à l'Internet diminue ; comme le montre les chiffres datant de juin 1996, qui permet de comparer l'état des connexions par rapport à juin 1995.

En France nous avons pris conscience de ce retard récemment, et lors de la naissance de l'Association Française pour le Commerce et les Echanges Electroniques (AFCEE), notre ministre délégué aux télécommunications, François Fillon, se prononçait sur ce retard. .[115]

2. La sécurité et le droit : deux obstacles à franchir

Si l'on excepte les aspects économiques, techniques et culturels de la question, le commerce électronique pose aujourd'hui au moins deux grands types de défis: des défis juridiques; des questions de sécurité. [3]

2.1. La sécurité du réseau lui-même

Le terme de sécurité recouvre un très large éventail de questions mais, pour ce qui concerne le commerce électronique, les préoccupations principales en la matière sont la protection de la disponibilité, de la confidentialité et de l'intégrité des systèmes d'information et des données stockées et transmises. Il faut tout d'abord assurer la sécurité des réseaux eux-mêmes, ce qui suppose des dispositions en matière de qualité de service, afin de garantir que les éléments des réseaux utilisés pour le commerce électronique soient robustes et disponibles lorsque l'on en a besoin, et que les accès non autorisés ou malveillants soient réduits au minimum. Il faut deuxièmement, garantir la sécurité des messages commerciaux et des transactions conduites ne soient révélées qu'aux personnes, entités ou processus autorisés, qu'elles soient précises et complètes, et qu'elles n'aient pas été modifiées ou altérées de manière non autorisée. [8]

Le développement des échanges électroniques entraîne l'émergence d'une criminalité, ainsi d'ailleurs que d'une police électronique. Il est à signaler que, aussi étonnant que ça puisse paraître compte tenu de l'origine militaire de l'Internet, la sécurité du réseau n'a pas été une préoccupation majeure lors de sa création. Le constat auquel aboutissent quelques études est véritablement inquiétant. 30% des sociétés américaines raccordées à l'Internet reconnaissent avoir subi des piratages, ou au minimum de simples tentatives durant l'année 1996. De plus, 40 à 50% des entreprises connectées ne se protègent pas. Rien qu'en France, l'Internet serait support à un environ 10% des attaques informatiques, soit un coût d'un montant approchant 1,5 milliards de francs. Mais attention, on estime que seulement 10% des cas d'intrusions sont signalés, les entreprises victimes de hackers, n'ayant pas du tout envie de se faire une mauvaise publicité, en avouant leurs faiblesses.

On entre donc dans le vaste domaine de la criminalité informatique, dont les frontières ne sont pas toujours faciles à définir. Chaque pays a une législation différente à ce sujet, et a réagi plus ou moins vite face à ce problème. En Europe, la Suède a été le précurseur, en instituant une loi en 1973, qui considérait comme crime, l'acquisition non autorisée de données stockées, alors que les Pays-Bas n'ont considéré l'intrusion (sans dégâts) dans un ordinateur comme un crime qu'après 1990.

L'interconnexion d'un réseau d'entreprise à Internet remet donc en cause toute sa sécurité informatique.

Par le biais du réseau Internet, de nombreuses fraudes sont possibles mais on peut toutefois distinguer 2 catégories différentes :

- Les actions directes : l'ordinateur devient l'objet de la fraude.

Vol d'informations (plans de nouveaux produits, listes de clients, ...) Chantage, basé sur des informations obtenues par le vol de fichiers informatiques (informations médicales, ...).

Sabotage des données ou du système. Accès non autorisé aux fichiers des autorités, pour y modifier des données (casiers judiciaires, permis de conduire, ...) Techno-vandalisme (destruction sans but précis, volontaire ou non, de données) Exploration (Intrusion dans un système, juste pour le plaisir d'y aller, sans intention d'y voler quoi que ce soit)

- Les actions indirectes : l'ordinateur devient l'outil permettant un crime conventionnel

Détournements de fonds Meurtre par modification des dosages des médicaments d'un patient dans un hôpital. Serveurs fournissant des données illégales (pornographie infantine, ...)[115]

2.2. La sécurité de paiement

L'un des principaux obstacles au déploiement du commerce électronique sur Internet serait le manque présumé de sécurité et de fiabilité du réseau. C'est du moins ce qu'on entend depuis plus d'un an. Les consommateurs hésitent à transmettre leur numéro de carte de crédit par courrier électronique ou dans un formulaire Web. Les commerçants sont réticents à donner accès en ligne à leurs systèmes d'information tel que les catalogues, inventaires ou carnet de commandes de peur que des pirates pénètrent leurs systèmes informatiques. [111]

Les solutions techniques existent cependant (cryptographie, barrières logicielles...), mais la législation française s'oppose encore pour l'instant à la mise en œuvre de certaines d'entre elles, alors que d'autres pays les autorisent. Il y a là un risque d'évasion des opérateurs vers d'autres terres d'accueil mieux inspirées. Enfin, qui dit transactions commerciales dit paiement, avec les problèmes de sécurité sous-jacents.[4]

Selon Lorentz, Francis, le développement du commerce électronique est subordonné à l'utilisation de deux types de techniques cryptographiques:[3]

- la signature électronique permettant l'authentification de l'émetteur, la non-répudiation d'un accord et la vérification de l'intégrité d'un document.
- le chiffrement permettant de transmettre des documents , de nature le plus souvent contractuelle, en se protégeant contre l'espionnage économique mais aussi en respectant les règles de la concurrence ou la protection de la vie privée.

L'industrie du logiciel Internet a donc tout mis en oeuvre pour trouver des solutions à ces problèmes hautement techniques. En ce début de 1997, les technologies sont maintenant prêtes pour le commerce électronique sur Internet. Les protocoles de communication permettant d'effectuer sur le réseau public des transactions confidentielles et fiables sont au point.

Grâce aux Java, ActiveX, Shockwave, RealAudio et autres percées dans le domaine du logiciel, les outils interactifs et multimédias sont aussi au rendez-vous pour supporter les applications commerciales. Mais pour prendre vie, cette technologie doit encore trouver preneurs. [111]

2.3.. Vide juridique et complexité du système actuel

Internet serait une zone de non-droit, qui placerait vendeurs et acheteurs dans une insécurité juridique.[3]

L'Internet est un déstabilisateur juridique qui peut s'expliquer par 3 facteurs principaux :

D'abord par l'aspect " transnational " du réseau qui se joue des frontières. Tous les systèmes juridiques connus jusqu'à lors étaient constitués selon deux principes : celui de la territorialité, c'est-à-dire que la loi s'applique à un territoire (un pays, une entreprise...), et deuxièmement la surveillance de cette loi par une autorité qui puisse, le cas échéant en sanctionner la violation. Or Internet, comme nous l'avons déjà dit, est un réseau à structure décentralisée, sans autorité centrale et sans territoire exclusif. Un livre interdit dans un pays (prenons l'exemple de la France, avec le livre censuré du Dr. Gubler) peut alors être accessible sous forme électronique dans un autre Etat, voir dans un "paradis cybernétique", c'est-à-dire dans un pays non adhérent à la Convention de Berne, qui protège les droits d'auteurs au plan international. Il est donc difficile de faire appliquer des normes nationales sur un réseau mondial.

Deuxièmement, par ce que l'on pourrait appeler la "dématérialisation" de l'information. Les supports matériels et concrets comme les livres ou les cassettes vidéo, sont plus exposés à une saisie policière qu'une chaîne de " bits " numériques invisibles, transmise par des ondes électromagnétiques, via un satellite, puis circulant sous forme de courant électrique, via des fils téléphoniques. Prenons un exemple d'actualité, les cassettes vidéo pédophiles sont bien évidemment interdites et dès leur localisation, elles sont saisies et détruites. Dans le cas d'un site Web pédophile, les difficultés sont accrues : La localisation du site est difficile et son créateur est souvent introuvable (certaines sociétés d'hébergement ne sont pas toujours regardantes sur le contenu des sites hébergés et le responsable du site procède bien souvent à sa propre identification par simple E-mail, rien ne l'empêche alors de fournir un faux nom et de ce fait s'assurer l'anonymat vis-à-vis de la justice). La destruction du site est réalisable mais rien n'empêche la reproduction de ce même site dans une nouvelle petite niche du réseau.

Dernier facteur déstabilisateur : la diversité des contenus. Peut-on vraiment soumettre aux mêmes lois une banque qui offre ses services sur Internet, un éditeur qui distribue ses logiciels via le Net, ou encore des particuliers qui utilisent le courrier électronique. Internet n'est évidemment pas au-dessus des lois, et il faudra le réglementer d'une façon : Adaptée, c'est-à-dire acceptable même pour les plus " fanatiques " du réseau Techniquement réaliste afin de ne pas être esquivé par des outils de contournement Politiquement rationnel afin de ne pas briser le potentiel de cet outil de communication. [115]

De plus, il faudra à tout prix éviter que ces mesures qui seront prises pour empêcher les communications interdites n'aient entravé injustement les communications autorisées, et de ce fait, la liberté d'expression.

2.4.. La difficile protection de la propriété intellectuelle

Les questions relatives à la propriété intellectuelle deviennent de plus en plus importantes pour une gamme croissante d'activités commerciales. Dans un environnement électronique, les entreprises commerciales deviennent plus conscientes de la nécessité de pouvoir protéger les marques de commerce et les informations commerciales détenues dans les bases de données. Elles sont aussi davantage sensibilisées aux liens qui existent entre les DPI et le processus d'information, et leur souci est que les modifications qui pourraient être apportées au système des DPI n'introduisent pas d'obstacles excessifs au développement du commerce électronique.[8]

La question de la protection du droit d'auteur se pose de façon très sensible. Ainsi, la diffusion récente du livre du docteur Gubler constitue à la fois une atteinte au droit d'auteur, et une atteinte à l'ordre public, puisque cet ouvrage est interdit sur le territoire français.

Le seul fait de communiquer sur Internet, n'ouvre pas des horizons libertaires, qui demeureraient interdits sur les autres supports. Ici, ce n'est pas le manque de droit, qui limite la protection légitime du droit d'auteur, mais la difficulté technique à faire respecter ce droit. En effet, si la plupart des pays du monde ont signé des conventions internationales, garantissant un minimum de protection de la propriété intellectuelle, il n'en demeure pas moins qu'une action judiciaire reste difficile à mettre en œuvre, parce qu'elle fait immédiatement intervenir une procédure internationale, toujours longue et laborieuse.[5]

Les régimes internationaux actuels de protection des DOI sont axés sur les "idées", et particulièrement sur l'expression des idées sur des supports physiques: imprimés, enregistrement de son, vidéos, films, etc. Le défi auquel doivent faire face les gouvernements est de redéfinir ces régimes afin qu'ils soient mieux en mesure de prendre en compte les services d'information électronique.

Aujourd'hui, la structure du régime des DPI comporte deux éléments: le copyright pour les propriétés littéraires, et les brevets pour les spécifications et processus techniques. En outre, pour ce qui concerne le copyright, différentes institutions, chacune orientée vers un support de reproduction spécifique, se partagent la responsabilité de veiller au respect des DPI. Cette structure institutionnelle perd de plus en plus de sa justification à mesure que les supports convergent. L'expansion des réseaux électroniques a mis en question l'adéquation des dispositifs de définition et de protection des DPI.[8]

Le champ d'application de la propriété littéraire et artistique est particulièrement large, car il comprend toutes les œuvres de l'esprit à caractère original, quels qu'en soient le genre, ou la forme d'expression. Par ailleurs, la protection légale bénéficie aux auteurs à proprement parler, mais également auxiliaires de la création, que sont les interprètes, ainsi que les producteurs de disques et de vidéo. Il faut distinguer, dans cette définition, les activités que le législateur a souhaité exclure du droit d'auteur. La mise à disposition d'une œuvre sur un réseau informatique ouvert, comme Internet, peut être assimilée à un acte de communication au public, donc relevant du droit de représentation. La transposition de l'œuvre sur une page web relève également du droit de reproduction. L'ensemble des œuvres à caractère original entre ainsi dans le champ de la protection du droit d'auteur, qu'il s'agisse des textes, des images, ou des sons, quel que soit le format informatique.[5]

2.5. Quelles règles du jeu vont gouverner le commerce électronique ?

Pour que les espoirs suscités par le commerce électronique deviennent réalité, il faut que les règles nationales ou internationales qui régissent l'activité commerciale, subissent des ajustements parfois importants, imposés par la dématérialisation des échanges, la perméabilité accrue des frontières, l'évolution rapide et imprévisible des technologies.

Ces perspectives ont été parfaitement perçues par les Etats-Unis, qui entendent en tirer le meilleur parti possible pour leur économie et ont, en conséquence, érigé en priorité majeure la négociation internationale des règles qui gouvernent le commerce électronique. Les américains proposent une initiative: supprimer les barrières au commerce.

L'Union européenne semble avoir pris conscience de ce que, conjugué avec la mise en œuvre de l'euro, le développement de la numérisation des échanges peut puissamment contribuer à la constitution d'un véritable marché intérieur européen, utilisant la même unité monétaire et obéissant à des règles du jeu largement harmonisées. Cette évolution devrait faire apparaître des solidarités de valeurs et d'intérêts qui peuvent conduire à une affirmation de l'identité européenne. Il apparaît que c'est prioritairement dans ce cadre que la France pourra défendre sa vision du problème et les intérêts de ses entreprises et consommateurs. Encore faut-il que les positions françaises soient précisées.

Mais le débat ne se limite ni aux relations Europe / Etats-Unis, ni aux aspects intéressant les gouvernements. Le nouveau modèle de l'économie "numérisée" s'élabore en de très nombreuses instances techniques, régulatrices ou d'influence où il est important que nous fassions entendre notre voix. [3]

3. Stratégies de l'Europe et de la France

3.1. Commerce électronique, Euro, Carte à micro-processeur

Les années 1997-2002 verront en Europe la conjugaison de trois phénomènes d'origine différente (émergence du commerce électronique sur l'Internet, introduction de l'euro et développement de la carte à micro-processeur) qui pourront créer des opportunités économiques considérables. [116]

En premier lieu, grâce au réseau Internet, de nouveaux échanges marchands concerneront demain aussi bien la vente de biens matériels, ou immatériels (livres, disques, vidéos), que des prestations à distance (réservation de voyage, conseils, publicité, banque en ligne, ...).

Le volume du commerce électronique devrait selon plusieurs estimations représenter plusieurs dizaines de milliards de dollars de transactions avant l'an 2000. Les galeries marchandes en ligne, le paiement par porte-monnaie électronique sécurisé, multiplieront les occasions de toucher de nouvelles clientèles, y compris chez les petits acheteurs excentrés.

En second lieu, l'Euro conduira le secteur bancaire comme plus généralement, l'ensemble des professions industrielles et commerciales (ainsi d'ailleurs que les administrations) à modifier profondément leurs comportements. En France, les banques vont se trouver soumises à une intense concurrence de leurs homologues des pays "in". Des produits d'épargne en euros, des comptes-courants, des instruments de paiements modernes, tels le porte-monnaie électronique, devraient être offerts à la clientèle assez rapidement. Ce dernier, utilisable par exemple pour les petits achats, pourrait résoudre les nombreux problèmes pratiques de conversion qui pourraient se poser.

Enfin, dans les deux cas, l'on fera largement appel à la carte à microprocesseur (carte et lecteur). Celle-ci, après une longue latence, pourrait voir son marché décoller dans les années à venir, non seulement en Europe mais dans le monde (hors sans doute les Etats-Unis). Aux applications traditionnelles (achat-vente par carte de crédit, télécoms, santé) s'ajouteront des services et applications nouvelles : protection d'accès aux ordinateurs et réseaux sur Internet, porte-monnaie électronique pour le paiement en ligne, "carte-ville", "carte-citoyen", etc. Les administrations publiques auront également là aussi une opportunité essentielle de modernisation (titres administratifs et télé-procédures sécurisées). [116]

3.2. la France reste dans la course

Il est vrai que, stimulés par le dynamisme des fournisseurs locaux de produits d'informatique et de télécommunication, les entreprises américains ont acquis une certaine avance dans l'expérimentation du commerce électronique. Cela n'a rien d'inversible, la France dispose d'atouts importants, y compris pour l'offre des technologies et des services nécessaires au commerce électronique. Mais il faut agir rapidement et ne pas prendre prétexte des incertitudes et balbutiements qui caractérisent l'émergence du marché et particulièrement celui du marché grand public, pour tarder à investir, fusse de manière expérimentale, et préparer les changements nécessaires. L'Internet constitue une opportunité pour les entreprises de toutes tailles à condition qu'elles prennent le risque de l'apprentissage au moins aussi vite que les concurrents.[3]

De manière générale, les pays européens, et particulièrement la France, bénéficient d'excellentes infrastructures de télécommunications et d'opérateurs puissants et compétents. Des fournisseurs d'équipements de télécommunications sont de leur côté parmi les meilleurs mondiaux. En ce qui concerne plus précisément la France, nous bénéficions en outre d'une bonne capacité d'innovation dans les logiciels liés aux applications sur le réseau, fondée sur des traditions de culture mathématique et du meilleur niveau mondial. Nous disposons également de tous les acquis résultant des efforts consentis de longue date par la puissance publique en faveur de la recherche dans les domaines de l'informatique et des télécommunications. Par ailleurs, l'expérience du Minitel est précieuse dans la mesure où elle a permis d'acquérir une bonne connaissance des réactions des utilisateurs face à des échanges dématérialisés, de structurer d'excellentes bases de données, de développer une bonne maîtrise de l'articulation de la transaction avec le "back office" (gestion des livraisons, des réclamations, des retours...).[3]

La France, quatrième exportateur mondial, a donc tout à gagner à participer activement à ce nouveau marché. L'enjeu pour les entreprises françaises est d'être présentes dès maintenant sur ce créneau à fort potentiel dans une optique de promotion à l'exportation et de développement de nouvelles compétences d'échange et de commercialisation. Encore faudrait-il que le retard de la France en la matière ne se creuse pas. [116]

Si on voulait comparer la France à une voiture de formule 1, on pourrait dire qu'elle n'a pas fait d'essai, n'a pas trouvé les bons réglages pour les qualifications obtenant seulement une place médiocre sur la grille et enfin n'a pas réussi le départ. Malgré tout, rien n'est perdu, il reste la stratégie de course et les arrêts au stand pour remonter ce retard.[115]

La France dispose d'une avance en matière de systèmes de paiement. Ceci est dû à plusieurs facteurs. Une utilisation des cartes bancaires plus ancienne et plus répandue que ses voisins. En effet, 60% de la population adulte possède une carte et l'utilise en moyenne 115 fois par an. Ces cartes ont très tôt été considérées comme des substituts des chèques, et donc comme de véritables cartes de débit, alors qu'elles n'étaient essentiellement que des cartes crédit dans les pays anglo-saxons, utilisées en moyenne une vingtaine de fois par an.

Une technologie de la carte à puce mise au point par des acteurs comme Bull, Gemplus, Schlumberger, qui est un atout considérable pour la sécurité des paiements. La France a

d'ailleurs conservé son avance par rapport au système SET (secure electronic transaction) de Visa et Mastercard, avec la mise au point du processeur C-SET par le GIE Carte Bancaire, offrant une meilleure sécurité.[3]

Un espoir pourrait venir du côté des opérateurs télécom, avec l'ouverture du marché prévue pour janvier 1998. France télécom ne serait alors plus en position de monopole mais cela ne devrait néanmoins pas être un changement fondamental dans le domaine de l'Internet car les infrastructures sur le territoire français resteront la possession de France Télécom, qui les loueront aux nouveaux arrivants. Il paraît dès lors peu probable que ces nouveaux opérateurs puissent proposer des prix compétitifs en ce qui concerne le local. De plus, Internet, de par son développement limité, ne paraît pas être un marché suffisant pour attirer les opérateurs et ainsi profiter d'une guerre des tarifs.

Alors, la solution viendra peut-être de nouvelles technologies tel le câble. En effet, si l'Internet en France passe le plus souvent par le réseau téléphonique de France Télécom, il est tout à fait envisageable de le court-circuiter. L'utilisation de la fibre optique des réseaux câblés français permet, comme l'ont démontré les expérimentations qui se sont déroulées dans certaines villes, des vitesses de transfert 300 fois plus rapides, et surtout, un coût qui se limite à l'abonnement au réseau, sans facturation à la durée.

Ce réseau est exploité par des câblo-opérateurs, mais devinez qui en est le propriétaire...France Télécom. L'utilisation actuelle est essentiellement liée à la télévision, mais le succès ne fut pas celui escompté remettant ainsi en cause la rentabilité du câble. Alors, l'Internet sera peut-être une chance pour rentabiliser le câble, c'est en tout cas ce qu'espère France Télécom qui ne semble pas vouloir louer son infrastructure à bas prix. Enfin, n'oublions pas que l'accès à un réseau offrant une telle capacité aux câblo-opérateurs, pourrait en faire des concurrents sérieux au niveau local.

Preuve en est, la Compagnie Générale des Eaux qui réclame de pouvoir utiliser le câble parisien pour fournir l'accès Internet se voit refuser l'accès par France Télécom.

Finalement, l'environnement Internet n'est pas si hostile à l'utilisation du français, comme on pu le faire croire certains personnes réticentes. Il suffit de constater le développement des sites francophones, d'origines québécois. Il est grand temps de prendre exemple, et de développer un cadre adapté et stimulant pour les jeunes entrepreneurs prêts à prendre des risques. Car depuis trente ans, la grande majorité des sociétés réussissant dans ce domaine, ont été lancées avec du capital-risque. Et objectivement, on constate que le capital-risque reste rare en Europe, jusqu'à présent en tout cas, car bientôt s'ouvriront de nouvelles bourses destinées aux entreprises high-tech en Allemagne, en France et en Angleterre. Mais pour un vrai changement, il faut des avocats, des banquiers et des politiciens.[115]

4. Les conséquences sur les activités documentaires

Selon Global Concept, dans les produits qui se vendent sur Internet, publication (18%), CD, cassette vidéos (14.2%) occupent deux et troisième place tout après logiciel. [5] Ce qui montre que l'impact le plus grand suscité par le commerce électronique c'est le domaine de la documentation. Les sources documentaires sont en train de devenir électroniques.

4.1. librairie virtuelle

Deux tendances se confrontent sur L'Internet dans le domaine de l'achat de livres en ligne. D'un côté, des librairies ayant pignon sur rue viennent y prolonger leur activité ; de l'autre, de nouveaux prestataires se lancent dans une activité exclusivement virtuelle.[51]

◆ **Amazon**

Créée en 1995, Amazon.com est la plus importante librairie virtuelle sur l'Internet, avec essentiellement des ouvrages anglo-saxons. La société américaine, aujourd'hui cotée en bourse, annonçait déjà en 1996 un CA de 15,7 millions de dollars. Une site efficace qui répertorie 2,5 millions de livres publiés aux Etats-Unis et propose la commande à des prix souvent inférieurs à ceux du marché. La recherche s'effectue par thèmes ou du mots-clés et le service "eyes" permet de rester informé des dernières parutions. Amazon.com a développé un réseau de 8 000 sites partenaires sur le web qui proposent une sélection d'ouvrages à leurs visiteurs et sont commissionnés sur les livres vendus. La start-up américaine se lance actuellement dans la vente de disques compacts en ligne et pourrait concurrencer les deux poids lourds du secteur, Musicboulevard et CDNow.

◆ **Fnac**

Avec le lancement de son site web en mars 1997, la Fnac s'est immédiatement tournée vers la vente en ligne de livres, disques, vidéos et cédéroms, avec aujourd'hui 400 000 références. Mais son positionnement sur L'Internet dépasse le simple commerce électronique. En prolongement du rôle d'acteur culturel que le célèbre « agitateur » entend développer, le serveur permet de naviguer dans un espace très riche à plusieurs dimensions. L'actualité et l'espace interactif « critique des lecteurs » voisine avec une partie plus magazine : expos photos, concerts ou dossiers spéciaux. Le site affiche quelque 5 000 connexions par jour. Quant aux ventes en ligne, elles représentent aujourd'hui 25% du CA de Fnac Direct (12 millions de francs en 1997, soit 1% du CA total de la Fnac).

◆ **Lavoisier**

Le groupe Lavoisier est à la fois une librairie économique, scientifique et technique internationale, un éditeur, et une agence d'abonnement. Son serveur est clair et très fonctionnel, avec une rubrique donnant un bon aperçu des toutes dernières nouveautés. On peut depuis un an et demi y effectuer une recherche sur une base de 550 000 titres d'ouvrages et cédéroms et 35 000 revues, et commander en ligne très facilement. Il suffit de remplir son « panier » virtuel au fur et à mesure de ses besoins, et de choisir parmi les différents moyens de paiement : sur compte ou par carte bleue (transactions sécurisées SSL).

◆ **Décitre**

Décitre, avec 9 librairies sur Rhône-Alpes, est un acteur régional dynamique aux niveaux culturel et documentaire. Son site, synthèse réussie d'institutionnel et de magazine culturel, va très bientôt intégrer le commerce électronique : consultation gratuite de la base de 378 000 titres via le moteur Doris d'Ever et commande en ligne. Ce projet accorde une priorité à la clientèle professionnelle, en prévoyant l'accès aux comptes, les commandes personnalisées aux conditions commerciales du client, la possibilité de maintenir un « panier virtuel » de commandes pendant plusieurs jours, et de télécharger des fiches de pré-catalogage informatisées.

◆ **Le Furet du Nord**

Le Furet du Nord, riche d'un réseau de 12 points de vente, s'est lancé il y a deux ans dans l'aventure du commerce électronique, avec aujourd'hui 350 000 ouvrages francophones proposés. Albert-Paul responsable des ventes directes de la société, fait un bilan satisfaisant de sa présence sur l'Internet : « Nous avons eu une commande dès le premier jour. Aujourd'hui, nous enregistrons quelque 8 commandes par jour, dont 40% viennent de l'étranger. Le chiffre d'affaires reste anecdotique, 5% du CA vente à distance, mais le panier moyen est beaucoup plus élevé qu'en magasin, et les potentialités sont fortes ». Le paiement s'effectue à 80% par carte bancaire (transaction sécurisée SSL, et dès que possible SET).

◆ **Les librairies francophones suisses en ligne**

La librairie francophone suisse Reymond vend en ligne depuis 1996 ouvrages et cédéroms et enregistre aujourd'hui entre 60 et 70 commandes par mois.

Alapage propose 400 000 références de livres, disques, cédéroms et vidéos sur un site totalement dépouillé et réalise un CA mensuel de plus de 150 000 francs.

Chapitre, en plus de la vente d'ouvrages en ligne, offre des contenus originaux et ciblés dont la recherche ou réédition d'ouvrages épuisés.

4.2. Service bibliographique sur Internet

Pour l'acquisition de leurs documents, les documentalistes et bibliothécaires consultent de plus en plus les bases de références bibliographiques. Au-delà de la recherche documentaire ponctuelle, il reste indispensable pour un professionnel de l'information de se tenir au courant de la production éditoriale dans son domaine. Electre et Livre. Net sont deux services de recensement des livres disponibles en France.

Electre, la filiale du Cercle de la Librairie, est principalement connue pour sa base de références bibliographiques de livres disponibles. Cette base est née sur papier, puis a été déclinée en 1987 sur un serveur Minitel et sur un cédérom en 1989. Depuis la fin de l'année dernière, Electre s'est installée sur le web, avec son nouveau service Electre. com. Sur le fonds, on retrouve toute la richesse et le sérieux des livres disponibles : 403 000 titres, 150 000 références épuisées et aussi 10 000 titres multimédias.

Livre. net est un service web qui s'adresse aux professionnels du livre. Une partie du site est ouverte à tous, avec des recensions de revues de librairies et de sites intéressants sur Internet. La partie réservée aux abonnés compte des annuaires et la base de livres disponibles. Celle-ci comprend 344 000 références. Les épuisés ne seront intégrés que dans le cédérom qui devrait sortir (550 000 références).[54]

4.3. Différentes stratégies des quotidiens nationaux français

Les quotidiens nationaux français ont aujourd'hui presque tous répondu présent à l'appel de l'Internet, quoiqu'en ordre dispersé. Mais chacun développe sa propre approche, et la visite de leurs sites web montre bien la variété des stratégies possibles.[56]

Les Echos joue à fond depuis octobre 1997 la carte commerciale, avec une riche palette d'informations payantes, de l'édition du jour disponible pour 7 franc aux articles d'archives à 5 franc, et des indices journaliers à 3 francs aux dossiers entreprises pour 65 francs.

La Tribune offre au contraire un accès gratuit, non seulement à l'édition du jour et à ses archives, mais encore à des services spécifiques, tels l'activité boursière, les rapports annuels des sociétés cotées, et l'importante rubrique.

Libération, par ailleurs totalement gratuit. Six forums parallèles, deux lettres d'information par mél, l'accès à toutes les pages « Débats » et quelque 75 adresses électroniques livrées aux usagers pour réagir, en font un modèle du genre. Le site, qui propose la une, une sélection d'articles concernant l'actualité du jour et de la semaine et le texte intégral du cahier multimédia du vendredi, offre également un espace culturel spécifique très riche.

L'Humanité et Parisien, les deux quotidiens ont en effet opté pour la gratuité en s'offrant aux internautes en version intégrale avec leurs archives.

Le Monde, sa position est plus nuancée. Le site web permet d'accéder librement à un important contenu rédactionnel, une du jour, bonne sélection d'articles, dossiers spéciaux d'actualité ou plus « magazine ». Des reportages spécifiques sont aussi réalisés, et la rubrique culturelle est imposante.

Le Figaro, quant à lui, peaufine toujours sa stratégie Internet. Reste à savoir si ce retard lui permettra de profiter de l'expérience des pionniers.

4.4. Questionnaire d'abonnement des revues sur Internet

Sur Internet, les agences d'abonnements fournissent des services qui vont de la mise à disposition du dossier client jusqu'à l'accès en texte intégral.

Lavoisier offre sur son site la recherche et la prise d'abonnements à 35 000 revues. A ses côtés, Swets (filiale d'Europériodiques en France) et Ebsco ont adopté sur l'Internet des philosophies comparables, donnant à leurs abonnés l'accès à leur dossier et la possibilité de s'abonner en consultant un catalogue en ligne. Swets propose le sien (14 500 périodiques) en libre accès avec recherche d'un titre par ordre alphabétique ou par sujet et mot-clé. Les services SwetsNet et Ebsco Online permettent aux abonnés de disposer en ligne du texte intégral de plus de 1 000 publications électroniques pour Swets et près de 1 600 chez Ebsco.

Le produit phare de Dawson, première agence d'abonnement en France, est le service Inrrogation Quest lancé sur le web l'an dernier et qui donne aux abonnés l'accès au texte intégral d'une sélection de revues électroniques professionnelles, ainsi qu'à la base de données des sommaires de quelque 12 000 périodiques.[57]

4.5. Bases de donnée sur le Web

Interface web s'ajoutant aux prestations traditionnelles ou basculement de l'ensemble de l'offre sur le web : c'est l'utilisation du Réseau que font les banques de données. Côté mode de facturation, si les utilisateurs plébiscitent le « pay per view », les prestataires restent attachés à ne rémunération au temps de connexion.[58]

- **L'Européenne de données**

L'Européenne de données, filiale du groupe ORT, est spécialisée dans les bases de données juridiques et d'actualité. Fruit de lourds investissements en termes humains et financiers, son site web ouvert depuis décembre dernier concentre l'offre presse de la société et permet l'accès à 16 millions de pages d'information, presse française et dépêches de l'AFP indexées en temps réel. La facturation comprend un abonnement de 1 800 francs par an, et un coût à la visualisation du document dans une fourchette de 10 à 70 francs.

- **Qwam**

La création de Qwam en mai 1997 s'est fait directement sur l'Internet. Le service permet d'interroger à partir d'une interface unifiée, et par grands thèmes, une sélection de quelque 320 bases de données françaises et étrangères qui couvrent les principaux champs d'action de l'entreprise. Les clients s'abonnent pour 4 900 francs par an, et paient ensuite la visualisation des documents indépendamment de la durée de connexion.

- **STN Easy**

STN (Scientific and Technical Information Network) est exploité conjointement par Fiz Karlsruhe, L'american Chiminal Society et le Japan Information Center of Science and Technolofy, et diffuse plus de 200 bases de données du domaine scientifique, technique et brevets. Sur Internet, STN Easy (version française), lancé fin 1996 avec une vingtaine de bases, en ^ropose aujourd'hui plus de 50. Le site, accessible sans abonnement après ouverture d'un compte, se finance sur le principe du « pay per viw ». Au fortait de recherche de 11.70 francs s'ajoute un coût par référence complète visualisée, le titre étant gratuit.

- **Questel-Orbit**

Questel Orbit (Groupe France Télécom) ne propose pas aujourd'hui ses 250 bases de données sur le web, à l'exception d'un produit spécifique, Qpat US. Ce site offre un accès illimité aux brevets américains en texte intégral depuis 20 ans pour un coût forfaitaire annuel de 12 500 francs.

- **The Dialog Corporation**

The Dialog Corporation, la nouvelle entité née du rachat par l'institut britannique Maid de Knight Ridder Information en novembre dernier, pèse aujourd'hui lourd sur le marché de l'information structurée : 900 bases de données et plus de 6 milliards de pages d'informations. Le résultat de cette union comblera les clients du service Profound de Maid, déjà disponible depuis près de deux ans sur l'Internet. En effet, 250 des 450 bases de données de Dialog viennent d'enrichir l'offre de Profound, sans modification du prix d'abonnement .

- **L'Inist**

L'Inist proposait déjà depuis plusieurs mois sur son site web la consultation libre du catalogue de son fonds documentaire périodiques, conférence, rapports scientifiques et ouvrages, ainsi que la saisie des commande pour les abonnés, l'ouverture et la consultation d'un compte étant possibles en ligne. Depuis février dernier le service offre une sérieuse valeur ajoutée : l'accès

gratuit à Article@Inist, catalogue de 6 millions d'articles, 23 000 titres de périodiques et 130 000 monographies du fonds depuis 1990 ,via le moteur de recherche Topic.

- **Bristish Library**

Bristish Library vient de mettre en place sur le web son nouveau service intégré Inside, mais sur abonnement de 950 livres par an ! cette base de donnée comprend 20 000 périodiques détaillés jusqu'au niveau des titres, 250 000 titres de revues, 16 000 conférences avec le détail des communications.

4.6. Cédérom, CD-Audio se vendent sur le réseau

- La vente de cédéroms en ligne sur catalogue devient fréquente sur le web francophone et international. La valeur ajoutée se fait sur le descriptif et ou critique des titres et le mode de recherche proposé .[59]

La Fnac propose de nombreuses présentations et sélections de cédéroms, la recherche restant possible par titre ou producteur.

Alapage reste purement commercial, en ne proposant ni choix par catégorie ni descriptif: comme CD-Rom Shop, qui affiche 4 300 cédéroms essentiellement anglo-saxons.

Le French CD-Rom Mégastore annonce un catalogue de plus de 1 500 titres en français.

Hachette Encyclopédies, son site vient d'être développé. son contenu est très riche.

- Avec 52 millions de dollars de ventes de CD-Audio sur le web en 1997, l'Internet bouscule d'ores et déjà les circuits classiques de distribution musicale.

On trouvera les CD disponibles en France sur des serveurs tels la Fnac ou Alapage, mais sans possibilité d'écoute. Pour ce service, il faut se tourner vers les impressionnants sites américains, comme Music Boulevard, partenaire de Club-Internet pour un accès direct à une version française. La navigation guidée et l'interface de recherche dans le catalogue de plus de 150 000 CD sont efficaces. On peut écouter de nombreux extraits, découvrir la biographie et discographie des artistes,.[59]

L'Internet est aussi le lieu de nouvelles formes de commerce musical. A City Music, chacun peut écouter des extraits de musique, télécharger pour 10 à 15 francs un titre sur son disque dur, ou acheter un album. Custom Disc propose aussi depuis peu de constituer son CD personnalisé avec des morceaux à choisir dans un catalogue de 20 000 titres pour un coût d'environ 20 dollars pour 10 morceaux.

En guise de conclusion

Au début du siècle, l'homme voulut voir le monde comme un oiseau. Il s'essaya à voler, mais comme il n'avait pas d'ailes, il tomba. Alors il inventa l'avion. En fin de siècle, il voulut plus

encore voir le monde comme un oiseau mais sans quitter sa chambre. Alors il inventa Internet.

Hier, l'Internet était universitaire, il était réseau de l'information. Aujourd'hui l'Internet est pour tous, il est réseau de la communication. Demain l'Internet sera professionnel, il sera réseau commercial.

Troisième partie : Bibliographie

1. Les ouvrages

- [1] **Charmot, Sophie.** *E-Business guide*. Paris :Ed.E-business,1998.62p.
- [2] **Chambre de commerce et d'industrie.** *Les enjeux économiques des échanges et du commerce électronique pour les entreprise*. Paris : Ed. chambre de commerce et d'industrie, 1997.20p.
- [3] **Lorentz, Francis.** *Commerce électronique :une nouvelle donnée pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publique*. Paris : Ed. Les Editions de Bery,1998.188p.
- [4] **Iteanu, Olivier.** *Internet et le droit : aspects juridiques du commerce électronique*. Paris :Ed.Eyrolles,1996.227p.ISBN 2-212-0877-9.
- [5] **Reboul, Pierre.** *Le commerce électronique : Techniques et enjeux*. Paris ; Eyrolle. 257p.ISBN 2-212-08963-5.
- [6] **Organisation de coopération et de développement économique.** *Commerce électronique : opportunités et défis pour les gouvernements*. Paris : Ed. OCDE,1997..ISBN 92-642-55125.
- [7] **Direction générale.** *Télécommunications, marché de l'information et le commerce des réseaux en Europe*. Paris :Office des publications officielles des communautés européenne,1998.59p.ISBN 92-642-5512-5.
- [8] **Lorentz, Francis .** *Rapport sur le Commerce électronique*. Addendum , 15 mars 1998
- [9] **Kosiur, Dave.** *Comprendre le commerce électronique*. Les Ulis : Ed. Microsoft Press, 1997.243p. ISBN 2-84082-259-8.
- [10] **Axétudes.** *Commerce électronique, développement et sécurité : Un marché dopé par Internet et en quête d'un moyen de parlement sécurisé et universel*. Paris :Ed.ImprBrist,1996.
- [11] **Centre français du commerce extérieur.** *En quête sur le commerce électronique aux Etats-Unis et en Europe*. Paris : Ed. du CFCE,1996.297p.ISBN 2-279-40374-9.

- [12] **Comminove.** *Le commerce électronique : Télévision , Minitel, les nouveaux vendeurs.* Paris : Ed. Maulde et Renou,1997.ISBN 2-86905-443-2.
- [13] **CXP international.** *Multimédia et commerce électronique : les contrats.* Paris : Ed.Maulde et Renou,1997.ISBN 2-86905-443-2.
- [14] **DAFSA.** *Comment se préparer au commerce éleon-li ne ?.* Paris :Ed.Eurostaf,1997.
- [15] **Direction des relations économiques extérieures.** *Le commerce électronique au Japon.* Paris : Ed. du CFCE, 1997.ISBN 2-279-47305-4.
- [16] **A, André.** *l'entreprise digitale.* Paris : Ed. First Andersen Consnlting.1996.
- [17] **A, Delbey.** *Vendre sur catalogue.* Paris : Ed.Les Ed.d'organisation,1996.
- [18] **DUFOUR.** *Le cybermarketing, que sais-je ?.*Paris :PUF,1997.
- [19] **D,Fttighoffer.** *L'entreprise virtuelle.* Ed.Odile Jacob,1995.
- [20] **D, chbia.** *L'empire invisible.* Paris : Ed. Village mondial,1996.
- [21] **J, Macdonnel.** *L'avantage Internet pour l'entreprise.*Ed.Dunod,1996.
- [22] **Chambre de commerce et d'industrie.** Les enjeux économiques des échanges et du commerce électronique. Paris : Ed. Chambre de commerce et d'industrie,1997.9p.
- [23] **Baquiast,JP.** *Commerce électronique sur Internet et informations administratives.* Paris :Ed.ADBS, 1997.
- [24] **Mimetti, Jean-Paul.** *Internet et la vente.* Paris : Ed. Les Editions d'organisation, 1997. 166p.ISBN 2-7081-2026-3.
- [25] **Lorphelin, Vincent.** *Vendre sur Internet.* Paris: Ed. Les Echos editions,1997.
- [26] **Jean,Michelle.** *Créer et exploiter un commerce électronique.* Paris:Ed.Litec,1998.192p.
- [27] **Aknin,Yves.** *Les services en ligne et le commerce électronique.* Paris:Eurostaf,1998.
- [28] **Jim, Sterne.** *Marketing sur Internet.* Editions Reynald Goulet. Inc. Repentigny, 1997.
- [29] **Vince,Emery.** *Faire des affaires sur Internet.* Editions Reynald Goulet. Inc. Repentigny, 1997.
- [30] **Paul Laurent.** *L'Internet et le monde des affaires.* Montréal : Editions Village Terre ,1997.

2. Les articles des périodiques

- [31] **STIEL, Nicolas.** Les cybercommerçants. *Challenges*, 1998, n° 124,p.90-95.

- [32] **Barnu, Franck.** Le commerce électronique en marche. *L'usine nouvelle*, 1997, n° 2601, p.75.
- [33] **Denis, Lafont.** Le commerce sur Internet : les stratégies payantes. *Technologies internationales*, 1996, n°21.
- [34] **Emmanuelle, N'haux.** Réseaux Internet comme outils d'aide à l'export. *courrier cadres*, 1998, n° 1238.
- [35] **Ernst and YoungRNSt.** Commerce électronique : huit stratégies pour les banques. *Banque et informatique*, 1998, n° 106, p.48.
- [36] **Action commerciale.** Les modèles du commerce électronique. *Action commerciale*, 1998, n° 181, p.16.
- [37] **L'activité économique CCI de LYON.** Le big bang du commerce électronique. *L'acte économique CCI de Lyon*, 1998, n° 268, p.9-13.
- [38] **Boutin, Yvan.** La rentabilité des sites marchands est affaire de patience. *Décision micro et réseaux*, 1998, n° 364, p.63.
- [39] **H, Termos.** Quatre façons d'aborder le commerce sur Internet. *Réseaux et télécoms*, Mars 1998.
- [40] **Karine, Solovieff.** Les grands de l'informatique s'approprient le commerce électronique. *01 Informatique*, Mars 1998.
- [41] **Solovieff, Karine.** EDI-commerce électronique. *Zéro un informatique*, 1998, n° 1519, p.55-64.
- [42] **Saint-Elie, Luc.** L'e-commerce redécouvre les principes de base. *Le Monde informatique*, 1998, n° 785, p.20.
- [43] **L'aurence, Briot.** Le coméle sur Internet. *Archimag*, 1998, n° 112.
- [44] **Ministère de l'Economie de Finance et de l'Industrie.** Mesures pour le développement du commerce électronique. *E-business*, 1998, n°2.
- [45] **Philip, Cedric.** La grande distribution de demain. *Technologies internationales*, 1998, n° 49, p.7-10.
- [46] **Confortique.** Commerce électronique : l'informatique d'abord. *Confortique*, 1998, n° 104, p.36.
- [47] **Idees Lucratives.** Magasin "en ligne" (sur Internet). *Idées lucratives*, 1998, n° 213-214, p.57-84.
- [48] **Cappelli, Patrick.** Comment créer sa boutique sur le Net. *Marketing direct*, 1998, n° 32, p.spéciale.
- [49] **Prod'homme, Gilles.** Commerce électronique : l'informatique toujours en tête des ventes en ligne. *Point de vente*, 1998, n° 743, p.30-31.
- [50] **Faucon, Beno.** Quelle place pour les artisans du Net ? *Le Monde informatique*, 1998, n° 783, p.40.
- [51] **Armelle, Thomas.** E-commerce documentaire est là !. *Archimag*, 1998, n° 115.
- [52] **Armelle, Thomas.** Rayon livre : les anciens et les modernes. *Archimag*, 1998, n° 115.

- [53] **Alain, Laidier.** Paramètres d'une nouvelle économie pour les pays en voie de développement. *La lettre du commerce électronique*, 1998, n°3.
- [54] **Olivier, Roumieux.** Références bibliographiques : des services disponibles. *Archimag*, 1998, n° 115.
- [55] **Alain, Selles.** Les journaux cherchent à augmenter leurs recettes sur Internet. *Le Monde*, 20 oct 1998.
- [56] **Armelle, Thomas.** Presse ruée sur le Net. *Archimag*, 1998, n° 115.
- [57] **Armelle, Thomas.** Agences d'abonnement : gestion et services. *Archimag*, 1998, n° 115.
- [58] **Armelle, Thomas.** Banques de données : offres et facturations multiples. *Archimag*, 1998, n° 115.
- [59] **Armelle, Thomas.** CD-Audio notes sur le Net. *Archimag*, 1998, n° 115.
- [60] **Dreidemy, Patricia.** Convergence entre e-Comm et Cybercard : un grand pas en avant pour le commerce électronique français. *Le journal du téléphone*, 1998, n°84, p.34-36.
- [61] **Forestier, Gilles.** Andersen Consulting : la matrice pour vendre le e-commerce. *Consulting*, 1998, n° 61, p.8-9.
- [62] **Richard, Claire.** L'e-commerce prend son essor. *Décision micro et réseaux*, 1998, n° 335, p.16.
- [63] **Informatiques magazine.** E-commerce, l'enjeu mal compris. *Informatique magazine*, 1998, n° 53, p.10-11.
- [64] **Chambre françaises de commerce et d'industrie en Espagne.** Le commerce électronique en Espagne. *Perspectives*, 1998, n° 4, p. 57-58 .
- [65] **L'entreprise.** Boutique virtuelle. Le cybercommerce, ça marche. *L'entreprise-groupe expression*, 1998, n° 115, p.34-35.
- [66] **Les Echos.** Bioblock Scientific se lance dans le commerce électronique . *Les Echos*, 1998, n°17758, p.12.
- [67] **Taconnet, Christine.** Commerce électronique. La guerre du livre en ligne s'accélère. *L'usine nouvelle*, 1998, n° 2659.
- [68] **Marouani, Jacques.** Le commerce en ligne démarre enfin. *Electronique internationale*, 1998, n° 319, p.16-20.
- [69] **Le magazine d'asprom .** Le tourisme occupera une part dominante dans le commerce électronique . *Le Magazine d'Aspom-Ville technologie*, 1998, n° 18, p.9.
- [70] **Alline, Jean-Baptiste.** Le premier hypermarché virtuel. *L'usine nouvelle*, 1998 , n°2657 ?P.81.
- [71] **Lejal, Damien Serge.** Nouvelles Frontières, leader français du commerce électronique du tourisme. *Décision tourisme*, 1998, n° 33, p.17.
- [72] **Michel, Alberganti.** Le commerce électronique s'apprête à envahir Internet. *Le Monde*, 8 dec 1998.

- [73] **Distributique.** Commerce électronique : les consommateurs français convaincus. *Distributique*, 1998,n° 177,p.56.
- [74] **Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie.** Le commerce électronique : le B to C. *Tendance-ACFCI*,1998,n°16,p.4.
- [75] **Gannage, Marie.** Commerce électronique : les e-VAP, des prestataires a la pointe.. *Décision micro et réseaux*, 1998,n°347,p.8-9.
- [76] **Botte, Dominique.** Commerce électronique : le grand surf.. *La Bretagne économique*, 1998, n°105,p.24-23.
- [77] **Les notes bleues de Bercy.** Les dix premières mesures : développer le commerce électronique . *Les notes bleues de Bercy*,1998,n°140,p.16.
- [78] **Leitus, Cathy.** Intershop évangélise. *Strategie*,1998,n° 1063,p.22.
- [79] **Boutellis, Olivier.** Fiscalité du commerce électronique . *Revue de droitfiscal*,1998,n° 31-34,p.1046-1050.
- [80] **Giraud, Helene.** Fret express : la logistique, passeport pour le commerce électronique. *Les Echos*,1998,n°17661,p.53-57.
- [81] **Meddah, Hassan .** Commerce électronique : Le lèche-vitrine sur écran ne fait pas recette. *Réseaux et Télécoms*, 1998,n° 122,p.12.
- [82] **Ghosh, Shikhar.** E-Business : quelle stratégie adopter ?. *L'essentiel du management*, 1998, n°41,p.116-122.
- [83] **Cappelli, Patrick.** Commerce électronique : vendez sur la "toile", la plate-forme fait le reste. *POINTS DE VENTE*,1998,n° 730,p.60-61.
- [84] **Laurence, Santantonios.** DECITRE se concurrence par le Web. *Livres Hebdo*,1999,N° 318.
- [85] **Michel, Evelyne.** Commerce électronique : un marche tire par le commerce inter-entreprise. *Logiciels et systèmes*,1998,n° 26,p.138-142.
- [86] **Lorenzini, Frederic.** Vers le commerce électronique a pas comptes. *Informatiques magazine*, 1998,n° 48,p.52-54.
- [87] **Informatique magazine.** E-commerce : le décollage français. *Informatiques magazine*,1998,n° 47,p.10-11.
- [88] **Janly, Lasseur.** La presse à l'épreuve du Net. *Courrier de l'UNESCO*, Janvier1999.
- [89] **Barbry, Eric.** Le droit du commerce électronique : de la protection a la confiance. *Droit de l'informatique et télécoms*,1998,n°2,p.14-28.
- [90] **Stratégies.** Commerce électronique : les plates-formes se multiplient *Stratégie*, 1998,n°1059, p.40.
- [91] **Dumontier, Michel.** Les appels d'offres passent a l'ère électronique. *Consulting*,1998,n°58,p.12.

- [92] **Cappelli, Patrick**. La distribution allemande croit au commerce en ligne. *Point de vente*, 1998, n° 726, p.62.
- [93] **Gonthier, Jean-Claude**. Le Dauphiné libère amorces sa stratégie multimédia dans le commerce électronique. *CB NEWS*, 1998, n° 526, p.30.
- [94] **Sud ouest**. Commerce électronique. 37% des entreprises connectées à Internet. *Sud ouest*, 24 avril 1998, p.b.
- [95] **Dreydemi, Patricia**. Quel avenir pour le commerce électronique ?. *Le journal du téléphone*, 1998, n° 80, p.24-29.
- [96] **Lancesseur, Bruno**. Commerce électronique : les PME prennent leur ticket. *Les échos*, 1998, n° 17645, p.35-40.
- [97] **Falland, Didier**. ODA commerce en ligne. *Stratégies*, 1998, n° 1049, p.31.
- [99] **Cappelli, Patrick**. Commerce électronique : le secteur du jouet va investir le web. *Points de vente*, 1998, n° 719, p.68-69.
- [99] **Dinnematin, Seymour**. Vendre sur le Net. *Décision micro et réseaux*, 1998, n° 328, p.39-45.
- [100] **Maghin, Patrick**. Contrefaçon et commerce électronique. *Revue de la concurrence et de la consommation*, 1998, n° 101, p.22-25.
- [101] **Cappelli, Patrick**. Commerce électronique : ce qu'implique un site marchand. *Points de vente*, 1998, n° 718, p.66-67.
- [102] **Chabronnier, Vincent**. CASINO veut faire du commerce électronique, et fait de l'information. *Entreprises RHONE-ALPES*, 1998, n° 1415, p.25.
- [103] **Les Echos**. Le marché du commerce sur Internet estime à 40 millions de francs en France. *Les échos*, 1998, n° 17260, p.23.
- [104] **Fontaine, Guillaume**. E COM commerce électronique. *PME AFFAIRES*, 1998, n° 10, p.16-23.
- [105] **Simon, Olivier**. Cinq bonnes raisons de vendre sur Internet. *Boutique internationale*, 1998, n° 938, p.111.
- [106] **Blandford, D**. Marchés électroniques dans l'agro-alimentaire. *L'observateur de l'OCDE*, 1997, n° 208, p.2023.
- [107] **Spaanderman, J**. Renforcer l'infrastructure électronique. *L'observateur de l'OCDE*, 1997, n° 208, p.66-
- [108] **Reboul, P**. Comment fonctionne une boutique virtuelle? *Internet professionnel*, 1998, n° 16, p.66-73.
- [109] **Thil, J**. Commerce électronique: Les projets des premiers de la classe en Europe. *Technologies internationales*, 1997, n° 36, p.24-29.
- [110] **Urso, P**. Une manne de consommateurs à portée de main. *Technologies internationales*, 1997, n° 36, p.30-31.

3. Les Documents intégraux électroniques disponible sur Internet

[111] **Jean Lalonde.** *Le commerce électronique: des technologies en attente d'applications rentables*, 1997.

<http://www.cjl.qc.ca/batisseurs/commerce.htm>

[112] **Cyril Blaise.** *Mémoire sur le commerce électronique entre professionnels en réseau ouvert (Internet)*.

<http://www.eridia.com/cblaise/memoire.cfm>

[113] **Cap . Gemini.** *Le Commerce Electronique sur toute la Ligne.*

<http://www.inforoute.cgs.fr/iroute/cgi/inforoute/commerce.html>

[114] **Lorentz Francis.** *Commerce électronique Une nouvelle donne pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics.*

<http://www.telecom.gouv.fr/francais/activ/techno/florentzsom.htm>

[115] **Hervé FRENOT .** *L'age du cybercommerce*

<http://wwwusers.imagnet.fr/~ervin/>

[116] **Gilles . Bauche.** *Eléments d'information sur le Commerce électronique actualisés*, le 7 septembre 1997.

<http://www.admiroutes.asso.fr/ACTION/THEME/comelec/gb9709.htm>

[117] **Jean-Paul BAQUIAST.** *Commerce électronique : Le vade-mecum des PME/PMI.*

<http://www.admiroutes.asso.fr/ACTION/THEME/COMELEC/vadesom.htm>

[118] **Catherine Lapierre Donzel.** *Initiative européenne sur le commerce électronique et rapport Magaziner aux USA*, le 7 juin 1997 .3 pages.

<http://www.admiroutes.asso.fr/ACTION/THEME/comelec/magazin.htm>

[119] **Catherine Lapierre Donzel.** *Commerce électronique et administrations*, 1er juin 1997 . 4 pages

<http://www.admiroutes.asso.fr/ACTION/THEME/comelec/comadm.htm>

[120] **Jean-Paul BAQUIAST.** *Le Livre Blanc Commerce Electronique et développement des PME/PMI*, en mars 97 . 3 pages.

<http://www.admiroutes.asso.fr/ACTION/THEME/comelec/doc/livrebla.htm>

[121] **Jean-Paul Baquiast .** *Le programme-cadre américain pour favoriser le commerce électronique mondial*, le Février 1997 .3 pages.

<http://www.admiroutes.asso.fr/ACTION/THEME/comelec/usaprogc.htm>

[122] **jean-paul**. *Commerce électronique sur Internet et informations administratives*, le 20 janvier 1997.

<http://www.admiroutes.asso.fr/ACTION/THEME/comelec/donnpub.htm>

4. Les meilleures sites d' Internet sur le commerce électronique

[123] *Chiffres du commerce électronique* .

<http://www.neuronnexion.fr/societe/services/commerce/chiffres.htm>

[124] *L'Observatoire du Commerce Electronique* .

<http://www.mediangles.fr/medonline98/Online3.html>

[125] *Commerce électronique : index*

<http://www.admiroutes.asso.fr/ACTION/THEME/comelec/index.htm>

[126] Raphaël RICHARD .*Le Guide du commerce électronique*.

<http://www.planete-commerce.com/bible.html>

[127] Cyril Blaise, *aspects juridiques du commerce électronique sur Internet* .

<http://www.eridia.com/cblaise/>

[128] *la bible du Commerce électronique* .

<http://www.planete-commerce.com/bible.html>

[129] *commerce electronique: actualite* .

<http://www.planete-commerce.com/annuaire/actualite/index.html>

[130] *Business Web Le monde du commerce electronique* .

<http://perso.wanadoo.fr/rivieratour/index.html>

[131] *Des solutions de commerce électronique clés en mains*.

<http://nfrance.com/ecommerce.html>

[132] *Stratégie commerciale sur internet* .

http://www.addon-france.com/addon_conseil.htm

[133] *Commerce électronique à l'OCDE*

http://www.oecd.org/publications/Pol_brief/9701f_pol.htm#1

[134] *état du commerce électronique sur Internet .*

<http://www.cjl.qc.ca/batisseurs/commerce.htm>

[135] *Solution de paiement sécurisé et boutique électronique au juste prix .*

<http://www.dpi-europe.fr/mayacat/default.htm>

[136] *Quémmerce : Le répertoire des sites de commerce électronique du Québec .*

<http://www.consulweb.com/quemmerce/index.html>

[137] *Quémmerce - Le répertoire des sites de commerce électronique du Québec:Nouveauté.*

<http://www.consulweb.com/quemmerce/nouveautes.html>

[138] *Quémmerce - Le répertoire des sites de commerce électronique du Québec : LeTop 10.*

<http://www.consulweb.com/quemmerce/top10quemmerce.html>

[139] *Quémmerce - Le répertoire des sites de commerce électronique du Québec - Vos sites préférés*

<http://www.consulweb.com/quemmerce/sitespreferes.html>

[140] *commerce électronique et galeries commerciales virtuelles .*

<http://www.inetfrance.com/vendre.html>

[141] *Analyses Stratégiques La plupart des entreprises françaises présentes sur le web.*

<http://www.planete-commerce.com/analyses/index.html>

[142] *Annuaire mondial du commerce électronique.*

<http://www.planete-commerce.com/conseil.html>

[143] *Le commerce électronique en France [sommaire de l'étude].*

http://www.esc-normandie.fr/entrepreneurs/Etude_2.html

Annexe : les sites du marché documentaire sur Internet

Les Librairies virtuelles :

Alapage : <http://www.alapage.com>

Bargain Finder disques : <http://bf.cstar.ac.com/bf/>

Bargainbot Search Agent livres : <http://www.ece.curtin.edu.au/~saounb/bargainbot/>

Barnes and Noble : <http://www.barnesandnoble.com>

Chapitre : <http://www.chapitre.com>

Club Internet : <http://www.club-internet.fr/livres/>

Décitre : <http://www.decitre.fr>

Fnac : <http://www.fnac.fr>

Lavoisier : <http://www.lavoisier.fr>

Livre en ligne : <http://www.livre-en-ligne.fr>

Reymond : <http://www.reymond.ch>

Les bases de références bibliographiques

Electre : <http://www.electre.com>

Livre.net : <http://www.livre.net>

Les quotidiens nationaux français

Les Echos : <http://www.lesechos.fr>

Le Figaro : <http://www.lefigaro.fr>

Libération : <http://www.liberation.fr>

L'Humanité : <http://www.humanite.presse.fr>

Le Monde : <http://www.lemonde.fr>

Le Parisien : <http://www.leparisien.fr>

La Tribune : <http://www.latribune.fr>

Les gestionnaires d'abonnement des revues

Dawson : <http://www.dawson.co.uk>

Ebsco : <http://www.ebsco.com>

Information Quest : <http://www.eiq.com>

Swets : <http://www.swets.nl>

SwetsNet : <http://www.swetsnet.nl>

Les bases de données de l'information

British Library : <http://portico.bl.uk>

Datastar Web : <http://www.datastarweb.com>

The Dialog Corporation : <http://www.dialog.com>

L'Européenne de données : <http://www.pressed.ort.fr>

Inist : <http://www.inist.fr>

Profound : <http://www.profound.fr>

Questel Orbit : <http://www.qpat.com>

Qwam : <http://www.qwam.com>

STN Easy : <http://stneasy.fiz-karlsruhe.de>

La vente de cédéroms et de CD-Audio en ligne

CD and Co : <http://www.cdandco.com>

Club européen du Multimédia : <http://www.cdclub.com>

Encyclopédies Hachette : <http://www.encyclopedies.hachette-livre.fr>

French CD-ROM Mégastore : <http://www.crdi.fr/évpc-cd/>

Office central de documentation : <http://www.ocd.fr>

CDNow : <http://www.cdnow.com>

City Music : <http://www.citymusic.com>

Club Internet : <http://www.club-internet.fr/musicboulevard>

Custom Disc : <http://www.customdisc.com>

Le Guide de la Musique : <http://www.jigal.com>