

COMMERCE ELECTRONIQUE OU ELECTRONISATION DU COMMERCE ?

Alain Rallet

Le commerce électronique est un phénomène mal défini et, de ce fait, mal mesuré. L'article réfute la définition généralement admise qui réduit le commerce électronique à la commande en ligne. Il substitue pour cela la notion d'électronisation du commerce à celle de commerce électronique. Plus que la seule commande en ligne, ce sont en effet l'ensemble des fonctions commerciales qui sont affectées par les technologies de réseau. Il n'y a donc pas lieu d'opposer un commerce électronique au commerce traditionnel mais de concevoir tout commerce comme un hybride de fonctions électronisées et de fonctions impliquant des infrastructures physiques. La seconde partie de l'article propose un état des lieux de ce phénomène à partir de sources disponibles sur Internet.

E-COMMERCE OR ELECTRONIZATION OF COMMERCE?

Alain Rallet

E-commerce is an ill-defined phenomenon and therefore one that is difficult to measure. This article refutes the generally accepted definition which reduces it to on-line ordering. It replaces the concept of e-commerce with that of electronization of commerce, since all business functions and not only on-line ordering are affected by network technologies. The author suggests that we should not contrast e-commerce with traditional commerce but rather conceive all commerce as a hybrid of electronized functions and functions involving physical infrastructures. The second part of the article reviews this phenomenon, based on sources available on the internet.

FAIRE SES COURSES PAR TELEPHONE OU PAR INTERNET

Médiations technologiques, formes des échanges, de la relation commerciale et de la consommation

Christian Licoppe

L'article essaye de comprendre les pratiques qui accompagnent le ravitaillement sur internet. Il interroge les tensions que cela implique tant vis-à-vis des habitudes classiques de consommation que des mode de commande par téléphone ou télécopie. L'analyse s'appuie sur un double étude de cas : un supermarché québécois qui traite les commandes sur son site internet central et un petit épicier de quartier de la région parisienne qui n'a pas de magasin mais gère toutes les formes de commande à distance.

SHOPPING BY PHONE OR INTERNET

Technological mediations and forms of interaction, commercial relations and consumption

Christian Licoppe

This article strives to explain the practices related to ordering on the internet. It considers the tensions involved, as regards both traditional modes of consumption and ordering by telephone or fax. The analysis draws on two case studies: one of a Quebec supermarket that processes orders on its central web site and a small grocery trader in the Parisian region that has no physical shop and uses all forms of distance ordering.

LE COMMERCE ELECTRONIQUE ET LA CONTINUITÉ DE LA CHAÎNE LOGISTIQUE

De l'approvisionnement des sites à la livraison aux consommateurs

Emmanuel Kessous

Cet article s'intéresse aux implications du commerce électronique sur les modèles logistiques. Deux modèles sont confrontés. Le premier concerne les vénéficiers traditionnels pour lesquels Internet constitue un canal de vente parmi d'autres devant s'interfacer avec la chaîne de traitement des flux logistiques. Le second est celui des jeunes start-up qui concentrent leur compétence et leur savoir-faire dans l'innovation sur la relation client et délègue à des entreprises spécialisées la partie logistique. Pour les deux types d'entreprise, l'article regarde les déplacements engendrés par Internet et constate que ce nouveau média place la prestation logistique au cœur du jugement des internautes sur la qualité des services de vente à distance.

E-COMMERCE AND CONTINUITY OF THE LOGISTIC CHAIN

From supplying sites to customer delivery

Emmanuel Kessous

This article considers the impact of e-commerce on logistic models. Two models are compared. The first concerns traditional mail-order businesses for which internet is a sales channel among others that has to be interfaced with the logistic chain. The second model is that of young start-ups which concentrate their competencies and innovation know-how on customer relations, and outsource the logistics to specialized firms. For both types of business, the article studies shifts caused by the internet and notes that this new medium puts logistics at the heart of internet users' assessment of the quality of in-home shopping services.

LA LOGISTIQUE DU COMMERCE ELECTRONIQUE

Jean-Rémi Gratadour

Le développement du commerce électronique sur Internet suppose l'adaptation des systèmes logistiques pour faire face aux nouvelles exigences exprimées tant par les marchands que par les clients. Située à mi-chemin entre la problématique de la Vente à Distance et celle de la grande distribution, cette nouvelle forme de logistique, parfois appelée e-logistique ou infogistique, confronte le mouvement d'électronisation des fonctions commerciales des entreprises aux contraintes des flux physiques. Afin de comprendre quelles sont les stratégies mises en place pour les dépasser, nous proposons de dresser la typologie des acteurs en présence et de nous interroger sur la nature de cette dynamique apparue il y a peu. Une forme de distribution directe est-elle sur le point d'émerger ?

THE LOGISTICS OF E-COMMERCE

Jean-Rémi Gratadour

The development of e-commerce on the internet implies the adjustment of logistic systems to meet new demands expressed by traders and customers alike. Situated half-way between mail-order selling and mass distribution, this new form of logistics, sometimes called e-logistics or infogistics, is confronting the electronization of firms' commercial functions with the constraints of physical flows. In order to identify the strategies set up to get round these constraints, the author suggests a typology of the actors involved and questions the nature of this new dynamic. Is a form of direct distribution on the point of emerging?

LA COPIE PRIVEE NUMERIQUE : UN DANGER POUR LA DIFFUSION COMMERCIALE DES ŒUVRES CULTURELLES ?

Joëlle Farchy, Fabrice Rochelandet

La banalisation de la copie privée grâce aux technologies numériques remet en cause la logique commerciale de diffusion de contenus protégés par le droit d'auteur au profit de types d'accès gratuits pour le consommateur. Ce papier analyse les arguments développés dans la littérature économique afin de mesurer l'ampleur du problème et d'évaluer la pertinence des différentes solutions réglementaires. Nous faisons apparaître l'absence de solution universelle au profit de divers arrangements institutionnels adaptés aux situations envisagées. L'adoption d'une réglementation efficace suppose la prise en compte de la capacité indirecte d'appropriation par les éditeurs et les auteurs de la valeur des copies faites de leurs œuvres. Si celle-ci est suffisamment élevée, la copie privée doit être autorisée et nulle compensation versée aux titulaires de droits. Dans le cas inverse, une politique de subvention est parfois préférable à l'application d'un système de redevance.

PRIVATE DIGITAL COPIES – A DANGER FOR COMMERCIAL DISSEMINATION OF CULTURAL WORKS?

Joëlle Farchy, Fabrice Rochelandet

The way that private copies have become part of everyday life through digital technologies is challenging the commercial logic of the dissemination of content protected by copyright and favouring free access for consumers. This paper analyses arguments developed in the economic literature to measure the extent of the problem and evaluate the relevance of various regulatory solutions. The authors highlight the absence of a universal solution, and the various institutional arrangements suited to particular situations. The adoption of efficient regulations implies the taking into account of publishers' and authors' indirect capacity for appropriation of the value of copies of their works. If this value is high enough, the private copy should be authorized and no compensation paid to the owners of copyright. Otherwise, a policy of subsidies is sometimes preferable to the application of a system of royalties.

STRUCTURE FINANCIERE DES DOTCOM ET ROLE DE
L'INTERMEDIATION FINANCIERE EN CAPITAL-INVESTISSEMENT

Valérie Fernandez et Jean-Sébastien Lantz

A partir d'une étude empirique, cet article se propose d'une part d'analyser la structure de capitalisation des dotcom introduites en bourse en comparaison avec les autres entreprises du secteur des technologies de l'information et de la communication. D'autre part, il met à jour le rôle joué par les intermédiaires en capital-investissement sur l'équilibre de la structure financière de ces entreprises.

FINANCIAL STRUCTURE OF DOT-COMS AND ROLE OF FINANCIAL
INTERMEDIATION IN CAPITAL INVESTMENT

Valérie Fernandez and Jean-Sébastien Lantz

Based on an empirical study, this article analyses the structure of capitalization of dot-coms listed on the stock exchange, compared to other firms in the information and communication technology sector. It highlights the influence of capital-investment intermediaries on the financial equilibrium of those companies.

LE TELETRAVAIL : TROIS PROJETS POUR UN MEME OBJET**Alexandre Largier**

Les écrits traitant du télétravail sont nombreux et viennent de multiples horizons. Cependant, selon les ouvrages ou les articles, ce que recouvre le concept diffère. Phénomène incontournable d'un monde du travail en mutation pour les uns, épiphénomène pour les autres, il semble que travailler à distance en utilisant les technologies de communication ne renvoie pas à la même réalité. A travers l'analyse des écrits sur le télétravail, nous avons décelé trois discours différents renvoyant chacun à un projet distinct. Chacun de ces projets possède des enjeux spécifiques et se heurte souvent aux autres. Cette pluralité contribue, selon nous, à maintenir le télétravail dans un statut quasi-expérimental.

TELEWORK: THREE PROJECTS FOR THE SAME OBJECT**Alexandre Largier**

Writings on telework are numerous and stem from diverse horizons. Yet, depending on the book or article, the concept differs. An unavoidable phenomenon in a changing professional world for some or an epiphenomenon for others, it seems that distance work through communication technologies does not always refer to the same reality. Through the analysis of writings on telework, the author identifies three different discourses, each relating to a distinct project. Each of these projects has specific goals and is often in conflict with the others. The author suggests that this plurality helps to maintain the quasi-experimental status of telework.

PERSISTANCE DE LA RUMEUR

Sociologie des rumeurs électroniques

Emmanuel Taieb

A partir d'un corpus d'une centaine de rumeurs transmises par messagerie électronique, l'auteur entreprend d'établir leur lien avec les rumeurs traditionnelles, véhiculées par voie orale. Il tente également de repérer les différences entre les deux types et de mesurer l'influence du support, non seulement dans la nature de la rumeur, mais dans son processus de transmission. Il analyse également les systèmes que forment dans ce contexte les genres narratifs qui se croisent et s'assimilent entre eux.

PERSISTENCE OF RUMOURS

Sociology of electronic rumours

Emmanuel Taieb

In this article the author aims to establish the link between a corpus of 100 rumours transmitted by e-mail and traditional rumours, conveyed orally. He identifies differences between the two types of rumour and attempts to measure the influence of the medium, not only on the nature of the rumour but also on its process of transmission. He furthermore analyses the systems formed in this context by these narrative genres as they mingle and combine.

Traduction : Liz LIBBRECHT