

LA RENTABILITÉ ÉCONOMIQUE DE LA TOILE

Élisabeth KIMMERLIN

Directrice de l'informatique en réseau, Compagnie IBM France

Bonjour à tous.

Donc effectivement IBM a contribué à l'invention du mot ordinateur.

J'ai trouvé que c'était assez amusant en tant que membre de l'International Business Machine et directrice du Netware Computing Solutions Center, de venir en parler dans le cadre du colloque sur le français dans les affaires. Ceci dit, le monde de l'informatique et le monde de l'Internet en général est un monde où effectivement la langue anglaise a une prédominance extrêmement forte, je vais donc essayer dans les dix minutes qui viennent de n'employer aucun jargon de ce type et de parler le français, sachant que le thème de l'exposé qui m'a été demandé d'être traité cet après-midi est la rentabilité économique de la Toile, que l'on connaît également, bien sûr, sous le nom de « Web ».

Parler de rentabilité économique de la Toile, aujourd'hui, c'est probablement, selon les régions du monde, plus ou moins tôt. J'ai pris quelques exemples d'entreprises qui ont décidé de réaliser une partie de leurs affaires en utilisant la nouvelle technologie et en s'appuyant sur Internet. Cela n'est pas le cas de toutes les entreprises aujourd'hui, bien évidemment, ceci dit, les exemples peuvent inspirer tout le monde et je crois qu'il est important de se faire une idée de ces différents exemples de ces entreprises qui déjà ont fait ce choix.

Pourquoi ont-elles fait ce choix et qu'est-ce que ça leur apporte ?

D'abord un premier point. Je savais que l'auditoire n'aurait pas forcément la même sensibilité sur tous ces sujets-là, donc je me suis permise de faire un petit rappel de vocabulaire, bien que ces vocabulaires ne soient certainement pas encore déposés.

Internet se développe et dans quels grands types d'application en fait, Internet se développe-t-il aujourd'hui ? Ce que l'on constate, c'est que finalement le moyen d'accéder à l'information à travers Internet, c'est le micro-ordinateur que tout le monde connaît, et qu'à travers le micro-ordinateur le moyen d'accéder à l'information c'est ce que l'on appelle le multimédia, c'est l'image, c'est le son, c'est la rapidité d'accès et c'est le fait de pouvoir accéder à de l'information 7 jours sur 7, 24 h sur 24, toute l'année et dans des lieux divers et variés, c'est-à-dire accéder à de l'information qui est stockée aux États-Unis, en Chine, en Afrique, stockée absolument partout et qui donc fait tomber la notion de frontière et peut-être que c'est un élément de réflexion par rapport à la conférence précédente, c'est que la langue, probablement, ne va plus être portée uniquement par la démographie mais également par le réseau et l'utilisation de la langue dans le réseau.

Il y a ce qu'on appelle une dématérialisation, dématérialisation des affaires, dématérialisation également des locuteurs. Ensuite, si Internet se développe, c'est parce qu'on s'appuie sur des standards de communication pour la première fois dans le monde de

la technique et de la technologie, sur des standards qui sont adoptés par tout le monde. C'est-à-dire que pour la première fois, les constructeurs informatiques, les éditeurs de logiciels acceptent d'utiliser les mêmes outils pour développer les applications, pour développer les images, pour développer la façon de transférer le son, de transférer l'image et donc en fait, ce standard permet aux entreprises qui développent, qui choisissent de mettre à disposition des informations sur la Toile, d'avoir l'assurance que ces informations seront disponibles partout dans le monde et cela c'est un des points également très important. Ensuite, l'accès banalisé 24 h sur 24, 7 jours sur 7, partout dans le monde, avec des coûts de communication qui sont amenés à se réduire. L'accès banalisé je crois aussi que c'est un point important sur le plan suivant : vous le savez peut-être, mais aujourd'hui, il y a 50 millions de ce que j'appelle les internautes, dans le monde, donc de personnes qui ont été amenées à naviguer, à butiner, comme disent les Québécois, à butiner sur la toile. 50 millions aujourd'hui, on parle de 400, 500 millions en l'an 2000, donc un développement très fort, on peut faire le parallèle avec le développement d'autres technologies. Il a fallu pour arriver à ces 50 millions actuels, moins de 5 ans. Il a fallu 40 ans pour que 5 millions de foyers dans le monde aient un poste de radio, plus de 10 à 12 ans pour que le même nombre de personnes dans le monde ait un poste de télévision. Pour le téléphone, on a mis encore plus de temps et donc par rapport au problème que vous évoquiez tout à l'heure qui était l'analphabétisation, il faut bien voir que ce phénomène d'accélération de même que maintenant on ne se pose plus la question de savoir qui a accès à la télévision, qui a un poste de télévision, d'ici quelque temps, on ne se posera pas non plus la question de savoir qui a accès à Internet et des plans, comme le plan au niveau de l'Éducation nationale qui commence à se mettre en place, sont justement des plans qui vont contribuer à ce développement. Ces questions, ces aspects seront le cas en France, mais également dans bien d'autres pays du monde. Par contre, effectivement aujourd'hui, la France n'a pas exactement le même développement que d'autres pays, mais il y a également d'autres régions dans le monde qui n'ont pas encore la même façon d'être irriguées par le réseau des réseaux, mais cela fait vraiment partie des enjeux qui sont aujourd'hui dans le développement de l'utilisation d'Internet et également dans les calculs économiques que font les entreprises pour la mise en réseau de leurs applications, donc la possibilité de fournir leurs informations à travers le monde.

J'avais dit que je ferai un peu de vocabulaire, très rapidement, pour ceux qui regardent la presse régulièrement sur ce sujet-là Il y a un certain nombre de mots qui apparaissent et qu'il m'a paru important de redéfinir. Lorsque l'on fait de l'Internet à l'intérieur d'une entreprise, c'est la façon de permettre à des collaborateurs d'une entreprise de collaborer, de travailler entre eux, d'envoyer des messages, de partager des documents de travail, c'est ce qu'on appelle l'intranet et l'intranet petit à petit amène à ce qu'on appelle le bureau virtuel. Pourquoi ? Parce que le collaborateur n'a plus besoin forcément d'être localisé physiquement dans l'entreprise pour rendre un service à son entreprise, donc on arrive à la notion de bureau virtuel. Ensuite, l'Internet c'est vraiment la liaison entre l'entreprise et les consommateurs et comme ces consommateurs peuvent être dans ce qu'on appelle la zone de chalandise d'une entreprise mais également partout dans le monde, on arrive à la notion de marché virtuel. Enfin, l'entreprise travaille avec des fournisseurs et elle peut être amenée à établir des relations privilégiées avec ses fournisseurs, c'est ce qu'on appelle l'extranet et l'application de cet extranet c'est l'entreprise étendue, c'est-à-dire des liens, l'entreprise et ses fournisseurs qui finalement constituent une seule entité avec l'accès aux mêmes

informations pour faciliter et accélérer l'échange de ces informations.

Trois exemples dans le monde économique d'entreprises :

Un premier exemple et là on arrive véritablement à la notion de rentabilité économique de la Toile, c'est l'exemple de banques du marché Nord-américain, qui commencent à utiliser Internet pour des fonctions de banque à domicile. On pourrait tout à fait en France faire le parallèle avec l'utilisation du minitel avec des moyens supplémentaires, avec une convivialité différente, mais il y a un parallèle fort avec le minitel. Le coût estimé d'une transaction bancaire réalisée dans une agence bancaire pour la mise en paiement d'un chèque, 1\$ et 8 cents, fait à travers la Toile, ce qu'on appelle le www, 13 cents. Donc, il y a un certain nombre d'entreprises, de banques en particulier qui sont clairement face à ce schéma économique : le coût d'une transaction est inférieur, largement inférieur, lorsqu'on donne à l'utilisateur, au consommateur, la possibilité de réaliser une partie du travail lui-même, que quand on le fait réaliser dans l'agence même. Entre les deux, bien sûr, il y a l'utilisation du téléphone ou du micro-ordinateur à domicile, mais qui est quelque chose de plus compliqué que l'utilisation d'Internet.

Un deuxième exemple dans un domaine complètement différent, ce sont les "jeans Lewis" qui pour réduire des frais de stock et de distribution ont décidé de mettre à la disposition des internautes le catalogue Lewis et surtout la possibilité de choisir les tailles, coloris et de donner à chaque consommateur l'impression d'avoir son "jean" personnalisé, choisi complètement avec beaucoup plus de possibilités que quand on va en magasin. Le résultat, c'est que par rapport à ce type de produit, cela réduit bien sûr ses stocks et ses frais de distribution, mais la satisfaction de ses clients et donc leur fidélité a augmenté, et cela c'est un des points les plus importants dans la rentabilité économique, c'est la possibilité pour les entreprises d'apporter un meilleur service à leurs clients, la possibilité pour les administrations d'apporter un meilleur service à l'utilisateur.

Enfin un dernier cas, parce que je n'aurais pas voulu que vous ayez le sentiment que tout se passe outre-Atlantique, c'est le cas d'une entreprise française qui s'appelle Supervox, située dans le sud-ouest de la France, qui fabrique de l'outillage et qui a décidé l'année dernière de se lancer dans le commerce électronique dans le cadre de la relation extranet, c'est-à-dire avec ses clients fournisseurs et donc de permettre à des points de vente de se connecter sur la Toile, et d'obtenir l'image de leurs rayons et de leur permettre d'avoir un réapprovisionnement automatique, ce sont des points de vente qu'ils n'auraient pas pu contacter autrement, l'entreprise n'en avait pas la capacité. Donc au niveau aujourd'hui de l'utilisation d'Internet, à la fois la communication est améliorée, de nouveaux produits ou services sont proposés aux consommateurs ou entre entreprises et également une diffusion d'information que ce soit du contenu de l'information ou d'informations commerciales complètement surmultipliées.

Aujourd'hui n'importe quelle entreprise qui ouvre sa vitrine sur la Toile donne accès à cette vitrine au monde entier. Nous avons en ce moment une expérience de commerce électronique où des entreprises ont ouvert une petite boutique virtuelle, qui est accessible aujourd'hui à Londres, à Madrid, à Rome, etc., et ces entreprises commercialisent aujourd'hui leurs produits à l'étranger et donc acquièrent une notoriété qu'elles n'avaient

pas auparavant.

En conclusion, je dirai qu'Internet offre un grand nombre de possibilités pour les entreprises, il ne faut cependant pas oublier qu'il s'agit d'une technologie, et que, comme toute technologie, elle n'a de sens, lorsqu'on la met en œuvre, que si elle s'inscrit dans les objectifs de l'entreprise ou de l'administration qui la met en œuvre. Ce n'est pas la technologie pour la technologie qui n'a aucun sens sous cet angle-là, elle doit s'inscrire dans une stratégie de communication générale ou d'entreprise, d'affaires générales d'entreprises.

Voilà en quelques mots ce que je voulais vous dire à propos de la rentabilité économique de la Toile cet après-midi.