

Chapitre 1 : les évolutions économiques liées à la révolution numérique

1. Les conséquences du numérique sur l'environnement des entreprises

1) La notion d'économie numérique

Que 'ce que l'économie numérique ? :

C'est l'ensemble des activités et des acteurs qui utilise l'exploitation des données numérique

La technologie numérique désigne le codage des informations en nombre, c'est-à-dire que tout données et traduite en un nombre. Ce qui permet un stockage rapide et important de donnée que l'on appelle « big data »

Le big data qui se traduit par données massives :

C'est le stockage d'un volume très important de donnée numérique.

L'économie numérique repose sur trois piliers :

Le pilier technologique :

Via le codage des nombres qui permet l'augmentation des capacités des stockages et de traitement des données.

Le pilier économique :

Avec l'apparition de nouveau secteur d'activité et de nouveau acteur (GAFAM)

Le pilier social :

Avec l'évolution des usages des particuliers qui utilise les technologies numériques dans leur vie quotidienne, pour les loisirs, la santé, la banque.

2) Les bouleversements liés au numérique

- **L'accélération des cycles d'innovation**
 - o Les technologies et les services deviennent obsolètes plus rapidement et les consommateurs plébiscitent l'innovation.
- **La dématérialisation et le développement des échanges**
 - o Le mouvement de dématérialisation des échanges a lieu dans tous les secteurs d'activité (banque, tourisme, transport) ce qui conduit à une transformation des marchés qui sont dorénavant ouverts à tous les acteurs. Les relations dématérialisées permettent de gagner en rapidité, en efficacité et l'accès à l'information est facilité.
- **L'apparition de nouvelles formes de concurrence**
 - o Deux nouveaux types de concurrence font leur apparition : celle des « pures players » qui sont des entreprises qui se développent uniquement sur internet dans un secteur d'activité précis. (Uber, Boursorama) mais aussi celle des consommateurs qui proposent leurs biens et leurs services via des plateformes. (Fiver)

On parle d'ubérisation de l'économie. Ce terme est formé à partir du nom de la société Uber

Ubérisation c'est concrètement la remise en cause du modèle économique d'un secteur d'activité par l'arrivée d'un nouvel acteur qui va proposer le même service via les nouvelles technologies.

2. Les conséquences du numérique dans les relations d'échange.

1) Des nouvelles relations d'échange

-> B to B = Business to business

-> B to C = Business to consumer (relation commerciale entre entreprise et les consommateurs)

-> C to C = consumer to consumer (relation commerciale entre particuliers)

-> B to G = Business to gouvernement (relation entre les entreprises et les administrations publiques)

2) Le double phénomène ré-intermédiation et désintermédiation

La place de marché en anglais « Marketplace » est une plateforme de mise en relation entre des vendeurs et des acheteurs dans un cadre sécurisé moyennant une commission prélever sur chaque vente.

C'est le phénomène de la ré-intermédiation appelé aussi plateformes dans lequel la plateforme devient le nouvel intermédiaire entre les vendeurs et les acheteurs.

Les relations sont facilitées grâce à toutes les fonctionnalités proposées par la place de marché.

- **Facilité de paiement**
- **Livraison**
- **Gestion des stocks**

Pour les entreprises qui ne maîtrisent pas assez les outils numériques, elles peuvent profiter de la notoriété et des fonctionnalités de la plateforme.

Le phénomène de désintermédiation, les entreprises peuvent choisir d'entretenir avec leurs clients des relations directes sans intermédiaire. C'est une entreprise qui désigne donc d'éliminer tout intermédiaire de la conception à la distribution sur Internet, afin d'établir une relation de proximité et de personnaliser ces contacts avec ces clients.

3) Les plateformes d'échange au cœur de l'économie numérique.

- Les caractéristiques d'une plateforme numérique :

C'est une plateforme qui permet les rencontres de différents utilisateurs qui ont des besoins différents, on dit qu'elle est multi face puisqu'elles sont des intermédiaires qui mettent en relation plusieurs catégories d'utilisateur qu'on appelle « les faces de la plateforme ». La valeur d'une plateforme a capacité à attirer de nombreux utilisateurs. Il y a différents types de plateformes :

- Les plateformes d'échange, ce sont les places de marché
- Les plateformes d'audience ou de partage de contenu (YouTube, Instagram, Facebook)
- Les plateformes de travail (ENT)
- Les plateformes de financements (Patreon)

La notion d'externalité ou d'effet de réseau :

L'augmentation du nombre d'utilisateurs rend la plateforme plus performante et attire des services tiers (publicité) qui attirent à leur tour de nouveaux utilisateurs.

La valeur d'une plateforme est proportionnelle au nombre d'utilisateur, en effet un utilisateur et d'avantage attire par une plateforme pour laquelle il a un retour positif et qui rassemble un grand nombre d'utilisateur, c'est ce qu'on appelle un cercle vertueux. (Quelque chose amenant à du positif.)

- Les enjeux de l'économie des plateformes

- La plateforme améliore le fonctionnement du marché, elle facilite la circulation des informations entre les utilisateurs et rend le marché plus transparent en réduisant l'asymétrie d'information.

En attirant de nouveaux acteurs les plateformes contribuent à accroître l'offre de produit ce qui a tendance à faire baisser les prix et améliorer la qualité du produit

- La plateforme favorise l'émergence de monopole numérique, sur site marchand, les coûts sont essentiellement des coûts fixes, une vente supplémentaire n'occasionnera quasiment aucun coût variable supplémentaire pour le e-commerçant, c'est pourquoi en augmentant ces ventes une plateforme voit sa position dominante se renforcer. Ce phénomène constitue une barrière à l'entrée du marché sur le marché pour de futurs concurrents.