Commerce électronique : les PME font de la résistance

Autor(en): **Danesi, Marco**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **40 (2003)**

Heft 1561

PDF erstellt am: **04.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1021391

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Les PME font de la résistance

L'avenir du commerce électronique passe par des transactions entre les entreprises. C'est la conviction de Sam Blili, professeur à l'Université de Neuchâtel et titulaire de la seule chaire en Suisse consacrée à l'étude du cybercommerce et à la gestion des PME.

Les petites et moyennes entreprises (PME) suisses préfèrent faire tout toutes seules. Elles boudent Internet et ses promesses d'une économie conviviale. Intimidées par la nouveauté, elles s'accrochent au capitalisme concret. L'amour du produit est toujours primordial. La manufacture glorifie le charme rassurant de la matière. L'entrepreneur, chef de famille et capitaine d'industrie à l'image des Blocher, contrôle l'ensemble des processus et s'active au sein d'un cercle habituel de fournisseurs et de clients garantissant son chiffre d'affaire. Le risque est réduit. La pérennité de l'entreprise prime sur son expansion. Les crises boursières, les récessions conjoncturelles sinon structurelles, le *Nasdaq* qui brûle argent et emplois discréditent la cyberéconomie. Une enquête menée l'année passée par le Secrétariat d'Etat à l'économie (seco) confirme les réticences des PME à l'égard d'Internet (voir encadré).

Le professeur Sam Blili relève le caractère conservateur des PME suisses. Campant sur les acquis et dépendant des exportations, elles risquent l'isolement, confrontées à des concurrents étrangers surfant sur le progrès informatique. Le danger est palpable. Faillites et fermetures se succèdent et animent les luttes syndicales. Bien sûr, et malgré la discrétion des médias, on continue de créer de nouvelles entreprises avec des postes de travail à la clé. Mais dans l'ensemble, les PME, qui représentent 95% du tissu économique du pays, semblent se tenir à l'écart de l'évolution en cours.

Le portail des affaires

Internet a changé les règles du jeu. Les marchés et les affaires en sont bouleversés. C'est une véritable vague de fond qui a investi la société tout entière, et l'économie en premier lieu. La déroute de la «Nouvelle Economie» n'a pas sonné le glas d'Internet. La débâcle a été spectaculaire, médiatisée à l'excès. Douloureuse pour beaucoup de monde. Pourtant, *Nasdaq* ou pas, on a oublié un peu vite que neuf nouvelles entreprises sur dix disparaissent au bout de cinq ans. On a cru à l'exception, à la fin d'une technologie, à la catastrophe apocalyptique, alors que l'excitation passée, la bulle dégonflée, Internet a poursuivi sa marche triomphale et les *start-up* ont continué de naître et de mourir.

Voilà pourquoi les investisseurs n'ont pas disparu. En revanche, ils ont changé leurs stratégies. La spéculation n'est plus de mise. On revient à une virtualité plus concrète. On découvre surtout que Internet peut relancer la productivité et améliorer la gestion des entreprises dans un flux ininterrompu qui va du client aux fournisseurs, en passant par la recherche, la formation et l'expertise sans oublier le marketing et la publicité. Le B2B ou *business to business*, autrement dit les réseaux d'entreprises, invente des portails voués aux affaires, des marchés en ligne. On y traite et sous-traite des matières premières et des composantes du produit fini. On échange des savoir-faire et des connaissances. Sam Blili observe que la connectivité crée «un effet d'agglomération» qui assure la visibilité des entreprises et les pousse à rationaliser leur gestion.

Externaliser pour une productivité durable

C'est tout le contraire de l'autarcie. La délégation, le partage des tâches, la division du travail peuvent faire merveilles. *Outsourcing* en anglais. L'idée n'est pas révolutionnaire. Internet en décuple simplement les possibilités. Car il relie, en permanence et à des tarifs dérisoires, l'entreprise avec le reste de la planète. Il s'agit de travailler avec des partenaires intégrés dans un réseau où chacun met en commun ses compétences et profite d'un environnement compétitif de qualité. On supprime la queue leu leu des d'intermédiaires qui agissent sans concertation et on les remplace par une toile solidaire où la circulation est primordiale. Internet libère ainsi des ressources. Ce n'est pas moins, mais mieux. Le slogan est peut-être simpliste. Le mieux est parfois l'ennemi du bien; faut-il rappeler l'irresponsabilité sociale des multinationales qui pèsent parfois lourdement sur des pays entiers et sur des travailleurs exploités? Mais l'idée est de favoriser la productivité des entreprises dans l'optique du développement durable et maîtriser la bureaucratisation qui guette.

L'Institut de l'entreprise de l'Université de Neuchâtel dirigé par Sam Blili entend encourager ces réseaux. Il n'est plus possible de former des gestionnaires généralistes à coups de craie sur un tableau noir. La recherche et la formation en gestion d'entreprise doivent profiter aussi des technologies de la communication pour répondre aux problèmes spécifiques des PME. *md*

La croissance au bout de la souris

Selon l'étude du seco, une part importante des PME (63%) est actuellement connectée à Internet même si 16% ne possèdent pas encore d'ordinateurs. Six entreprises sur dix ne sont pas en mesure d'évaluer l'utilité d'Internet pour leur activité. Parmi les applications disponibles, la messagerie électronique est la plus utilisées, suivie par la création de sites sur le web, ainsi que par la vente et l'achat de produits. L'intégration en réseaux, avec d'autres entreprises, ne concerne par contre que 5% des PME.

Par ailleurs, les PME qui ont les marges de croissance les plus grandes utilisent davantage le web. Il y aurait deux groupes: une majorité de réticents, peu informatisés, tournés vers un marché régional et une minorité de branchés qui se développent via les potentialités du réseau ouvert sur des marchés internationaux. Le classement des cinquante meilleures PME de Suisse, publié par *Bilan* en juin 2002, confirmait le rôle déterminant d'Internet dans la réussite de ce petit nombre d'entreprises.

Pascal Sieber, Christian Weber, «L'utilisation d'Internet par les PME suisses: état des lieux», *La Vie économique*, n° 8, 2000, seco.