

2006

Revue de thèses: "Modèles d'affaires et valeur de places de marché électronique: taxonomie d'un phénomène émergent" (par C. Dominguez)

Bernard Fallery

Université Montpellier, bernard.fallery@umontpellier.fr

Follow this and additional works at: <http://aisel.aisnet.org/sim>

Recommended Citation

Fallery, Bernard (2006) "Revue de thèses: "Modèles d'affaires et valeur de places de marché électronique: taxonomie d'un phénomène émergent" (par C. Dominguez)," *Systèmes d'Information et Management*: Vol. 11 : Iss. 4 , Article 6.

Available at: <http://aisel.aisnet.org/sim/vol11/iss4/6>

This material is brought to you by the Journals at AIS Electronic Library (AISeL). It has been accepted for inclusion in Systèmes d'Information et Management by an authorized administrator of AIS Electronic Library (AISeL). For more information, please contact elibrary@aisnet.org.

REVUE DE THÈSES

Carine DOMINGUEZ

Modèles d'affaires et valeur des places de marché électroniques : taxonomie d'un phénomène émergent

Thèse soutenue le 24 novembre 2005
à l'université de Nantes,
sous la direction du professeur
Frantz ROWE.

L'objet principal de la thèse est de décrire l'évolution des **modèles d'affaires dans les places de marché électroniques** PDME (positionnements stratégiques, modèles de revenu...), pour pouvoir en proposer une taxonomie et comprendre la valeur ajoutée qu'elles apportent aux différents acteurs de ces marchés (organisations-fournisseur et organisation-acheteur).

L'auteure a donc opté pour une étude empirique dynamique et a réalisé **six études de cas longitudinales**, en réussissant à impliquer les trois acteurs clés (PDME, organisations acheteur, et organisations fournisseur) et en distinguant la « proposition de valeur » des managers de la PDME (les services proposés, leurs évolutions...) et la « valeur perçue » par les utilisateurs (les services réellement adoptés par les organisations fournisseur et acheteur : transaction commerciale, transaction prix, transaction physique, transaction financière...).

Les trois premiers chapitres de la thèse sont consacrés à l'étude de la littérature. On commence par situer historiquement la PDME et analyser trois métaphores-types : les structures d'alliances, les systèmes de communication et la métaphore du marché. On présente ensuite la PDME comme un système d'information inter-organisationnel en décrivant les acteurs, le processus d'échange, les outils et les enjeux, et on discute enfin la littérature sur les modèles d'affaires et sur la valeur des intermédiaires, dont les PDME font partie.

Les cadres théoriques mobilisés et les grilles de lecture à construire sont alors présentés. Dans un premier temps on se propose de construire une grille de **description des modèles d'affaires** des PDME, en faisant appel à trois champs de recherche différents : celui des Systèmes d'Information (infrastructures, standardisation et intégration...), celui de la Stratégie (positionnement, réseaux...) et celui du Marketing industriel (*sourcing* étendu, gestion de la relation fournisseur, enchères électroniques, qualité des données...). Dans un deuxième temps, deux théories sont retenues pour **interpréter la taxonomie des modèles d'affaires** de PDME et analyser les logiques d'action : la Théorie des Coûts de Transaction (pour les motivations initiales des acteurs et pour une analyse en terme de gouvernance) et la Théorie des Ressources (pour l'apprentissage des relations dans le réseau et pour une analyse de terme de valeur créée).

La rédaction des six études de cas longitudinales sur la période 2000-2005 a été alors issue de 175 entretiens semi directifs : **Hubwoo** pour le *e-procurement* en France, **Supply On** dans le secteur automobile en Allemagne, **FreeMarkets** aux USA avec les outils d'appels d'offre et d'enchères électro-

niques au service des organisations acheteur, **WWRE** qui regroupe 64 des plus grands distributeurs mondiaux, enfin **Synerdeal** et **Quadrem**. Une analyse thématique a d'abord permis de regrouper ces cas deux à deux (sur les critères de positionnement stratégique statique et dynamique, de cible client, de concurrence, de modèle de revenu et d'identité organisationnelle), puis une analyse approfondie de 55 entretiens retranscrits a mis en évidence que la **valeur perçue** est l'un des éléments différenciant ces modèles.

Les deux derniers chapitres de la thèse présentent alors les résultats, avec une comparaison inter-cas puis une discussion de la taxonomie proposée au regard des théories TCT et TR. La définition des **douze éléments de valeur perçue des PDME** (édition, infrastructure, données, courtage, gestion de la relation fournisseur, effet prix, processus de communication, catalyseur du changement, intégration, reporting et expertise achat, gains économiques et gains politiques) met en évidence les éléments de valeur, de non valeur et de risques perçus dans les trois modèles finalement retenus :

- La **PDME-Achat** se positionne sur le processus achat (appels d'offres et enchères électroniques), elle est considérée comme un catalyseur de changement qui offre d'importants gains économiques ainsi que des services de *reporting* et d'expertise achat, bien que les organisations fournisseur y voient un risque de dégradation de la relation client. Au service des clients sur du court terme, la PDME-Achat est bien décrite par la métaphore du marché ou celle du marché électronique proposée par Malone, Benjamin et Yates (1997).

- La **PDME-Approv** se caractérise par un positionnement sur le processus d'approvisionnement (gestion informationnelle de l'exécution des transactions via des catalogues électroniques), et les éléments de valeur font ici référence à des aspects technologiques (amélioration de la qualité des données échangées, qualité de l'infrastructure de la PDME, capacité à intégrer les SI de ses utilisateurs...). La PDME-Approv est bien décrite par la métaphore des systèmes de communication inter-entreprises (intégration, standardisation, reengineering des processus). Avec des éléments proches de la hiérarchie et d'autres proches du marché, on peut la qualifier d'hybride.

- La **PDME-Indus** se positionne sur l'ensemble du processus d'échange : achats (appels d'offres et enchères électroniques) et approvisionnements (catalogues électroniques de biens directs et indirects). Les relations fournisseur-acheteur sont recherchées sur le long terme, la réduction des coûts s'efface dans le modèle de la PDME-Indus au profit d'un discours orienté vers la création de valeur collective, on peut donc rapprocher ce modèle de celui de la hiérarchie.

On conclura ici en disant que la « figure organisationnelle » de la PDME pose effectivement des questions clés pour les sciences de gestion autour des axes Systèmes d'Information, Stratégie et Organisation. La thèse peut alors être considérée comme une contribution importante, notamment pour de nouveaux débats sur l'intégration, le pouvoir ou la confiance.

Par Bernard FALLERY