

Introduction. L'économie numérique en question

Marc Bourreau et Thierry Pénard



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rei/6437>
DOI : 10.4000/rei.6437
ISSN : 1773-0198

Éditeur

De Boeck Supérieur

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2016
Pagination : 11-15
ISBN : 9782807390584
ISSN : 0154-3229

Référence électronique

Marc Bourreau et Thierry Pénard, « Introduction. L'économie numérique en question », *Revue d'économie industrielle* [En ligne], 156 | 4e trimestre 2016, mis en ligne le 31 décembre 2018, consulté le 09 octobre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rei/6437> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/rei.6437>

© Revue d'économie industrielle

INTRODUCTION

L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE EN QUESTION

Marc Bourreau, Télécom ParisTech, Département Sciences économiques
et sociales

Thierry Pénard, Université de Rennes 1, CREM-CNRS

La révolution numérique est aujourd'hui une réalité dans tous les secteurs de l'économie. Le numérique modifie en profondeur les manières de produire, d'échanger et de consommer. Pour la plupart des entreprises, Internet est devenu un canal de communication et de vente incontournable. Dans le tourisme, par exemple, aucun hôtel ne peut se passer de TripAdvisor ou de Booking.com. Il est difficile aussi pour un consommateur d'échapper à l'écosystème de services de Google, Facebook ou Apple pour communiquer, se divertir, rechercher de l'information ou commander des produits. L'ensemble de l'économie est désormais convertie au « numérique ». La question est de comprendre comment le numérique va à court et moyen terme transformer les marchés et les organisations, mais aussi l'espace et la société. Quels seront les effets de ces transformations numériques sur la concurrence, l'innovation, l'emploi, la croissance économique, le commerce international, le bien-être des individus, etc. ?

La révolution numérique en cours repose sur trois piliers. Le premier est technologique, à travers les capacités de transmission et de traitement de données toujours plus massives, le développement de l'intelligence artificielle et des objets connectés... L'appropriation de ces technologies par les entreprises permet des innovations majeures à la fois sur les procédés (gains de productivité) et sur les produits (nouveaux marchés, nouveaux produits ou services). Le second pilier est économique, avec l'apparition d'acteurs économiques puissants (les GAFAs) qui sont en mesure de réorganiser les chaînes de valeur et d'imposer de nouveaux modèles d'affaires

et d'intermédiation. Dans tous les secteurs, les entreprises doivent s'adapter pour mieux répondre aux attentes des consommateurs et à la concurrence de ces nouveaux acteurs, en déployant des innovations organisationnelles et marketing. Enfin, le dernier pilier de cette révolution numérique est social avec de nouveaux modes de sociabilité et d'actions collectives. Le numérique stimule les innovations d'usages et de consommation (consommation collaborative, co-production et diffusion de connaissance, communautés). Mais il remet aussi en question les pouvoirs centralisés et la souveraineté des États, et appelle à de nouvelles formes de régulations économiques et de gouvernance.

Les chercheurs en sciences humaines et sociales, et en premier lieu les économistes, ont un rôle important à jouer pour mieux comprendre ces transformations en cours, pour analyser et mesurer les effets socio-économiques des technologies, services et usages numériques. Ces recherches de nature micro- et macro-économique, théorique et empirique s'inscrivent dans un nouveau champ de la science économique, « l'économie numérique ».

L'économie numérique est plus qu'un sous-domaine de l'économie industrielle. Il ne s'agit pas seulement de revisiter des questions classiques de l'économie industrielle comme la fixation des prix en ligne, les stratégies de différenciation entre les offres physiques et en ligne, la régulation des marchés numériques ou l'effet de la publicité, mais aussi d'aborder de nouvelles questions de recherche comme l'économie des plateformes, des *big data* et de la vie privée (Einav et Levin, 2014). L'économie numérique aborde aussi des questions propres à d'autres champs de l'économie comme l'économie du travail (Autor, 2015 ; Agrawal et al., 2015) ou l'économie géographique (Sinai et Waldfogel, 2004). L'économie numérique est enfin porteuse d'un nouveau paradigme méthodologique lié à l'existence de traces et de données massives et variées qui peuvent être collectées sur Internet ou via des objets connectés. Les chercheurs peuvent aussi mettre en œuvre des expérimentations à grande échelle et observer des comportements en temps réel. Selon Edelman (2012), « for researcher-collected data, the Internet opens exceptional possibilities both by increasing the amount of information available for researchers to gather and by lowering researchers' costs of collecting information ». Mais cette « révolution des données » comporte des coûts d'entrée pour les chercheurs susceptibles de

créer ou renforcer des fractures numériques entre les équipes de recherche, selon qu'elles ont ou non accès à ces données et les compétences pour les exploiter (Pénard et Rallet, 2014).

Ce numéro spécial sur l'économie numérique pose les jalons de ce nouveau champ de recherche à travers 6 articles. Ces contributions théoriques et empiriques montrent comment le numérique affecte l'organisation et la concurrence dans des secteurs comme la presse, les jeux vidéo, la musique, le secteur bancaire, mais aussi modifie les modèles d'innovation et de production de connaissance. Ces articles sont issus pour la plupart de communications lors des écoles d'été d'économie numérique que nous avons organisées depuis 2014 (à Paris, Rennes et Nice). Ce numéro spécial, ainsi que les écoles d'été et les workshops doctoraux en économie numérique, témoignent du dynamisme de la communauté des économistes francophones travaillant sur le numérique. La prochaine étape est la création en 2017 d'une Association française des chercheurs en économie numérique, qui institutionnalisera ce réseau et en fera un interlocuteur académique de premier plan pour les pouvoirs publics et les acteurs socio-économiques. Cette association apportera son expertise dans la définition des politiques publiques adaptées à la nouvelle donne numérique et pourra activement participer aux débats publics sur les enjeux sociétaux.

Le numéro est introduit par un entretien avec Anne Perrot, ancienne vice-présidente de l'Autorité de la concurrence, sur les enjeux de l'économie numérique en matière de régulation et de politique de la concurrence. Il est suivi de l'article de Deltour, Le Gall et Lethiais, qui questionne le rôle du numérique dans la capacité d'innovation des entreprises et teste l'existence d'effets différenciés des technologies numériques selon la localisation des entreprises. À partir d'une enquête réalisée auprès de PME, les auteurs montrent que la variété des outils numériques utilisée par l'entreprise ainsi que de fortes compétences en interne dans l'utilisation de ces outils ont un impact positif sur la capacité à innover en produits et en procédés, indépendamment de la localisation de l'entreprise. Les entreprises en milieu rural ne sont donc pas moins efficaces que les entreprises implantées dans de grandes villes pour transformer leurs ressources numériques en innovation.

L'article de Bacache-Beauvallet, Bourreau et Moreau s'intéresse aux nouveaux modèles économiques dans l'industrie musicale, en réponse au déclin des ventes de CD et à la dématérialisation de la musique. Une des réponses a été la mise en place de nouveaux arrangements contractuels entre les majors et leurs artistes, sous forme de contrats à 360 degrés qui intègrent toutes les sources de revenus de l'artiste (ventes de CD, concerts, merchandising...). À partir d'une enquête auprès de musiciens français, les auteurs identifient les facteurs favorisant la signature de ce type de contrats. Cet article montre bien combien la « digitalisation » de l'industrie musicale affecte les modes de création et de valorisation, ce qui n'est pas sans créer des tensions entre les différents acteurs.

Davidovici s'intéresse à une autre industrie (les jeux vidéo), mais qui connaît des transformations similaires à l'industrie musicale, avec la dématérialisation des jeux et l'essor des plateformes de distribution en ligne. L'article propose une typologie des modèles de distribution en ligne, selon l'activité principale des plateformes (producteur de console, de smartphone, éditeur de jeux), leur degré d'intégration et d'ouverture. Trois groupes stratégiques d'acteurs sont identifiés avec des différences dans les stratégies de croissance, d'audience et de valorisation des effets de réseau.

L'article de Lyubareva et Rochelandet propose une analyse des modèles d'affaires de la presse en ligne en France entre 2004 et 2014. Pendant cette période, les groupes de presse ont dû faire face aux évolutions technologiques (le Web 2.0), à l'entrée de nouveaux acteurs (les *pure players*), au tassement des revenus publicitaires et à l'évolution des usages (importance croissante des smartphones et des tablettes dans la consommation de la presse). Les auteurs s'appuient sur une base de données très riche concernant 100 sites d'information en France. Ils montrent qu'un processus isomorphe a été à l'œuvre, conduisant à l'émergence de quelques modèles dominants parmi les acteurs de la presse en ligne. Au travers de l'exemple de la presse, cet article montre comment la numérisation d'une industrie oblige les acteurs à renouveler leurs modèles d'affaires.

Darmon, Chaix et Torre s'intéressent à l'impact du développement des paiements mobiles dans les pays en développement sur les transferts monétaires provenant de la population expatriée ou réalisés à l'intérieur du pays. Les auteurs proposent un modèle théorique, qui rend compte du

choix d'un ménage entre la monnaie mobile et les espèces et de l'impact sur ce choix des sommes reçues des membres expatriés de la famille. Ils montrent que la monnaie mobile stimule les transferts d'argent et augmente le bien-être social. Cet article illustre le fait que le numérique (ici, sous la forme des paiements mobiles) permet de réorganiser des marchés (ici, les marchés financiers ou bancaires), en favorisant l'émergence de nouveaux usages.

Enfin, l'article de Dang Nguyen, Jullien et Le Goff-Pronost analyse les motivations à contribuer à l'encyclopédie en ligne Wikipédia, soit par des dons monétaires, soit par la production de contenu. Les auteurs utilisent une base de données originale constituée des réponses à un questionnaire de 16 000 utilisateurs français de Wikipédia en 2015. Ils mettent en évidence les différences entre les individus qui contribuent à l'encyclopédie par des dons monétaires et ceux qui le font en produisant du contenu, revisitant ainsi les déterminants du don et des contributions volontaires à un bien commun. L'étude montre plus généralement comment le numérique permet de créer de nouveaux communs, ici de nouvelles formes de production collective.

RÉFÉRENCES

- AGRAWAL, A., HORTON, J., LACETERA, N., LYONS, E. (2015), « Digitization and the Contract Labor Market: A Research Agenda », in A. Goldfarb, S. Greenstein, C. Tucker (eds.), *Economic Analysis of the Digital Economy* (pp. 219-250), Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- AUTOR, D. (2015), « Why Are There Still So Many Jobs? The History and Future of Workplace Automation », *Journal of Economic Perspectives*, 29, 3-30.
- EINAV, L., LEVIN, J. (2014), « Economics in the age of Big Data », *Science*, 346, n° 6210.
- EINAV, L., LEVIN, J. (2014), « The data revolution and economic analysis », in J. Lerner, S. Stern (eds.), *Innovation Policy and the Economy*, vol. 14, pp. 1-24.
- PÉNARD T., RALLET, A. (2014), « De l'économie des réseaux aux services en réseaux : nouveau paradigme, nouvelles orientations », *Réseaux*, 184-185, 71-93.
- SINAI, T., WALDFOGEL, J. (2004), « Geography and the Internet: Is the Internet a Substitute or a Complement for Cities? », *Journal of Urban Economics*, 56, 1-24.