

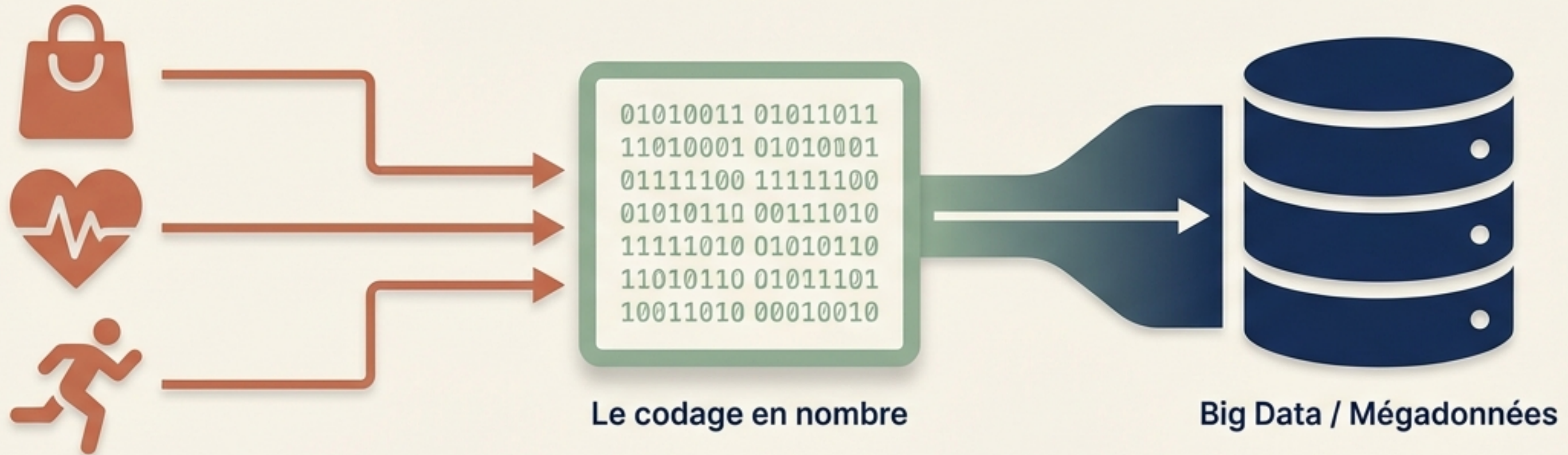
Le Numérique et les Choix de l'Entreprise

Masterclass CEJM : Comprendre les bouleversements de l'économie numérique sur l'offre, la production et la consommation.

Fiche de cours complète et visuelle.

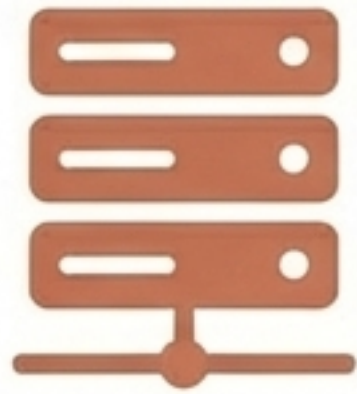


L'Économie de l'Information et de la Connaissance



- **Technologie Numérique** : Traduction de toute information en données codées.
- **Big Data** : Stockage d'un volume massif de données numériques.
- **Applications directes** : Comportement client, objets connectés, Intelligence Artificielle (Machine Learning).

Les 3 Piliers de la Révolution Numérique



Pilier Technologique

Augmentation des capacités de stockage et transmission. Innovation des procédés (logistique).



Pilier Économique

Nouveaux secteurs et acteurs.

Exemple :
Les GAFAM et les Pure Players (100% en ligne).

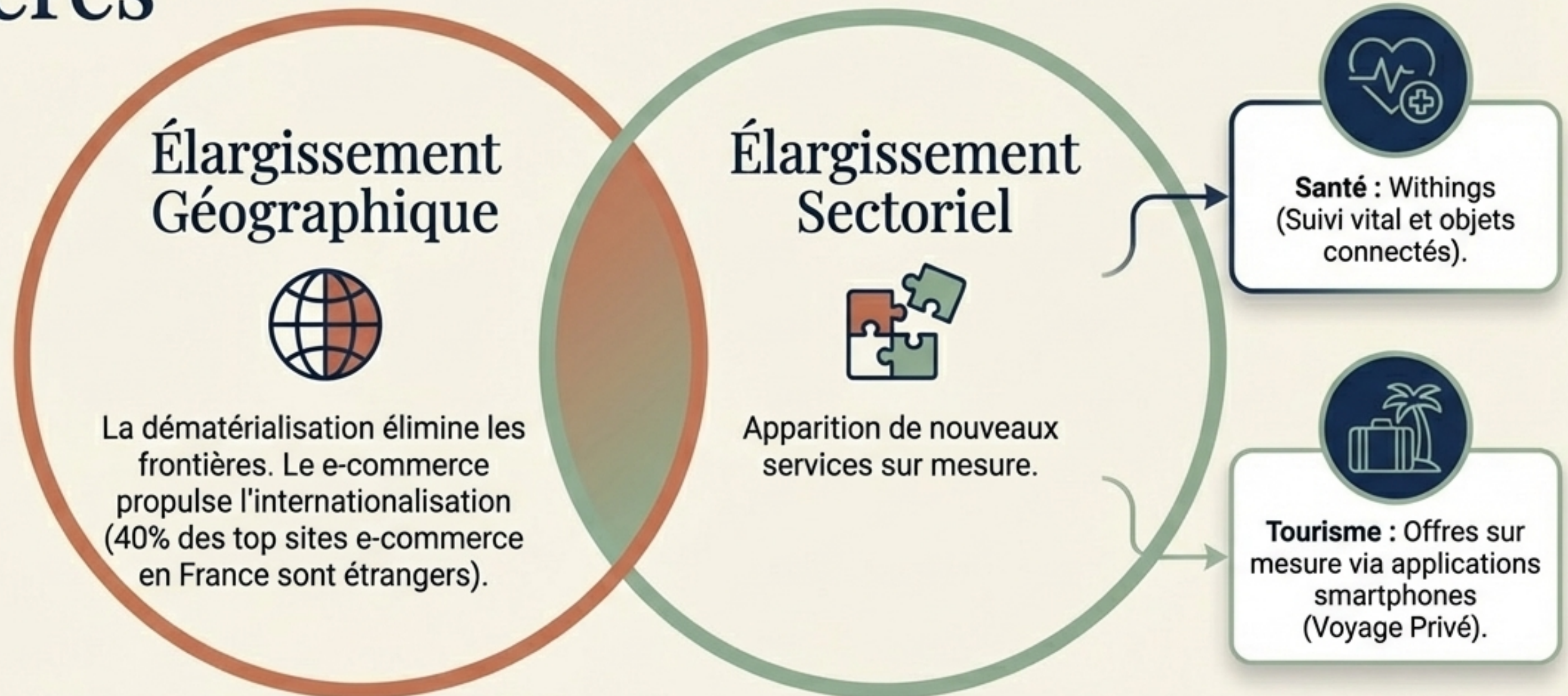


Pilier Social

Évolution des usages quotidiens.

Exemple :
Consommation collaborative, e-santé, réseaux sociaux.

L'Évolution de l'Offre : Des Marchés Sans Frontières



Le Choc de la Nouvelle Concurrence

Acteurs Historiques



Entreprises traditionnelles confrontées à l'accélération des cycles d'innovation.

Risque d'obsolescence rapide.

La Nouvelle Concurrence



Les Pure Players et les consommateurs eux-mêmes (via les plateformes).

Baisse drastique des barrières à l'entrée.

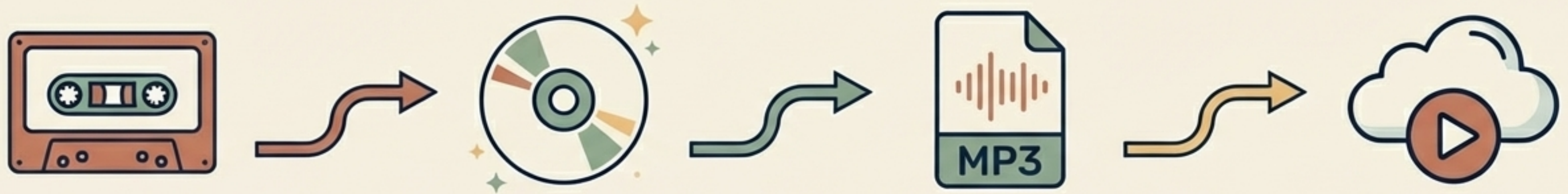
Le Concept Clé : L'Ubérisation

Mise en relation directe, gratuite et en temps réel entre clients et prestataires via une plateforme mobile.

Conséquences : pression sur les marges et baisse de valeur des actifs traditionnels (ex: licences de taxi).

La Transformation de la Production

La Destruction Créatrice

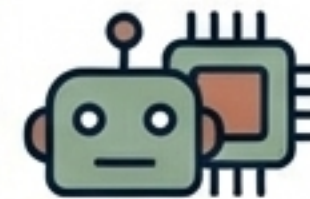


Destruction Créatrice

Théorie de Schumpeter. Le numérique crée de nouveaux modèles économiques qui rendent les anciens obsolètes (Disruption numérique).

Optimisation

Automatisation des tâches par l'Intelligence Artificielle (IA).



Siri : Simulation de l'intelligence humaine (raisonnement, apprentissage) pour optimiser les procédés de production.

L'Impact sur le Travail et les Compétences

Du Facteur Travail

Vers le Facteur Capital
(Les gains de productivité valorisent le capital).

Des Tâches Répétitives

Vers de Nouvelles Compétences Qualitatives
(Destruction d'emplois vs. Création de nouvelles activités).

Du Salariat Traditionnel

Vers le Statut d'Indépendant (Essor du travail en freelance via les plateformes digitales).

Les Nouveaux Modes de Tarification



Le Yield Management

- **Mécanisme** : Tarification différenciée et dynamique. Les prix évoluent automatiquement selon les capacités disponibles.
- **Objectif** : Optimisation du remplissage et du chiffre d'affaires.
- **Exemples** : Chambres d'hôtellerie, billets d'avion/train.



Le Freemium

- **Mécanisme** : Modèle économique offrant un service de base gratuit pour attirer le client, puis des options payantes.
- **Objectif** : Conversion de l'utilisateur gratuit en utilisateur premium.
- **Exemples** : Deezer (musique), Fortnite (jeux vidéo).

Le Grand Basculement : De la Propriété à l'Usage



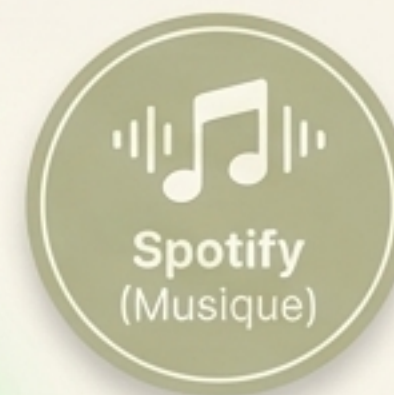
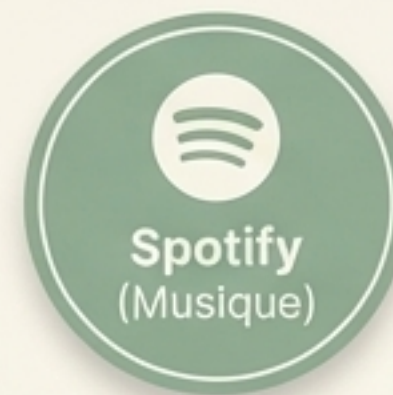
Propriété

Privilège de la
possession physique.



Usage

Le consommateur devient
acteur (informé, sensible à
l'e-réputation). Privilège de
l'usage illimité et de la
découverte.



La Matrice des Échanges Numériques

Relations Marchandes (E-commerce / M-commerce)

B to B (Business to Business) :
Ex: Valeo

B to C (Business to Consumer) :
Ex: Amazon

C to C (Consumer to Consumer) : Ex:
BlaBlaCar, Airbnb

Relations Non Marchandes

B to G (Business to Gov) :
Ex: Net-entreprises

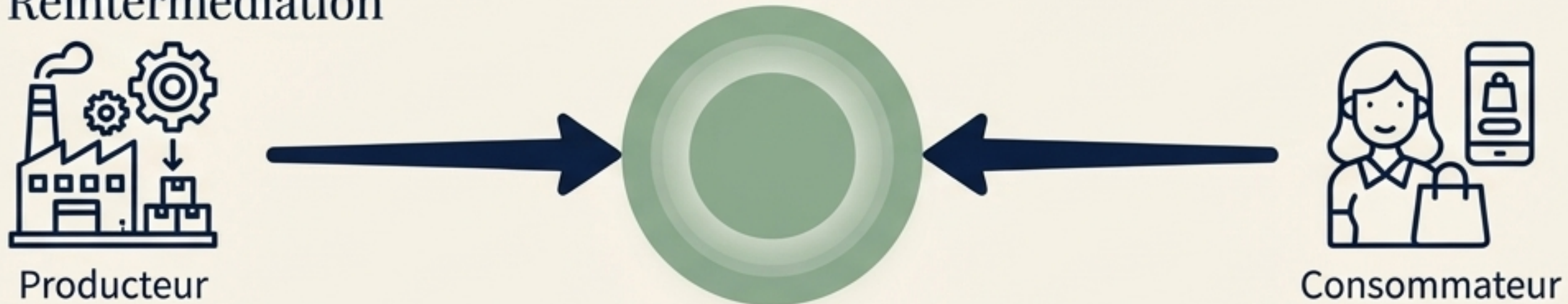
Gratuité / Partage : Ex: Couchsurfing,
ShareVoisins, YouTube

L'Ère des Plateformes et Marketplaces

Désintermédiation

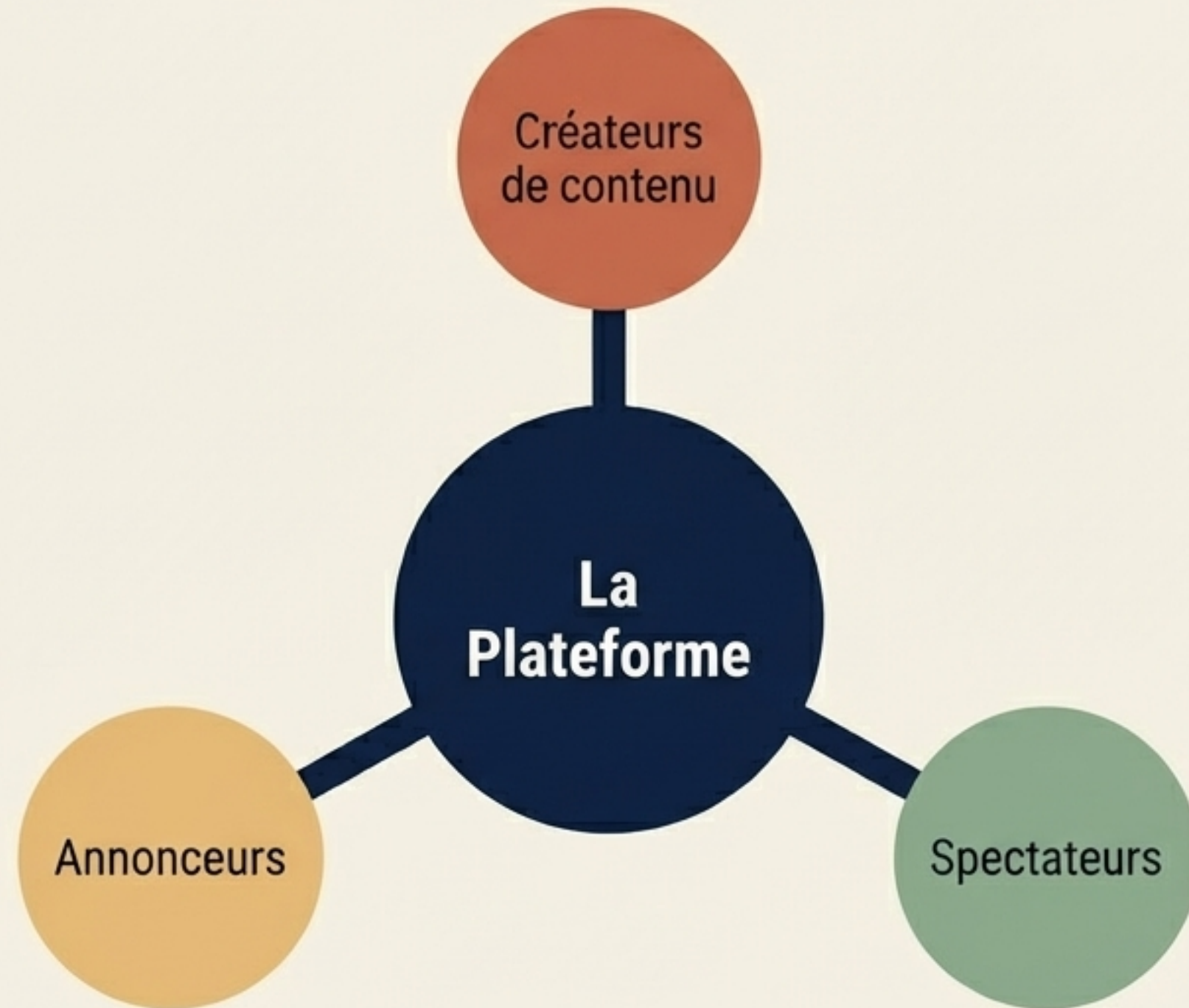


Réintermédiation



Le Concept Clé : La plateforme supprime les anciens intermédiaires pour devenir le nouvel intermédiaire incontournable de la chaîne de valeur (Ex: Uber, Alibaba, Apple).

La Mécanique : Modèles Multifaces & Effets de Réseau



Modèles Multifaces :

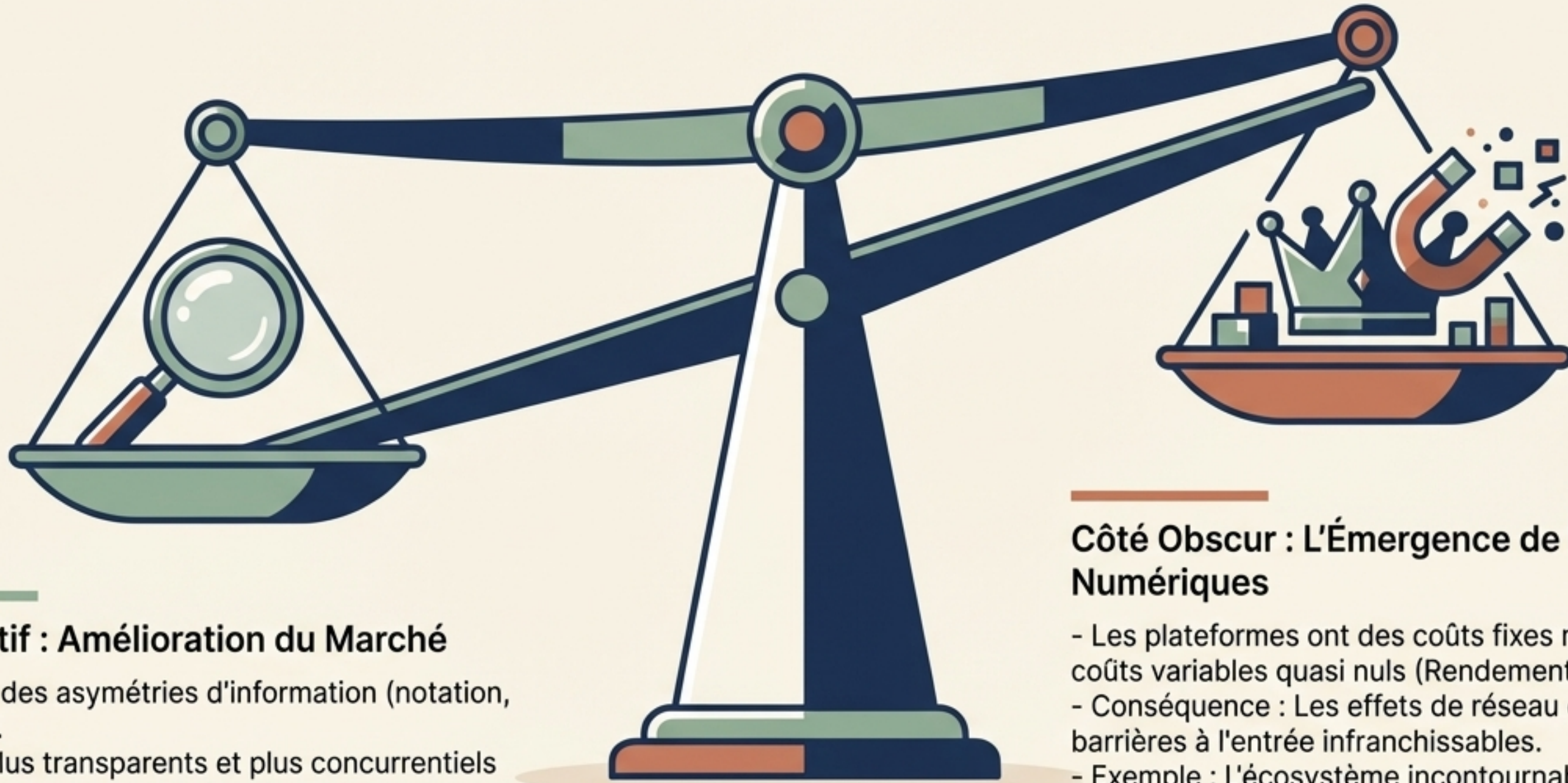
Intermédiaires qui mettent en relation plusieurs catégories d'utilisateurs ayant des besoins différents (Ex: Face Offre et Face Demande).

Les Externalités de Réseau :

Définition : La valeur et la satisfaction retirées du service augmentent avec le nombre d'utilisateurs.

L'Exemple BlaBlaCar : Plus il y a de conducteurs, plus les passagers sont satisfaits. Plus il y a de passagers, plus les conducteurs rentabilisent leur trajet.

Le Paradoxe des Plateformes



Côté Positif : Amélioration du Marché

- Réduction des asymétries d'information (notation, avis clients).
- Marchés plus transparents et plus concurrentiels au départ.

Côté Obscur : L'Émergence de Monopoles Numériques

- Les plateformes ont des coûts fixes massifs mais des coûts variables quasi nuls (Rendements croissants).
- Conséquence : Les effets de réseau créent des barrières à l'entrée infranchissables.
- Exemple : L'écosystème incontournable des GAFAM (Google avec Chrome, Gmail, Drive, YouTube).

L'Essentiel à Retenir

Fiche de Révision CEJM



1. L'Offre et la Production

- Dématérialisation et Big Data.
- Destruction créatrice (Schumpeter) & IA.
- Marchés élargis (Géo/Secteurs).



2. La Concurrence & Les Prix

- Ubérisation et Pure Players.
- Yield Management vs Freemium.



3. La Consommation

- Passage de la Propriété à l'Usage.
- E-commerce (B2B, B2C, C2C).



4. Les Plateformes

- Désintermédiation / Réintermédiation.
- Modèles multiface & Effets de réseau.
- Risque : Monopoles numériques (GAFAM).