**E-commerce**

**Introduction**

La technologie a transformé la façon dont les consommateurs gèrent leur argent. Qu’il s’agisse de régler la note d’épicerie au moyen de notre carte de débit ou de réserver un forfait-vacances par carte de crédit, nous faisons incontestablement appel à la technologie.

L’avènement d’Internet a toutefois ouvert une toute nouvelle avenue du commerce électronique - les achats en direct. Nous pouvons, aujourd’hui, acheter des biens et des services - allant des livres, des disques et des produits de divertissement aux forfaits-vacances et au matériel informatique - dans le confort de notre foyer, en ouvrant tout simplement notre ordinateur et en nous branchant dans Internet.

Cette nouvelle vague n’en est qu’à ses débuts, mais il ne fait aucun doute qu’elle est appelée à déferler. Toutefois, pour permettre au commerce en direct de rallier le grand public, il faut d’abord répondre à certaines grandes préoccupations des consommateurs, comme la protection des renseignements personnels et la sécurité. Si Internet veut s’imposer comme une autre plateforme pour effectuer des transactions financières, les gens doivent se sentir aussi à l’aise de faire affaire dans le cyberespace que dans l’environnement traditionnel.

Ce documnet offre un aperçu du commerce dans Internet et des enjeux qui façonneront son avenir. Le commerce électronique présente de multiples facettes, mais le présent document traite essentiellement de l’achat et de la vente de biens et services dans Internet.

**La nouvelle ère du commerce**

Grâce à Internet, le monde du commerce se présente aujourd’hui sous un nouveau jour. L’essor d’Internet ces dernières années a insufflé un nouveau souffle aux modes de communication et d’interaction entre les gens et les entreprises.

Conçu à l’origine, dans les années 1960 et 1970, à des fins de recherche universitaire et militaire, Internet se limitait alors à des textes et n’offrait aucune des fonctions de multimédia disponibles aujourd’hui. Des problèmes de lenteur et de mauvaise organisation de l’information entravaient également son fonctionnement.

La situation a toutefois commencé à évoluer lorsque le Web a vu le jour au début des années 1990. Convivial et axé sur la présentation graphique, le Web entraînait dans son sillon des navigateurs et des outils de recherche permettant aux internautes de passer rapidement d’un site à l’autre et de rechercher de l’information au moyen de mots ou de phrases clés.

La popularité d’Internet a incité de nombreuses entreprises à établir leur présence sur le Web. Une mine de renseignements - allant de catalogues de biens et services à des communiqués de presse ou à des répertoires et des carnets d’adresses - s’offrent à quiconque s’y aventure.

Certaines entreprises - et là se trouve la véritable source d’expansion du commerce électronique - ont franchi une étape de plus et utilisent Internet pour vendre leur marchandise directement. Les consommateurs et les entreprises peuvent donc maintenant effectuer des transactions en direct.

**Qu’est-ce que le commerce électronique?**

Le commerce électronique n’est pas un nouveau concept. Nous avons tous et chacun effectué des transactions par voie électronique, soit au moyen d’une carte de crédit ou de débit, d’un télécopieur, d’un guichet automatique bancaire (GAB) ou d’un téléphone.

Les grandes sociétés disposant de réseaux de communication privés communiquent par voie électronique avec leurs principaux fournisseurs et d’autres membres de leur industrie.

Par exemple, les secteurs de l’automobile, du commerce de détail et du transport utilisent des réseaux d’échange de données informatisé (EDI) depuis plus de deux décennies à des fins de commande, de facturation, de paiement et de suivi des ventes. Les banques et les autres institutions financières utilisent abondamment leurs réseaux privés pour virer des fonds par voie électronique.

Internet a récemment donné naissance à une autre génération du commerce électronique, offrant ainsi une nouvelle façon de faire affaire.

|  |
| --- |
| ***Le saviez-vous?****Le Maroc se classe au second rang après l'Afrique du Sud en ce qui concerne le nombre d'usagers d'Internet par habitant dans le continent Africain.*  |

**Comment fonctionne le commerce dans Internet?**

À l’image d’un centre commercial mondial ouvert jour et nuit, Internet propose des milliers de biens et de services allant de voitures neuves et de billets d’avion à des livres au tirage épuisé.

Toute personne ayant accès à Internet peut acheter des produits dans le cyberespace. En utilisant votre navigateur Internet pour accéder au site Web de votre choix, vous pouvez regarder des images des produits offerts par l’entreprise et prendre connaissance de ses caractéristiques. Ainsi, au lieu de consulter un catalogue imprimé, vous regardez un écran d’ordinateur. Vous pouvez fureter à votre rythme et commander les produits au moment voulu. Selon la politique de l’entreprise, les modalités de paiement varient. Vous pouvez ouvrir un compte à l’avance, être facturé, transmettre votre numéro de carte de crédit par voie électronique ou, dans certains cas, payer comptant sous forme numérique (pas encore disponible au Maroc). La carte de crédit occupe actuellement le premier rang comme mode de paiement dans Internet.

|  |
| --- |
| *Internet est un réseau public mondial d’ordinateurs servant à la diffusion d’information et à la distribution de produits. Pour y accéder, il suffit de disposer d’un ordinateur, du matériel et du logiciel appropriés, d’un modem et d’une ligne téléphonique.*  |

**Achat et vente dans Internet**

L’achat et le paiement de produits dans Internet gagnent en popularité. Les ventes sont passées d’un infime volume en 1994 à environ 33,5 milliards de dollars américains en 1998. En 1997, on estime que de 10 à 20 pour cent des internautes ont effectué des achats en direct. Une firme torontoise de recherche, International Data Corp., prédit une croissance exponentielle au cours des prochaines années, le volume d’achats mondial devant grimper à 435 milliards de dollars américains d’ici 2002.

Aujourd’hui, les achats les plus courants visent les livres, le matériel et les logiciels informatiques, les disques compacts, les billets de voyage et les produits de divertissement.

Le secteur des placements en direct enregistre une véritable montée en flèche à ce chapitre. Les investisseurs peuvent maintenant acheter des actions, des options et d’autres titres, se tenir au fait de l’actualité dans Internet, grâce aux sommaires de nouvelles et aux cotes d’actions (en temps réel ou en différé), tout en vérifiant la position de leur compte et ses activités. Certains clients peuvent même choisir de recevoir des «messages d’alerte» déclenchés par la fluctuation du cours de l’action ou le volume de transactions.

Les analystes prédisent que les gens feront de plus en plus appel à Internet tant pour dénicher et acquérir des produits rares et exclusifs que pour acheter leur épicerie. Vous n’aurez qu’à visiter le site de votre supermarché préféré, faire votre choix - qu’il s’agisse de produits de nettoyage, de conserves ou de produits laitiers - et on vous livrera le tout à votre domicile. Quelques supermarchés aux USA et en Europe offrent déjà ce service d’achat en direct.

**Que puis-je en retirer comme consommateur?**

S’il est facile de se laisser emporter par la fièvre du commerce électronique et d’Internet, tous les consommateurs ne souhaitent pas pour autant faire leurs achats en direct. Certaines personnes privilégieront toujours la façon traditionnelle de magasiner, les relations avec le personnel de vente et l’examen d’un produit de visu.

Le commerce dans Internet ne convient peut-être pas à tout le monde, mais il n’en présente pas moins certains avantages :

* la possibilité de fureter, de comparer les produits et d’effectuer vos achats à votre convenance;
* la commodité - le magasin est toujours ouvert dans Internet;
* un marché élargi - votre centre commercial se mondialise (vous pouvez acheter auprès d’une entreprise à Rabat, Paris, Tokyo ou San Francisco tout en demeurant dans le confort de votre foyer);
* un plus grand choix de produits;
* la possibilité de prendre des décisions éclairées grâce à l’accès à plein de renseignements et à des liens pertinents à d’autres sites;
* une baisse potentielle des prix grâce à la compression des frais généraux et à la concurrence accrue;
* une plus grande facilité d’accès aux fournisseurs.

Pensez, par exemple, à tout le temps consacré à la planification de vos vacances, à la visite d’agences de voyage et à la collecte de brochures. Vous pouvez maintenant effectuer vos recherches et vos réservations dans Internet - qu’il s’agisse de louer une voiture, de trouver une chambre, d’acheter un billet d’avion ou de l’assurance-voyage. Pour avoir un avant-goût de votre destination de vacances, vous pouvez même effectuer une visite guidée virtuelle.

|  |
| --- |
| **Branchez-vous pour acheter** * *des actions, des fonds d’investissement et d’autres titres*
* *pour obtenir un prêt personnel ou hypothécaire*
* *de l’assurance-voyage*
* *du matériel et des logiciels informatiques*
* *des billets d’avion et des forfaits-vacances*
* *une nouvelle voiture*
* *des livres et des disques*
* *des billets de spectacle*
* *des vêtements de sport*
 |

**Que peut en retirer un chef d’entreprise?**

Les chefs d’entreprise qui ouvrent un commerce dans Internet peuvent espérer :

* Bénéficier de nouvelles occasions d’affaires en élargissant leur base de clients pour y inclure la planète tout entière. Par exemple, Roswell Computer Books de la Nouvelle-Écosse a établi une librairie électronique qui permet aux internautes de fureter et de commander des livres.
* Offrir à leurs clients existants une avenue supplémentaire de service à la clientèle. Ainsi, T & T Seeds du Manitoba a établi un site Web pour mettre à la disposition des jardiniers amateurs des semences de variétés hâtives et espère effectuer une percée sur le marché américain.
* Offrir à des clients potentiels des renseignements sur leurs produits.
* Réduire potentiellement leurs frais d’exploitation (marketing, inventaire, distribution et production) et ainsi peut-être accroître leurs revenus.
* Trouver une nouvelle source de revenus grâce aux annonceurs payant pour faire de la publicité sur le site.
* Selon le type d’entreprise, le site Web peut servir à communiquer avec les fournisseurs, commander du matériel, échanger des produits, des stocks et des ventes.

Parmi les petites entreprises ayant établi un site Internet, on trouve la société Canadienne Padinox Incorporated, une entreprise manufacturière de l’Île-du-Prince-Édouard qui fabrique des casseroles et des ustensiles de cuisine Paderno. Jusqu’à récemment, cette entreprise n’offrait ses produits que par l’intermédiaire de détaillants. C’était avant de créer son site Web pour établir un lieu de contact avec la clientèle et d’ouvrir le magasin Padinox dans Internet.

Les clients peuvent à leur aise y examiner les produits et s’inscrire pour établir leur identité et choisir un mot de passe garantissant la sécurité des transactions. L’entreprise offre même des produits exclusifs aux clients achetant par le biais de son site Internet.

Le commerce électronique ne se limite pas à certains types d’entreprises ou à des biens et services reliés à la technologie. Des entreprises de tous les secteurs font affaire dans Internet. Avant de décider de créer un site Web ou non, une entreprise doit examiner ses objectifs et s’assurer qu’elle peut en retirer des avantages certains sur le plan des affaires. Certaines entreprises peuvent choisir d’établir leur présence en direct pour se donner une certaine visibilité et pour fournir de l’information, tandis que d’autres voudront s’engager dans la vente en direct.

|  |
| --- |
| **Pour offrir un service en direct *convivial à la clientèle**** *Les clients veulent savoir à qui ils ont affaire; vous avez donc intérêt à leur donner suffisamment d’information pour les satisfaire, dont votre adresse et votre numéro de téléphone.*
* *Les consommateurs veulent avoir la possibilité de limiter les renseignements qu’ils vous fournissent et l’autorité de déterminer dans quelles circonstances vous pouvez les utiliser.*
* *Offrez aux acheteurs potentiels des renseignements clairs et précis leur permettant d’apprécier ce que vous avez à offrir et de connaître vos conditions de vente (garanties et politique d’échange par exemple).*
* *Assurez-vous que votre système de paiement en direct est sécuritaire, expliquez aux clients les risques qui y sont associés et offrez-leur un autre mode de paiement.*
* *Plus encore que dans le cas des autres types de transactions, les consommateurs veulent être sûrs que vous leur donnerez satisfaction en cas de problèmes.*
 |

**Les préoccupations des consommateurs et des entreprises**

La plupart des gens, même les internautes les plus inconditionnels, hésitent toujours à faire des achats en direct sur le Web. Ils ne sont pas encore convaincus qu’ils peuvent effectuer, facilement et en toute sécurité, une gamme complète de transactions commerciales dans Internet. Une étude révèle que, si 53 pour cent des internautes aux États-Unis et au Canada ont visité des sites Web avant de prendre une décision d’achat, seulement 15 pour cent d’entre eux ont vraiment effectué la transaction finale en direct. La réticence à fournir des numéros de carte de crédit et d’autres renseignements dans Internet explique cette situation.

**Quelles sont les préoccupations des consommateurs?**

Il faudra répondre à un certain nombre de préoccupations des consommateurs avant de pouvoir compter sur un meilleur accueil du grand public.

* ***Sécurité***
Les internautes craignent avant tout la violation de la sécurité des ordinateurs. Quelle assurance peut-on vous donner en effet quant à la sécurité du système de paiement d’un commerçant et à l’impossibilité d’intercepter votre paiement? Avez-vous déjà été sur le point d’effectuer un achat dans Internet pour finalement vous raviser au moment d’entrer votre numéro de carte de crédit? Heureusement, de grands progrès ont été réalisés sur ce plan, grâce au développement d’applications cryptographiques qui garantissent la sécurité de la transmission des données au destinataire. Plusieurs entreprises déploient des efforts énormes pour assurer la sécurité et la protection des renseignements des clients en ayant recours à des méthodes comme le chiffrement, les fins de connexion différées et les pare-feu (ceux-ci séparent de façon sécuritaire Internet des serveurs Web et des ordinateurs des entreprises).
* ***Confidentialité***
Le commerce électronique se bute également à un autre obstacle : le potentiel d’atteinte à la vie privée des gens. La protection de votre vie privée dans Internet dépend de l’utilisation qui est faite de vos renseignements personnels. Les consommateurs tiennent à avoir la garantie que leurs renseignements personnels sont protégés lorsqu’ils magasinent dans le cyberespace. Si l’entreprise a une politique de confidentialité, son site Web doit en faire mention. Vous serez alors en mesure de cliquer sur la politique de confidentialité et d’examiner les pratiques de l’entre-prise en ce qui concerne la revente des renseignements personnels.

L’un des commerçants remportant le plus de succès dans Internet, le libraire américain Amazon.com, a une politique de protection des renseignements personnels efficace, qui comprend également l’engagement de ne pas vendre les listes d’achat de ses clients. Tous les numéros de cartes de crédit fournis à Amazon.com sont stockés sur un ordinateur qui n’est pas connecté à Internet. Une fois que vous avez transmis votre numéro de carte de crédit par Internet, par télécopieur ou par téléphone, il est transféré à un ordinateur sécuritaire, protégé par une interface unilatérale. Impossible à quiconque d’accéder à cet ordinateur par réseau ou par modem.

* ***Protection du consommateur***
Comment savoir si la personne ou l’entreprise à qui vous avez affaire agit de bonne foi? Quels sont vos droits et vos obligations et comment êtes-vous protégé? Dans le commerce en direct, qu’est-ce qui constitue une offre et une acceptation? Quels sont les mécanismes de recours - si vous êtes mécontent d’un achat, si un produit présente un défaut ou un bris, si le commerçant ne livre pas la marchandise, que pouvez-vous faire? Il s’agit d’un élément particulièrement important dans le cas des transactions outre-frontières, lorsque les achats sont effectués auprès d’entreprises situées dans des pays ayant des systèmes juridiques différents du nôtre. Les consommateurs doivent pouvoir compter sur la même protection dans le cas du commerce électronique que des modes de vente traditionnels.

|  |
| --- |
| **Qu’est-ce que la cryptographie?** *La cryptographie offre deux moyens d’assurer la sécurité des transactions : le chiffrement et la signature numérique. Le chiffrement permet d’assurer la confidentialité des transactions -c’est- à-dire qu’aucune autre personne que le destinataire visé ne peut avoir accès à un message ou à des données et les lire - en «brouillant» le texte ou le message. Dans le cas des transactions numériques, des défis supplémentaires se posent : identifier les parties intéressées (authentification), vérifier que la transaction a bien eu lieu (non-répudiation) et s’assurer que le message n’a pas été modifié (intégrité). La signature numérique permet de résoudre ces problèmes. À l’instar d’une signature manuscrite, elle sert à identifier une personne . Il s’agit d’une opération technique faisant appel à une clé numérique pour encoder de l’information qui vérifie l’identité de l’usager.*  |

* ***Accès et prise de conscience***
De toute évidence, de nombreux consommateurs ne connaissent pas bien le commerce électronique ou n’ont tout simplement pas accès à Internet. Tant que l’accès à Internet ne sera pas universel et abordable, le commerce électronique connaîtra une croissance limitée.

Les coût d’accès et d’utilisation sont en baisse. Le Maroc est parmi les pays dont le coût de l’accès à Internet est relativement bas.

* ***Mesures incitatives***
Les consommateurs ont besoin de raisons convaincantes d’acheter, comme de bons produits, des spéciaux alléchants, de la commodité et des sites Web conviviaux.

|  |
| --- |
| **Le saviez-vous?** *Les banques Marocaines sont tres en retard dans le secteur de la sécurité dans Internet. Auncune banque Marocaine n'a consacré de l’importance à la mise en place des mesures appropriées de protection des renseignements personnels et de garantie de la sécurité des transactions effectuées dans Internet. L'usage des cartes de credit sur Internet est encore impossible au Maroc.*  |

**Quelles sont les préoccupations des chefs d’entreprise?**

En matière de vente en direct, les chefs d’entreprise sont préoccupés par le même genre de questions entourant la sécurité, la protection des renseignements personnels et l’accès. Parmi les principales questions soulevées par les chefs d’entreprise, on trouve les suivantes :

* Comment mettre son réseau informatique à l’abri des risques d’infiltration?
* Comment savoir si le client avec qui on fait affaire agit de bonne foi? Il n’est pas question de balayer la bande magnétique de sa carte de crédit ni de vérifier sa signature. Il en va de même pour les fournisseurs. Vous pouvez naviguer dans Internet pour acheter au meilleur prix, mais comment pou-vez- vous être sûr de la bonne foi du fournisseur?
* Qu’en est-il du risque de fraude par carte de crédit?
* À quel moment le contrat prend-il forme dans le cyberespace? Ce n’est pas toujours évident de savoir à quel moment et à quel endroit le contrat devient valide sur le plan juridique?
* Quels sont les coûts? Parmi les coûts à prévoir, mentionnons : l’achat du logiciel et du matériel nécessaires pour avoir accès à Internet, l’abonnement à un serveur Internet, la formation des employés et les frais courants d’entretien et de développement. Les coûts peuvent varier considérablement d’une entreprise à l’autre, selon les réalisations souhaitées, le type de services requis et l’étendue des activités. Il devient de plus en plus abordable pour les petites entreprises de se joindre à la communauté internaute.

|  |
| --- |
| **La gestion de votre argent en direct** *Le secteur des services financiers est particulièrement populaire dans le monde électronique. Plusieurs institutions financières, telque Credit du Maroc offrent toute une gamme de services en direct à leur clientèle depuis déjà un certain temps. En se connectant à Internet ou à un réseau privé, les clients peuvent prendre connaissance du solde de leurs comptes et des plus récentes transactions effectuées, et virer des fonds.* |

**Préoccupations gouvernementales**

Le commerce électronique présente également toute une série d’enjeux pour les gouvernements. Comment protéger les citoyens tout en ne pas freinant la croissance du marché électronique en pleine évolution? Les règles et les lois en vigueur sont-elles suffisantes pour protéger les consommateurs? Comment percevoir les taxes sur les transactions Internet?

**Comment répondre à toutes ces préoccupations?**

Les gouvernements etrangers, les entreprises, les associations et les groupes de défense des consommateurs travaillent en étroite collaboration afin d’élaborer un cadre de réglementation visant la société de commerce électronique émergente. Leur mission consiste à s’assurer que les transactions électroniques sont aussi simples et sécuritaires que les transactions traditionnelles et que les gens se sentent à l’aise de faire des affaires en direct.

L’Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE) souligne que les consommateurs et les entreprises doivent être assurés que «leur utilisation des réseaux est sécuritaire et fiable, que leurs transactions sont protégées et qu’ils seront en mesure de vérifier des renseignements importants sur les transactions et les parties visées, comme l’origine, la réception et l’intégrité des renseignements ainsi que l’identité des parties en cause».

La plupart des entreprises engagées dans le commerce électronique portent une grande attention aux préoccupations des consommateurs. Elles trouvent des solutions technologiques à certaines.

La technologie du chiffrement a été élaborée pour protéger les données voyageant d’un réseau à un autre contre l’accès non autorisé. Cette technologie accentue la sécurité des transactions en protégeant les renseignements tout en garantissant la confidentialité. Certains systèmes d’authentification sont déjà en place et de nouveaux sont sur la table de travail, comme les systèmes d’identification numérique et la signature numérique qui permettent de garantir l’identité du commerçant. Les progrès futurs en matière de technologie du chiffrement contribueront sans aucun doute à accroître la sécurité des transactions et à renforcer le sentiment de confiance des acheteurs et des vendeurs.

Certaines entreprises confient à des firmes extérieures qui se spécialisent dans le commerce dans Internet le soin de s’occuper de leurs activités de commerce en direct, tandis que d’autres utilisent un ordinateur isolé ou autonome à cette fin. Elles peuvent ainsi séparer leur réseau informatique des renseignements qui pourraient autrement être accessibles au public.

Sur le front politique, certains gouvernements telque le Canada et les USA travaillent actuellement à l’élaboration de normes et de méthodes visant le commerce électronique. En septembre 1998, le gouvernement fédéral Canadien a annoncé la [Stratégie](http://e-com.ic.gc.ca/francais/60.htm) canadienne sur le commerce électronique - un aperçu des perspectives et des initiatives canadiennes en matière de cybercommerce. Cette stratégie vise à faire du Canada un participant mondial dans le développement et l’utilisation du commerce électronique d’ici l’an 2000. Parmi ses grandes priorités, le gouvernement vise notamment à : instaurer la confiance en l’économie numérique en répondant aux préoccupations du public à l’égard de la sécurité, de la confidentialité et de la protection des consommateurs; clarifier les règles du marché (par exemple, le cadre juridique et la fiscalité); assurer une infrastructure d’information en mesure de soutenir la croissance du commerce électronique; et optimiser le potentiel du commerce électronique en stimulant l’intérêt du public et en favorisant le développement des aptitudes.

Parmi les initiatives particulières, on trouve la réglementation des documents électroniques, le dépôt de lois visant la protection des renseignements personnels et l’élaboration de lignes directrices visant la protection des consommateurs dans le contexte du commerce électronique.

|  |
| --- |
| **Précautions à prendre en direct*** Peu importe le mode de transaction, prenez les mêmes précautions. La fraude ne guette pas plus le commerce dans Internet que les autres types de mécanismes de paiement. Est-il plus sécuritaire de donner par téléphone votre numéro de carte de crédit à un étranger?
* Renseignez-vous sur la personne ou l’entreprise avec laquelle vous avez affaire.
* Lorsque vous visitez un site Web, recherchez la politique de protection des renseignements personnels de l’entreprise ou un lien à leur énoncé de politique de confidentialité. Accordez une attention particulière aux renseignements demandés, à l’utilisation qui en est faite et au partage de ces renseignements avec des tiers.
* Vérifiez si le site a une politique de désistement qui vous permet d’éviter la sollicitation future ou le partage de vos renseignements avec des tiers.
* Renseignez-vous sur le niveau de chiffrement de votre navigateur et son incidence sur la protection de vos renseignements personnels.
* Assurez-vous toujours de naviguer dans un environnement sécuritaire. Recherchez l’icône du sceau de confidentialité de votre navigateur lorsque vous entrez votre numéro de carte de crédit ou d’autres renseignements sensibles. Si vous ne le trouvez pas ou si vous voyez un sceau brisé, la sécurité de la transmission de votre transaction par Internet n’est pas garantie. Lorsque vous envoyez un message dont la sécurité n’est pas assurée, une personne étrangère à l’organisme auquel vous l’envoyez pourrait l’intercepter.
* Videz la mémoire cache de votre navigateur après avoir visité des sites sécuritaires. Vous serez ainsi assuré que personne ne pourra avoir accès à toute information confidentielle que vous avez pu transmettre.
* Faites appel à votre bon sens et demeurez à l’affût des risques de fuite. Vous ne donneriez pas des renseignements au premier venu dans un contexte traditionnel. Faites preuve d’autant de discrétion en direct.
* Vérifiez si le site Web a reçu un sceau d’approbation et assurez-vous ainsi de la crédibilité du site et du produit. Par exemple, l’Institut canadien des comptables agréés (ICCA) et le American Institute of Certified Public Accountants ont élaboré le CAWebTrust, un symbole apparaissant sur les sites Web pour indiquer aux acheteurs qu’un comptable a examiné les pratiques commerciales du propriétaire du site, l’intégrité de ses transactions et ses méthodes de protection des renseignements personnels.
* Si vous avez des enfants, prévenez-les de ne jamais donner leur nom ou d’autres renseignements personnels en direct sans demander votre permission.
 |

**La frontière électronique - que nous réserve l’avenir?**

Où nous mènera la technologie? Voilà une question bien embêtante. Pour avoir une idée de ce qui nous attend, voici un aperçu de quelques-uns des développements en cours à l’échelle mondiale dans le secteur d’Internet et du commerce électronique en général.

**À venir dans Internet...**

On prévoit que la croissance des ventes en direct va doubler chaque année, à tout le moins pendant les quelques prochaines années. Certains vont jusqu’à prédire qu’Internet sera le fer de lance de l’économie au prochain siècle.

De nouveaux développements continueront de voir le jour. Les systèmes de réponse interactives dans Internet n’en sont qu’un exemple. Une entreprise a mis au point un logiciel permettant au client d’échanger avec le personnel de vente, par le biais du microphone et des haut-parleurs de son ordinateur. Le représentant des ventes peut répondre aux questions du client et le guider à travers les allées du site de vente de l’entreprise.

De même, plusieurs entreprises procèdent actuellement à des essais sur l’utilisation des cartes à puce comme monnaie électronique pour offrir une solution de rechange aux achats par carte de crédit dans Internet.

Au lieu de recevoir vos factures de la façon traditionnelle -sur papier et par la poste - vous serez en mesure à l’avenir d’avoir un accès électronique à toutes vos factures sous un même toit dans le cyberespace. Vous pourrez avoir une boîte postale électronique où vous pourriez recevoir vos factures de services publics, vos formulaires et vos envois gouvernementaux, voire votre courrier personnel sur un seul site sécuritaire. Ce service centralisé vous permettrait également de régler vos factures de diverses façons : services bancaires en direct, carte de crédit ou l’équivalent du TEF (transfert électronique de fonds). Un jour, vous pourrez peut-être recevoir par voie électronique vos revues et vos journaux en provenance du monde entier.

Compte tenu des millions de personnes, à l’échelle planétaire, qui se connectent à Internet chaque jour, la diffusion en direct semble appelée à croître. Quelques entreprises diffusent déjà dans Internet et la programmation d’émissions de télévision communautaire pourrait s’y révéler une solution de rechange à la programmation normale. Aujourd’hui, l’image et le son dans Internet demeurent lents et granuleux, mais les progrès réalisés en matière de fibres optiques, de modems par câble et de réseaux informatiques plus rapides permettront bientôt de corriger le tir. Grâce à ces améliorations, vous pourrez également acheter ou louer des films et de la musique en les téléchargeant.

Vous aurez la télé dans Internet mais, à l’envers de la médaille, vous trouverez Internet sur votre téléviseur. Les télés seront connectés à Internet, vous permettant ainsi de naviguer à partir de votre téléviseur ou de changer de poste pour écouter une émission de la programmation normale. Toute une nouvelle génération de boîtes de câbles s’apparentant à des ordinateurs verra le jour pour transformer nos télés en appareils interactifs. Par exemple, dans l’avenir, vous pourrez utiliser votre téléviseur pour recevoir les mêmes services bancaires offerts par votre ordinateur. Une banque canadienne participe actuellement, en collaboration avec deux grandes entreprises du secteur de la technologie, à un projet associant le Web à la télé pour permettre aux clients de la banque d’avoir accès aux mêmes services bancaires que ceux offerts par ordinateur.

Enfin, on trouve des innovations comme la «banque à micro-ondes» sur laquelle travaille actuellement la société NCR. Combinant un four à micro-ondes à des capacités d’Internet et de télévision, la banque à micro-ondes vous permettra de faire des transactions bancaires, de naviguer dans Internet, de regarder la télévision et même de faire du maïs éclaté. Intégrée à la porte du four à micro-ondes, la technologie des écrans tactiles en fait un appareil convivial.

**La prochaine génération de cartes**

Si les cartes de crédit et, plus récemment, les cartes de débit offrent une solution de rechange au paiement en argent comptant, les cartes à puce forment la prochaine génération de cartes. On trouve déjà depuis un certain temps sur le marché des formes plus simples de cartes intelligentes. Carte à puce vendue avec une valeur monétaire établie, la carte prépayée a d’abord vu le jour en Europe dans les années 1970 comme mode de paiement des communications téléphoniques. Les Européens bénéficient depuis déjà un certain temps de la commodité de pouvoir payer de menus achats avec une carte jouant le rôle de l’argent comptant.

Toutefois, des cartes intelligentes plus perfectionnées ont vu le jour et font actuellement l’objet d’essais à l’échelle mondiale. Ces cartes électroniques, également appelées porte-monnaie électronique, ont toute l’apparence de cartes bancaires, mais possèdent un microprocesseur en mesure de stocker une mine de renseignements. Par exemple, vous pouvez les faire charger d’une certaine somme d’argent pour vous permettre d’effectuer des achats. Chaque fois que vous utilisez votre carte, le montant dépensé est déduit du solde de votre carte et viré au compte du commerçant. Ces cartes peuvent servir à de multiples usages; elles peuvent par exemple être utilisées dans le cadre de programmes de fidélisation ou servir à stocker des préférences en matière de réservations hôtelières.

Conçues pour permettre aux gens d’effectuer de menus achats lorsqu’il n’est pas pratique d’utiliser leur carte de crédit ou de débit, la carte intelligente peut éliminer la nécessité de prévoir de la petite monnaie pour les parcomètres, les appels téléphoniques, les buanderies, les péages routiers, les frais de stationnement et les journaux. Les commerçants apprécient quant à eux le côté pratique de ne pas avoir besoin d’autant de petite monnaie et de se faire payer sur-le-champ.

Les cartes à puce seront également en mesure de communiquer avec tout un éventail d’appareils qui vous donnent accès à vos comptes (utilisées de concert avec un code de sécurité personnel). Ceux-ci regroupent les terminaux de point de vente, les guichets automatiques, les ordinateurs personnels, les téléphones cellulaires, les téléphones et plusieurs types d’appareils. Dans l’avenir, la carte à microprocesseur pourrait servir à effectuer des transactions sécuritaires dans Internet.

|  |
| --- |
| **Le saviez-vous?** *La carte à puce peut contenir 80 fois plus de renseignements que la carte de débit d’au-jourd’hui. Contrairement à la technologie limitée de la bande magnétique de la carte de débit, la carte à puce fait appel à un minuscule microprocesseur pour stocker l’information. Elle peut contenir des renseignements comme des points de rabais ou des points «air miles», des renseignements médicaux, voire votre permis de conduire. La carte à puce offre également une plus grande sécurité.*  |

Aux USA, on procède actuellement à l’essai de deux cartes intelligentes, la carte Mondex et la carte «VISA Cash». L’utilisation des cartes à puce gagne en popularité aux États-Unis, dans les environnements soi-disant fermés tels que les collèges, les universités et les hôpitaux, où on peut les utiliser pour remplacer l’argent comptant, pour pénétrer dans des immeubles exigeant des laissez-passer et pour stocker des renseignements personnels.

À Hong Kong, on trouve la carte Octopus. À l’opposé des cartes de crédit et de débit, elle n’exige aucun balayage ni attente. Elle est particulièrement utilisée pour régler les voyages en train et en autobus; l’usager tient la carte à proximité d’un capteur et, en moins d’une seconde, le montant correspondant au prix du passage est déduit de la carte.

**L’évolution des guichets automatiques...**

La technologie des guichets automatiques évolue constamment. L’avenir nous promet des guichets automatiques plus perfectionnés offrant un plus large éventail de services allant des services de change, des billets de cinéma et des timbres-poste aux billets d’avion. On trouve à Singapour des guichets qui permettent au client de commander un chéquier et de le recevoir en l’espace de quelques minutes. Une société américaine a mis à l’essai un guichet automatique faisant appel à Internet. Parallèlement, la technologie des systèmes d’identification biométrique permettra de resserrer la sécurité.

**Le mot de la fin**

La technologie jouera un rôle de plus en plus important dans l’avenir du commerce. Au premier plan, Internet est en train de transformer la manière traditionnelle de faire des affaires. Les achats sur le Web se chiffrent déjà à plusieurs milliards de dollars. Son potentiel est énorme, les achats en direct et les internautes ne cessant de croître. Et, au fur et à mesure qu’on réussira à instaurer la confiance chez les consommateurs face à la sécurité et à la protection des renseignements personnels et à d’autres préoccupations, on peut avancer que le commerce électronique n’est pas seulement là pour rester, mais pourrait bien également révolutionner les comportements d’achat.