

**Plateforme de travail « Pour un numérique soutenable »**  
**Atelier 1 « Adapter les pratiques commerciales pour un numérique soutenable »**  
**18 septembre 2020**

**Quels sont les enjeux posés par les modèles de commercialisation et de distribution des services et des terminaux ? Editeurs de service, opérateurs, distributeurs de terminaux, utilisateurs... Quel est le rôle joué par chacune des parties prenantes dans la définition des pratiques commerciales ? Quels sont les impacts des modèles de l'achat, de la location ou du partage des terminaux ? Quelles stratégies de publicité et quelles incitations permettraient une consommation raisonnée ?**

## **1 Introduction**

Les échanges organisés le 9 juillet ont soulevé de multiples questions concernant les pratiques commerciales actuelles (offres, aspects contractuels, relations clients, publicité) et à venir des acteurs du numérique (services en ligne, distributeurs de terminaux, opérateurs...). L'atelier de ce 18 septembre a pour objectif de mieux cerner les enjeux autour de ces pratiques et les modes de consommations associés et d'identifier les freins ou leviers autour de l'acceptabilité économique et sociale de ces pratiques.

Les différentes questions abordées lors des échanges du 9 juillet sont résumées succinctement ici : **quels sont les enjeux posés, en matière d'environnement, par les modèles de commercialisation et de distribution des services et des terminaux ? Éditeurs de service, opérateurs, distributeurs de terminaux, utilisateurs... Quel est le rôle joué par chacune des parties prenantes dans la mise en œuvre des pratiques commerciales ? Quels sont les impacts des modèles de l'achat, de la location ou du partage des terminaux ? Quelles stratégies de publicité/communication/sensibilisation et quelles incitations permettraient une consommation raisonnée ?**

Dans le cadre de l'atelier du 18 septembre, nous vous proposons d'aborder le sujet sous deux axes. Ils n'ont pas vocation à couvrir exhaustivement le sujet mais reflètent les points saillants que nous avons identifiés dans les échanges du 9 juillet. Si d'autres sujets vous semblent importants à traiter par ailleurs ou que vous avez des réactions sur ceux-là, n'hésitez pas à alimenter la réflexion dans l'espace de commentaires dédié.

Selon leur nombre, les participants seront en mesure de s'exprimer sur chacun des deux sujets dans le cadre de deux séries d'échanges en sous-groupes. Nous pourrions alors échanger en direct, tant oralement que par écrit, sur les différentes questions proposées ci-dessous ou qui se poseront lors de l'exercice.

## **2 Premier échange : Quelles pratiques commerciales faut-il valoriser, améliorer, modifier ?**

Lors des échanges du 9 juillet, plusieurs contributions ont entre autres fait émerger des interrogations sur les enjeux et limites des incitations publicitaires à renouveler son terminal très régulièrement, à rechercher des offres plus généreuses, que cela concerne les offres des opérateurs, les services en ligne comme les services vidéo ou les offres d'autres acteurs jouant un rôle par exemple dans la

distribution de terminal. Ce qui n'est pas sans questionner également le rôle des acteurs économiques tout au long de la chaîne de valeur dans les usages des utilisateurs.

De la même manière, certaines positions ont interrogé le rôle de la structuration des offres dans les usages et par conséquent sur l'impact environnemental du numérique. Les offres d'abondance (portées à tous les niveaux de la chaîne de valeur), le subventionnement de services ou d'équipements complémentaires, offrant plus de confort et de liberté aux utilisateurs en permettant par exemple plus de consommation ou en offrant plus de services ont par exemple été évoqués. La question des modèles d'affaires permis par le numérique a aussi été abordée. Ces éléments questionnent en creux la place de l'utilisateur, ses besoins et ses choix face à ces pratiques. D'autres pratiques pourront certainement également être évoquées pour permettre une première discussion sur leur pertinence, leur raison et leur effet.

Une question générale peut être posée :

**Pour un numérique soutenable, quelles pratiques commerciales des acteurs du numérique faut-il valoriser, améliorer, changer et surtout pourquoi ?**

Dans une première approche, nous souhaiterions y répondre au cours de travaux en sous-groupes positionnant vos arguments et analyses dans le tableau ci-dessous :

	<b>Valoriser</b>	<b>Améliorer</b>	<b>Changer</b>
--	------------------	------------------	----------------

### **3 Second échange : Quel équilibre entre les modèles de commercialisation (neuf ou non, achat ou non, etc.) des terminaux (smartphones, box, objets connectés, etc.) ?**

Les échanges du 9 juillet ont donné lieu à un premier recensement de pratiques de commercialisation de terminaux de plus en plus variées. En complément de la fourniture et de l'achat individuel de terminaux (smartphone, box, etc.) neufs – par les vendeurs de matériel informatique, les équipementiers directement ou les opérateurs – se développent ou sont proposés des modèles différents comme la location de terminaux, le marché de l'occasion, des solutions de partage (par exemple, le partage de terminaux entre utilisateurs d'un même immeuble, d'une même famille ou d'une même entreprise).

Ces différents modèles méritent d'être plus approfondis en vue de mieux comprendre leurs effets et leur acceptabilité, tant d'un point de vue environnemental que sociétal, et d'identifier ainsi les avantages et les inconvénients qu'ils présentent mais aussi les freins ou incitations possibles à leur développement. Là encore, le rôle des acteurs économiques tout au long de la chaîne de valeur, celui des utilisateurs et des pouvoirs publics est questionné et méritera d'être abordé.

Une question générale peut être posée :

**Pour un numérique respectueux de l'environnement, quel équilibre entre les modèles de distribution (achat/fourniture neuf, location, partage, occasion, etc.) des terminaux (smartphones et box) ? Quels sont leurs avantages, inconvénients et freins au développement ?**

<b>Achat/fourniture neuf</b>	<b>Occasion</b>	<b>Location</b>	<b>Partage</b>
------------------------------	-----------------	-----------------	----------------