Les promesses du paiement via la blockchain

lundi 15 janvier 2018, par lpe

3 questions pour mieux comprendre une problématique, une expertise des étudiants en Master II droit et marketing de l’Université de Poitiers :

La blockchain constitue selon les spécialistes une innovation majeure pour internet. En quoi le marketing est-il concerné ?
Il faut préciser que la blockchain est une technologie numérique qui recouvre de nombreuses potentialités, dont notamment un registre des transactions réputé infalsifiable. L’enregistrement des opérations réalisées par un acteur économique, qu’il soit une entreprise ou un consommateur, est à la fois confidentialisé par l’anonymat des opérations et sécurisé par l’ensemble des participants au réseau informatique formé par la blockchain. En marketing, l’attrait réside dans une parfaite sécurisation des fichiers clients, face aux piratages de données qu’ont subi certaines entreprises durant les dernières années.

Le commerce en ligne serait-il concerné au même titre ?
Les achats en ligne demandent, plus encore qu’en magasin, une sécurisation des transferts de données, tant pour le paiement lui-même que pour les caractéristiques des clients. En outre, lorsque les acheteurs sont situés à l’étranger et paient en monnaie locale, les frais de change facturés par les banques peuvent représenter une fraction non négligeable du prix de vente. Une des promesses de la blockchain est la réduction des coûts de transaction en contournant l’intermédiation bancaire classique. Il faut cependant noter que les banques s’intéressent elles aussi de près aux applications de la blockchain, afin de ne pas se faire « ubériser », c’est-à-dire ne pas disparaître de la chaîne de valeur existant entre un acheteur et un producteur ou prestataire de service.

Et quels sont les freins potentiels à ces développements annoncés sur le plan commercial ?
Pour le moment, une question importante est la validation des transactions entre l’acheteur et le vendeur, non pas par l’ensemble du réseau informatique de la blockchain elle-même, mais par un tiers de confiance. C’est justement le rôle du système bancaire, qui enregistre les échanges de flux financiers et garantit la valeur monétaire de chaque transaction à la date qui lui correspond. En d’autres termes, c’est la confiance des consommateurs dans le processus financier lui-même et son application informatique qui est en jeu. Sans organisme financier centralisateur, tel qu’une banque et une banque centrale, qui stabilise et régule l’ensemble du système ? Qui représente l’autorité de tutelle et le garant en dernier ressort en cas de litige ? C’est le problème auquel font face les monnaies virtuelles adossées à la blockchain, telles que le bitcoin ou ethereum.

Sophie Nivoix, Maître de Conférences HDR en Sciences de Gestion, Faculté de Droit et Sciences Sociales, Université de Poitiers

Sous l’impulsion de Sophie Nivoix, Maître de conférences HDR en Sciences de gestion, le Master 2 Droit et marketing de l’Université de Poitiers publie dans le Petit économiste des articles liés aux recherches des étudiants. Cette collaboration s’effectue en parallèle du partenariat noué entre les DCF (Dirigeants

Commerciaux de France) de Poitou-Charentes, le Petit économiste et le Master 2 Droit et Marketing de l'Université.