

## FIRST INTERNATIONAL E-BUSINESS CONFERENCE

### PROGRAM

# Thursday, June 23, 2005

07:00 - 08:00	<b>Breakfast</b>	
08:00 - 09:00	<b>Registration</b>	
09:00 - 10:30	<b>Parallel Tutorials</b>	
	Tutorial - T1 <b>A comprehensive Overview of XML Technologies</b> <b>Christine Vanoirbeek</b> Professor Computer Science, Ecole Polytechnique Fédérale de Lausanne, Switzerland <b>Room: LUXOR</b>	
	Tutorial - T2 <b>World Wide Web Personalization: Survey and Future Directions</b> <b>Olfa Nasraoui</b> Associate Professor, University of Louisville, USA <b>Room: SPHINX</b>	
	<b>Coffee Break</b>	
11:00 - 12:30	<b>Parallel Tutorials</b>	
	Tutorial - T1 <b>A comprehensive Overview of XML Technologies</b> <b>Christine Vanoirbeek</b> <b>Room: LUXOR</b>	
	Tutorial - T2 <b>World Wide Web Personalization: Survey and Future Directions</b> <b>Olfa Nasraoui</b> <b>Room: SPHINX</b>	
	<b>Lunch</b>	
14:30 - 16:30	<b>Parallel Tutorials</b>	
	Tutorial - T1 <b>A comprehensive Overview of XML Technologies</b> <b>Christine Vanoirbeek</b> <b>Room: LUXOR</b>	
	Tutorial - T2 <b>World Wide Web Personalization: Survey and Future Directions</b> <b>Olfa Nasraoui</b> <b>Room: SPHINX</b>	
	<b>Coffee Break</b>	
16:30 - 17:00	<b>Coffee Break</b>	
19:30 - 21:00	<b>Dinner</b>	

# Friday, June 24, 2005

07:00 - 08:00	<b>Breakfast</b>	
08:00 - 09:00	<b>Registration</b>	
09:00 - 10:00	<b>Opening Ceremony</b>	<b>Room: CLEOPATRE 1</b>
10:00 - 10:30	<b>Coffee Break</b>	
10:30 - 11:10	<b>Plenary – P01 Chair : Ahmed Ben Hamouda</b> <b>Le E-business Territorial : Regards Prospectifs</b> <b>Laura Garcia Vitoria</b> Directrice Scientifique du Réseau Européen des Villes Numériques, France	<b>Room: CLEOPATRE 1</b>
11:10 – 11:50	<b>Plenary – P02 Chair : Mohamed Salah Rejeb</b> <b>Fraud and Fraud Reduction on the Internet</b> <b>Bezalel Gavish</b> Chaired Professor, Southern Methodist University, Dallas, Texas, USA	<b>Room: CLEOPATRE 1</b>
11:50 – 12:30	<b>Plenary – P03 Chair : Ali El Mir</b> <b>E-Learning Méditerranéen : Valoriser les Expériences Excellentes</b> <b>Gian Paolo Bonani</b> Monitor on E-Learning Programs for the EUMEDIS Unit Media Program -European Commission, Brussels	<b>Room: CLEOPATRE 1</b>
13:00 - 14:30	<b>Lunch</b>	
15 :10 -15:50	<b>Plenary – P04 Chair : Christine Vanoirbeek</b> <b>Changement et Entreprise : le Modèle “Client/Savoirs”</b> <b>Pierre Suzet-Charbonnel</b> Responsable des séminaires pour Dirigeants, IBM France	<b>Room: CLEOPATRE 1</b>
14:30 – 15:10	<b>Plenary – P05 Chair : Arafat Atawi Awajan</b> <b>Dead or Alive : The Future of E-business</b> <b>Moez Limayem</b> Professor, HEC Lausanne, Suisse	<b>Room: CLEOPATRE 1</b>
15:50 - 16:20	<b>Coffee Break</b>	
16:20 - 17:40	<b>Parallel Sessions</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● <b>SESSION-S01 : E-Learning 1</b> <b>Chair : Mohamed Jemni</b></li><li>● <b>Using Web-Based Course to Enhance Educational Process in Qatar – A Case Study</b> <b>M. El Khouly and S. Abou El-Seoud</b> Princess Sumaya University for Technology (PSUT), Jordan</li><li>● <b>How To Use ICT in Introducing An E-Learning Setting For Students</b> <b>H. Mifsoud</b> Institute of Tourism Studies, Malta</li><li>● <b>E-Learning System Adapted to Learner Profile</b> <b>R. Hadj M'tir, L. Jeribi, B. Rumpler and H. Ben Ghezala</b> RIADI-GDL, ENSI, Tunisia and LIRIS INSA, France</li></ul>	<b>Room: CLEOPATRE 1</b>

# Friday, June 24, 2005

- **A Proposed Quality Insurance System (QAS) For E-Learning Solutions**

**G. Sammour and A. A. Awajan**

The King Hussein School for Information Technology, Princess Sumaya University for Technology, Amman, Jordan

- **E-LEARNING : Challenge and Opportunities : the Case of Egypt**

**N. El Shenaoui**

IDS of Cairo, Egypt

16:20 - 17:40

- **SESSION-S02 : E-Commerce 1**

**Chair: Michel Plaisent**

**Room: CESAR**

- **Means of Redressing in Business – To – Consumer E-Commerce Environment**

**O.C. Eang**

Monash University, Malaysia

- **Exploiting Possibilistic Modelling of User Preferences in E-Commerce**

**B. Gallas, M. Zaghdoud and M. Ben Ahmed**

RIADI-GDL, ENSI, Tunisia

- **Development of Customer-Oriented EC Systems Based on Socio-Cultural Differentiation**

**S. Mavromoustakos and K.Papanikolaou**

Philips College and Cyprus College, Cyprus

- **Online Service Encounters: Towards the Identification of Success and Failure Factors**

**W. Belkahla Hakimi and A. Triki**

URMR, ISG de Tunis, Tunisia

- **The Sale of Computer Equipment Online: Studying The IBM Case**

**T. Ben Saad and A. Triki**

URMR, ISG de Tunis, Tunisia

16:20 - 17:40

- **SESSION-S03 : ICT Adoption and Diffusion**

**Chair : Chiha Gaha**

**Room: LUXOR**

- **Les Capacités d'Usage des TIC dans les Economies Emergentes : le Cas de la Turquie, l'Egypte et la Tunisie**

**B. Bellon, A. Ben Youssef and H. M'henni**

Université Paris Sud, Faculté Jean Monnet, France and Adis, Tunisia

- **Le Maillon Manquant (les Ecart ou le Gap ?) Entre Adoption et Usage des TIC dans les Economies du Sud Méditerranéen**

**B. Bellon, A. Ben Youssef and H. M'henni**

Université Paris Sud Faculté Jean Monnet, Centre de recherche Adis ADIS. Paris XI & EDHEC Business School-Nice, France and ADIS ESSEC Tunis, Tunisia

- **Diffusion des TIC dans le Cadre Euro-Méditerranéen Elargi : Rattrapage Vs Facture Numérique**

**A. Ben Youssef, H. M'henni and R. Methamem**

ESSEC de Tunis, Tunisia and ADIS, Paris XI & EDHEC-Nice Business School-Nice, France

- **TIC et Nouveau Rôle du Contrôle de Gestion : le Contexte des Entreprises Tunisiennes**

**A. Lajmi**

ISG de Tunis, Tunisia

# Friday, June 24, 2005

- **The Territorial Adoption of New Technologies**

**K. Torki**

BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia

16:20 - 17:40

- **SESSION-S04: E-Business Modelling and Planning 1**

**Chair: Raoudha Marouane**

**Room: SPHINX**

- **E-Business Planning**

**W. Fitouri**

BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia

- **Moving Procurement Systems to the Internet**

**I. Rihène**

BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia

- **E-Business Resources Availability Optimisation with View Synchronization**

**Algorithms**

**J. Akaichi**

ISG de Tunis, Tunisia

- **Le Workflow Adaptatif : une Architecture pour un Système Apprenant**

**W. Ben Fredj, A. Ben Othman, M. Gaha, E. Sammouda and A. Zribi**

ISG de Tunis, ISET Charguia, Tunisia

19:30 - 21:00

**Dinner**

# Saturday, June 25, 2005

07:00 - 08:00

**Breakfast**

08:00 – 08:40

**Plenary – P06**

**Chair : Olfa Nasraoui**

**Room: CLEOPATRE 1**

**E-Learning in the Car Manufacturing Industry : Lessons from European Cases**

**Jean-Jacques Chanaron**

Research Director, French National Centre for Scientific Research (CNRS), France

08 :40 – 09:20

**Plenary – P07**

**Chair : Khaled Mellouli**

**Room: CLEOPATRE 1**

**La Contribution de L'E-Business au Développement du Marketing**

**Sylvère Piquet**

Éditorialiste de la Revue Française du Marketing, France

09:20 – 10:40

**Parallel Sessions**

● **SESSION-S05 : E-Learning 2**

**Chair : Naguwa El Shenaoui**

**Room: CLEOPATRE 1**

● **E-Learning and Management : Quelle Recherche pour Quelle Pratique ?**

**M. Humbert**

École de Management de Grenoble, France

● **Un Système à Base de Métadonnées pour la Création d'un Cache Communautaire  
Cas de la Communauté Pédagogique**

**H. Smei and A. Ben Hamadou**

LARIM, ISIM Sfax, Tunisia

● **La Confiance dans les Equipes Virtuelles**

**N. Jawadi**

University of Paris Dauphine – CREPA, France

● **Vers une Nouvelle Vision des Applications « Mobile Learning »**

**L. Cherkaoui and R. Mrabet**

Université Mohammed V, Morocco

● **E-LEARNING : Eléments de Réflexions autour d'une Expérience en «Blended Learning » Développée dans le Milieu Universitaire**

**E. Ben Romdhane and H. Skik**

ESC de Tunis and ESCE de Tunis, Tunisia

09:20 – 10:40

● **SESSION-S06 : E-Commerce 2**

**Chair : Abdelfatah Triki**

**Room: CESAR**

● **Stratégie Nationale pour le Développement du Commerce électronique Cadre de l'étude : la Tunisie.**

**M. Ben Sassi**

Centre National de l'Informatique, Tunisia

● **Facteurs de «Facilitation» et «d'Inhibition» de l'Echange Virtuel : Cadre Intégrateur et Propositions de Recherche**

**H. Skandrani**

URMR, Faculté des Sciences Juridiques, Économiques et de Gestion de Jendouba, Tunisia

● **Evaluation de l'Impact de l'Utilisation d'un Site Web Commercial : une Revue Critique de la Littérature**

**M. Bellaj**

URMR, ISAE Gafsa, Tunisia

# Saturday, June 25, 2005

- **Developing an E-Commerce Solution Architecture by a COTS-Based Reuse Approach**

**L. Labed Jilani, S. Ben Sassi and H. Ben Ghezala**

RIADI\_GDL, ENSI, Tunisia

09:20 – 10:40

- **SESSION-S07 : E-Government**

**Chair : Ilhem Berrada**

**Room: LUXOR**

- **M-Government : the Convergence Between E-Government and Wireless Technology**  
**Y. Khaddar and M.A. Ben Chaabene**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia
- **E-Government : The Case of Tunisia**  
**H. Khelifi and I. Chamakhi**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia
- **La Pratique du E-vote : Enquête de Corporate Gouvernance.**  
**J. El Henchiri and P. Pecquet**  
ISGG de Gabès, Tunisia and Université Montpellier 1, France
- **E-Gouvernement : Quels Besoins en Architecture**  
**H. Ouchetto, M. Fredj and O. Roudiès**  
Ecole Mohammadia d'Ingénieurs, Rabat and Ecole Nationale Supérieure d'Informatique et d'Analyse des Systèmes, Rabat, Morocco

09:20 – 10:40

- **SESSION-S08 : Security**

**Chair : Mohamed Louadi**

**Room: SPHINX**

- **Threats Facing Web Services World**  
**M. Essafi, L. Labed Jilani and H. Ben Ghezala**  
RIADI-GDL, ENSI, Tunisia
- **Information Security Insurance**  
**I. A. Onur**  
ISIK University, Turkey
- **Secure Design and Implementation of Distributed and Interoperable Information Systems Based on Overlap Knowledge Pattern**  
**M. Snene**  
Geneva University, Switzerland
- **A Bayesian Forecasting for Enhanced Network Security**  
**I. Ammary and A. Trabelsi**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia
- **Control & Data Transfer via SMS**  
**N. Zarka and I. Al-Houshi**  
Higher Institute for Applied Sciences and Technology, Syria

10:40 – 11:10

**Coffee Break**

11:10 – 12:30

**Parallel Sessions**

- **SESSION-S09 : E-Learning 3**

**Chair: Adnane Zribi**

**Room: CLEOPATRE 1**

- **A Collaborative Approach for Development of Arabic Courses for E-Learning, A Case Study of Tunisian – Saudi Arabian Experience**  
**M. Jemni and A. A. Bahattab**  
UTIC, ESSTT, Tunis, Tunisia and CTE, Saudi-Arabia

# Saturday, June 25, 2005

- **A Tool to Edit and Control LOM Based Learning Object's Meta-Data**  
**R. Farhat and M. Jemni**  
ESSTT, Tunis, Tunisia
- **Process of E-Learning and its applications in Tunisia**  
**M. Jouini and H. Bahri**  
BESTMOD ISG de Tunis Tunisia
- **Acquisition et Développement des Compétences dans les Sociétés de Services et d'Ingénieries Informatiques**  
**K. Jouili and J. Chaabouni**  
FSEG de Sfax, Tunisia
- **L'utilisation d'un Agent Émotionnellement Intelligent dans les Systèmes de E-Learning**  
**S. Chaffar and C. Frasson**  
Université de Montréal, Canada

11:10 – 12:30

- **SESSION-S10 : ICT Social, Cultural and Ethical Aspects 1**

**Chair: Hathami Hachour**

**Room: CESAR**

- **Social and Ethical Agenda for Digital Enterprises**  
**S. C. Savvides**  
School of Business, Cyprus College, Cyprus
- **Telework: Tomorrow's Technology for the Arab Woman**  
**M. Louadi and A. Everard**  
ISG Tunis, Tunisia and University of Delaware, USA
- **On the Interaction Between Organizational Memory and IT on Information Needs and Provision**  
**I. Tounsi**  
FSEG de Nabeul, Tunisia
- **Measuring the digital economy: empirical investigation in Tunisia**  
**A. Yahyaoui**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia

11:10 – 12:30

- **SESSION-S11 : E-Banking / E-Payment**

**Chair: Lamia Labeled Jelani**

**Room: LUXOR**

- **Emergency of Electronic Banking in Tunisia**  
**K. Gharbi and M. R. Ghammam**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia
- **E-Payment: Maintaining User Confidence**  
**S. Mercado Kierkegaard and M. Kierkegaard**  
MCM IMF org, Denmark
- **The Electronic Payment in Tunisia**  
**H. Romdhane**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia

# Saturday, June 25, 2005

11:10 – 12:30

● **SESSION-S12: E-Survey / E-Finance /E-Tourism**

**Chair: Bassam Kurdy**

**Room: SPHINX**

- **The E-Tourism: An Innovative Approach for the Small and Medium-sized Tourism Enterprises (SMTE) In Tunisia**  
**A. Khanchouch**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia
- **E-SURVEYS : Efficient and Effective or a Fad?**  
**M. Plaisent , S. Larhrib, P. Bernard and R. Gahdadhi**  
Université du Québec à Montreal, Canada
- **CRM Adoption by the Financial Services Sector in Tunisia: An Empirical Investigation**  
**A. Echeybi and L. Amri**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia

13:00 - 14:30

**Lunch**

14:30 – 15:50

**Parrallel Sessions**

● **SESSION-S13 : E-Business Modelling and Planning 2**

**Chair: Nadia Ben Sedrine**

**Room: CLEOPATRE 1**

- **E-Business : Modelling and opportunities**  
**W. Mahmoudi and H. Aouini**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia
- **The Impact of E-Business on Supply Chain Integration: a Macroeconomic Perspective**  
**F. Oueslati**  
Bestmod, ISG de Tunis, Tunisia
- **Consolidation of Diversifying Terms Weighting Impact on IR System Performances**  
**A. Kasam**  
AI Lab, Dept. of Computer Science & Engineering, Pusan National University, Busan, Korea
- **Supporting and Reshaping the Procurement Process in Electronic Markets**  
**M. Plaisent**  
Université du Québec à Montreal, Canada

14:30 – 15:50

● **SESSION-S14 : ICT Social, Cultural and Ethical Aspects 2**

**Chair : Hathami Hachour**

**Room: CESAR**

- **Amélioration de la Qualité de Service en Télécommunication : Etude de cas**  
**I. Berrada, R. Boujemaoui and G. Sebban**  
ENSIAS Rabat, Morocco
- **Besoins en Compétences et en Formation dans le Domaine des TIC dans les Pays Méditerranéens**  
**I. Majdalani**  
Université Saint-Joseph, Lebanon



# Saturday, June 25, 2005

- **Hétérogénéité de la Mémoire, Structure et Technologies de l'Information Organisationnelles: un Cadre de Recherche Intégrateur Étendu**

**M. Louadi and A. Ammar Fourati**

ISG de Tunis, FSEG de Sfax, Tunisia

- **Technologies de l'Information et Culture Nationale Cas de la Tunisie**

**K. Lassoued**

IHEC de Tunis, Tunisia

- **Mobile Telephony as a Tool of Direct Marketing : Potentialities and Problems of Implementation**

**I. Trabelsi, A. Triki and S. Piquet**

URMR, ISG de Tunis, Tunisia

14:30 – 15:50

- **SESSION-S15: Datamining**

**Chair: Arafat Atawi Awajan**

**Room: LUXOR**

- **Data Mining Algorithms: State of the Art and Research Perspectives**

**A.R. Baba-Ali and S. Benkhider**

Institut Supérieur de Gestion & Plannification, Algiers and University of Science and Technology Houari Boumediene, Algeria

- **DataMining using Neural Network**

**A. Safadi and M. B. Kurdy**

Damasus university and Higher Institute for Applied Sciences and Technology, Syria

- **Design of an Hybrid Recommender System: Personalization, Evaluation and prediction**

**S. Hedfi and A. Trabelsi**

BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia

- **A Balanced Scoreboard Experiment For Business Process Performance Monitoring : Case study**

**K. Bana, I. Berrada and L. Kjiri**

ENSIAS, Université Mohammed V Souissi, Morocco

14:30 – 15:50

- **SESSION-S16 : E-Commerce 3**

**Chair: Mohamed Ben Sassi**

**Room: SPHINX**

- **Web Advertising as a Tool of Marketing Communication**

**I. Abidi, A. Triki and S. Piquet**

URMR, ISG de Tunis, Tunisia

- **Two Steps Forward: No Step Backwards!**

**S.Mercado Kierkegaard**

MCM IMF org, Denmark

- **What Women (Men) Want! E-consumer's Need and Right of Information**

**S. Mercado Kierkegaard and P. Kierkegaard**

MCM IMF org, Denmark

- **Applying E-Business in Fast Moving Consumer Goods (FMCG) Wholesale Entreprises in Palestine**

**K. Hjouj**

Electronics and Engineer & MIS Manager at Masrouji Co. Ltd Jerusalem, Palestine

# Saturday, June 25, 2005

- **New Strategy for e-commerce**  
**R. Kneni**  
BESTMOD, ISG de Tunis, Tunisia

15:50 - 16:20

**Coffee Break**

16:20 - 17:20

**Parallel Workshops**

Workshop – W01

**Room: LUXOR**

**Customer Relationship Management: A Key Competitive Advantage for the 21<sup>st</sup> century**

**Moez limayem**

Professor, HEC Lausanne, Suisse

Workshop – W02

**Room: SPHINX**

**Fracture Numérique, Nouvelles Technologies et Monde Arabe**

**Mohamed Louadi,**

**Salah Mejri,**

**Meher Kallel**

Associate Professeur  
ISG de Tunis

Expert International en Droit du commerce

Chairman CEO KM Management

17:20 - 18:20

**Closing Ceremony**

19:30 - 21:00

**Dinner**

First International E-business Conference 2005  
in cooperation with



**EUROPEAID**  
مكتب التعاون



**Cyber Shop**  
INFORMATIQUE



الشركة التونسية  
للحهرباء والغاز



ديوان الطيران المدني و المطارات

OFFICE DE L'AVIATION CIVILE ET DES AEROPORTS

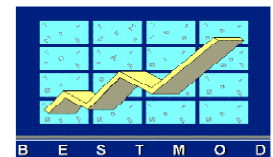
[www.oaca.nat.tn](http://www.oaca.nat.tn)



Agence Nationale de Certification Electronique

الوكالة الوطنية للمصادقة الألكترونية

National Digital Certification Agency



Deux conférences sur le sujet  
LE E-BUSINESS TERRITORIAL : REGARDS PROSPECTIFS

Laura Garcia Vitoria, Directrice scientifique du Réseau européen des Villes Numériques

- INTRODUCTION
  - I – LE CONTEXTE GENERAL
- DU DEVELOPPEMENT DE L'E-BUSINESS TERRITORIAL*
- II – L'EXEMPLE DE LA MOBILITE TERRITORIALE ET COGNITIVE, VECTEUR DE CREATIVITE ET DE VALEUR AJOUTEE.
  - III – L'E-BUSINESS PRODUIT PAR ET POUR UN ESPACE ECONOMIQUE POLARISE ET SURTOUT RETICULAIRE.
  - CONCLUSION

Publication de IEBC 2005 – First International E-Business Conference INTRODUCTION

Une définition de notre objet

Au-delà des mutations paradigmatiques du cadre même de l'exercice des activités économiques, nous serons amenés à souligner deux caractéristiques essentielles du e-business territorial :

- **le territoire comme objet et environnement d'achat de nouveaux services en ligne** est amené à constituer dans la décennie à venir un acteur central dans le domaine du commerce économique
- les collectivités devront veiller à accompagner et faciliter un véritable **B to B territorial**, mais aider au **développement d'entreprises étendues** suppose de vrais changements dans la boîte à outils de l'action des collectivités publiques.

**Un choix de présentation**

De manière délibérée, nous emprunterons tout au long de notre présentation une optique prospective, avec **un regard porté notamment sur l'horizon de la prochaine décennie**.

**Notre état des lieux ici sera donc bel et bien un état des lieux prospectif.**

**Le plan de l'intervention**

1. Le contexte général du développement de l'e-business territorial
2. De nouveaux services relatifs à la mobilité territoriale et cognitive,
3. vecteur de créativité et de valeur ajoutée.
4. L'e-business produit par et pour un espace économique polarise et surtout réticulaire.

I - LE CONTEXTE GENERAL

DU DEVELOPPEMENT DE L'E-BUSINESS TERRITORIAL

L'e-business territorial est amené à se développer dans un environnement caractérisé à nos yeux par au moins **sept grandes caractéristiques**.

**A – Le grand retour de la ville et du territoire**

Ce retour constitue aujourd'hui un facteur majeur sur une grande partie de la planète.

**Le nouveau rôle des collectivités territoriales est essentiel dans le monde euro-méditerranéen** : le monde méditerranéen se trouve en effet être un précurseur absolu en ce qui concerne :

- les cités états qui sont la déclinaison antique des grandes métropoles d'aujourd'hui
- et en tout cas des réseaux de villes et de territoires.

Or, nous savons tous que l'état-nation ne présente guère de valeur ajoutée dans le domaine du commerce électronique, alors même que cela n'est pas le cas des collectivités locales.

### **B – L'impact des infotechnologies**

*Le retour vers un modèle urbain et territorial hérité de l'histoire urbaine se trouve accentué par l'utilisation des technologies du numérique et de la convergence.*

*Les villes numériques – les villes engagées dans l'utilisation des **infotechnologies** – remettent aujourd'hui au goût du XXIème siècle de telles démarches territoriales de regain de l'activité municipale et de mise en réseau des villes – nos collègues québécois parlent quant à eux de « réseautage entre villes ingénieuses » –.*

### **C – La ville de demain est une ville de la connaissance**

*Les programmes de villes de la connaissance qui se multiplient à travers le monde et tout particulièrement dans les pays méditerranéens prévoient toutes des échanges de savoirs démultipliés de manière quasi-exponentielle entre l'homme et son environnement urbain et territorial.*

### **D – Le territoire de demain est un territoire qui agit et réfléchit sur le long terme**

*Le concept de **développement durable** traduit en réalité très largement cette démarche du long terme : **un long terme par rapport au futur certes, mais aussi bien par rapport au passé.***

### **E – Une ville et un environnement qui sont sur le point de démultiplier les capacités cognitives de créativité**

*Économistes et prospectivistes, lorsqu'ils ébauchent aujourd'hui leurs scénarios, n'écoutent que fort peu leurs collègues qui travaillent dans le **domaine des neurosciences et des sciences cognitives.***

### **F – L'inscription de l'économie de l'innovation dans un nouvel horizon de l'éthique et de la transparence**

*Tous ceux qui réfléchissent sur l'horizon du business et du monde des affaires de demain savent qu'un behavioriste comme Georges Chetochine souligne un autre grand retour, celui des **valeurs**, alors même que les économistes et analystes de l'Europe du Nord (en Scandinavie notamment) rappellent que l'innovation n'est guère possible sans exigence de **transparence.***

### **G – Le retour à la mobilité**

*De nombreuses perceptions et considérations sur ce qu'est et surtout ce que tend à devenir la mobilité dans nos sociétés contemporaines s'avèrent aujourd'hui erronées : il ne s'agit pas forcément d'une nouvelle mobilité qui se développe sous nos yeux, ce sont **de nouvelles formes de mobilité et surtout d'usage de la mobilité** qui apparaissent, après une période dominée par une économie industrielle de fixation de l'homme sur un espace donné.*

***La mobilité cognitive** – trait majeur, s'il en est, des mutations qui nous attendent –, on y reviendra, est amenée à se trouver au cœur de ces nouvelles formes.*

## **II - L'EXEMPLE DE LA MOBILITE TERRITORIALE ET COGNITIVE, VECTEUR DE CREATIVITE ET DE VALEUR AJOUTEE.**

*C'est précisément ce dernier trait que nous nous proposerons d'illustrer de manière plus particulière en proposant aux participants au Forum de co-scénariser les conclusions des expériences et projets menés tout particulièrement dans le domaine de l'utilisation des technologies de géolocalisation et de marquage de l'espace.*

***Il s'agit là d'un exemple qui nous semble particulièrement parlant, quasi-métaphoriques quant au management des entreprises et des territoires de demain, puisqu'issu d'infrastructures, d'outils et surtout de besoins par bien des aspects tout à fait nouveaux par rapport aux horizons économiques d'un passé encore récent, voire par rapport aux réalités du présent.***

*Les territoires de demain seront en effet des espaces largement annotés et informationnellement amplifiés : les espaces intelligents qui se créent autour de nous au travers notamment des technologies sans fil et qui nous offrent une sorte d'Internet ambiant décliné à l'échelle de la Cité qui se transforme en ville de la radiofréquence et des réseaux omniprésents. Nous avons ainsi eu l'occasion de mettre tout particulièrement récemment dans nos travaux l'accent sur des expériences permettant à tous ceux qui fréquentent un espace urbain d'annoter leur environnement, de lui conférer un sens personnalisé, se transformer en auteur en se servant de cet environnement et d'être au départ d'un processus de construction de connaissances. Bref de rechercher et de fournir informations et renseignements.*

*Les exemples et d'expériences en cours dans ce domaine sont nombreux.*

*Notre quotidien informationnel est ainsi amené à changer profondément, de même que **les activités économiques d'aide au savoir** qui lui sont liés : **les outils aujourd'hui à notre disposition complètent et enrichissent nos perceptions spatio-temporelles de la ville et contribuent fortement à créer de nouveaux modèles économiques** pour des services d'assistance, d'aide au savoir, de compréhension des espaces parcourus, de connaissance des paramètres patrimoniaux et identitaires*

fréquentés, de services pour un tourisme et notamment un tourisme culturel enfin reconnu comme un secteur économique majeur.

Mais ces nouveaux services – utilisant très abondamment l'ensemble des technologies de géolocalisation, basés notamment sur la cartographie de l'expérience que font au quotidien tous ceux qui utilisent l'espace urbain – n'ont pas encore clairement **stabilisé leurs modèles économiques**.

Il nous suffit dans la présente synthèse de rappeler que **l'aide au savoir** sera l'un des champs majeurs de l'accompagnement de la mobilité : le coût des services offerts s'inscrira tantôt dans une nouvelle formulation des forfaits d'opérateurs, tantôt dans les stratégies publicitaires et d'offres des acteurs commerciaux de proximité et surtout dans la création d'une pléthore de services d'information en ligne.

Il nous faudra souligner à ce propos les changements ainsi rendus indispensables dans l'activité des **centres d'appels** en termes de formation des employés, mais surtout en matière de mobilisation des expertises.

### III - L'E-BUSINESS PRODUIT PAR ET POUR

#### UN ESPACE ECONOMIQUE POLARISE ET SURTOUT RETICULAIRE.

L'e-business est au cœur des **polarisations territoriales de compétences et de compétitivité**, mais également des réseaux qui les relient au travers de **l'action de collectivités territoriales qui auront d'abord à permettre aux entreprises de leurs territoires de mutualiser leurs marchés**.

**Le résultat de cette évolution en cours aboutit à un phénomène majeur : la généralisation de l'entreprise étendue.** Les trois quarts de la production d'une entreprise – c'est parfois, on le sait, déjà le cas – seront réalisés par d'autres, et par essence à distance.

Les polarités économiques et autres effets d'agglomération constituent aujourd'hui l'une des composantes de **la nouvelle géographie économique qui naît sous nos yeux. L'e-business territorial hérite donc pleinement du jeu des externalités qui sont les vecteurs de ces polarisations territoriales de compétences et de compétitivité.**

Celles-ci s'inscrivent en effet, on le sait, dans une forte recomposition du système productif global, recomposition où la place des vecteurs culturels par exemple s'avère prédominante au point de surprendre certains acteurs de la vie intellectuelle et des divers domaines de la création : au-delà du regroupement dans de mêmes lieux de laboratoires, d'instituts universitaires et d'entreprises, l'ouverture de nouveaux espaces économiques coïncident notamment de la sorte avec celle de nouveaux lieux culturels.

D'où l'importance des nouveaux lieux de création, des résidences d'artistes et des plateformes d'échanges, des laboratoires d'idées et d'exploration de nouvelles formes d'expression.

Si en effet, dans la constitution de ces polarités, la trilogie chercheurs – entrepreneurs – investisseurs s'avère naturellement fondamentale, nous assistons véritablement à la genèse de véritables espaces d'excitation neuronale, avec de nouveaux paramètres pour les territoires tels que de formes inédites de bonne gouvernance et l'émergence d'hierarchies sociales nouvelles qui marqueront les sociétés informationnelles et les tissus conjonctifs économiques qui les caractériseront.

Les économistes soulignent aujourd'hui combien ces effets d'agglomération, qui poussent à la nécessaire synergie – spatiale ou réticulaire – des firmes d'un même secteur sur quelques sites, jouent un rôle de plus en plus important : **ce phénomène place en tout cas la production de savoirs au centre des facteurs déterminants de localisation économique.**

**Les villes sont ainsi clairement amenées notamment à re-devenir de grandes usines à savoir**, où, bien davantage encore, les méta-savoirs – ceux qui permettent de juger, attribuer et noter le savoir – constitueront le principal facteur de pouvoir. C'est tout le phénomène des territoires apprenants et des villes de la connaissance dont les programmes, on l'a dit, constituent le véritable arrière-plan du développement du business électronique.

Il s'agit donc très clairement aujourd'hui de considérer le savoir comme un véritable instrument de polarisation spatiale et la gestion de sa transmission comme facteur d'aménagement territorial. Le e-business en est le premier bénéficiaire et bientôt l'un des grands acteurs.

**Le facteur K des modèles de croissance endogène hérités de la littérature économique des vingt dernières années** constitue la force de polarisation par excellence qui fait en sorte que les externalités liées au savoir s'opèrent à l'occasion de contacts et d'interactions qui peuvent être virtuels, mais sont le plus souvent physiques et que les lieux de création et d'innovation peuvent acquérir un dynamisme très fort en se nourrissant justement de ces externalités dans l'utilisation du savoir.

En tout cas, **la polarisation médiatico-culturelle et créative constituera à l'évidence l'arme économique majeure des collectivités locales dans les années à venir : le développement du e-business en sera largement issu.**

À cette fin, nombreuses sont les villes, régions et collectivités qui se trouvent amenées à élaborer d'importants programmes dans le but d'étendre et de renforcer la coopération et les interactions entre la recherche publique, la vie culturelle et scientifique et la communauté des entreprises.

Il leur faut en effet impérativement encourager et soutenir par exemple les synergies entre les activités de recherche existantes dans les régions, leur fécondation au travers d'une large transmission des connaissances nouvelles à l'échelle du territoire et peut-être surtout leur inscription dans des modèles économiques de réelle compétitivité entre collectivités locales -.

## Conclusion

La ville comme laboratoire numérique, véritable **city - lab**, nous est aujourd'hui nécessaire pour anticiper le moment où l'économie classique ne fera appel à guère plus de **5% de la population active**.

Aussi l'innovation culturelle, économique et sociale dit-elle devenir le fait de tous : mais cela ne sera possible que lorsque chaque municipalité et chaque territoire auront notamment leur portail de la formation et que chaque collectivité disposera d'une réelle stratégie en la matière.

Le e-business de demain sera celui né de la connaissance et de l'expertise vraie, de la confrontation des horizons culturels et des savoirs partagés entre laboratoires et entreprises innovantes certes, mais aussi au travers des connaissances et des réflexions de chacun.

Telle est d'ailleurs la démarche majeure qu'il nous faut aujourd'hui proposer aux acteurs territoriaux pour construire les services électroniques de la vie économique de demain et surtout - **du nord au sud de l'aire méditerranéenne** - construire ensemble.

**Nous avons eu en partage les aventures des commerçants grecs et phéniciens qui, on le sait bien à Carthage, ont partagé une culture de l'innovation et de l'audace** : à l'heure des technologies de la convergence, nous pouvons prendre leur exemple pour créer à nouveau les conditions d'une véritable **coopétition** économique basée sur la gestion de nos connaissances et de nos identités.

### Première conférence international e-Business à Tunis

#### **Programme**

(23 - 25 juin 2005)

organisé par MEDFORIST, ISG Tunis, BESTMOND, CERPE and TMSS à Hammamet

#### **Plenary 1**

##### ***Fraud and Fraud Reduction on the Internet***

***Bezael Gavish***

*President of American Telecommunication*

*System Management Association*

*Editor-in-chief Telecommunication System Journal*

*Editor-in-chief Electronic Commerce Research Journal*

*Chaired Professor, Southern Methodist University, USA*

#### **Plenary 2**

##### ***Le E-business Territorial . Regards Prospectifs***

***Laura Garcia Vitoria***

*Présidente d'ARENOTECH*

*( Art - Education - Nouvelles Technologies)*

*Directrice Scientifique du Réseau Européen des Villes Numériques*

#### **Plenary 3**

*Dead or Alive . The Future of E-business*

*Moez Limayem*

*Professor, HEC Lausanne, Suisse*

***Plenary 4***

*World Wide Web Personalization . Survey and Future Directions*

*Oifa Nasraoui*

*Endowed chair of E-commerce, University of Luisville, USA*

***Plenary 5***

*E-management . le modèle client / Savoir*

*Pierre Suzet-Charbonnel*

*Responsable des séminaires pour dirigeants chez IBM*

*IBM France*