



HAL
open science

Les déterminants de l'adoption de l'e-achat public en France : une étude qualitative auprès des praticiens

Younès Boughzala, Inès Bouzid, Imed Boughzala

► To cite this version:

Younès Boughzala, Inès Bouzid, Imed Boughzala. Les déterminants de l'adoption de l'e-achat public en France : une étude qualitative auprès des praticiens. AIM 2012 : 17ème Conférence de l'Association Information et Management, May 2012, Bordeaux, France. hal-02408949

HAL Id: hal-02408949

<https://hal.science/hal-02408949>

Submitted on 13 Dec 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les déterminants de l'adoption de l'e-achat public en France : Une étude qualitative auprès des praticiens

Younès Boughzala
Institut de Recherche en Gestion et Economie (IREGE)
IAE Savoie Mont-Blanc – Université de Savoie
Younes.boughzala@univ-savoie.fr

Inès Bouzid
M-Lab – Université Paris-Dauphine
Ines.bouzid@mlab.ens-cachan.fr

Imed Boughzala
Département Systèmes d'Information
TELECOM Ecole de Management
Imed.boughzala@it-sudparis.eu

Résumé

L'objectif de cette recherche exploratoire est d'identifier les facteurs qui, selon les praticiens, déterminent l'adoption de l'e-achat public en France. L'analyse portera sur vingt-sept entretiens non directifs auprès d'acheteurs publics et de responsables dans des entreprises soumissionnaires à des marchés publics. La méthode d'analyse utilisée est l'analyse thématique. Les résultats de la recherche ont permis de juger de l'importance des différents facteurs qui influencent le comportement d'adoption de l'e-achat public mais surtout d'identifier la confiance comme un de ces facteurs déterminants. Elle se décline sous quatre formes ou dimensions et son faible niveau semble être une cause déterminante du rejet de l'e-achat public.

Mots clés : Adoption, E-achat, Achat public, Confiance, E-administration

Les déterminants de l'adoption de l'e-achat public en France : Une étude qualitative auprès des praticiens

1. Introduction

Depuis les années 1990, la place des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans le secteur public ne cesse de s'étendre en fonctionnalité et en complexité. En fait, depuis l'avènement de l'informatique et sous la montée de l'e-management (Kalika, 2000), les décideurs politiques ont investi dans les innovations technologiques pour moderniser le fonctionnement du secteur public. En effet, le développement du réseau Internet et des technologies associées (telles que la messagerie électronique, les sites Internet, l'intranet, l'EDI, les places de marchés électroniques, l'ERP, etc.) s'est accru et a ouvert la voie aux applications de l'administration électronique (e-administration) ou encore l'« e-gouvernement » (Assar et Boughzala, 2007). Ces termes désignent l'application des principes du commerce électronique aux procédures des administrations publiques et l'utilisation d'Internet et de ses applications pour interconnecter les SI des administrations, des entreprises et des foyers des citoyens afin d'améliorer la gestion des affaires publiques. Les administrations publiques espèrent ainsi améliorer leur image, professionnaliser leurs pratiques et leurs agents, rendre plus performants leurs processus et procédures de travail par la réduction des coûts et délais et notamment de faciliter et d'améliorer l'accès et les échanges avec les administrés (citoyens et entreprises) (Codagnone et Wimmer, 2007; Jubert et al., 2005). Une des principales applications de l'administration électronique est l'E-achat public ou « public e-procurement » (Bof et Previtali, 2007; Chu et al., 2004; Panayiotou et al., 2004). Selon Hardy et Williams (2008, p. 155), c'est « *un système d'information innovant qui, à travers des plateformes technologiques, transforme la manière dont les gouvernements achètent les biens et services et s'engagent avec les fournisseurs. La combinaison de plusieurs technologies d'information pour assurer une meilleure information, des coûts d'achat moindres, de la productivité et maximise l'efficacité de l'achat* ». Toutes les recherches sur l'e-achat s'accordent sur les avantages à utiliser les outils électroniques lors des procédures d'achat (Wu et al., 2007a; Tatsis et al., 2006; Chan et Lee, 2003). C'est aussi une application qui aspire de développer les procédures d'achat dans le respect de l'environnement et la préservation des ressources naturelles par l'économie du papier. En France, l'utilisation des procédures électroniques dans le cadre des marchés publics est appelée la dématérialisation de l'achat public. Elle est mise en place progressivement depuis 2005.

La littérature sur les usages des systèmes d'information (SI) met en évidence le fait que ceux-ci sont en constante construction. Bien que cadrés par des modes opératoires et des manuels d'utilisation, l'adoption organisationnelle (adoption primaire) et individuelle (adoption secondaire) des outils et applications technologiques reste limitée dans plusieurs contextes organisationnels et technologiques. La faible adoption ou la sous utilisation des SI est une des principales raisons du « paradoxe » de la productivité (Jasperson et al., 2005). Il existe une relation causale entre les comportements des individus et la réussite (l'échec) des SI dans les organisations (Agarwal, 2000). En effet, selon Davis (1993), les SI non adoptés par les utilisateurs ne peuvent pas fournir les résultats escomptés et donc améliorer la performance d'une organisation. De ce

fait, comprendre les déterminants de l'adoption et de l'usage des TIC demeure une priorité dans les recherches en SI et un enjeu important pour les organisations (Bourdon et Hollet-Haubert, 2009). C'est un thème qui mobilise à la fois le monde professionnel et le monde académique.

Pour comprendre les déterminants de l'adoption d'une technologie ou d'un SI, plusieurs théories et modèles ont été développés depuis plusieurs décennies. En effet, le chercheur peut se référer à ces derniers pour expliquer les facteurs qui favorisent ou inhibent l'adoption d'une technologie par les utilisateurs. Nous pouvons citer, entre autres, la théorie de la richesse des médias (Daft et Lengel, 1984), la théorie de la diffusion des innovations (Rogers, 1995), le modèle du succès des systèmes d'information (DeLone et McLean, 1992), la théorie de l'action raisonnée (Fishbein et Ajzen, 1975), la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991), le modèle d'acceptation de la technologie (TAM) (Davis, 1989; Venkatesh et Davis, 2000), la théorie unifiée de l'acceptation et de l'utilisation de la technologie (UTAUT) (Venkatesh et al., 2003), etc. A partir de l'examen de toutes ces théories et en se référant aux travaux sur la structuration des SI (Giddens, 1987; Orlikowski et Yates, 1994; Poole et DeSanctis, 2004) et aux travaux sur l'équilibrage des SI (Moscarola, 2006), nous constatons que le comportement d'adoption individuelle (adoption secondaire) d'un SI est la résultante de l'interaction de plusieurs dimensions et peut être affecté par plusieurs facteurs qui renvoient à la technologie, à l'individu et au contexte organisationnel, culturel, social, etc. Qu'en est-il pour le cas de l'e-achat public en France ?

L'objectif de cette recherche exploratoire, à travers une approche qualitative, est d'identifier les facteurs qui, selon les utilisateurs, déterminent et expliquent l'adoption de l'e-achat public en France. L'analyse portera sur des acheteurs publics d'administrations publiques et sur des responsables dans des entreprises soumissionnaires à des marchés publics en France.

2. L'adoption de l'e-achat public

Avant d'effectuer une revue de cinq travaux sur les facteurs qui déterminent l'adoption de l'e-achat public, nous présentons les dispositions de son déploiement en France et ses enjeux.

2. 1. L'e-achat public en France

S'inscrivant dans le cadre général de la politique de modernisation des services publics et de la simplification des démarches administratives, l'e-achat public (ou la dématérialisation des marchés publics) a été introduit en France par le Code des Marchés Publics (CMP) en 2001 et mis en application depuis le 1^{er} janvier 2005. Il s'agit d'utiliser des moyens électroniques pour les opérations de traitement, de publication, d'échange, de signature, de facturation et de stockage des informations concernant les marchés publics (Assar et Boughzala, 2008). Le support papier est remplacé par le support électronique dans les opérations d'échange entre les administrations acheteuses et les entreprises candidates.

Les enjeux de cette dématérialisation sont économiques, organisationnels mais aussi environnementaux (Gley et Walter, 2004). Sans modifier la méthodologie, les contraintes réglementaires et les principes fondamentaux de l'achat public, le recours à l'e-achat est considéré comme un facteur générateur d'économies et constitue un aspect fondamental de l'avenir de la pratique des marchés publics (Minefi, 2004; Lajoie et Hilaire, 2004). Les enjeux pour les acheteurs publics sont la rationalisation de l'organisation des achats et procédures, la réduction

des dépenses liées à l'élaboration et la transmission des documents et l'amélioration des délais, la sécurité et enfin la transparence. De même, les entreprises, bénéficieront d'une publication élargie des procédures engagées, accéderont plus facilement aux documents des consultations et pourront présenter leurs candidatures et leurs offres plus commodément et plus rapidement. Pour l'instant, l'obligation ne concerne que les procédures dites formalisées, c'est-à-dire les achats par appels d'offre dont les montants sont supérieurs 90 K€ HT.

Sept ans après sa mise en place, l'e-achat public en France est indéniablement en marche, mais l'usage reste relativement limité (Beauvallet et al., 2010; Boughzala et Bouzid, 2010). Son déploiement dans les organisations publiques françaises est encore très timide par rapport aux ambitions initiales des pilotes de ce processus et comparé à son niveau de déploiement dans le secteur privé ou dans d'autres pays du monde. De ce fait, nous nous interrogeons sur les raisons explicatives de cet apparent conservatisme et de cette faible adoption.

2. 2. Les facteurs déterminants de l'adoption de l'e-achat public

De manière générale, adopter une technologie consiste à la choisir, la déployer et l'utiliser comme un outil de travail pour effectuer et rationaliser des tâches quotidiennes. Contrairement à l'e-achat dans le secteur privé, les travaux sur l'e-achat dans le secteur public sont peu nombreux. Nous pouvons citer principalement les travaux de Henriksen et Andersen (2003), Moe (2004), Chu et al. (2004), Vaidya et al. (2004) et Bof et Previtali (2007). Nous examinons dans ce qui suit les résultats de ces travaux.

Dans leur travail au sein de la municipalité de Copenhague, Henriksen et Andersen (2003) stipulent, à travers une recherche exploratoire, que l'adoption du système d'achat électronique dans le secteur public est déterminée par quatre facteurs, à savoir les capacités du système (meilleur accès, meilleure qualité de l'information, procédures plus rapides et plus efficaces), l'interactivité (correspondance entre le système et les modèles de pouvoir et de contrôle dans les organismes publics), les valeurs et l'orientation des processus de décision. A l'issue de cette investigation, en se basant sur les travaux sur le commerce électronique et sur l'achat électronique, les auteurs concluent que la vitesse d'adoption est expliquée aussi par les spécificités du secteur et de ses règles de fonctionnement, la complexité des procédures et la résistance au changement.

De même, en se référant à la théorie de l'action raisonnée et au TAM, Moe (2004) postule que les principaux déterminants de l'adoption du système d'achat électronique dans le secteur public sont l'utilité (pour l'utilisateur et l'organisation) et les facteurs institutionnels (règles, procédures, etc.). En effet selon cet auteur, l'achat électronique sera adopté s'il est conforme aux objectifs de l'organisme public et s'il procure une efficacité organisationnelle. Cette dernière est fonction du coût d'implémentation du système, de ses caractéristiques techniques, de son niveau d'usage par les acheteurs et du nombre de fournisseurs qui l'utilisent. L'auteur identifie quatre attitudes pour les utilisateurs, à savoir : « rejet », « attendre et voir », « dissimulation/décision d'adoption » et « réelle adoption ». Ces attitudes sont principalement dues au niveau d'autonomie individuelle face à l'utilisation du nouveau système. A l'issue de ce travail théorique, Moe (2004) appelle à la nécessité de plus de recherches sur l'adoption des outils de l'achat électronique dans le secteur public.

La recherche de Chu et al. (2004) sur les facteurs du succès de l'adoption du système d'achat électronique dans le gouvernement de Taïwan se base sur les fondements de la théorie du comportement planifié et du TAM. Chu et ses collègues ont développé un modèle pour évaluer les attitudes et les intentions d'adoption. Leur étude empirique auprès de 158 répondants conclut que les facteurs significatifs de succès sont la satisfaction des utilisateurs, l'utilité perçue, la facilité d'utilisation perçue, la qualité perçue du système, les compétences des utilisateurs (auto-efficacité) et certaines conditions facilitatrices (équipement informatique, ressources).

Le travail de Vaidya et al. (2004), quant à lui, en se basant sur une large revue de littérature sur les achats et le Supply Chain Management (SCM), a identifié onze facteurs déterminant le succès de l'implémentation du système d'e-achat dans le secteur public. En effet, cette recherche a conclu que le succès d'implémentation est déterminé par les caractéristiques techniques du système (fiabilité, disponibilité, efficacité, robustesse, interopérabilité et adaptabilité), par les caractéristiques organisationnelles (l'encadrement hiérarchique, les compétences des utilisateurs, la formation, le niveau d'adoption des fournisseurs), par la conformité aux pratiques et procédures de travail (la gestion du changement, l'intégration du système, le ré-engineering des procédures, les mesures de performance) et par le niveau de satisfaction des acheteurs et des vendeurs. A l'issue de cette étude bibliographique, Vaidya et ses collègues postulent que les raisons majeures de la faible adoption (ou l'échec d'implémentation) des outils de l'achat électronique aux Etats-Unis et en Grande Bretagne sont la complexité du système, leur incompatibilité avec les SI existants, l'intangibilité des bénéfices (pas d'économie réalisée) et les réticences des fournisseurs (vendeurs) à utiliser ce nouveau système. Ces auteurs mettent particulièrement l'accent sur l'importance de la formation donnée aux utilisateurs. En effet, ces derniers (acheteurs et fournisseurs) réalisent l'importance des bénéfices s'ils comprennent les fonctionnalités du système. De même, ils soulèvent l'importance de la confiance des utilisateurs (acheteurs et vendeurs) envers le nouveau système, la nécessité de réorganiser des procédures (nouveaux rôles et responsabilités) et le besoin de mettre en place des mesures de performance.

Bof et Previtali (2007) soulèvent que, les barrières face à l'adoption sont la faible expertise technique (compétences) des utilisateurs, la faible connaissance du système par les utilisateurs, la faiblesse des relations avec les fournisseurs, la mauvaise qualité du système, le niveau de sécurité et le coût élevé de déploiement de la technologie. Ces freins sont plus considérables dans le secteur public en raison de plusieurs facteurs économiques, réglementaires, bureaucratiques et sociaux. Ainsi, à travers une étude empirique auprès de 33 organismes de santé italiens, ils concluent que l'adoption du système d'achat électronique est déterminée principalement par le niveau d'adaptation organisationnelle. Ils identifient au final dix facteurs, à savoir la qualification et la motivation des utilisateurs, l'intégration du système, les compétences managériales, les compétences techniques, la réorganisation des procédures, la résistance au changement, l'inadéquation des fournisseurs, l'inadéquation technique du système, le coût élevé du système et le niveau de l'infrastructure informatique.

L'examen de ces travaux montre que l'adoption de l'e-achat public est multidimensionnelle et que les perceptions des utilisateurs finaux expliquent leur usage. Cet état de l'art a été en effet d'une grande utilité pour la construction de notre modèle de recherche (Figure 1).

3. Cadre méthodologique

Afin de déterminer les facteurs d'adoption de l'e-achat public en France, nous avons mené une étude qualitative auprès de praticiens : acheteurs publics d'administrations publiques et responsables dans des entreprises soumissionnaires à des marchés publics. Cette section traite des principaux éléments du cadre opératoire de notre étude exploratoire. Pour la collecte des données, nous avons opté pour des entretiens non-directifs. L'entretien est dit non directif lorsque l'interviewer (chercheur) définit un thème de discussion général mais n'intervient que pour orienter le propos de l'interviewé. Le rôle du chercheur se limite à faciliter le discours, à relancer le répondant par rapport à des éléments déjà exprimés ou à approfondir des thèmes déjà évoqués (Thiétart et al., 2007). Dans cet esprit, et pour assurer une objectivité maximale, nos entretiens ont été menés suivant la technique de « *Laddering* » (Gutman et Reynolds, 1979). C'est une technique d'entretien particulière qui sert à remonter la hiérarchie perceptuelle. La durée totale des entretiens est d'environ trente trois heures. Tous les entretiens ont été enregistrés et retranscrits intégralement.

3. 1. Les personnes interrogées

Pour comprendre et analyser les facteurs et leviers qui peuvent stimuler ou inhiber l'usage de l'e-achat dans les procédures d'appel d'offres en France, vingt-sept entretiens ont été réalisés dans quatre administrations publiques et cinq entreprises. Ces entretiens ont été conduits auprès de quatre populations : Les managers (chefs de service, chef de mission, etc.), les acheteurs publics (les usagers des outils), les techniciens et les experts. Au total 12 acheteurs, 12 managers, 1 technicien et 2 experts ont été interviewés. Cette population est composée de 45% de femmes. L'âge moyen est de 39 ans et le nombre moyen d'années d'expérience professionnelle est de 15 ans. Ainsi, la population interrogée est relativement jeune avec une expérience professionnelle confirmée.

3. 2. Le modèle retenu de recherche exploratoire

La première procédure mise en œuvre est un ensemble de lectures des discours des interviewés. Cette phase s'apparente à la navigation lexicale qui permet à travers la lecture du texte de repérer des thèmes, expressions ou mots (Ganassali, 2007). L'objectif de cette démarche exploratoire est de s'imprégner du vocabulaire exprimé par les personnes interrogées et d'identifier les différents facteurs qui déterminent le comportement d'adoption de l'e-achat public.

Ensuite, après un retour vers les connaissances théoriques sur l'adoption des SI en général et de l'e-achat public en particulier (§ 2.2), un modèle exploratoire et global a été retenu (Figure 1). Il se décline en cinq dimensions pour évaluer l'adoption de l'e-achat public : les enjeux organisationnels, les caractéristiques techniques, la confiance, les caractéristiques individuelles et les caractéristiques managériales. Chaque dimension est composée de plusieurs facteurs :

- Les enjeux organisationnels : Cette dimension regroupe trois facteurs identifiés : les gains procéduraux (simplification des tâches, amélioration de la relation avec les partenaires, rationalisation des procédures, etc.), les gains temporels (réduction des délais, productivité, etc.) et les gains financiers (réduction des coûts et dépenses, économie de papier, etc.). Comme le suggère la majorité des travaux en SI, le comportement d'adoption

est fortement affecté par les avantages perçus (Venkatesh et al., 2003; Porter et Lawler, 1968).

- Les caractéristiques techniques : Cette dimension se décline en quatre facteurs, à savoir la facilité d'utilisation (Davis, 1989), la qualité perçue du système (caractéristiques fonctionnelles) (Petter et al., 2008; DeLone et McLean, 2003), la fiabilité du système (fréquence d'apparition de dysfonctionnements comme la perte des données, les bugs, la fréquence des problèmes techniques, etc.) (Nielsen, 1993) et la compatibilité du système (Wu et al., 2007b; Agarwal et Karahanna, 1998).
- La confiance : La navigation lexicale a permis d'identifier quatre facettes de la confiance, à savoir la confiance en soi (croyances qu'a un individu en ses propres compétences) (Auger et Reynaud, 2007), la confiance envers la technologie (le sentiment de sécurité d'une personne à l'égard d'une technologie) (Gefen et Straub, 2003; Corbitt et al., 2003), la confiance envers les partenaires (la confiance interpersonnelle et confiance interorganisationnelle) (Donada et Nogatchewsky, 2007; Simon, 2007) et la confiance envers l'organisation (confiance organisationnelle, institutionnelle et hiérarchique) (Zucker, 1986).
- Les caractéristiques individuelles : Cette dimension comporte quatre facteurs : Les craintes d'utilisation (les perceptions qu'a un utilisateur à l'égard de l'ampleur des conséquences néfastes de son utilisation d'une technologie) (Karahanna et al., 1999), la réceptivité aux TIC (Liljander et al., 2006; Rogers, 1995), le refus du changement (l'attitude d'un individu à l'égard d'une transformation d'un système) (Vas, 2005), la sensibilité à l'influence sociale (l'influence exercée par un groupe sur chacun de ses membres) (Thompson et al., 1991; Leonard-Barton et Deschamps, 1988) et la compétence en informatique (la capacité d'un individu à utiliser efficacement et facilement les TIC) (Sam et al., 2005; Igbaria et al., 1997).
- Les caractéristiques managériales : Cette dimension regroupe quatre facteurs, à savoir la formation (ensemble d'actions ayant pour but de donner des compétences à un individu pour l'usage d'une technologie) (Wu et al., 2007b), la communication (ensemble d'activités qui consistent à envoyer des messages aux salariés afin de développer leur motivation, leur sentiment d'appartenance ou susciter leur adhésion au projet de l'entreprise) (Carter et al., 2001; Klein et Sorra, 1996), l'assistance technique ou l'accompagnement (ensemble d'actions qui visent à aider, faciliter et accompagner un individu lors de l'usage d'une technologie) (Wu et al., 2007b; Thompson et al., 1991) et la gestion de projet ou le pilotage (conditions d'implantation d'une technologie qui favorisent son adoption et diminuent le phénomène de la résistance au changement) (Garel, 2003; Phelps et Mok, 1999).

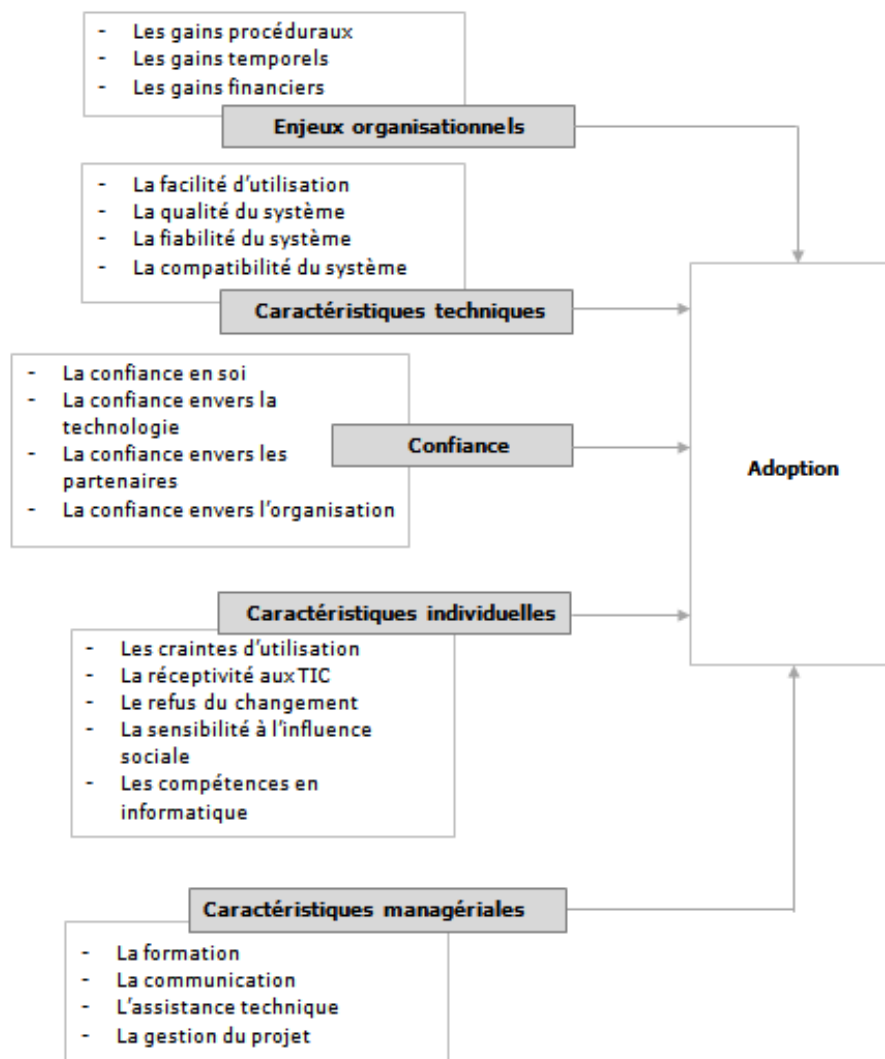


Figure 1 : Le modèle de recherche exploratoire

3. 3. La méthode d'analyse des données

Pour analyser le matériau recueilli, la méthode adoptée est la méthode de l'analyse thématique (analyse de contenu ou analyse catégorielle). Cette dernière est assez utilisée dans les recherches qualitatives en sciences de gestion du fait qu'elle préconise une approche rigoureuse et méthodique fondée sur l'explication des règles de lecture, d'interprétation et de codage (Belerson, 1954). Elle repose sur la confrontation d'un cadre conceptuel au contenu d'un discours. Le cadre conceptuel est préalablement fondé sur des modèles théoriques ou bien défini et enrichi au fur et à mesure de l'analyse.

Cette méthode procède en deux temps. Après le découpage du texte en fragments, elle débute par une lecture visant à repérer dans le discours les éléments de la grille d'analyse ou modèle utilisés. Puis, elle s'achève par des analyses statistiques qui permettent de trouver des régularités statistiques (fréquence d'apparition, variation, etc.). L'utilisation de la méthode de l'analyse thématique permet d'atteindre deux fonctions (Bardin, 2001). La première est heuristique. En

effet, l'objectif est de découvrir de nouveaux éléments auxquels le chercheur n'a pas forcément pensé. La deuxième est une administration de la preuve. Le but est de confirmer ou d'infirmer certains postulats ou certaines hypothèses. Dans le cadre de cette recherche, notre analyse thématique vise les deux fonctions. Après le découpage du texte en 726 fragments, elle consiste à coder le discours des interviewés. En effet, sur la base de notre modèle exploratoire, nous avons construit une grille de lecture qui permettra d'obtenir le poids de ses différentes dimensions. Enfin, nous avons procédé au processus de codage du discours et à une analyse statistique. Ces opérations sont effectuées grâce au logiciel *Sphinx – Lexica*.

3. 4. La grille d'analyse et le processus de codage

L'objectif de la grille d'analyse est de juger le poids des dimensions et des facteurs identifiés et de déterminer les attitudes des personnes interrogées. Cette grille comporte les grandes catégories du modèle et chaque catégorie est divisée en sous-catégories qui représentent les différents facteurs identifiés. De même, afin de compléter le codage, le sens des phrases a été évalué en fonction de leurs orientations positives ou négatives à l'égard de l'achat public. Cette grille d'analyse a été mise sous forme de formulaire ou «Code Book». C'est une interface qui permet de visualiser le discours et d'effectuer le codage. Elle est présentée dans la figure 2.

Verbatim			
<input type="text"/>			
Les grands thèmes			
<input type="checkbox"/> Enjeux organisationnels	<input type="checkbox"/> Caractéristiques individuelles	<input type="checkbox"/> Caractéristiques techniques	<input type="checkbox"/> Caractéristiques managériales
Les enjeux organisationnels			
<input type="checkbox"/> Procéduraux	<input type="checkbox"/> Economiques	<input type="checkbox"/> Temporels	<input type="checkbox"/> Autres
Dispositions individuelles			
<input type="checkbox"/> Confiance	<input type="checkbox"/> Réceptivité aux TIC	<input type="checkbox"/> Influence sociale	
<input type="checkbox"/> Craintes d'utilisation	<input type="checkbox"/> Refus du changement	<input type="checkbox"/> Compétences	
Type de confiance			
<input type="checkbox"/> Confiance en soi	<input type="checkbox"/> Confiance à la technologie	<input type="checkbox"/> Confiance aux partenaires	<input type="checkbox"/> Confiance à l'organisation
Caractéristiques techniques			
<input type="checkbox"/> Facilité d'utilisation	<input type="checkbox"/> Fiabilité technique	<input type="checkbox"/> Autres	
<input type="checkbox"/> Qualité perçue	<input type="checkbox"/> Compatibilité du SI		
Pilotage			
<input type="checkbox"/> Formation	<input type="checkbox"/> Assistance	<input type="checkbox"/> Autres	
<input type="checkbox"/> Communication	<input type="checkbox"/> Gestion du projet		
Orientation par rapport à la dématérialisation			
<input type="checkbox"/> Positive	<input type="checkbox"/> Neutre	<input type="checkbox"/> Négative	

Figure 2 : La grille d'analyse

Ensuite, sur la base de cette grille, notre processus de codage a débuté. L'objectif est de dénombrer la fréquence des éléments de la grille. Nous avons essayé, dans la mesure du possible, de respecter les critères de catégorisation énoncés par Bardin (2001), à savoir l'homogénéité, la pertinence et l'objectivité. L'analyse statistique nous a permis d'évaluer le poids des dimensions et de voir l'importance de chaque facteur du modèle en fonction du statut et de l'attitude de l'utilisateur ou de groupe d'utilisateurs. Elle a permis également d'étudier les indépendances entre les éléments de la grille. Toutefois, étant donné la nature exploratoire de notre démarche, nous n'avons pas procédé à un double codage.

4. Résultats et discussions

Pour présenter les résultats de l'analyse statistique du codage, nous effectuons une analyse descriptive et un certain nombre de croisements pour repérer les relations entre les facteurs de notre modèle.

4. 1. Le poids des dimensions et les attitudes des personnes interrogées

- *L'orientation des usagers par rapport à l'adoption de l'e-achat public*

Comme le montrent le tableau 3, les énoncés marquent une orientation majoritairement positive par rapport à l'adoption de l'e-achat public. En effet, le remplacement du support papier par le support électronique semble être positivement apprécié (59%) par tous les acteurs de l'achat public, qu'ils représentent le secteur public ou le secteur privé. De même, nous constatons que les énoncés des acheteurs (61%) et fournisseurs (82%) (les utilisateurs finaux) renvoient à une attitude plus positive envers l'utilisation des outils de l'e-achat public que ceux des managers (51%) et techniciens (30%).

	No.	% cit.		Positive	Neutre	Négative
Positive	428	59%	Acheteurs	61%	3%	36%
Négative	276	38%	Managers	51%	3%	45%
Neutre	22	3%	Fournisseurs	82%	3%	16%
Total	726	100%	Experts et Technicien	30%	5%	65%

Tableau 3 : Les attitudes des interrogées selon leurs fonctions

- *Le poids des différents facteurs du modèle*

L'analyse thématique montre que les enjeux organisationnels sont largement évoqués dans les discours (57%). Les positions suivantes sont occupées, par ordre, par les caractéristiques individuelles (26%), les caractéristiques techniques (22%) et les caractéristiques managériales (15%).

	No.	% obs.
Enjeux organisationnels	416	57%
Caractéristiques individuelles	191	26%
Caractéristiques techniques	163	22%
Caractéristiques managériales	109	15%

Tableau 4 : L'importance des grandes dimensions du modèle

Cela étant dit, l'impact sur la performance semble être le principal moteur de l'adoption de l'e-achat public. En effet, l'évocation des enjeux organisationnels est bien présente dans les discours. Les enjeux procéduraux occupent la première position (41%). Les enjeux temporels viennent en deuxième position (17%) et les enjeux économiques en troisième position (9%). Les enjeux économiques (réduction des dépenses, économie de papier, etc.) semblent être faiblement perçus par les personnes interrogées (Tableau 5). Ce constat va dans le sens de plusieurs recherches qui

suggèrent que l'impact organisationnel est un important critère pour l'adoption d'une technologie (Grover et al., 1996).

Percentage of responses:
57%

	No.	% obs.
Procéduraux	301	41%
Temporels	120	17%
Economiques	64	9%
Autres	30	4%

Tableau 5 : L'importance des enjeux organisationnels

Par ailleurs, selon le tableau de contingence (Tableau 6), les fournisseurs évoquent principalement les enjeux temporels. Les acheteurs évoquent beaucoup plus les enjeux procéduraux et les managers les enjeux économiques. Nous constatons que chaque catégorie d'acteurs a ses propres priorités. Les fournisseurs souhaitent diminuer les délais de soumission et de traitement de leurs offres. En effet, pour les entreprises, les délais des marchés publics sont très longs. De leur part, les acheteurs s'attendent beaucoup plus à la simplification de leur travail. Un travail qu'ils jugent complexe et très procédural. Les managers, quant à eux, visent des gains économiques. La maîtrise des dépenses publiques est désormais une priorité pour les managers et les responsables du secteur public.

	Acheteurs	Managers	Fournisseurs	Experts et Technicien
Procéduraux	54%	25%	17%	4%
Economiques	42%	34%	16%	8%
Temporels	48%	25%	27%	<1%
Autres	77%	10%	7%	7%

Tableau 6 : L'importance des enjeux organisationnels selon la fonction des interviewés

Pour les caractéristiques individuelles, l'influence sociale (8%), les craintes et risques d'utilisation (7%) et la résistance au changement (6%) occupent les trois premières places dans les énoncés des acteurs de l'achat public (Tableau 7). Les compétences en informatique et la prédisposition des utilisateurs envers les technologies sont moins exprimées dans les énoncés avec respectivement 5% et 3%. La confiance vient en dernière position contrairement à ce que nous pensons. C'est une notion floue et difficilement appréciable, notamment du fait que nos entretiens étaient non-directifs. Toutefois, il est important de signaler que les craintes d'utilisation et la confiance (cumulées) sont évoquées dans presque 10% des énoncés, ce qui n'est pas négligeable. Selon les discours des interviewés, cette notion renvoie à plusieurs formes ou facettes. Nous développons les formes exprimées de la confiance plus-bas.

Percentage of responses: **26%**

	No.	% obs.
Influence sociale	56	8%
Craintes d'utilisation	54	7%
Refus du changement	46	6%
Compétences	38	5%
Réceptivité aux TIC	23	3%
Confiance	13	2%

Tableau 7 : L'importance des caractéristiques individuelles

L'examen des énoncés qui évoquent la notion de confiance (Tableau 8) montre que la confiance envers la technologie occupe la première place avec 7% des énoncés sur la confiance. La confiance envers l'organisation et la confiance envers les partenaires viennent en deuxième position avec 4%. La confiance en soi ne représente que 2%.

Percentage of responses: **9%**

	No.	% obs.
Confiance à la technologie	50	7%
Confiance à l'organisation	32	4%
Confiance aux partenaires	27	4%
Confiance en soi	13	2%

Tableau 8 : L'importance des sous-dimensions de la confiance

Le tableau de contingence (Tableau 9) montre que les différentes formes de la confiance sont évoquées dans les énoncés de toutes les personnes interrogées quel qu'il soit leur statut. La confiance envers la technologie occupe la première position dans les énoncés des acheteurs, managers et fournisseurs. Pour les acheteurs, la confiance envers l'organisation et la confiance envers les partenaires viennent aux positions suivantes avec respectivement 25% et 18%. Pour les fournisseurs, la confiance envers les partenaires (36%) est aussi importante que la confiance envers la technologie. La confiance en soi (18%) est évoquée en deuxième position. Les experts, quant à eux, évoquent beaucoup plus la confiance envers l'organisation (46%). Nous examinons plus bas, la relation entre la confiance et l'attitude des usagers.

	Confiance en soi	Confiance à la technologie	Confiance aux partenaires	Confiance à l'organisation
Acheteurs	10%	46%	18%	25%
Managers	10%	39%	26%	26%
Fournisseurs	18%	36%	36%	9%
Experts et Technicien	8%	23%	23%	46%

Tableau 9 : L'importance des différentes facettes de la confiance selon la fonction des interviewés

Concernant les caractéristiques techniques, la facilité d'utilisation des outils et leur compatibilité sont les plus évoquées dans les énoncés avec respectivement 12% et 11% (Tableau 10). Les caractéristiques fonctionnelles (qualité du système) et techniques du système (fiabilité du système) s'expriment dans 13% des énoncés. Ceci confirme le fait que la simplicité d'une

technologie, sa pertinence avec le travail existant et sa bonne qualité technique affectent son adoption par les utilisateurs finaux.

Percentage of responses: **22%**

	No.	% obs.
Facilité d'utilisation	90	12%
Compatibilité du SI	83	11%
Qualité perçue	66	9%
Fiabilité technique	28	4%
Autres	7	<1%

Tableau 10: L'importance des caractéristiques techniques

Pour les caractéristiques managériales qui représentent 15% du corpus total, la gestion de projet (10%) et la communication (4%) viennent en première position dans les énoncés (Tableau 11). La formation et l'assistance représentent chacune 2% des énoncés évoquant les thèmes qui se rapportent aux caractéristiques managériales.

Percentage of responses: **15%**

	No.	% obs.
Gestion du projet	71	10%
Communication	28	4%
Assistance	18	2%
Formation	16	2%
Autres	9	1%

Tableau 11: L'importance des caractéristiques managériales

L'analyse descriptive présentée ci-haut a permis de juger l'importance de chaque dimension ou facteur du modèle. Pour explorer leur influence sur les attitudes des acteurs de l'achat public, nous mettons en œuvre des analyses croisées. Quels sont les principaux facteurs qui déterminent une attitude positive envers l'adoption des outils électroniques d'achat ? Quels sont ceux qui conduisent à une attitude négative ? C'est ce que nous tentons d'identifier dans ce qui suit.

- *L'influence des différents facteurs du modèle*

Le tableau 12 montre qu'au sens du test du Chi-deux, il existe une relation très significative (avec un taux d'erreur inférieur à 0,1%) entre l'attitude des usagers et les dimensions du modèle. En effet, l'examen du détail de la relation (Chi-deux partiels) met en évidence que les énoncés positifs mettent principalement l'accent sur les enjeux organisationnels, alors que les énoncés négatifs renvoient à la fois et de manière équivalente aux caractéristiques individuelles, techniques et managériales.

	Positive		Négative		Neutre		Total	
	% cit.	Theor.	% cit.	Theor.	% cit.	Theor.	% cit.	Theor.
Enjeux organisationnels	76%	+ (VS)	7%	- (VS)	28%		47%	
Caractéristiques individuelles	12%	- (VS)	34%	+ (VS)	45%	+ (VS)	22%	
Caractéristiques techniques	11%	- (VS)	30%	+ (VS)	3%	- (LS)	19%	
Caractéristiques managériales	<1%	- (VS)	29%	+ (VS)	24%	+ (S)	12%	
Total	100%		100%		100%			

p = 0% ; chi2 = 447.34 ; dof = 6 (VS)

Tableau 12 : L'impact des différentes dimensions sur les attitudes

Pour aller plus loin dans l'analyse, nous croisons les attitudes des usagers avec l'ensemble des facteurs déterminants de l'adoption de notre modèle. La Carte Factorielle des Correspondances (AFC) (Figure 3) montre que les énoncés des personnes réceptives aux TIC et qui perçoivent les bénéfices organisationnels se distinguent par une attitude positive. A l'inverse, les énoncés qui reflètent une attitude négative ou réfractaire sont marqués par un certain nombre de facteurs qui se rapportent aux caractéristiques techniques du support électronique, aux caractéristiques individuelles de l'utilisateur et aux caractéristiques managériales de l'organisation à laquelle appartient l'utilisateur.

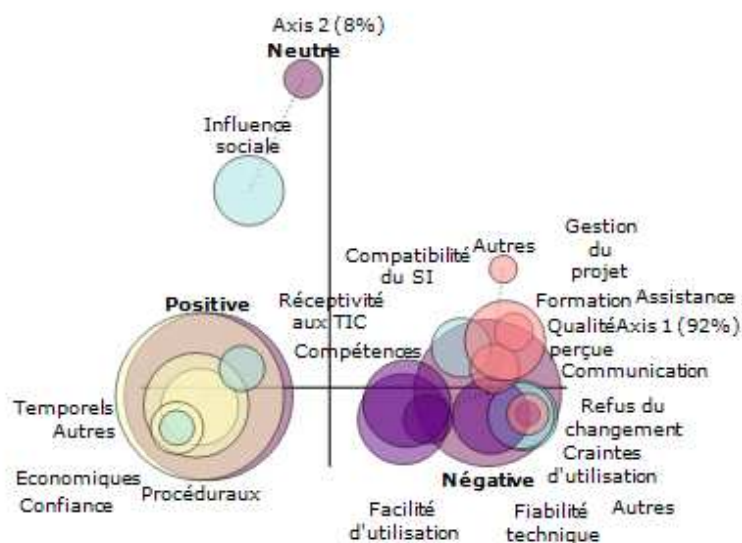


Figure 3 : La carte de l'importance des facteurs du modèle selon les attitudes

De même, le tableau 13 montre que l'attitude négative des personnes interrogées est affectée sensiblement par la confiance dans toutes ses formes. Au sens du test du Chi-deux, cette relation est très significative ($p < 1\%$, $\text{Chi}^2 = 91,28$). L'examen des Chi-deux partiels confirme l'existence de relation entre la confiance et le comportement d'adoption.

	Positive		Neutre		Négative		Total	
	% cit.	Theor.	% cit.	Theor.	% cit.	Theor.	% cit.	Theor.
Confiance en soi	8%	- (S)			11%	+ (VS)	11%	
Confiance à la technologie	52%	- (VS)			38%	+ (VS)	41%	
Confiance aux partenaires	24%	- (S)			22%	+ (VS)	22%	
Confiance à l'organisation	16%	- (VS)			29%	+ (VS)	26%	
Total	100%		100%		100%			

p = <1% ; chi2 = **91.28** ; dof = **3** (VS)

Tableau 13 : L'impact de la confiance sur l'attitude négative

Pour synthétiser l'ensemble des analyses effectuées jusqu'ici et identifier les facteurs les plus remarquables pour caractériser les attitudes des personnes interrogées exprimées dans les phrases témoins, nous recourons au tableau de caractéristiques (Tableau 14). Nous choisissons d'affiner notre analyse en fixant le seuil de significativité à 1% et en caractérisant les attitudes sur la base des modalités les plus spécifiques.

Positive	Négative
Les enjeux organisationnels	
+Procéduraux (58%)	-Procéduraux (64%)
+Temporels (23%)	
+Economiques (12%)	
+Autres (6%)	
Dispositions individuelles	
	+ Craintes d'utilisation (38%)
	+ Refus du changement (32%)
	+ Compétences (21%)
Type de confiance	
-Confiance à la technologie (52%)	+Confiance à l'organisation (29%)
	+Confiance à la technologie (38%)
	+Confiance aux partenaires (22%)
	+Confiance en soi (11%)
Caractéristiques techniques	
-Compatibilité du SI (37%)	+Qualité perçue (30%)
-Facilité d'utilisation (43%)	+Facilité d'utilisation (29%)
	+Compatibilité du SI (27%)
	+Fiabilité technique (10%)
Pilotage	
	+Gestion du projet (50%)
	+Communication (19%)
	+Assistance (14%)
	+Formation (11%)

Tableau 14 : Les principaux facteurs déterminant les attitudes des usagers

Le tableau de caractéristiques ci-dessus montre que les énoncés qui reflètent une attitude positive sont affectés positivement par les enjeux organisationnels et négativement par la facilité d'utilisation de la technologie, le niveau de compatibilité de celle-ci avec le travail existant de l'utilisateur et le niveau de confiance envers la technologie. Ceci confirme les postulats théoriques. En effet, toutes les recherches s'accordent sur le fait qu'une personne a tendance à utiliser une technologie si elle estime qu'elle assure une performance (Venkatesh et Davis, 2000; Rogers,

1995). De même, une technologie qui est perçue comme facile à utiliser (Venkatesh et al., 2003; McKinney et al., 2002; Davis, 1989) et comme compatible avec les procédures de travail (Wu et al., 2007b; Agarwal et Karahanna, 1998; Rogers, 1995) est une technologie qui sera adoptée. Enfin, un utilisateur qui croit qu'une technologie est digne de confiance et que son utilisation est sans risque l'adoptera très facilement (Bhattacharjee, 2003; Gefen et Straub; 2003).

A l'inverse, les énoncés qui reflètent une attitude négative sont affectés, à un seuil de significativité de 1%, par plusieurs facteurs. Nous constatons que l'attitude négative est principalement déterminée par la confiance dans toutes ses formes et les craintes d'utilisation. De même, elle est affectée par les caractéristiques techniques et fonctionnelles (facilité d'utilisation perçue, la qualité du système, la fiabilité du système, la compatibilité du système) de la technologie et les actions managériales (formation, communication, assistance technique et gestion du projet). Ce constat va dans le sens de la littérature sur l'adoption des SI. En effet, plusieurs recherches s'accordent sur le fait que plus une technologie est bien perçue par rapport à ses caractéristiques techniques, plus elle sera facilement et rapidement adoptée par les utilisateurs (Petter et al., 2008; DeLone et McLean, 2003; McGill et al., 1999). Pour les caractéristiques managériales, plusieurs études suggèrent que l'adoption individuelle dépend non seulement des perceptions, croyances et attitudes de l'utilisateur mais également des stratégies, politiques et actions managériales conduites au sein de l'organisation à laquelle il appartient (Agarwal, 2000; Igarria et al., 1997). En effet, selon Phelps et Mok (1999), le pilotage et la présence de supports organisationnels constituent des mécanismes qui favorisent l'adoption et diminuent le phénomène de la résistance au changement.

5. Conclusion

Notre étude vise à identifier les facteurs qui déterminent l'adoption individuelle de l'e-achat public. L'analyse des données collectées nous a permis de constater que :

- Le comportement d'adoption est le résultat de l'interaction entre plusieurs facteurs qui renvoient à trois acteurs, à savoir l'utilisateur, la technologie et l'organisation. Les personnes ayant une attitude positive envers l'e-achat public mettent principalement l'accent sur les enjeux organisationnels, alors que ceux ayant une attitude négative évoquent à la fois et de manière équivalente les caractéristiques individuelles, techniques et managériales.
- La confiance occupe une place non négligeable dans la décision d'adoption individuelle de l'e-achat. Elle se décline sous quatre formes : la confiance en soi, la confiance envers la technologie, la confiance envers les partenaires et la confiance envers l'organisation.
- Le faible niveau de confiance semble être une cause déterminante du rejet de l'e-achat public.

Les résultats de cette étude bien qu'exploratoire ont permis de juger l'importance des différents facteurs qui influencent le comportement d'adoption de l'e-achat public. Mais, les relations entre ces derniers n'étaient pas étudiées. L'interaction ou l'interdépendance entre les différents facteurs identifiés méritent d'être examinées dans une recherche future.

Par ailleurs, cette étude a identifié la confiance comme un de ces facteurs. La littérature en sciences humaines et sociales suggère la confiance comme un concept central dans toute activité humaine, sociale et organisationnelle. Elle la décrit comme un phénomène complexe et ambigu

renvoyant à plusieurs dimensions et facettes difficilement saisissables. Plusieurs auteurs s'accordent pour dire qu'elle peut jouer un rôle important en termes d'adoption des TIC (Chouk, 2009; Gefen et Straub, 2003; Papadopoulou et al., 2003; Bhattacharjee, 2003; McKnight et al., 2002). En matière d'adoption des applications de l'administration électronique, elle a été identifiée comme l'une des principales pistes des futures recherches (Boughzala, 2011; Bélanger et Carter, 2008; Codagnone et Wimmer, 2007). Pour étudier le rôle de la confiance dans l'adoption de l'e-achat public, nous mettrons en place une étude quantitative auprès d'un large échantillon de praticiens de l'achat public en France.

References

- Agarwal, R. (2000), "Individual Acceptance of Information Technologies" in Framing The Domains of IT Management: Projecting the Future through the past, R.W. Zmud (Eds.), OH: Pinnaflex Press, Cincinnati, p. 85-104.
- Agarwal, R., Karahanna, E. (1998), "On the multi-dimensional nature of Compatibility beliefs in technology acceptance", College of Business, The Florida State University. Disponible en ligne sur: <http://disc-nt.cba.uh.edu/chin/digit98/first.pdf>
- Ajzen, I. (1991), "The Theory of Planned Behavior", Organizational and Human Decision Processes, n° 50, p. 179-211.
- Ajzen, I., Fishbein, M. (1980), "Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior", Englewood Cliffs, New York, Prentice Hall.
- Assar, S., Boughzala, I. (2008). "Empirical evaluation of public e-procurement platforms in France", International Journal of Value Chain Management, 2008, Vol. 2, No. 1, pp. 90-108, Inderscience Enterprises Ltd.
- Assar, S., Boughzala, I. (Eds). (2007), "Administration Electronique : constats et perspectives", Edition Lavoisier.
- Auger, P., Reynaud, E. (2007), "Le rôle de la confiance dans la gestion du risque d'incendie", Revue Française de Gestion, n° 175, p. 159-169.
- Bardin, L. (2001), "L'analyse de contenu", Presses universitaires de France, Paris.
- Beauvallet, G., Boughzala, Y., Assar, S. (2010), "E-procurement, from project to practice: Empirical evidence from the French public sector", in Practical studies in e-government, S. Assar and I. Boughzala and I. Boydens (Eds), Springer Science+ Business Media, New York, pp. 13-27.
- Bélanger, F., Carter, L. (2008), "Trust and Risk in E-Government Adoption", Journal of Strategic Information Systems, n° 17, p. 165-176.
- Belerson, B. V. (1954), "Content analysis, Handbook of Social Psychology", G. Lindzey (Eds), Readings, Addison Wesley.
- Bhattacharjee, A. (2003), "Individual Trust Online Firms: Scale Development and Initial Test", Journal of Management Information Systems, Vol. 19, n° 1, p. 213-241.
- Bof, F., Previtali, P. (2007), "Organizational Pre-Conditions for E-Procurement in Government: The Italian Experiences in The Public Health Care Sector", The Electronic Journal of e-Government, Vol. 5, n° 1, p. 1-10.
- Boughzala, Y. (2011), "Le rôle de la confiance dans l'adoption des systèmes d'information : Cas de l'e-achat public en France", Edition Sarrebruck, EUE.

Boughzala, Y., Bouzid, I., (2010), "Adoption de l'E-achat public et cartographie cognitive : Une étude exploratoire dans une administration française", 15ème colloque de l'AIM, 19-21 mai, La Rochelle, France.

Bourdon, I., Hollet-Haubert, S. (2009), "Pourquoi contribuer à des bases de connaissances ? Une exploration des facteurs explicatifs à la lumière du modèle UTAUT", *Systèmes d'Information et Management*, Vol. 14, n° 1.

Carter, F. J., Jambulingham, T., Gupta, V. K., Melone, N. (2001), "Technological Innovations: A Framework for Communicating Diffusion Effects", *Information et Management*, Vol. 38, p. 277-287.

Chan, J. K. Y., Lee, M K O. (2003), "SME E-procurement adoption in Hong Kong – The roles of power, trust and Value", 36th Hawaii International Conference on Systems Sciences, IEEE Computer Society.

Chouk, I. (2009), "Achat sur Internet: Comment susciter la confiance?", L'Harmattan, Collection Entreprises et Management.

Chu, P. Y., Hsiao, N., Lee, F. W., Chen, C. W. (2004), "Exploring Success Factors for Taiwan's Government Electronic Tendering System: Behavioral Perspectives from End Users", *Government Information Quarterly*, n°21, p. 219-234.

Codagnone, C., Wimmer, M. A. (2007), "Roadmapping eGovernment research: Visions and measures towards innovative governments in 2020", *eGov RTD 2020*.

Corbitt, B. J., Thanasankit, T., Yi, H. (2003), "Trust and e-commerce: a study of consumer perceptions", *Electronic Commerce Research and Applications*, n°2, p. 203-215.

Daft, R. L., Lengel, R. H. (1984), "Information Richness: A New Approach to Managerial Behavior and Management Design", *Research in organizational behavior*, L. L. Cummings and B. M. Staw (Eds), Vol. 6, Greenwich, CT, JAI Press, p. 191-233.

Davis, F. (1989), "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13, n° 3, September, p. 318-340.

Davis, F. (1993), "User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions, and Behavioral Impacts", *International Journal of Man-Machine Studies*, Vol. 38, n° 3, March, p. 475-487.

Delone, W. H., Mclean, E. R. (1992), "Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable", *Information Systems Research*, Vol. 3, n°1, p. 60-95.

DeLone, W. H., McLean, E. R. (2003), "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update", *Journal of Management Information Systems*, Vol. 19, n° 4, p. 9-30.

Donada, C., Nogatchewsky, G. (2007), "La confiance dans les relations interentreprises: Une revue des recherches quantitatives", *Revue Française de Gestion*, n° 175, p. 111-124.

Fishbein, M., Ajzen, I. (1975), "Beliefs, attitudes, intention and behavior: an introduction to theory and research", Mass, Addison-Wesley, Reading..

Ganassali, S. (2007), "Les enquêtes par questionnaire avec Sphinx", Pearson Edition, France.

Garel, G. (2003), "Le management de projet", Editions La Découverte.

Gefen, D., Straub, D. W. (2003), "Managing User Trust in B to C e-services", E-services Journals.

Giddens, A. (1987), "La constitution de la société éléments de la théorie de la structuration", Presses universitaires de France, Paris, trad. de : "The constitution of society", polity Press, Cambridge, 1984.

Gley, P., Walter, J. (2004), "Le processus Achat au service de la performance", AFNORGutman J., Reynolds T., (1979), Ladering theory, method, analysis and interpretation, Journal of Consumer Research, N° 28.

Grover, V., Jeong, S., Segars, A. (1996), "Information Systems Effectiveness: The Construct Space and Patterns of Application", Information and Management, Vol. 31, p. 177-191.

Hardy, C., Williams, S. P. (2008), "E-Government Policy and Practice: A Theoretical and Empirical Exploration of Public E-Procurement", Government Information Quarterly, Vol. 25, n°2, p. 155-180.

Henriksen, H. Z., Andersen, K. V. (2003), "E-procurement adoption: Theory and practice", in Egov 2003, R. Traunmüller (Eds), LNCS 2739, p. 121-124.

Igbaria, M, Zinatelli, N., Cragg, P., Cavaye, A. M. (1997), "Personal Computing Acceptance Factors in Small Firms: A Structural Equation Model", MIS Quarterly, Vol. 21, n°3, p. 279-305.

Jasperson, J. S., Carter, P. E., Zmud, R. W. (2005), "A Comprehensive Conceptualization of Post Adoptive Behaviors Associated With Information Technology Enabled Work Systems", MIS Quarterly, Vol. 2, n°3.

Jubert, F., Montfort, E., Stakowski, R. (2005), "La e-administration, levier de la réforme de l'Etat", Editions Dunod.

Kalika, M. (2000), "Le management est mort, vive le e-management", Revue Française de Gestion, n°129.

Karahanna, E. Detmar, W., Straub, D. (1999), "The Psychological Origins of Perceived Usefulness and Ease-of-Use", Information & Management, Vol. 35.

Klein K. J., Sorra, J. S. (1996), "The Challenge of Innovation Implementation", Academy of Management Review, Vol. 21, p. 1055-1080.

Lajoie, T., Hilaire, L. (2004), "Les marchés publics dématérialisés", Editions Le moniteur.

- Leonard-Barton, D., Deschamps, I. (1988), "Managerial Influence in the Implementation of New Technology", *Management Science*, Vol. 34, n° 10, p. 1252-1265.
- Liljander, V., Gillberg, F., Gummerus, J., Riel, A. V. (2006), "Technology Readiness and the Evaluation and Adoption of Self-Service Technologies", *Journal of Retailing and Consumer Services*, n° 13, p. 177-191.
- McGill, T., Payne, C., Bennett, D., Carter, K., Chong, A., Hornby, G., Lim, L. (1999), "System quality, user satisfaction and end user development", 2nd Western Australian Workshop on Information Systems Research (WAWISR), 27th November 1999, Perth, W.A.
- McKinney, V., Yoon, K., Zahedi, F. (2002), "The Measurement of Web-Customer Satisfaction: An Expectation and Disconfirmation Approach", *Information Systems Research*, Vol. 13, n° 3, p. 269-315.
- McKnight, D. H., Choudhury, V., Kacmar, C. (2002), "Developing and Validating Trust Measures for E-Commerce: An Integrative Typology", *Information Systems Research*, Vol. 13, n° 3, p. 334-359.
- Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie (Minefi), (2004), "Vade-mecum juridique sur la dématérialisation des marchés publics", rapport de la direction des affaires juridiques.
- Moe, C. (2004), "Public e-procurement – determinants of attitudes towards adoption", R. Traummüller (Ed.): EGOV 2004, LNCS 3183.
- Moscarola, J. (2006), "L'équilibrage des systèmes d'information", Cahiers de recherche de l'Université de Savoie, France.
- Nielsen, J. (1993), "Usability engineering", Academic Press, San Diego.
- Orlikowski, W. J., Yates, J. (1994), "Genre Repertoire: The Structuring of communicative practices in organization", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 39, n° 4, p. 541-574.
- Panayiotou, N. A., Gayialis, S. P., Tatsiopoulou, I. P. (2004), "An E-Procurement System for Governmental Purchasing", *International Journal of Production Economics*, n° 90, p. 79-102.
- Papadopoulou, P., Kanellis, P., Martakos, D. (2003), "Designing Electronic Commerce Environments on Trust-Building Principles", *Système d'Information et Management*, Vol. 8, n° 3, p. 55-74.
- Petter, S., DeLone, W., McLean, E. (2008), "Measuring Information Systems Success: Models, Dimensions, Measures and Interrelationships", *European Journal of Information Systems*, n° 17, p. 236-263.
- Phelps, R., Mok, M. (1999), "Managing the Risks of Intranet Implementation: An Empirical Study of User Satisfaction", *Journal of Information Technology*, Vol.14, p.39-52.
- Poole, M. S., DeSanctis, G. (2004), "Structuration Theory in Information Systems Research: Methods and Controversies", in *The Handbook of Information Systems Research*, M. E. Whitman and A. B. Wozzczyński (Eds.), PA: Idea Group, Hershey, p. 206-249.

Porter, L. W., Lawler, E. E. (1968), "Managerial attitudes and performance", Homewood, III, Irwin.

Rogers, E. M. (1995), "Diffusion of innovations", 4^{ème} Edition, The Free Press, New York.

Sam, H. K., Othman A. E., Nordin, Z. S. (2005), "Computer Self-Efficacy, Computer Anxiety and Attitudes Toward the Internet: A Study Among Undergraduates in Unimass", Educational Technology and Society, Vol.8, n° 4, p. 205-219.

Simon, E. (2007), "La confiance dans tous ses états", Revue Française de Gestion, n° 175, p. 83-94.

Tatsis, V., Mena, C., Van Wassenhove, L. N., Whicker, L. (2006), "E-procurement in the Greek Food and Drink Industry: Drivers and Impediments", Journal of Purchasing and Supply Management, n°12, p. 63-74.

Thiéart, R. A. et coll, (2007), "Méthodes de recherche en management", Dunod, 3^{ème} édition.

Thompson, R. L., Higgins, C. A., Howell, J. M. (1991), "Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization", MIS Quarterly, Vol. 15, n° 1, p. 125-143.

Vaidya, K., Sajeev, A. S. M., Callender, G. (2004), "E-procurement initiatives in the public sector: An investigation into the critical success factors", 13rd IPSERA Conference, University of Catania.

Vas, A. (2005), "Explorer la vitesse de propagation du changement au sein des grandes organisations", 14^{ème} Conférence International du Management Stratégique, Angers.

Venkatesh, V., Davis, F. D. (2000), "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies", Management Science, Vol. 46, n° 2, February, p. 186-204.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., Davis, F. D. (2003), "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View", MIS Quarterly, Vol. 27, n° 3, p. 425-478.

Wu, F., Zsidisin, G. A., Ross, A. D. (2007a), "Antecedents and Outcomes of E-procurement Adoption: An Integrative Model", IEEE Transactions on engineering management, Vol. 54, n°3, p. 576-587.

Wu, J. H., Wang, S. C., Lin, L. M. (2007b), "Mobile Computing Acceptance Factors in the Healthcare Industry: A Structural Equation Model", International Journal of Medical Informatics, n° 76, p. 66-77.

Zucker, L. G. (1986), "Production of trust: Institutional sources of economic structure", in Research in organizational behavior, M. Staw and L. L. Cummings (Eds.), 8, JAI Press, Greenwich, p. 53-111.