

**Zeitschrift:** Horizons : le magazine suisse de la recherche scientifique  
**Herausgeber:** Fonds National Suisse de la Recherche Scientifique  
**Band:** - (1998)  
**Heft:** 38

**Artikel:** Shopping virtuel de logiciels  
**Autor:** Weber, Felix  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-556099>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 11.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**



# Shopping virtuel de logiciels

PAR FELIX WEBER

PHOTO MARION LASTIN

Les petites et innovatrices entreprises du secteur informatique ont un problème chronique: leurs salariés sont tellement pris par le travail de développement qu'ils n'ont tout simplement pas le temps de se consacrer au marketing et à la vente de leurs produits. «La maison virtuelle du logiciel» devrait résoudre ce problème.

**C**et automne, une entreprise suisse, émanation du programme prioritaire Structures d'information et de communication, et portant le nom de «InformationObjects», présentera sur Internet une «maison virtuelle du logiciel» ([www.informationobjects.com](http://www.informationobjects.com)). Elle veut offrir aux nombreuses petites et moyennes entreprises informatiques une adresse commune sur Internet, organisée de manière professionnelle et susceptible de prospérer en raison de sa taille et de sa représentativité.

Derrière le nom d'InformationObjects se cachent de solides partenaires du monde de la science et de l'économie. L'Institut

de gestion des médias et de la communication de l'Université de St-Gall coordonne les travaux de recherche relatifs à cette «Virtual Software House», avec le concours des deux Ecoles polytechniques fédérales, de l'Université de Berne et de divers partenaires de l'industrie (notamment Swisscom, AWK Engineering et Ivy Team, de Zoug). Y participe aussi Softnet, une initiative de l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie pour soutenir l'industrie suisse de l'informatique.

InformationObjects n'entend pas fabriquer ses propres produits, mais servir de simple interface entre les fabricants suisses (dans un premier temps) et une clientèle internationale qu'elle espère croissante. L'entreprise veut non seulement réunir fabricants et clients, mais aussi leur offrir l'infrastructure nécessaire pour vendre et acheter leurs produits et leurs services online.

La «maison virtuelle du logiciel» devrait bénéficier d'un triple financement: les fabricants se présentant sous le nom d'InformationObjects doivent payer un loyer fixe; une commission de vente doit être versée pour toute affaire conclue par l'intermédiaire de la plateforme; la troisième source de financement provient d'éventuelles annonces publicitaires. Plus la fréquence des visites sera grande, plus les recettes publicitaires pourront être élevées.

Il ressort d'une enquête menée par l'Institut de gestion des médias et de la communication de St-Gall que le besoin de ce type de plateforme online est grand: les petites entreprises sont intéressées car cela leur permet d'entrer sur Internet par la grande porte sans disperser leurs capacités limitées, et les grandes entreprises veulent être de la partie parce qu'elles ne peuvent pas, pour des raisons de concurrence, se permettre de ne pas figurer sur cette plateforme. ■