This document was translated from English by machine and may contain mistakes. The English original is at https://www.novaracg.com/2026/03/14/the-1998-assumption-behind-most-marketplaces/.

L'hypothèse de 1998 derrière la plupart des marketplaces

Heather Grizzle · March 14, 2026

La plupart des marketplaces supposent encore que des humains parcourent des catégories. Le commerce agentique change la découverte, car les agents IA interrogent des données de confiance structurées plutôt que des vitrines en ligne.

Sommaire

1. Comment le grand magasin est passé en ligne
2. Un schéma qui s'est figé en norme
3. L'hypothèse a aussi façonné les mots
4. Pourquoi la porte d'entrée compte moins

La plupart des places de marché numériques fonctionnent encore aujourd'hui selon une hypothèse architecturale qui remonte aux débuts de l'internet commercial : une personne ouvre un navigateur web, arrive sur une page d'accueil, puis navigue à travers des catégories jusqu'à trouver le produit ou le service dont elle a besoin.

Comment le grand magasin est passé en ligne

Ce modèle est apparu à la fin des années 1990, lorsque les premières plateformes de commerce électronique ont dû résoudre un problème simple mais inédit. Les consommateurs passaient des magasins physiques à un environnement numérique où les stocks n'étaient plus visibles sur des étagères. Pour compenser, les sites web ont recréé la structure d'un grand magasin. Les catégories ont remplacé les rayons. Les pages produits ont remplacé l'emballage. Les menus de navigation faisaient office de panneaux guidant les clients à travers le magasin.

Toute l'expérience était conçue autour de l'exploration visuelle par un utilisateur humain. La page d'accueil faisait office d'entrée principale. Les barres de recherche et les

filtres aidaient à affiner les choix. Les listes de produits affichaient des images, des évaluations et des descriptions qui permettaient à une personne de comparer les options à son propre rythme.

Un schéma qui s'est figé en norme

Au fil du temps, ce schéma de conception s'est figé pour devenir l'architecture standard de presque toutes les places de marché numériques. Les plateformes ont investi massivement dans l'optimisation des éléments favorisant la navigation humaine : moteurs de recommandation, bannières promotionnelles, carrousels de produits et interfaces de recherche de plus en plus sophistiquées. Le succès se mesurait à des indicateurs tels que le taux de clics, le temps passé sur la page, et les tunnels de conversion qui retraçaient le parcours étape par étape d'une personne sur le site.

Même à mesure que la technologie progressait, l'hypothèse sous-jacente a rarement changé. La place de marché était toujours imaginée comme un lieu où l'on « entrait », un peu comme on entrerait dans un magasin. La découverte commençait par une page d'accueil et se déployait à travers une navigation visuelle.

La place de marché était toujours imaginée comme un lieu où l'on « entrait », un peu comme on entrerait dans un magasin.

L'hypothèse a aussi façonné les mots

Cette hypothèse a façonné non seulement la conception des interfaces utilisateur, mais aussi la manière dont les services et les produits étaient décrits. Les annonces étaient rédigées avant tout comme un contenu marketing destiné à convaincre un lecteur humain. Les qualifications, les capacités et les garanties étaient souvent intégrées dans des descriptions narratives plutôt que présentées sous forme d'informations structurées.

Pendant plus de deux décennies, cette approche a fonctionné car l'acheteur, le processus d'évaluation et la décision finale étaient tous guidés par l'humain. La plateforme existait pour guider une personne à travers une séquence de choix visuels jusqu'à l'achat.

Pourquoi la porte d'entrée compte moins

Mais cette architecture reflète un monde où les humains effectuent eux-mêmes toute la découverte. À mesure que des agents logiciels autonomes commencent à participer à la recherche et aux achats, l'hypothèse selon laquelle chaque transaction commence par une personne cliquant sur une page d'accueil s'affaiblit. La « porte d'entrée » de la place de marché, autrefois le point d'accès central du commerce numérique, devient moins importante lorsque la découverte peut s'effectuer par des requêtes structurées plutôt que par une navigation visuelle.

> **L'HYPOTHÈSE HÉRITÉE**
>
> Presque toutes les places de marché supposent encore que la découverte commence par un humain sur une page d'accueil, naviguant visuellement vers une décision.

> **TIPS**
>
> Know something about a sign language AI system that the public should know? Send it to tips@novaracg.com. Every tip is read by me and kept confidential. If you work in the UK, writing to us is not by itself a protected disclosure under the Public Interest Disclosure Act 1998, so before you share employer information, check your options with Protect (protect-advice.org.uk), the free whistleblowing advice line.

Comment citer

Grizzle, H. M. (2026, March 14). L'hypothèse de 1998 derrière la plupart des marketplaces. Novara Consulting Group. https://www.novaracg.com/fr/2026/03/14/the-1998-assumption-behind-most-marketplaces/