

# POLITIQUE INDUSTRIELLE DE L'INTÉ

LE 18 MAI 2009 PIERRE BELLANGER

L'Internet est la mise en relation des intelligences informatiques. La connexion au réseau accroît l'utilité et le potentiel de ce qui s'y connecte. L'Internet est le principal levier de création de valeur des temps modernes. Cette propriété de multiplicateur de valeur fait de l'Internet un agent de mutation de l'économie : ce qui s'inscrit dans [...]

L'Internet est la *mise en relation des intelligences informatiques*. La connexion au réseau accroît l'utilité et le potentiel de ce qui s'y connecte. L'Internet est le *principal levier* de création de valeur des temps modernes.

Cette propriété de *multiplicateur de valeur* fait de l'Internet un agent de mutation de l'économie : ce qui s'inscrit dans la dynamique Internet croît, ce qui ne s'y couple pas décroît.

C'est vrai pour les industries, c'est donc un *enjeu industriel* ; c'est vrai pour les pays, c'est donc un *enjeu national*.

La régulation des adresses et des protocoles du réseau, comme les micro-processeurs des machines, sont sous dominance nord-américaine. Sont du ressort des nations le déploiement du *réseau physique* sur leurs territoires respectifs, d'une part, et l'émergence de *acteurs nationaux* de l'Internet d'autre part.

La principale industrie de l'Internet est le *code informatique*. Le code informatique des services en ligne et des interfaces devient de moins en moins substituable au fur et à mesure que nous y investissons en apprentissage, en intégration de nos préférences, en formatage de nos données et qu'une masse d'utilisateurs avec lesquels échanger se constitue. A contrario, les machines, la bande passante qui supportent ces services sont ramenées au rang de commodités interchangeables. Ce fut le destin du PC dont la valeur est passé de la machine au logiciel d'exploitation Windows. Le code se place au *sommet de la chaîne de valeur* qu'il concentre à son profit.

Les industriels de l'Internet sont des *industriels du code*. Que cela soit Microsoft ou Google, ils fondent leur stratégie sur la constitution d'une *plateforme globale de services en ligne*. Ce qu'ils réalisent à partir d'une première application à succès, le moteur de recherche dans le cas de Google, le système d'exploitation dans le cas de Microsoft.

Le principe de la plateforme globale est de constituer l'*intermédiation électronique entre les utilisateurs et l'information*. Informations dont les utilisateurs sont à l'origine, informations qu'ils recherchent ou reçoivent. En d'autres temps, on appellerait cela un téléphone. Ainsi, l'ordinateur personnel, d'abord machine de traitement de l'information quand il était déconnecté, devient principalement un *terminal de télécommunications* quand il fut connecté. C'est la différence entre une calculette et un récepteur-émetteur de courrier électronique comme le BlackBerry.

L'industrie du code *capte la valeur des réseaux de distribution traditionnels* : la valeur ajoutée de la distribution physique devient la valeur ajoutée du service informatique de distribution numérique : la valeur passe du CD en plastique à iTunes, le service en ligne d'achat de musique de l'iPod ; de même la valeur passe du réseau de librairies nord-américain Borders, désormais en quasi-faillite, à Amazon, le libraire en ligne.

L'industrie du code *capte la valeur des médias* : une page de résultat de recherche par mot-clé sur Internet est le support de liens publicitaires en relation avec le mot tapé. Cette page a une audience et des revenus publicitaires : c'est un média.

L'industrie du code capte la *valeur des télécommunications* : le public accordera de plus en plus de la valeur aux services (Skype) et aux interfaces (iPhone) au détriment de l'interconnexion et de la bande passante devenus interchangeables.

L'industrie du code *captera la valeur de la bancarisation* par des services nouveaux d'intermédiation financière et de tiers de confiance à l'instar du service de paiement Paypal.

Il faudrait citer bien d'autres industries concernées du jeu à l'automobile, peu de secteurs *échappent à la captation de la valeur par le code*.

Les industriels du code interviennent en croisant les services et les fonctionnalités de telle manière à *constituer progressivement des offres globales*. L'orientation actuelle conduit ces

grands acteurs à *privilégier les services en ligne* financés par la publicité ou bien l'abonnement, plutôt que la vente à l'unité de logiciels résidents dans la machine de l'utilisateur.

D'ores et déjà, les *États-Unis* disposent d'acteurs majeurs dans ce secteur. Ces derniers jouent le rôle d'intégrateurs de services en ligne. Ils constituent autour d'eux un *écosystème* de sociétés en croissance qui se destinent soit à s'allier, soit à être absorbées par l'un ou l'autre des géants du secteur.

L'Europe et la France en particulier, dispose de sociétés prometteuses mais manquent d'un tel écosystème et notamment de son porte-avion : *l'industriel de l'Internet*.

Cette carence est grave. Car le *passage d'une chaîne de valeur à une autre* et un passage de relais d'une souveraineté à une autre : du monde agricole au monde industriel ; du monde industriel au monde informationnel. Que serait la France aujourd'hui, si elle n'avait été, il y a deux siècles, sur la ligne de départ de la révolution industrielle ?

Peut-on laisser, en fait, des acteurs étrangers dominer la chaîne de valeur de demain sans y perdre de notre richesse, de notre autonomie et de notre liberté ? La puissance et l'avance des États-Unis ne peuvent laisser le seul jeu du marché résoudre cette question. L'intervention de la puissance publique pour affirmer une politique et faciliter l'émergence de cet *écosystème informationnel français* est nécessaire.

C'est donc *l'alliance entre une volonté publique et l'initiative privée* qui est la clef de la naissance d'au moins un industriel de l'Internet en France susceptible de rivaliser avec la compétition américaine.

La création d'un Ministère destiné à piloter notre *politique Internet* constitue une avancée décisive pour coordonner ce projet.

Compte-tenu des capitalisations boursières et des métiers, les meilleurs candidats à cette mission sont les *opérateurs de télécommunications* et au premier rang, le premier d'entre eux.

Un champion de l'Internet, d'une part, *agrègera à lui les meilleures entreprises Internet nationales* en phase avec le développement d'une plateforme globale de services en ligne, et, d'autre part, amplifiera ses *investissements dans le code informatique* jusqu'à constituer une alternative.

Il ne s'agit pas d'employer des moyens afin de s'isoler en créant des standards nationaux - comme parfois jadis - mais bien au contraire d'utiliser les *logiciels en sources libres* (Linux par exemple) pour proposer des *services mondiaux sur le réseau global*. La domination de Microsoft était jugé comme insurmontable jusqu'à ce qu'une start-up, Google, démontre le contraire. Ce qu'une start-up a fait, un opérateur de télécoms peut le faire.

Cette prise de conscience de la nouvelle chaîne de valeur de la société informationnelle et de l'émergence de champions peut s'exprimer sur une *dimension européenne*. Ce qui est valable pour la France est valable pour chaque membre de l'Union et a fortiori pour la Communauté toute entière. Celle-ci pourra favoriser des partenariats entre opérateurs de télécoms pour atteindre ce but.

(billet publié le 16 juin 2008 **sur Skyrock**)

## IMATH

le 19 mai 2009 - 0:53 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Vision très intéressante. En même temps je ne suis pas en accord avec toi sur la nécessité de promouvoir (ou de compter sur) une entreprise de télécommunication.*

*Google a vu le jour parce que deux universitaires de Stanford souhaitaient rendre l'Internet plus accessible à tous (PageRank – Search). La publicité contextuelle a permis de monétiser cette idée et d'assurer un ROI aux business Angels de l'époque. Désormais, elle est la source de financement de toutes les innovations du géant du Search. De sorte que beaucoup de services sont atomisés puisque la puissance de google est de les proposer gratuitement en apparence (contre des publicités en réalité). Mais ce modèle de développement est intéressant car il ne fait pas supporter les coûts sur l'utilisateur/contributeur mais sur l'annonceur : celui qui va profiter éventuellement de l'utilisation.. On pourrait en dire beaucoup sur google (open source, api gratuite...).*

*Je pense que cette approche (à l'opposé de Microsoft et je pense d'un opérateur de téléphonie) est la bonne manière de procéder en profitant des gisements créatifs en interne (Google News a été développé sur le temps libre d'un des ingénieurs google) et externe : google code..*

Microsoft ou Adobe d'ailleurs commencent à comprendre et ouvrent leurs formats tout en tentant de séduire une communauté de développeurs.

Je ne suis pas certains qu'un modèle basé sur la fourniture d'un moyen de communication contre rémunération qui a la réputation de ne rechercher que le profit et non la construction collaborative puisse attirer autant et rivaliser avec les géants d'Outre Atlantique.

Les champions français ou européens de demain seront des codeurs fous dans leur garage qui auront une idée et sauront la valoriser. La Politique industrielle dans ce domaine doit être de permettre l'éclosion de ces talents.

Je ne suis pas certains que cette politique consiste à subventionner ou à permettre des rapprochements d'opérateurs qui tronqueraient la concurrence.

La compétition permet l'innovation pour rechercher l'avantage concurrentiel.. Tout miser sur un opérateur reviendrait à autoriser un monopole de fait et en définitive, c'est l'utilisateur/contributeur qui serait perdant.. Car faute de choix, il serait obliger de payer le prix...

Tous créateurs de valeur !

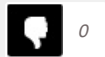
++

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

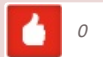
### PIERRE BELLANGER

le 25 mai 2009 - 18:17 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Merci imath. Ce modèle de financement indirect par la pub, et direct par le temps dispo des équipes, qu'a mis en place Google est super. Mais, il concerne -pour le financement indirect – des micro-structures et des micro-budgets. C'est tant mieux mais ce n'est pas suffisant. Pour que l'argent s'investisse sur Internet, il faut lui garantir une sortie rentable et cette sortie c'est l'entrée en Bourse ou l'intégration a un groupe industriel. Il n'y a pas d'industriel de l'Internet en France. D'où ma réflexion que ce rôle soit joué par nos industriels des télécoms dont le destin est de s'orienter vers le code et les services, nouveaux concentrateurs de valeur des réseaux. Stratégiquement cela se tient mais, concrètement, cela se heurte aujourd'hui à certains aspects de la culture télécom actuelle, réticente à l'Internet. Ce blocage est cependant, probablement, temporaire : le changement de génération et les circonstances nouvelles rapprocheront organiquement les industriels les plus agiles. Une politique des services Internet est nécessaire, préservant l'innovation et la compétition, c'est le nid et la piste d'envol des "codeurs fous"

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### 1 ping

l bertrandkeller le 18 mai 2009 - 11:00

[...] Une politique industrielle de l'Internet par Pierre Bellanger. S'abonner aux commentaires Commentaire | Trackback | Tags : [...]