

WEB ISN'T DEAD, IT'S THE ECONOMY, STUPID !

LE 19 AOÛT 2010 ALEXIS MONS

Le faux débat provoqué par Chris Anderson continue de provoquer des réactions. Pour Alexis Mons, le web n'est pas mort, il a simplement perdu de son importance dans les affaires. Une simple question de moyens, donc.

Le web est mort, c'est la discussion du moment. Elle était **préméditée**, est arrivée **à l'heure** et déclenche **le débat**. Mais de quel débat on parle ? Tout ceci me paraît un peu artificiel, en tout état de cause plus proche de **considérations de légistes** que de projections sur l'avenir ? **Le web n'est pas mort**, il est juste devenu moins intéressant dans le business. Faire un site web quand on veut développer du business est devenu une mauvaise réponse, tout au moins une partie secondaire de la réponse.

Qu'est-ce qu'on nous apprend que nous ne savions pas déjà ? La réponse est RIEN

Que le mobile tend à devenir la plateforme d'usages majoritaire dans l'avenir proche ? C'est déjà **dans le tuyau**, on attend juste que ça arrive.

Qu'il y a un déplacement manifeste du web « classique », donc du marché du search, vers [ce qu'on appelle à tort] les médias sociaux ? Ça aussi **c'est en train de se faire**.

Alors ok, c'est **Chris Anderson qui dit que la page s'est tournée** et il faut sans doute ce genre d'autorité pour que le message soit bien reçu et que cela nous aide, travailleur de l'ombre, à enfoncer le clou auprès de clients qui continuent à penser que leur stratégie se résume à **refaire un site corp.** (non, je ne parlerai pas de France.fr) ou un jeu-concours sur Facebook, comme les copains. C'est très bien que ce soit dit. **Rendons grâce, il le fallait.**

Capture d'écran 2010-08-19 à 10.41.24



J'aime bien le petit tableau avant/après d'Anderson. Il me rappelle les Web 1.0 vs Web 2.0 du bon vieux temps. Comme ceux-là, je ne l'aime pas car il nous enferme dans des idées grossières et dangereuses, il nous enferme surtout dans des outils. Il me semblait qu'on avait tous compris que le futur du web 2.0 ce n'était pas le web 3.0, mais changer le monde. Raté.

Les apps sont un grand succès, mais le navigateur n'est pas mort. Il a déjà vaincu les widgets et gadgets de bureau, qui sont elles les grandes victimes des apps de console de commodités portable et configurables que sont devenus nos téléphones. Les apps sont des commodités, des choses que l'on adopte. Le vrai changement n'est pas le navigateur, c'est l'ordinateur. **D'autres que moi ont fort bien dit que smartphones et autres tablettes sont la mort de l'informatique personnelle et domestique**, que l'ordinateur est (re)devenu un outil de travail, une machine complexe pour gens compétents. Les apps, c'est simple et ça ma grand-mère s'en sert et sait à quoi ça lui sert.

Parler d'abonnement, installation ou souscription en lieu et place de syndication n'est que de la sémantique. Du moment que c'est l'utilisateur qui prend la décision de s'approprier le service, peu importe la nature de cette appropriation. Les gens ne portent pas de valeur à la technologie. Ils s'en servent, elles les sert, et s'il y a mieux ou que ça ne marche pas autant qu'ils le souhaitent, ils en changent. Les geeks, c'est fini, place à des masses qui n'ont aucun mysticisme de la technologie.

Que l'on soit passé du free au freemium est un défonçage de porte ouverte. Chris Anderson ne fait même pas sa propre pub, il ne fait que constater que le freemium est le

modèle gagnant de l'après-crise. Ceux qui découvrent l'information ont certainement du rester déconnectés dans les dix-huit derniers mois. L'innovation, elle est maintenant dans **l'après-freemium** !

Non, **la seule vraie chose pertinente, c'est du passage des !! à ?? derrière Google.** Pourquoi ? parce que ça parle marché, économie, la seule chose qui compte !



On le sait bien, **Google a perdu la bataille du web social. Les grands réseaux l'ont gagné** et celui du monde occidental s'appelle Facebook.

Google a failli perdre celle de la mobilité, mais il a réussi à se placer avec Android. Il est donc toujours là dans le mobile, avec quand même une question sur les apps et la monétisation de son économie du lien, car le search reste une simple commodité parmi d'autres sur cette plateforme.

Il faut donc souhaiter à Google que le web ne soit pas mort, car c'est après-tout son cœur de business. Si on se dit que le web a perdu la position en terme de fidélisation et de commodité (apps) et que les plateformes sociales ne sont plus du web mais une surcouche et des environnements cross-platforms, **le web n'est presque plus que du search** vers du contenu ou des plateformes. Normal que les comptes de Google soient bons, malgré la crise. Normal que les Ads se portent bien.

Google est révélateur du changement car il est **bousculé sur ses fondamentaux**. Le web n'est pas mort, mais il n'est plus l'alpha et l'omega des usages de l'internet. Chris Anderson a bien choisi son titre. Nous assistons à une nouvelle relecture de la nouvelle économie, où c'est la modification du terrain de jeu par l'extérieur qui remet en cause les positions. Google était indétrônable sur le web, mais si le web est remis en perspective, ce n'est plus le même jeu.

Le seul vrai marché est celui des usages, il vit d'innovation pure, sans distinction de hard, de soft ou de plateforme. Comme je le disais en introduction, c'est une erreur de raisonner en outil, en système ou en ce que vous voulez, la seule chose qui est sûre, ce sont les usages et à travers eux le sens que les gens donnent aux choses.

Le web n'est pas mort, il est juste ramené à ce qu'il est : un moyen parmi d'autres, dans une palette toujours plus riche et étendue de modalités pour faire des choses pour nous les hommes. C'est ça l'histoire de l'internet, l'extension du champ des modalités. Vive l'internet et à travers lui un nouvel art de vivre et un vivre ensemble que nous construisons chaque jour loin d'institutions qui n'ont pas compris et d'une économie qui a encore du mal à l'entendre.

Le vrai débat, il est sur les valeurs et la manière de **créer de la confiance** et un environnement fructueux de business et de relation entre les clients/usagers et les marques/entreprises/acteurs qui veulent avoir de la relation/business/engagement avec eux.

Article initialement publié sur 'Paroles d'Expets', un blog du Groupe Reflect

Illustrations CC FlickrR par **Laughing Squid, anitakhart, mischiru**

2 pings

Les tweets qui mentionnent Web isn't dead, it's the economy, stupid ! » Article » OWNI, Digital Journalism -- Topsy.com le 19 août 2010 - 13:46

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Wallaey's Audrey, Frederic de Thier, Otto Von Früt, Pascalou974, Owni et des autres. Owni a dit: [#owni] Web isn't dead, it's the economy, stupid ! <http://goo.gl/fb/Ymo1K> [...]

Michael Benaudis Newspaper - Breaking News, World News ; Multimedia le 20 août 2010 - 2:17

[...] est mort » ? Bizarre, son cadavre bouge encoreRue89Faut-il enterrer le Web ?Le MondeClubic -Owni -Slate.fr15 autres [...]