



IDC et les DSI passent au Web 2.0 – 1/2

J'ai assisté à une partie de l'European IT Forum d'IDC qui avait lieu à Paris les 25 et 26 septembre 2006. Cette année, le thème de la conférence était "**Innovation : a strategy for growth in a shrinking world**". Thème bien à la mode.



J'ai surtout apprécié l'irruption du Web 2.0 dans cette conférence avec les interventions remarquées de Chris Anderson, rédacteur en chef de Wired, et auteur de "The Long Tail", fourni gracieusement aux participants, et de Jimmy Wales, le fondateur de Wikipedia. J'imagine encore l'air éberlué de nombreux DSI assistant à ces présentations et se demandant ce qu'ils pouvaient en retenir pour la conduite de leurs affaires! Voir IDC introduire ces nouveaux concepts de l'entreprise ouverte, du partage de l'information, des Wikis, du rôle des consommateurs était plus que rafraichissant. C'est l'acceptation explicite du rôle de la convergence numérique, du grand public et des phénomènes associés dans les stratégies informatiques des entreprises. Et cela nous éloigne des sempiternels business process reengineering, CRM/ERP/SCM, problématiques de déploiement et de sécurité, de réduction des coûts et de relations fournisseurs. Qui restent malgré tout au coeur des préoccupations des DSI!

On trouvait dans les intervenants de cette manifestation une brochette VPs de fournisseurs de technologies "sponsors" : Intel, HP, SAP, AMD, Siemens, Hitachi et Xerox. Pas de personnalité connue mais des intervenants de bon niveau. Il n'y avait personne de chez Microsoft car l'éditeur n'était pas sponsor cette année et le précédent intervenant n'y avait pas fait des merveilles en 2004. Et ni IBM, ni Symantec, ni Oracle, ni Sun, comme on a pu les voir d'autres années. Pression sur les budgets marketing oblige!

Cet événement européen avait généré 750 inscrits dont 250 français donc probablement environ 600 participants. Il avait lieu au Méridien Montparnasse, comme d'habitude. Chose maintenant courante, la vidéo dans la salle des plénières était un système d'affichage panoramique. Il utilisait deux projecteurs Barco générant une image unique par raccordement numérique, et un système de mixage **Encore** de la même marque permettant d'intégrer des images vidéos et de 6 PC (photo ci-dessous de la table de mixage vidéo version haut de gamme).



Je vais ici faire un récap dans l'ordre chronologique de ce qui m'a le plus marqué dans les interventions. Comme dans d'autres comptes rendus, je mettrai mes commentaires personnels en italiques.

Patrick McGovern – Chairman d'IDG, la maison mère d'IDC

Ce fut une introduction de circonstance avec un rappel des plus classiques de l'histoire de l'informatique (du mainframe à la micro à l'Internet à la mobilité). Les "top execs" n'échappent pas à ces poncifs. Mais on le pardonnera car c'était bref.

Son introduction présentait cependant quelques données intéressantes: la consommation informatique se répartit en valeur à 34% en Europe et 38% aux USA, mais côté télécoms, c'est à l'envers avec 31% en Europe pour 28% aux USA, avec des totaux respectifs de \$940B et \$970B. *Intéressant! Est-ce à dire que les prix des télécoms sont trop élevés en Europe du fait d'acteurs dominants dans chaque pays? Ou qu'il y a réellement plus de consommation?*

Jeff Sampler, professeur de stratégie et technologie à Oxford

Cet anglais brillant était le monsieur loyal des deux journées. J'ai surtout noté au début son anecdote sur la relativité de la perception du temps en fonction des cultures. Quand on est à Londres et que l'on demande l'heure à quelqu'un à Heathrow, un Suisse répondra "8h47", un anglais "environ 9h", et un indien, "monday"... :). So true!



John Ganz, patron de la recherche d'IDC

Avec une présentation au titre tonitruant "The coming IT shockwave". Tonitruant car cette "vague de changement" est une constante dans l'industrie informatique depuis plus de 40 ans.

Il évoque les grandes priorités du moment pour les DSI: complexité, sécurité, dépendance des business units, gestion des ressources humaines, appropriation des nouvelles méthodes de développement d'application. Et puis côté technologies : software as a service, l'open source, service oriented architectures et applications composites.

Il définit ensuite la convergence comme le mariage de l'informatique et des télécoms. *Définition que je trouve un peu étriquée, sachant que personne n'a une version bien claire de cette définition comme ici dans Wikipedia. La convergence n'est-elle pas simplement liée à la dématérialisation sous forme numérique de tous les contenus? Et les conséquences sur leur transport (via télécoms), leur stockage, et la diversification des usages et des appareils pour les exploiter?*

Et surtout, l'explosion à venir du nombre de transactions du fait de la mobilité et de la croissance exponentielle du nombre d'objets connectés (RFID ou pas). Elles passeront de 24 milliards en 2005 à 800 milliards en 2015. Le tout influencé par le poids de la convergence numérique et des innovations provenant de ses usages dans le grand public.

Chris Anderson, rédacteur en chef de Wired

C'est le pape de la "long tail" (terme qui n'est pas traduisible de façon convenable...).

Avant les mass media, et depuis les débuts de l'humanité, la culture était fragmentée géographiquement. Les moyens de diffusion "broadcast" (radios, télé, cinéma, Internet des débuts) ont généré des marchés de masse défragmentant la culture. Les nouveaux moyens de diffusion (Web 2.0, hyperchoix dans les médias) génèrent une refragmentation des médias et des contenus et l'émergence de cette "long tail" qui représente la moitié du potentiel commercial des contenus. L'espace "étagère" devient infini sur le Web, permettant de valoriser les contenus auparavant masqués.

Il donne comme exemple la fin des "hit albums" dans le domaine musical. Les ventes des "hits" sont en

décroissance depuis 2000. *Tout du moins en termes de ventes officielles! Est-ce que l'analyse est orientée "sortie de caisse" ou "écoute"... ?*

D'où l'importance pour les entreprises de bien valoriser l'intégralité de leurs catalogues, y compris des produits anciens, et de permettre un choix de plus en plus large pour les consommateurs.

Cinq leçons à retenir:

- Faire la différence entre distribution limitée et goûts partagés
- Chaque individu dévie de la masse d'une manière ou d'une autre
- "One size doesn't fits all" (que je ne sais pas traduire correctement)
- Le meilleur n'est pas nécessairement ce qui génère la meilleure audience (*n'est-ce pas TFI?*)
- On passe du marché de masse à une masse de marchés niches.

Et pour résumer: "Small is new big, many is new few".

Puis s'en suit une discussion en format "table ronde":

Chris Anderson donne l'exemple de la bière dont le choix a doublé dans les supermarchés aux USA. *Et d'ailleurs également en France. Et pourtant, c'est du brick & mortar. Cet hyperchoix a été décrit il y a bien longtemps, notamment par le spécialiste de prospective André-Yves Portnoff en 1986 dont je lisais les publications aux débuts de ma vie professionnelle et que j'ai rencontré bien plus tard!*

Les grandes entreprises deviennent de plus en plus des agrégateurs. *C'est effectivement le cas dans certaines industries, comme dans la pharmacie ou les médicaments sont créées par des laboratoires indépendants et commercialisés par les grandes marques. Cela explique aussi indirectement la recrudescence d'acquisitions comme chez Microsoft et Google. Mais ceci n'entre-t-il pas en contradiction avec la réduction du nombre de fournisseurs de technologies pilotée par les DSI? Est-ce que cette réduction n'est pas une forme de barrière à l'introduction d'innovations technologiques dans les grandes entreprises?*

La Long Tail et le Web 2.0 créent une opportunité de renaissance des PME. On passe d'un business local de commodités à des business spécifiques et globaux.

Vous en saurez plus en lisant le livre et le **blog** qui va avec.

::amazon("1401302378")::

L'analyse sur la "Long Tail" mérite une encyclopédie à elle toute seule. Elle est intéressante mais présente quelques limites sur certains marchés. Notamment celui des contenus dont les coûts de production peuvent grandir avec les exigences du métier et des audiences. C'est le cas de l'industrie du cinéma dont les "blockbusters" coûtent de plus en plus cher, ce qui favorise les grosses productions elles-mêmes associées à des budgets marketing conséquents nécessaires pour rentabiliser ces investissements. Certes, on a parfois des surprises comme les succès à faibles budgets comme "Blair Witch" ou les films de Robert Rodriguez. Mais la disponibilité de catalogues de films étendus sur le câble, le satellite ou sur Internet (BitTorrent) ralentit-elle vraiment ce phénomène de concentration de l'audience sur les blockbusters? A-t-on des données là-dessus? L'autre facteur limitant dans cette industrie est le temps nécessaire pour visionner un film. Ce temps n'est pas infini. Autre phénomène de concentration, celui que l'on constate dans l'open source. Il y a beau y avoir des dizaines de projets open source dans SourceForge, il y a peu d'élus largement utilisés. Et dans

certains domaines, des acteurs industriels captent des portions significatives de leur marché: RedHat avec plus de la moitié des parts de marché dans les serveurs Linux, MySQL qui est largement dominant dans les bases de données open source, l'omniprésent PHP. Donc, les environnements les plus ouverts n'échappent pas aux phénomènes de mode, de concentration et d'économies de réseaux. C'est une des limites au raisonnement de la Long Tail.

Frank Gens, Senior VP Research IDC

Qui positionne le Web 2.0 surtout par le biais des innovations technologiques : RSS, Ajax, XFN – les métatags de définition de relations avec un URL, le framework RAILS, LAMP. *Sans d'ailleurs expliquer de quoi il s'agit. Combien de DSI savent ce qu'est RAILS?*

Dans une table donde qui suivait, un avis sur les pôles de compétitivité français était donné par un intervenant anglais. Il les voit surtout au travers de Grenoble, placé par lui au niveau de Cambridge. Il pense qu'il faut renforcer le succès là où il intervient. *C'est intéressant car la France a au contraire cherché à répliquer le succès de Grenoble qui fonctionne bien avec le pôle de microélectronique et le CEA-LETI, STM et SOITEC. Et a donc créé 67 pôles avec une dispersion étonnante! Le contraire d'une focalisation.*

C'était pour moi la fin de cette première journée. J'ai loupé des sessions plus traditionnelles dédiées notamment aux télécoms et à la convergence voix-données. Suite au prochain post.

Cet article a été publié le 27 septembre 2006 et édité en PDF le 17 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>