



1810
2010

200 ans d'histoire du corps des Mines



CGIET
CONSEIL GÉNÉRAL
DE L'INDUSTRIE
DE L'ÉNERGIE
ET DES TECHNOLOGIES

**Quelle économie numérique, quelle société
numérique en 2030 ?**

**L'évolution de la notion de valeur
dans les réseaux et services**

Jean-Charles Hourcade
Académie des Technologies
23 juin 2010

L'évolution de la notion de valeur dans les réseaux et services

- ❖ **Accès aux réseaux et services de nouvelle génération via les réseaux large bande Internet et téléphonie mobile**
 - au détriment des réseaux radio et télédiffusion hertziens et des supports physiques (papier, DVD...)
- ❖ **L'utilisateur Internet considère normal d'y accéder gratuitement**
 - Retour en arrière difficile
- ❖ **L'accès aux services mobiles reste généralement payant, mais grâce au contrôle de l'accès par les opérateurs**
 - Permet de protéger le financement de l'écosystème
 - mais l'évolution des technologies conduira au développement d'offres alternatives concurrentes

L'évolution de la notion de valeur dans les réseaux et services

Dans une économie d'offre pléthorique, l'audience est le critère ultime de reconnaissance de la valeur, sanctionnée par le financement par la publicité

- ❖ **Modèle déjà existant en TV et journaux gratuits...**
- ❖ **Généralisation → nouvelle "économie de l'attention", avec effets générationnels amplificateurs**
- ❖ **→ stratégies de marketing indirect, recommandations, analyse de préférences, réseaux sociaux**
- ❖ **Effet « boule de neige » , « winner takes all »**

L'évolution de la notion de valeur dans les réseaux et services

La généralisation du modèle gratuit/publicité pose question :

- ❖ Quid du paiement des coûts d'infrastructure et de transport de l'information (débat "Net Neutrality")
- ❖ Quid du paiement des droits sur les contenus dont la production nécessite financement (controverses sur le piratage sur Internet)

Risques majeurs sur le financement de la R&D

- ❖ Distance croissance entre vecteurs de valeur des services et technos de base, dont la maîtrise restera stratégique !
- ❖ Risque de dispersion d'une R&D opportuniste et papillonnante
- ❖ Ne pas oublier le Hardware et l'ingénierie Systèmes...

L'évolution de la notion de valeur dans les réseaux et services

Il est donc essentiel de revenir sur la notion de « valeur »

- ❖ **l'alignement de tous les services sur un modèle de valeur exclusivement basé sur la monétisation publicitaire ou sponsorisée de l'audience n'est pas viable**

→ Nécessité urgente de "re-légitimer" la reconnaissance de la valeur par un paiement, dans une concurrence assumée avec des modèles gratuits

Approches possibles : combiner

- ❖ **une composante gratuite visant la maximisation d'audience**
- ❖ **la promotion d'offres « premium » payantes (modèle retenu par la presse et l'édition)**
- ❖ **des composantes de service fortes et reconnaissables...**

L'évolution de la notion de valeur dans les réseaux et services

Facteurs clefs de succès :

❖ la facilité (et la sécurité) du modèle de paiement en ligne :

- abonnements, micro-paiements, facturation déportée sur flux de facturations pré-existants (→ accords stratégiques)

❖ la pertinence des stratégies de promotion des offres payantes

- marketing spécifique, référencement, « valorisation » spécifique des contenus premium, voire « éloge du payant »

❖ la qualité intrinsèque et la « valeur objective d'usage »

- Retour aux fondamentaux... mais avec exigences accrues du fait de l'intensification concurrentielle

L'évolution de la notion de valeur dans les réseaux et services

Ces tendances devront être intégrées par les acteurs tout au long des chaînes de valeur :

- ❖ **pour les concepteurs de nouveaux services : élever la «valeur d'usage» → disponibilité à accepter un paiement**
- ❖ **pour les designers : privilégier le « cross-media » et le référencement croisé des supports et des services**
- ❖ **pour l'industrie du logiciel : outils permettant l'analyse en temps réel des situations, la génération des recommandations, la mesure d'impact, l'adaptation en permanence des offres**
- ❖ **pour les régies publicitaires et les annonceurs : analyses fines d'audience et de comportements**

L'évolution de la notion de valeur dans les réseaux et services

Risque : une concentration excessive du secteur, bloquant l'innovation et introduisant des distorsions majeures

❖ **Maîtrise déjà considérable de Google sur marché publicitaire**

Réponse : combiner innovation et régulation...

Vers un nouveau système de valeurs, alliant

❖ **foisonnement des offres**

❖ **intensification de la pression concurrentielle**

❖ **compétition pour l'audience**

❖ **exigence accrue de qualité**

❖ **imposition sans faiblesses de nouvelles règles du jeu**



1810
2010

200 ans d'histoire du corps des Mines



CGIET
CONSEIL GÉNÉRAL
DE L'INDUSTRIE
DE L'ÉNERGIE
ET DES TECHNOLOGIES



CGIET
**CONSEIL GÉNÉRAL
DE L'INDUSTRIE
DE L'ÉNERGIE
ET DES TECHNOLOGIES**

www.bicentenaire-mines.org

www.cgiet.org