

EBOOKS

► Même si leur essor risque d'être très lent

# Les fabricants de livres électroniques sont très confiants dans leur avenir

Les analystes ne prévoient pas les premiers bénéfices avant deux ou trois ans en Europe.

Claude Casteran

Les fabricants de livres électroniques, conscients d'embarquer vers une «terra incognita», ont confiance dans l'avenir même si leur essor, qui intervient en France en pleine reprise du marché du livre traditionnel, risque d'être très lent. Quelque 60 personnalités d'Europe et des États-Unis, réunies jusqu'à hier soir au Salon du livre de Paris pour le premier «sommet européen sur l'eBook», réfléchissaient à l'avenir du livre électronique, terme générique désignant la lecture sur écran d'ouvrages téléchargeables sur internet et qui pourrait se définir comme une minilibibliothèque portable. Devant un public trié sur le volet, ils se sont penchés sur des questions comme la sécurisation des données (pour éviter le piratage), les

droits d'auteurs, l'évolution des «assistants personnels», l'encre électronique etc. Parmi ces experts, figurent les responsables des sociétés Gemstar et Cytale (qui présentent, avec Franklin Publishers, un livre électronique au salon), Adobe, Vivendi Universal Publishing, E Ink Corporation, l'Association des éditeurs américains, Amazon.fr, la Fnac, Microsoft eBook etc. Les investissements colossaux consentis pour la numérisation des fonds et l'amélioration permanente des supports (concernant la taille ou le poids notamment) montrent que «l'après-Gutenberg» a bel et bien commencé. Pour les organisateurs du sommet, «le stade de l'expérimentation» est en effet aujourd'hui dépassé, un an après la présentation en avant-première, par le français Cytale, du premier livre

électronique européen, le Cybook.

«L'an 2000 était en quelque sorte pédagogique. Les choses sérieuses commencent en ce moment», dit un des responsables de l'américain Gemstar, Bruno de Sa Moreira. La société lancera ses propres eBooks (un petit et un grand) d'ici la fin de l'année simultanément dans plusieurs pays européens. «On va arriver à séduire un large public», fait-il valoir. Pour sa part, le directeur général de Cytale, Marc Devillard, compare son entreprise à «un brise-glace qui va vers une «terra incognita». C'est le moment le plus dur de notre jeune histoire mais nous sommes confiants dans l'avenir.

«Nous avons vendu quelques centaines» de Cybooks, commercialisés depuis fin janvier à 5700 francs français l'exem-

plaire, se borne à dire M. Devillard. «Notre principale difficulté est de convaincre les gens qu'il est agréable de lire sur un Cybook. Ensuite, essayer c'est l'adopter!», assure-t-il.

**Le livre électronique est actuellement trop cher**

Mais de nombreux professionnels, issus notamment de l'édition traditionnelle, croient que les ventes ne décolleront pas pour deux raisons principales: le livre électronique est, dans sa version actuelle, trop cher et le public a trop l'habitude de lire sur un support de qualité inégale, le papier, fruit de 500 années d'expérience. Selon la revue professionnelle, *Livres-Hebdo*, les analystes ne prévoient pas les premiers bénéfices avant 2003 aux États-Unis et, donc, deux ou trois ans plus tard en Europe ●

EN BREF

LOGICIELS

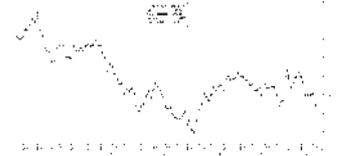
Le fabricant Oracle reste ultraprudent pour le quatrième trimestre 2000/01

Le deuxième fabricant mondial de logiciels, Oracle, a anticipé jeudi un bénéfice inférieur aux attentes des analystes pour le quatrième trimestre de son exercice 2000/01 après avoir dû procéder à un brutal avertissement pour le troisième. La direction du groupe a pronostiqué un BPA de 15 cents pour le dernier trimestre de son exercice (mars-mai) tout en soulignant que sa «visibilité» était très limitée et toute projection par conséquent hasardeuse. L'estimation actuelle des analystes est de 17 cents, selon le consensus établi par l'agence financière First Call. «Nous n'avons aucune idée» de la manière dont l'économie américaine va évoluer, a insisté le directeur financier, Jeffrey Henley.

L'ACTION VEDETTE DU JOUR

SAP (SAP GR)

La société de software basée en Allemagne ne devrait pas être trop durement affectée par le récent profit warning annoncé par Oracle. Et ce pour plusieurs raisons majeures: un upgrade des bases de données moins exposé, un marché déjà assis, des racines européenne, ainsi qu'une faible implication en matière de licence sur le marché américain. Par conséquent, bien que la société ne soit pas complètement à l'abri du ralentissement, le CSFB maintient sa recommandation d'achat.



STRATÉGIE INTERNET

► Le projet de banque Y-o-u est abandonné

## Technologie et avantages compétitifs

La flexibilité des technologies internet permet de tout imiter facilement et rapidement.

Carine Jaggi\*

Y-o-u ne verra pas le jour. Le groupe Vontobel a décidé d'abandonner son projet de banque internet en février dernier, estimant les coûts et délais irréalisables. Tout comme Y-o-u, de nombreux développements e-business laissent les entreprises dans l'embarras, posant à la fois un problème de qualité et de retour sur investissement. Les consultants et agences internet sont les premiers à être pointés du doigt, pour non-respect systématique des délais annoncés et mise à disposition d'un personnel à géométrie variable. Or il ne s'agit que de la partie visible de l'iceberg. En effet, les développements internet reposent sur des logiciels dépassant rarement le stade de la version bêta, du système de gestion du contenu aux outils CRM.

**Le marché est entré dans une phase de consolidation**

Quant à l'entreprise, elle ne sait pas toujours ce qu'elle veut, confiant la rédaction du cahier des charges à un consultant externe. Il lui est difficile de valider les travaux en cours, maintenus opaques jusqu'à la livraison du

produit fini, à savoir un site bogué qui ne correspond pas aux attentes des consommateurs.

Le marché de l'internet est entré dans une phase de consolidation qui montre des signes encourageants. Outre les délais plus réalistes, l'utilisabilité et les méthodologies itératives de développement tendent à s'imposer. L'utilisabilité place le consommateur au centre des réalisations internet, afin que les applications reflètent ses propres besoins plutôt que la structure de l'entreprise. Le prototypage systématique dès le début du projet permet de créer un langage commun entre clients, développeurs et utilisateurs. Ainsi, les sites sont développés de manière incrémentielle, par validation successive de prototypes testés par les utilisateurs. Ces nouvelles méthodologies permettent de réduire les risques liés aux projets internet et de répondre plus précisément aux besoins des utilisateurs.

Reste le problème du retour sur investissement. En effet, les bénéfices de l'internet profitent surtout aux consommateurs, plus informés et dont les achats sont facilités. Mais il semble que peu d'entreprises parviennent à en tirer un réel profit. Les dot-

com se sont attachées à offrir des prix cassés en comptant sur les revenus, entre autres publicitaires, générés par le trafic. Il fallait être le premier pour attirer un maximum d'utilisateurs. Une fois habitués à l'interface, l'apprentissage d'un autre site constituerait une barrière suffisante. Le site serait personnalisé en fonction du profil utilisateur obtenu, tout en proposant des services utilitaires et communautaires fidélisant. Or ces barrières s'avèrent de plus en plus fragiles. Il devient difficile de maintenir des avantages compétitifs car les technologies internet, flexibles et peu coûteuses, permettent de tout imiter facilement et rapidement. Les entreprises finissent par offrir les mêmes applications et les mêmes promesses, par le biais d'interfaces utilisateurs parfaitement standardisées.

Aucune entreprise ne pourra se passer de site internet, mais ce dernier constituera rarement un avantage compétitif durable. La responsabilité e-business doit donc être étendue à tous les pôles décisionnels de l'entreprise afin que son fonctionnement dans sa globalité bénéficie des technologies internet. Seule une stratégie intégrée permettra de créer des avantages compétitifs durables pour

l'entreprise et difficiles à reproduire par les concurrents ●

\*Consultante internet (info@carinejaggi.com)

L'AGENDA DU HIGH-TECH

- «Brevets, marques et accélération des innovations», symposium, du lundi 19 au jeudi 22, Berne.
- «Expériences de la nature et de la technique», XXIII<sup>e</sup> Journées internationales sur la communication, l'éducation et la culture scientifiques et industrielles, du lundi 19 au vendredi 23, Chamonix (FR).
- «STEPS - Swiss Technology Partnership», le mardi 20, Winterthour.
- «Secrets de la réussite pour les start-up», le mercredi 21, Bâle.
- Soirée de discussion: «Construire un panorama commercial européen», le jeudi 22, Paris.

TÉLÉCOMS

► Aux fournisseurs allemands d'accès à l'internet

## Deutsche Telekom n'a pas à accorder un forfait de gros

Le tribunal de Cologne doit encore se prononcer sur le fond de l'affaire.

Le groupe allemand de télécommunications Deutsche Telekom n'a pas à accorder pour le moment de forfait de gros à tous les fournisseurs d'accès à l'internet (FAI) en Allemagne, a jugé en référé vendredi la Cour d'appel administrative de Münster. La Cour d'appel avait été saisie en référé par le groupe semi-public après un jugement fin janvier en première instance qui imposait à Deutsche Telekom d'accorder aux FAI un forfait de gros, alors que le groupe de Bonn facture actuellement un

tarif à la minute. Mais depuis, la filiale internet de Deutsche Telekom, T-Online, a décidé de supprimer son forfait d'accès à internet pour une durée illimitée proposé à ses clients.

**Les concurrents de T-Online ne risquent pas d'être pénalisés**

Dans ces conditions, les juges de la Cour d'appel ont estimé que les concurrents de T-Online ne risquaient pas d'être pénalisés par rapport à la filiale de Deutsche Telekom. En novembre dernier l'Autorité allemande de ré-

gulation des télécoms (RegTP) avait exigé que Deutsche Telekom accorde immédiatement des forfaits de gros à tous les fournisseurs d'accès internet. Le groupe semi-public avait alors porté un recours devant le Tribunal administratif de Cologne (ouest) qui l'avait rejeté. Saisie en deuxième instance, la Cour d'appel de Münster a donc décidé, elle, d'accepter ce recours. L'affaire est toutefois loin d'être terminée puisque le Tribunal de Cologne doit encore se prononcer sur le fond de l'affaire ●