

# EDITO: Le grand virage de Microsoft - il s'appelle Ozzie...

Pour ceux à qui ce nom ne dit rien, Ray Ozzie fut notamment le créateur de Lotus Notes, système de messagerie d'entreprise racheté par IBM en 1995 (à cette époque, je rejoignais IBM pour mettre sur pied en France le marketing logiciels avec Lotus puis Tivoli).

Ray a quitté IBM dès 1997 pour fonder Groove, une société proposant des services de partage de données et de services bureautiques à distance, lesquels devraient se retrouver intégrés dans Windows Live, puisque précisément Microsoft a racheté Groove au début de l'année. Dans un e-mail du 28 Octobre aux dirigeants de Microsoft, Ozzie, devenu CTO (Chief Technology Officer), reconnaît que MS est à la traîne par rapport au leader du 'search' Google, au pionnier de la téléphonie par Internet Skype, récemment racheté par eBay, et au spécialiste de l'e-mail mobile Blackberry. Ozzie secoue sérieusement le cocotier en écrivant: « *Il est clair que si nous ne réagissons pas, notre business tel que nous le connaissons est à risque* ». Le texte est long mais vaut la lecture; vous verrez que la nouvelle stratégie Internet de Microsoft est encore loin d'être clairement définie. Ozzie se demande par exemple si Powerpoint devrait aussi publier directement sur Internet [évidemment! oui! Ce serait un stockage parfait pour mes présentations, elles seraient accessibles de partout même sans mon ordi!], si la Xbox devrait intégrer Messenger et la téléphonie [why not Ray? have fun, do it!], si Exchange et Hotmail devraient converger [of course!...] La liste des questions est longue, à l'échelle du géant du soft. Les réponses viendront. Gates a aussitôt saisi l'occasion pour écrire à son tour à ses managers, essentiellement pour leur dire l'importance de la mission de Ray Ozzie dont il considère le mémo comme un texte [re-]fondateur, à l'égal de son propre message fameux d'il y a dix ans sur la Vague Internet, qui fut le signal de la contre-offensive tardive mais finalement victorieuse face à Netscape. Il faut donc s'attendre à un réel virage de Microsoft, essentiellement orienté vers cette perspective que Ray et Bill Gates reconnaissent à l'émergence d'un nouveau modèle économique pour l'industrie du logiciel: il s'agit de faire financer les logiciels -accessibles par le web et non installés sur les PC- par la publicité plutôt que par les ventes de licences. Ce modèle est bien sûr celui de Google et repose sur les liens sponsorisés contextuels, que l'on trouve dans le 'search' mais aussi dans Gmail et sur n'importe quelle page Web analysée par AdSense. On comprend mieux maintenant pourquoi Microsoft a tenu à développer son propre système de liens sponsorisés au lieu de continuer à utiliser le système d'Overture/Yahoo sur son portail MSN. L'enjeu est en fait bien plus large que la monétisation du trafic de MSN: il s'agit en réalité de la fondation du **futur système générateur de revenus** des nouvelles gammes de logiciels Microsoft. Un virage énorme, stratégique, « *disruptif* » comme dit Gates après Ray. Alors, attention Bill: c'est bien d'avoir vu que la route n'était plus une autoroute toute droite, c'est bien aussi d'avoir choisi un pilote expérimenté comme Ray. Mais il va falloir réussir le virage et ne pas essayer de tout faire à la fois. Il va falloir **prioritiser!** D'un côté, faire lever sur les atouts existants de Microsoft, **Office** notamment qui doit pouvoir jouer un rôle beaucoup plus important dans la publication et la collaboration Web et doit s'étendre à de nouveaux services gratuits accessibles par Internet (Office Live). De l'autre, proposer des outils de développement et d'intégration de nouvelle génération autour d'APIs (dont Windows Live donne un aperçu). Mais tout cela ne serait que défensif! Il faut surtout trouver le moyen de regagner du

terrain sur le 'search' (avec Explorer 7?), sans oublier la téléphonie où Skype caracole seul en tête! Le programme de travail est lourd. Et c'est bien le problème des géants généralistes face aux sociétés plus petites et plus « focusées » dont Google est le prototype. On peut aussi se demander si un vieux de la vieille comme Ray aura suffisamment d'énergie pour battre des jeunes surdoués comme Larry et Sergei... D'ailleurs Ray a lui-même déjà des doutes: n'écrit-il pas? « *Complexity kills. It sucks the life out of developers, it makes products difficult to plan, build and test, it introduces security challenges, and it causes end-user and administrator frustration* » (...) A lire: l'e-mail de Bill Gates à ses top-managers sur la nouvelle vague de « services » logiciels accessibles par Internet et financés par la publicité et non plus par les licences. Et le memo de Ray Ozzie intitulé « *The Internet services disruption* ». **Une réaction, un commentaire : [le blog de Pierre Chappaz](#) .**