

# TRIBUNE : Microsoft affronte-t-il le vrai premier défi de son histoire?

Microsoft, fondé en 1976, va clore avec succès sa troisième décennie, trente années où tout ce que l'éditeur a pu toucher s'est transformé en or, confirmant sa position dominante sur de nombreux marchés, et où ses technologies se sont transformées en standards de fait.

Pourtant, Microsoft ne s'est encore jamais trouvé devant une telle difficulté? Avec les événements de ces derniers mois, de l'abandon ou du report de certains projets aux retards accumulés, l'éditeur n'avait encore jamais autant ralenti sa progression. Certes, le second millénaire a été pour Microsoft l'occasion de faire sa mue, une étape indispensable pour quitter l'adolescence et rejoindre le monde adulte. Autant dire, de l'avis même de ses acteurs, une mutation culturelle. Désormais en particulier on ne rigole plus avec la sécurité, et tout le monde s'en félicite. Mais est-ce bien là la vraie révolution culturelle de Microsoft ? Car entre sécurité et convergence des technologies, le géant du logiciel ne fait que suivre l'évolution du marché, tout en tentant de conserver la première place ou de la gagner là où il ne l'occupe pas encore. La migration des IT ne porte pas seulement sur l'OS, les serveurs, la sécurité, les télécoms ou les loisirs. Le plus grand pari de l'avenir est, pour sûr, le « virtuel », avec des technologies dites du Web 2.0. Et là, Microsoft n'est plus le maître ! Bien sûr, le géant du logiciel reste incontournable et son poids pèse sur l'avenir de ce secteur. Sauf qu'il y perd de sa superbe. Sur Internet, Microsoft n'occupe pas la première place ! Quelques exemples, parmi d'autres : le 'deal' avec AOL a échappé à Microsoft, c'est son nouveau rival Google qui a emporté le morceau, Time Warner a préféré le challenger au géant. Idem pour la recherche en ligne, MSN Search n'occupe que la troisième place, et Microsoft a beau annoncé un nouveau moteur de recherche puissant et performant, il est peu probable qu'il détrône Google de la première place, voire Yahoo de la seconde. Pourtant, le futur de Microsoft, c'est le Web. Il n'est pas le seul, tous les éditeurs se sont engagés dans cette migration du software vers le Web. Mais quelque part, cette migration a le mérite de remettre les pendules à zéro, ou presque. Du coup, l'avenir du software est dans la consolidation, marquant d'ailleurs une moindre capacité d'innovation des géants du logiciel; le Web accorde un avantage aux 'outsiders' et aux start-ups. C'est l'effet Google. Dans ces conditions, le recul du lancement de Windows Vista, le remplaçant de Windows XP ne sont plus aussi stratégiques pour l'éditeur, surtout qu'en la matière qu'il s'adresse à un marché qui lui est globalement acquis, l'OS pour PC. Et quand l'industrie migre du professionnel au grand public, l'OS continue de s'imposer, et donc Microsoft d'imposer son 'éco techno système' Windows Media. Mais quand l'intérêt du consommateur se porte non plus sur l'outil mais sur le service et le contenu auquel il lui permet d'accéder, c'est une autre paire de manches pour les acteurs du marché. L'avenir de Microsoft n'est donc plus dans Windows Vista mais dans Windows Live. Et la moindre erreur coûtera cher à l'éditeur. Reste que, révolution en marche ou pas, l'industrie aime ses leaders. Une chance sans doute pour Microsoft. L'avenir le dira?