

Web 2.0 : comment les usages 'pro' se concrétisent-ils ?

Les analystes, les journalistes n'ont pas oublié tous ces messages dithyrambiques et ces promesses de 2006 et 2007 sur le futur Internet, évidemment merveilleux et miraculeux... -comme son intronisation parisienne, par Steve Balmer, dg de Microsoft, sous les ors et draperies du Théâtre Marigny.

Comment, sous quelle forme se présente le « Web 2.0 » concrètement aujourd'hui pour les entreprises?

Il est intéressant de noter par exemple, qu'en parallèle tous les grands acteurs de la Net-constellation, ou d'ailleurs, ne juraient alors que par **Second-Life**. C'était, entre IBM, Cisco et beaucoup d'autres, à qui s'achèterait le plus de « terrain » pour faire sa promotion « en réseau », recueillir des candidatures (pour rappel, la valeur s'exprime en monnaie totalement virtuelle et inconvertible (en « Linden dollars »), alors que l'achat est bien réel et débité de comptes en banque bien tangibles! or, force est de constater que le modèle économique de ce support d'échange, avec « chat » en réseau dit « social-networking », se trouve, semble-t-il, tout simplement en panne aujourd'hui.

Echec du concept Web 2.0? Interrogez des spécialistes, comme Brainsonic, ils vous répondront: « non! ». Pour eux, il y a bien eu carences. « Il y a eu un incroyable engouement au démarrage, des millions d'inscrits sur la planète Second-Life, mais ensuite, il n'y a pas eu suffisamment d'événements, pas assez d'opportunités d'échanges ni d'outils pour maintenir le flux et inciter les internautes 'Second Lifers' à revenir sur les lieux, endroits relativement divers et variés mais progressivement désertés! » Faute de trafic, tout modèle Internet finit par s'écrouler de lui-même.

Il faut bien reconnaître néanmoins que le Web 2.0 constitue une petite révolution dans le développement des applications et contenus sur Internet. Il donne naissance à de multiples applications innovantes et à un contenu effectivement enrichi (vidéo, podcasts, blogs, RSS, wikis, etc.) -avec des possibilités de les combiner à l'infini.

« Mais cette innovation technologique doit maintenant passer le test de l'expérience utilisateur, qui dépend d'un ensemble de facteurs liés au type de contenu, à l'application, aux matériels de connexion et au réseau lui-même » – comme l'explique un consultant de Forrester Research.

« Les technologies Web 2.0 représentent une manière fondamentalement nouvelle de se connecter avec les clients et prospects, et d'exploiter le potentiel collaboratif des employés. De grandes entreprises telles que General Motors, McDonald's, Northwestern Mutual Life Insurance et Wells Fargo utilisent déjà largement ces outils, et 56% des entreprises nord-américaines et européennes considèrent le Web 2.0 comme étant une des priorités en 2008, selon une récente enquête de Forrester.

“Prenons les éditeurs de logiciels: ils peuvent certes gagner de l'argent en vendant de telles solutions Web 2.0 aux entreprises, mais le chemin vers la fortune sera long et pénible,” explique

Oliver Young, analyste chez Forrester Research. "Le marché des outils Web 2.0 sera marqué par la standardisation, l'érosion des prix, et l'incorporation dans les logiciels de collaboration au cours des cinq prochaines années. Il finira d'ailleurs par se fondre dans le tissu de l'entreprise, malgré les effets majeurs que cette technologie aura sur la façon dont les sociétés commercialisent leurs produits et optimisent leurs ressources". La question essentielle, pour les éditeurs de logiciel, est de savoir « qui va payer » pour le Web 2.0 dans l'entreprise ? Trois défis se posent à eux : les revendeurs informatiques sont méfiants par rapport à quelque chose qu'ils perçoivent comme une technologie grand public non sécurisée ; les outils Web 2.0 financés par la publicité, du point de vue du client, ont défini la gratuité comme point de départ de toute discussion ; et les technologies Web 2.0 arrivent dans un espace touffu, dominé par les logiciels traditionnels en place.

Les grandes entreprises dépensent aujourd'hui plus sur les outils de collaboration que sur les technologies Web 2.0 de relation client, mais Forrester pense que cette tendance va s'inverser l'année prochaine. D'ici 2013, les investissements en Web 2.0 dépasseront les logiciels de collaboration interne de près d'un milliard de dollars.

"Le Social Computing et le Web 2.0 en sont encore à leurs balbutiements ; et plus généralement, le marché est dans sa phase d'expérimentation" ajoute Oliver Young. "Sur le long terme, l'impact du Web 2.0 sera gigantesque. Mais le plus important pour les fournisseurs, ce sera d'être en mesure de proposer une offre de type SaaS Pour ceux qui y parviendront, le partage de l'expertise à travers le contenu Web 2.0 apportera probablement bien plus de valeur ajoutée que les wikis, blogs et autres gadgets actuels".

Selon Forrester Research, le marché global du Web 2.0 professionnel devrait atteindre les 4,6 milliards de dollars d'ici 2013. Malgré un marché dont la perspective à long terme est marquée par une standardisation, les investissements des entreprises dans les technologies Web 2.0 vont augmenter fortement durant les cinq prochaines années, augmentant de 43%

par an pour atteindre 4,6 milliards de dollars d'ici 2013, selon un récent rapport de ce cabinet d'études.

Cette prévision repose sur une analyse détaillée des futures dépenses des entreprises sur des technologies telles que le social networking, les flux RSS, les blogs, les wikis (encyclopédies interactives), les *mashups* (applications hybrides), les podcasting et widgets, ainsi qu'une analyse par grandes zones géographiques (Amérique du Nord, Europe et Asie-Pacifique).

La même étude observe que les technologies Web 2.0 représentent une manière fondamentalement nouvelle de se connecter avec les clients et prospects, et d'exploiter le **potentiel collaboratif** des employés. De grandes entreprises telles que General Motors, McDonald's, Northwestern Mutual Life Insurance et Wells Fargo utilisent déjà largement ces outils, et 56% des entreprises nord-américaines et européennes considèrent le Web 2.0 comme étant une des priorités en 2008, selon cette même enquête.