

INTERNET, LA NOUVELLE RÉVOLUTION INDUSTRIELLE AMÉRICAINE

Jean-Noël LEBRUN (77)

et Julien NGUYEN (77)*

INTERNET EST désormais au cœur de la vie économique américaine. Témoin, le magazine américain *Fortune* qui indiquait pour son édition de Noël les trois MUST d'un patron moderne : un cellulaire ultra-léger, un agenda Pilot, et un PC portable pour traiter son courrier électronique !

La troisième révolution informatique

La reconnaissance économique d'Internet date de 1995, année de l'entrée en bourse de Netscape avec une valorisation de 2 milliards de dollars (près de 3 milliards aujourd'hui). Ses revenus trimestriels sont passés de 20 à 115 millions en un an et demi ! Cette vague de croissance explosive fait suite à celles des PC et des réseaux et doit offrir enfin aux utilisateurs une informatique conviviale.

Toutes les grandes sociétés informatiques, de matériel comme de logiciel, tirent profit de la croissance d'Internet en adaptant leurs lignes de produits pour ce nouveau marché. Exemple Cisco, leader de l'interconnexion de réseaux depuis 1988, qui continue de doubler son

chiffre d'affaires chaque année (1,6 milliard de dollars par trimestre à ce jour) grâce à la fourniture de matériel pour l'infrastructure d'Internet.

À côté de ces géants, une multitude de sociétés nouvelles créées il y a moins de trois ans ont développé des technologies innovantes pour répondre aux nouvelles attentes du marché sur des créneaux spécifiques. *Le Red Herring* (www.herring.com), mensuel favori des entrepreneurs de la Vallée, recense ainsi plus de cinquante fournisseurs pour le seul domaine du commerce électronique. La moitié sont des sociétés de moins de trois ans, à 50 % californiennes.

Une dimension humaine très forte

Eldorado des temps modernes, la Silicon Valley jouit d'un environnement particulier : le chômage, inférieur à 4 %, est quasiment inexistant. Difficile de recruter des ingénieurs de qualité, ou de trouver des locaux pour s'agrandir sans déménager d'une dizaine de kilomètres. Le "brain drain" institutionnalisé depuis plus de quinze ans fait qu'une majorité des ingé-

nieurs sont aujourd'hui étrangers : asiatiques, indiens, européens, ou russes maintenant. Novita Communications qui est toujours prête à accueillir de jeunes camarades se charge de toutes les démarches de "carte verte", le sésame nécessaire pour pouvoir travailler librement aux États-Unis. Beaucoup de sociétés offrent même des primes pour récompenser l'embauche d'un ami, si ce dernier reste en poste plus de six mois.

Compte tenu de la forte valorisation du savoir-faire individuel et du dynamisme du marché de l'emploi, les relations employeur-salarié sont radicalement différentes de ce que l'on trouve sur notre vieux continent : actionnaires et salariés sont tous investisseurs, les uns apportant leur argent et les autres leur temps. Chaque société essaye de construire une culture spécifique pour motiver et retenir ses cadres. Chaque salarié possède plusieurs milliers de stock-options qui peuvent conduire à une petite fortune et l'incitent à se dépenser sans compter pour son entreprise.

* Julien Nguyen et Jean-Noël Lebrun ont fondé en 1996 Novita Communications Inc. (www.novitacom.com) pour développer des logiciels grand public pour Internet, et lancé Novita Mail, le premier courrier électronique multimédia.

Conséquence d'une concurrence acharnée, les cycles de développement logiciel sont très rapides. Les spécifications sont souvent sommaires, l'essentiel étant d'aboutir vite et bien avec un encadrement très léger qui responsabilise chacun au maximum. Dans le monde Internet, on parle même "d'années chiens" et l'on fait désormais en trois mois ce qui prenait autrefois un an. Le courrier électronique transmet l'information quasi instantanément, et les prises de décision sont immédiates. Avec le nouveau langage Java, c'est même une nouvelle philosophie qui a été mise en œuvre par Sun Microsystems : les morceaux de code fraîchement produits sont mis directement sur le réseau pour être testés par des milliers d'utilisateurs, permettant ainsi une amélioration plus rapide du logiciel !

Au jeu du développement informatique, les ingénieurs français sont parmi les meilleurs. Ce n'est pas un hasard si le logiciel de Next racheté récemment 400 millions de dollars par Apple et si le moteur de recherche Alta-Vista de DEC utilisé par Yahoo ont été écrits par des Français : notre forte culture mathématique favorise le développement de logiciels efficaces.

Un marché planétaire

Internet, c'est aussi la démonstration du savoir-faire du marketing technologique américain. Alors qu'il fallait autrefois une dizaine d'années pour permettre à un nouveau langage de percer, Sun Microsystems a réussi à imposer Java en deux ans, y compris à son concurrent Microsoft ! Le revirement complet de ce dernier en faveur d'Internet et de Java

en dit d'ailleurs long sur les capacités d'adaptation des entreprises américaines.

La machine marketing américaine repose sur un jeu de réseaux d'influences et sur la notion de "mind share", état de grâce qui doit précéder celui du "market share". Les réseaux d'influences de la vallée sont multiples, mais tous activés pour la réussite d'un projet commun :

- les investisseurs, qui fournissent aux entreprises les capitaux nécessaires à l'aboutissement d'un premier projet,
- les journalistes et analystes financiers, ces gourous qui feront ou déferont le succès médiatique d'une société,
- le réseau des anciens collègues de travail ayant souvent essayé de nouvelles entreprises,
- l'ensemble des partenaires dont les produits et services s'intégreront pour fournir une solution complète,
- le cercle des premiers utilisateurs dont les commentaires permettront d'améliorer le produit, et qui serviront de références commerciales.

Les frais de lancement d'un nouveau produit sont très importants, et souvent comparables à ceux du développement lui-même. Plus d'une centaine de jeunes entreprises n'ont ainsi pas hésité à investir plus de 50 000 dollars chacune pour leur seule participation au dernier salon Internet World de New York !

Une caractéristique unique du marché d'Internet, et probablement la clé de son extraordinaire développement, réside dans son circuit de diffusion extraordinairement court. Ce circuit sans intermédiaire a ainsi permis à Netscape de diffuser gratuitement en quelques mois plusieurs millions de copies de son premier produit, et à Cisco de réa-

liser déjà plus de cent millions de dollars de ventes via son serveur Web.

Une place forte financière

Aujourd'hui, l'argent coule à flots dans la vallée. Les entrepreneurs qui ont déjà réussi financent les nouvelles "start-ups" avec du "seed money" et participent à leurs conseils d'administration. Les *venture* capitalistes investissent chaque année plusieurs milliards de dollars sur plusieurs centaines de contrats. Les multinationales cherchent également à se placer sur les créneaux du futur. Sans produit, la société Marimba a ainsi réussi à lever fin 1996 quatre millions de dollars sur une valorisation de vingt millions qui représentait à l'époque un million de dollars par employé !

L'objectif de chaque entreprise est une cotation rapide sur le NASDAQ qui apportera des capitaux supplémentaires importants, une liquidité pour les investisseurs initiaux, et surtout une caution financière précieuse pour les futurs clients. Les valorisations élevées sont fonction des taux de croissance espérés, mais malheur à ceux dont les résultats feront mentir les prédictions des analystes ! la sanction du marché est immédiate et impitoyable.

Il serait injuste de terminer sans décrire également l'envers du décor dans la Silicon Valley : le coût élevé du logement - un million de dollars pour une maison de trois chambres à Palo Alto, des autoroutes saturées où certains passent deux heures par jour, un rythme de "job hopping" souvent annuel, et le spectre du "politiquement correct" qui stérilise bien des relations humaines. ■