

# Le nouvel ordre informatique mondial

Autor(en): **Jaggi, Yvette**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Domaine public**

Band (Jahr): **32 (1995)**

Heft 1223

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-1015578>

## **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Domaine Public

# DP

JAA  
1002 Lausanne

31 août 1995 – n° 1223  
Hebdomadaire romand  
Trente-deuxième année

## Le nouvel ordre informatique mondial

Résumé d'une victoire foudroyante, abondamment annoncée: ce 24 août dernier, Bill Gates, le jeune quadra qui gouverne Microsoft, lance son nouveau système d'exploitation pour PC, Windows 95. Aussitôt, il conquiert le monde. En peu de jours les revendeurs sont dévalisés, les utilisateurs par milliers rechargent leur ordinateur. L'espace informatique appartient au géant américain du logiciel.

Vraiment? Et pour combien de temps? Et que raconte cette opération proprement hollywoodienne? Car pareil lancement et pareil fracas, à une telle échelle, on ne les avait jamais connus hormis au cinéma.

Les techniques éprouvées du marketing classique ont été, à grands frais, magistralement exploitées: compte à rebours, planification de l'effet de surprise, intervention d'experts en battage maximum, le groupe des Stones, artistes les plus chers du monde, auxquels ont été achetés les droits de *Start Me Up* – allusion au code de démarrage de tout système. Mais la nouveauté, c'est l'envergure mondiale conférée au lancement du produit Windows 95. L'espace d'une semaine, pas un média, des *news magazines* aux chaînes de télévision en passant par la presse économique de toute la planète, qui n'ait annoncé et commenté l'événement. Une campagne irrésistible, façon Spielberg, par ailleurs associé, parce qu'il n'y a pas de hasard, de Bill Gates.

Mais en quoi un logiciel se prête-t-il à un lancement comparable à celui d'un film à grand spectacle et à effets spéciaux? Tout d'abord, similitude d'origine – le produit est américain – et de moyens mis en œuvre, simplement colossaux. Dans le genre, il n'y a pas d'exemple de réussite japonaise; on se souvient des efforts de lancement des premiers CD, menés en concurrence par Sony et Philips; le développement du produit avait connu de sérieux couacs. Ici, tout s'est déroulé conformément à la planification prévue, sans la moindre anicroche publique.

C'est précisément ce qui révèle la propriété particulière de Windows 95

en matière de marketing: le produit n'est pas nouveau mais représente en vérité un immense hommage rendu à Apple. Un logiciel à peine développé aurait présenté toutes sortes d'aléas, aurait été infiniment moins maîtrisable du point de vue de la technique et du calendrier. Ici, l'essentiel de l'effort a porté sur la mise en scène et sur orbite, donc moins sur la chose que sur le bruit qu'elle ferait.

Autre particularité remarquable: en un premier temps, l'opération profitera moins à Microsoft directement qu'à l'ensemble de la branche informatique, exception faite des fabricants de logiciels, c'est-à-dire IBM et Apple.

En effet, la plupart des futurs utilisateurs de Windows 95 devront, pour l'installer, adapter préalablement leur PC ou en acquérir un plus puissant. Pour tourner, le nouveau système d'exploitation requiert, en effet, une mémoire vive d'au moins 8 «mégas». En langage horloger, on dirait que l'affaire est conduite au bénéfice des fabricants et habilleurs, au détriment des inventeurs.

Ce faisant, Bill Gates élargit son marché. Marché qui dans certaines régions du monde se trouve dangereusement saturé et qui, grâce à Windows, connaîtra une relance inespérée. Mais aussi, une dépendance accrue à l'égard de Microsoft. Paradoxe: celui qui assure le rebondissement d'une branche informatique menacée – les cours des actions en bourse l'indiquent clairement – paraît habité par une volonté de domination sans limite. A la fois sauveur et assassin, accusé de ce fait de concurrence déloyale.

La vérité est plus simple: ayant parfaitement réussi l'intégration d'une innovation technique grand public et d'un marketing à l'échelle mondiale, le géant du logiciel s'est effectivement hissé jusqu'à une position dominante. Ce qui permet à Bill Gates de se répandre en considérations diverses sur les autoroutes de l'information et sur le pouvoir intégrateur et universalisant de la pratique micro-informatique. Le patron tout puissant se prend désormais pour le penseur universel. YJ