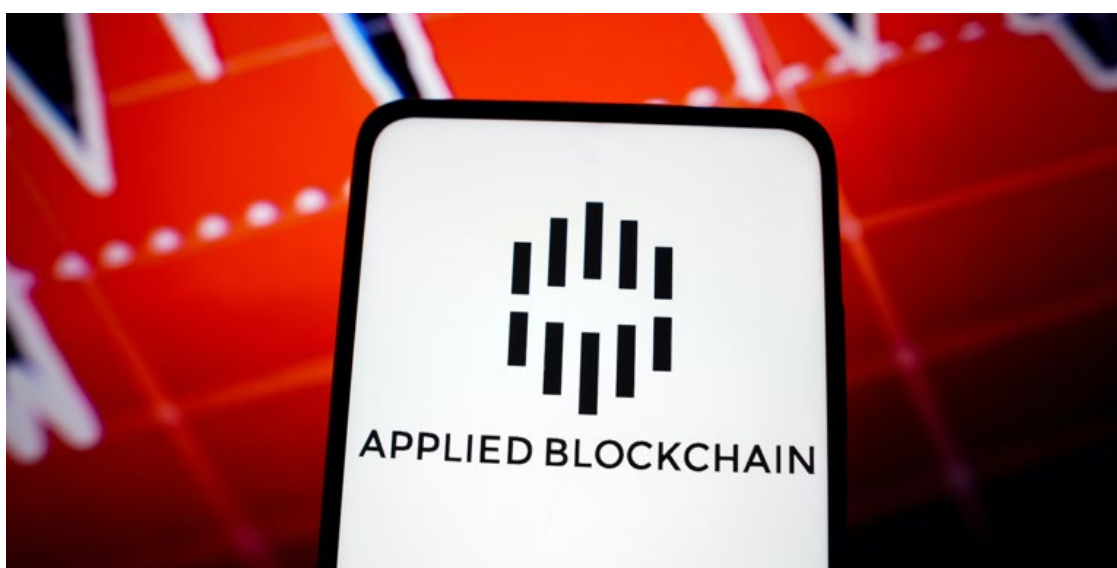


# La nouvelle vague d'innovations digitales qui arrive va radicalement tout changer

Xavier Dalloz

Les grands moteurs structurants de la mutation numérique sont l'accroissement continu des puissances disponibles de traitement de l'information, de la suppression des contraintes de temps et de distance, des nouvelles possibilités de collaboration et la chute des coûts de communication, d'interaction et plus généralement de transaction.



La Blockchain compte parmi les 25 innovations qui seront au cœur de la nouvelle vague des innovations digitales. © Fournis par La Tribune

Ces grands moteurs s'expliquent par 4 lois :

Loi de Moore, selon laquelle le nombre de transistors sur une puce doublera tous les deux ans. Loi de Kryder, selon laquelle le stockage en mémoire augmenterait de façon exponentielle dans un avenir proche. La loi de Robert, selon laquelle le coût de la transmission de données sur le réseau diminuerait chaque année. La loi de Metcalfe, selon laquelle, l'utilité d'un réseau est proportionnelle au carré du nombre de ses utilisateurs ( $N^2$ )

Ces grandes mutations numériques se produisent tous les 10 ans. 1944, avec le premier ordinateur, 1954 avec le mainframe, 1964 avec le mini ordinateur, 1974 avec le micro ordinateur, 1984 avec le Mac, 1994 avec le Web, 2004 avec les réseaux sociaux. Depuis 2014, nous sommes rentrés dans l'ère de l'Internet of Me. Le prochain

mouvement tectonique commencera en 2024, avec la décentralisation massive de tout.

Ces mouvements tectoniques sont orchestrés par la nouvelle façon d'accéder à l'information et de communiquer. Un proverbe chinois connu positionne très bien la révolution que nous vivons actuellement.

Il dit la chose suivante :

« Dis-le moi et je l'oublie

Montre-le moi, et je le retiens

Implique-moi, et je comprends »

Dis-le moi et je l'oublie

Ce sont les médias traditionnels. Cette démarche est adaptée au marketing de masse. C'est la presse et la radio. Ils diffusent des textes ou des séquences sonores. Ces modes de communications sont linéaires et induisent un mode de fonctionnement très fortement structuré et réducteur. Le point important est la non interactivité, les auditeurs réagissent peu et difficilement, et pas entre eux. L'exemple type de ce mode de communication est la radio.

Montre-le moi et je le retiens

C'est l'audiovisuel avec la télévision mais aussi le cinéma. Le pouvoir de l'image est considérablement plus grand que celui du texte et du son parce que plus émotif, il provoque des réactions rapides et peu réfléchies. Pas d'interactivité et plus de superficialité qu'avec l'écrit. Dans une société de plus en plus entièrement tournée vers l'efficacité au moindre coût, l'audiovisuel est devenu le moyen de communication de base, car il est plus riche et plus performant. La télévision est l'exemple type de ce mode de communication.

Implique-moi et je comprends

C'est l'apport fondamental d'Internet par rapport à la radio et à la télévision. La richesse du média audiovisuel reste limitée, car il rend passif l'utilisateur. Au contraire, les nouvelles technologies de l'information permettent d'impliquer plus fortement l'individu, le rendre plus actif et plus responsable, donc plus autonome et plus efficace.

C'est ici que réside toute l'originalité de ce nouveau média dont il est possible d'imaginer aisément l'impact sur notre société. Le dialogue devient réel et la création de valeur va dépendre de la loyauté. Ce n'est que l'effet David, il y a aussi l'effet Goliath, prise de monopole, manipulation plus efficace et uniformisation (Coca, McDo...).

Les mouvements tectoniques depuis 1985 à 2020

Les effets de la tectonique des médias se sont d'abord faits sentir sur les contenus qui en devenant numériques sont à l'origine d'une transformation des équipements nécessaires à leur restitution mis à la disposition du grand public. Ces équipements associés aux contenus ont nécessité de nouvelles infrastructures qui ont permis des échanges entre les individus beaucoup plus efficaces. Ces nouvelles infrastructures ont ensuite nécessité de nouveaux services qui à leur tour ont nécessité des contenus.

Les 4 plaques tectoniques ont déjà fait profondément transformer de nombreux secteurs d'activité :

Les contenus ont commencé à se numériser en 1985 avec les CD-COM et l'interface du Mac Les équipements ont commencé à se transformer en 1990 avec la télévision interactive et à haute définition Les infrastructures ont commencé à se transformer avec le web en 1995 Les services ont commencé à se transformer avec les moteurs de recherche en 2000

Depuis 2000, nous sommes de nouveau revenus à une nouvelle série de mouvements tectoniques qui se sont succédés de la façon suivante :

Le début de la nouvelle ère des contenus a été régi par les réseaux sociaux (2005-2010)

Les fonctions participatives, la liberté d'expression caractéristiques des réseaux sociaux ont libéré la voix des consommateurs non seulement vis-à-vis de la marque mais surtout entre eux.

Les enjeux de ce nouveau paradigme débordent largement le cadre d'Internet puisque les marques vont devoir passer :

d'une logique transactionnelle à une logique conversationnelle : difficile maintenant d'assurer une vente sans avoir débuté une écoute attentive des besoins du consommateur et une réponse personnalisée à ceux-ci d'une logique de distance et d'anonymat à une logique de proximité : de la hot-line standardisée à la conversation humanisée d'un marketing de diffusion (écran TV, annonce presse, bannière Web, etc.) à un marketing d'engagement : la mise à disposition pour un client d'une équipe et d'une organisation spécifique et probablement de valeurs consuméristes à des valeurs morales et de responsabilité sociale : les promotions sur les prix feront-elles face à des engagements moraux et sociétaux des entreprises ?

Le début de la nouvelle ère du smartphone et de l'ATAWAD (2010-2015)

La nouvelle électronique grand public a permis au client impatient d'accéder aux services dont il a besoin non seulement tout de suite mais n'importe quand et n'importe où et où qu'il soit. Les objets nomades nous ont fait découvrir avec l'ATAWAD que nous pouvons agir au même moment et du même endroit sur notre sphère professionnelle et notre sphère privée, intervenir du bureau et de la maison ou notre lieu de loisir, de commerce.

Le début de la nouvelle ère de l'IoT avec l'atmosphère IP (2015-2020)

Avec l'Atmosphère IP et l'ATAWAD, l'extension des infrastructures de réseaux numériques de toute nature et notamment sans fil a permis au consommateur de prétendre pouvoir affirmer : « ma maison, mon bureau, mes lieux de loisir ou de consommation ne sont plus dans leurs murs, ils sont là où je suis... et mes relations sont toujours à portée de ma voix ou de mon courrier ». Les mobiles ont joué un rôle de en plus important.

Cette ère a été marquée par l'émergence de l'IoT avec les caractéristiques suivantes :

l'IoT encourage la communication entre divers appareils. Les appareils physiques peuvent rester connectés et offrent une transparence totale avec moins d'inefficacité et une meilleure qualité. Les objets physiques se connectent, numériquement avec une infrastructure sans fil, il y a donc une grande quantité d'automatisation et de contrôle. Plus d'informations, cela aide à prendre de meilleures décisions.

Les prochains mouvements tectoniques devraient être les suivants :

L'Internet of Augmented Me (2020-2025) La décentralisation massive de tout avec le Web3 (2025-2030)

L'Internet of Me

L'Internet of Augmented Me ou en abrégé I.am définit un cadre de vie où le consommateur citoyen est maître de ses choix et influence directement la production de biens et de services par le biais d'interactions électroniques, partout où il est.

Cet univers répond aux besoins primaires des individus et à leurs désirs d'épanouissement. Il s'appuie sur des combinaisons de technologies avancées, mêlant numérique, physique quantique et biologie.

Avec l'Internet of Me, nous sommes maintenant dans la troisième vague où les acteurs ne se laisseront plus obnubiler par les taux d'audience et se concentreront sur les transactions effectivement effectuées.

Ces transactions effectives impliquent une implication suffisante des prospects pour qu'ils passent à l'acte. Le commerce sera notamment d'autant plus efficace qu'il écoutera, donnera la possibilité à la demande de s'exprimer en confiance, de façon individuelle, n'importe où et n'importe quand.

Ce commerce de l'ubiquité exploite pleinement l'économie de réseau, la possibilité d'agrèger des offres dans une logique de consommation en se libérant des contraintes de la logique de production, en misant à fond sur le pouvoir d'implication de l'unimédia.

L'implication est essentielle car dans une situation où toute l'offre du monde est à portée de clic, ce qui est rare est le temps de chacun, ce qui est précieux, c'est de

réussir à retenir l'attention de quelqu'un pour qu'il veuille bien accorder un peu de son temps à examiner une offre.

La décentralisation massive de tout

25 innovations digitales seront au cœur de la nouvelle vague des innovations digitales :

6G 5G L'AR/VR L'autonomie de tout La Blockchain La connectivité globale La DAO La datafication Les drones Les edge computing L'énergie harvesting Les nouvelles sources d'énergie (hydrogène, solaire, etc.) L'intelligence artificielle L'identification décentralisée L'impression 3D Les interfaces naturelles L'Internet des comportements L'Internet du corps L'loT Le métaverse La nouvelle mobilité L'informatiques quantique La robotique as a service La cyber sécurité et la résilience La tokenisation Le twin

Au cours des 10 prochaines années, l'impact de cette vague du numérique va complètement transformer les modèles économiques, le commerce immersive, l'industrie, l'agriculture, les super cities, la logistique, les bâtiments intelligents, la supply chain, etc.

Les barbares vont en profiter pour remplacer les empereurs actuels

Le catalyseur de cette nouvelle vague du numérique sera le Web3.

Web3 est l'internet décentralisé qui vient remplacer le web actuel. L'architecture web3 est conçue pour être un réseau décentralisé de nœuds peer-to-peer. La pile web3 se compose de protocoles, de normes et d'interfaces qui constituent l'épine dorsale de ce nouveau type d'Internet.

Web3 est une initiative visant à façonner l'avenir d'Internet. C'est la prochaine étape logique pour donner aux utilisateurs un contrôle total sur leur contenu, leur propriété numérique et leurs personnages numériques dans le domaine numérique.