

PIXELS

Les jumeaux Winklevoss jettent l'éponge



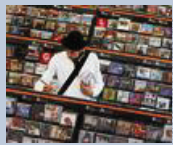
Les frères Tyler et Cameron Winklevoss renoncent à poursuivre Facebook devant la Cour Suprême. Les jumeaux, qui accusaient Mark Zuckerberg de leur avoir volé des idées, étaient parvenus à un accord de dédommagement pour 65 millions de dollars en 2008. Mais ils contestaient depuis son montant, arguant que Zuckerberg avait sous-évalué la valeur de sa société.

Guy Lagache quitte M6 pour Direct 8



L'animateur de « Capital » a annoncé son départ de M6 pour la chaîne du groupe Bolloré. Il prendra les fonctions de directeur des programmes et de l'information. Chez M6 depuis seize ans, Guy Lagache animait « Capital » depuis 2003. Il a aussi lancé deux émissions, « Secrets d'actualité » et « Capital Terre ».

+ 4,8 % de revenus pour la musique enregistrée en 2010



La Société civile des producteurs phonographiques a perçu l'an dernier 64,88 millions d'euros, soit 4,8 % de plus qu'en 2009, et réparti 64,25 millions d'euros parmi ses membres. La baisse des perceptions pour les clips musicaux a été compensée par la hausse des rémunérations pour copie privée et de celle des perceptions auprès des lieux sonorisés.

+ 38%

En 2010, les abonnés au « triple play » d'Orange ont consommé 12 millions de programmes en vidéo à la demande payante, en hausse de 38 % sur un an. Les films coûtent en moyenne 3,90 euros, mais Orange propose également des abonnements mensuels. Par ailleurs, les abonnés ont consommé deux fois plus de programmes à la demande (VAD, catch-up, bonus...), soit 100 millions en un an.

ÉDITION

Malgré ses difficultés, le libraire américain Barnes & Noble a annoncé avoir vendu trois fois plus d'e-books que de livres physiques au dernier trimestre, tandis que l'auteur d'Harry Potter lance sa propre plate-forme en ligne.

Harry Potter se pense de son éditeur pour surfer sur la vague de l'e-book

Même la créatrice de la saga Harry Potter, J.K. Rowling, créditée d'une fortune de 1 milliard de dollars, a dû s'incliner. L'auteur a annoncé hier le lancement, avec Sony, de sa propre plate-forme en ligne, www.pottermore.com, où seront désormais commercialisés ses sept romans en version numérique. Longtemps réticente, l'auteur britannique, qui a déjà vendu plus de 400 millions d'exemplaires, a cédé à la pression de ses fans... et aux promesses de l'essor du livre électronique.



Longtemps réticente, J. K. Rowling s'est propulsé aux héros sur la Toile.

Purs romans électroniques
Aujourd'hui convoité par le groupe Liberty Media de John Malone, le libraire américain Barnes & Noble a annoncé avoir vendu trois fois plus d'e-books que de livres physiques au dernier trimestre. L'explosion des ventes de livres numériques (411 millions de dollars en 2010) dope le phénomène de l'auto-édition aux États-Unis où

plusieurs « J.K. Rowling en puissance » commencent à émerger. « Les e-books sont l'avenir de l'édition. C'est un tsunami, pas seulement un phénomène temporaire », a confié récemment le financier David Lender, cinquante-huit ans, devenu un des champions américains de l'auto-édition, avec Amanda Hocking, vingt-six ans, John Locke, soixante ans... Après avoir travaillé pendant plusieurs années à Bank of America, David Lender a déjà vendu 100.000 exemplaires de ses trois livres (« The Gravy Train », « Bull Street » et « Trojan Horse ») sur le Kindle ou le Nook de Barnes & Noble, au prix de 99 cents chacun. Un résultat encore modeste par rapport au million d'exemplaires d'Amanda Hocking, la jeune créatrice de livres de vampires (« My Blood Approves ») qui vient de signer un contrat de 2 millions de dollars avec l'éditeur St. Martins (Macmillan Group). Quant à John

Locke, un autre homme d'affaires qui s'est reconverti dans l'écriture de « thrillers » et a déjà autopublié neuf romans électroniques, il vient lui aussi de passer la barre du million d'exemplaires en cinq mois. **10 % des ventes de livres**
Selon les derniers chiffres de l'Association of American Publishers (AAP), les ventes de livres électroniques représentent désormais 10 % du total des ventes depuis le début de l'année et augmentent de manière exponentielle (160 millions de dollars en janvier-février), face au déclin des livres imprimés et des livres de poche. Face à cet engagement du public américain pour les livres électroniques, l'avenir des grands libraires américains (Barnes & Noble et Borders) se révèle incertain. Certains analystes restent encore sceptiques sur l'avenir des lecteurs électroniques propriétaires, tels que le modèle Nook de Barnes &

« Les e-books sont l'avenir de l'édition. C'est un tsunami, pas seulement un phénomène temporaire. »

DAVID LENDER, L'UN DES CHAMPIONS AMÉRICAINS DE L'AUTO-ÉDITION

Noble, dont le devenir est parfois assimilé à celui de la cassette VH5. En revanche, le magnat américain John Malone, patron de Liberty Media, croit à l'avenir du Nook et a même offert 1 milliard de dollars pour racheter le libraire Barnes & Noble, qui a perdu 59 millions de dollars au dernier trimestre.

PIERRE DE GASQUET, BUREAU DE NEW YORK

Lire également nos informations page 28

TÉLÉCOMS

Alors que la concurrence s'amplifie, les opérateurs télécoms vont être contraints de dépenser plus dans les programmes de fidélisation. A l'instar d'Orange avec « Cinéday », ils cherchent à se différencier.

Les opérateurs apprennent à chérir le client mobile

Comment faire pour retenir le client mobile sans rentrer dans un jeu de massacre des tarifs ? Le sujet est particulièrement brûlant en France, alors qu'Orange, SFR, Bouygues Telecom et les opérateurs virtuels cherchent tous à signer des contrats pour que les clients se réengagent avant l'arrivée de Free Mobile, fin 2011 ou début 2012. Les trois gros ne peuvent pas vraiment jouer sur leur couverture du territoire et sont moins agiles sur les prix. Ils préfèrent donc récompenser la loyauté de leurs clients.

Mais les pays développés croulent déjà sous les coupons de réduction, cartes de fidélité, etc. Aux États-Unis, on est affilié en moyenne à 14 programmes de ce type. Les programmes de collecte de points mis en place par les opérateurs sont peu efficaces, car les clients ne s'impliquent pas. D'ailleurs, SFR vient d'abandonner ce système et préfère désormais offrir aux clients fidèles qui désirent changer de « smartphone » les mêmes prix qu'aux nouveaux clients. Orange va faire de même, et toiletter ses points.

La fidélisation est un moyen de soigner les deux maux des opérateurs, explique Adhish Kulkarni, chez Buongiorno, qui vient de réaliser une étude télécoms avec Analytics Mason : « Le revenu moyen par utilisateur a reculé de près de 20 % en Europe au cours des trois dernières années, et le « churn » croît plus vite que l'activité ». Le « churn », ou taux d'attrition (résiliations et non-renouvellement des engagements), frappe ainsi plus de la moitié de la base de clients prépayés, et de 15 à 19 % des abonnés chaque année. « La nature du jeu a changé. Ceux qui ne se fabriquent pas une devise de fidélisation vont perdre encore plus qu'ils ne dépenseraient à la faire », juge-t-il.

Cinéma et petits cadeaux
Certains opérateurs explorent d'autres voies : « Le programme de fidélisation doit être interactif. Il faut créer une émotion entre les clients et l'opérateur », analyse Adhish Kulkarni, en citant en exemple Orange Cinédays. L'opérateur paneuropéen a lancé ce programme il y a six ans au Royaume-Uni et vient de l'étendre à la France. Les clients reçoivent un code SMS qui leur donne droit à une deuxième place de cinéma gratuite, le mardi uniquement. Ainsi, les salles de cinéma font le plein un jour creux, vendent du popcorn, tandis que le client apprécie d'obtenir quatre places de

LES TYPES DE PROGRAMMES DE FIDÉLISATION LES PLUS APPRÉCIÉS DES ABONNÉS



LES ECHOS // SOURCE: ENQUÊTE ANALYTICS MASON

cinéma au mois pour un abonnement de 20 euros. Outre-Manche, 40 millions de tickets ont déjà été distribués.

Autre exemple gagnant, O2, la filiale britannique de Telefonica, offre des bonnes surprises à ses clients quand ils rechargent leur compte prépayé : des minutes, des SMS, un crédit... En Inde, O2 fait la même chose pour le haut de gamme, avec des tickets pour les matchs de cricket ou les festivals.

« La prochaine étape, pour les opérateurs, consistera à profiter des plates-formes sociales comme Facebook en marque blanche, pour enrichir leur relation client », estime Adhish Kulkarni. Ils devront également faire le pont entre le virtuel et le réel, par exemple en distribuant des coupons de réduction dans des magasins comme Sephora ou la Fnac. Il suffira de scanner le mobile à la caisse pour faire valoir les remises. Ainsi, la fidélisation, loin d'être un coût, suscitera de « nouvelles sources de revenus » auprès de marques tierces. Des bénéfices qui s'additionnent à la vente de nouveaux services aux clients, de recharges supplémentaires ou bien à la réduction des coûts d'acquisition des clients perdus.

SOLVEIG GODELUCK

INFORMATIQUE

La recrudescence des attaques informatiques illustre la nécessité pour les entreprises de protéger leurs données de façon différente. Le discours des experts de la sécurité informatique trouve davantage d'écho auprès des dirigeants.

L'activisme des hackers incite les entreprises à repenser leur stratégie de sécurité informatique

Plus un seul jour ne passe maintenant sans que l'on découvre une nouvelle attaque informatique dans le monde. Mercredi, le gouvernement brésilien a annoncé avoir été la victime de hackers qui l'ont contraint à fermer temporairement trois sites Web. Un trophée de plus pour les pirates informatiques, qui avaient déjà réussi à pénétrer le réseau de la police britannique, du Sénat américain ou encore de la CIA. Cette vague d'attaques n'épargne pas les entreprises : Sony, Nintendo, Sega, ou encore le groupe d'armement Lockheed Martin ont été pris pour cibles ces dernières semaines. Pour les experts de la sécurité informatique, le phénomène n'est

pas surprenant. « Le nombre d'attaques augmente », reconnaît Laurent Heslault, directeur technique de Symantec Europe. Mais ce qui est nouveau, c'est qu'elles soient aussi visibles et qu'on en parle autant. « Car, de l'avis des spécialistes, la nature de ces opérations n'est pas si compliquée. « On connaît les méthodes employées depuis longtemps, explique Laurent Heslault. Mais c'est très compliqué de se défendre, car ces attaques sont de plus en plus ciblées. La protection coûte très cher, elle implique d'être vigilant tout le temps. » Le nombre de spams au niveau mondial aurait tout de même été divisé par 10 en un an, pour être ramené à 25 milliards. Ces événements commencent à

avoir un impact sur la façon dont est conçue la sécurité informatique. « Aujourd'hui, il n'est plus question de protéger seulement les infrastructures et le matériel. Ce qui compte, c'est de protéger les informations. C'est ce que cherchent les hackers », glisse Laurent Heslault.

Vision nouvelle
Les entreprises n'ont pas attendu que les collectifs de « hackers » Lulzsec ou Anonymous fassent parler d'eux pour se protéger. Mais leur vision de la protection est en train de changer. « Nous ne sommes pas nécessairement plus sollicités », témoigne David Darmon, directeur général France de l'éditeur de logiciels CheckPoint. Mais nous sommes mieux sollicités. »

La voix des responsables de sécurité informatique dans les entreprises trouve davantage d'écho auprès des responsables exécutifs. La sécurité informatique ne se résume plus aux seuls antivirus. Chez le numéro 1 mondial Symantec, les ventes de logiciels antivirus représentent à peine 15 % du chiffre d'affaires global. Désormais, les groupes spécialisés s'attachent à formuler des offres plus complètes, permettant à la fois de sécuriser les équipements, mais aussi le réseau et les informations elles-mêmes. Les phénomènes en vogue de la virtualisation, du « cloud computing » et de la mobilité poussent de toute façon les entreprises à faire évoluer leur sys-

La sécurité informatique ne se résume plus aux seuls antivirus...

tèmes de protection. « Les clients évoquent de plus en plus le besoin de solution globale et imaginent la mise en place de véritables projets de sécurité », confirme Mike McGuinness, responsable des ventes mondiales chez Sophos. Reste à savoir si les budgets suivront, alors que les investissements des directions informatiques demeurent encore limités. ROMAIN GUEGNEAU