

## Apple, Google, Facebook et Microsoft : les 4 majors du digital qui menacent le monde



Il y a quatre entreprises globales aujourd'hui qui inquiètent toutes les autres de la planète : Microsoft, Apple, Google et Facebook. Ces sociétés sont tellement puissantes et influentes qu'aucune activité, aucune entreprise ne peut se sentir à l'abri d'une menace.

Avec Jean-Marc Sylvestre

Tous les bureaux de prospective et d'analyses économiques structurelles sont sur les dents. Les dirigeants des grandes banques mondiales, les grands assureurs, les constructeurs automobiles, les plus grands acteurs de la santé, du tourisme, de l'éducation sont tous unanimes. **S'ils ne se transforment pas radicalement dans les prochaines années et si les Etats n'introduisent pas un peu de régulation dans la croissance des majors, la plupart des secteurs d'activité sont à la merci d'une prise de contrôle par un des quatre grands opérateurs mondiaux du digital.**

Apple, Google, Microsoft et Facebook ont acquis une telle puissance financière en capitalisation boursière et en force de frappe financière qu'ils seraient capables de racheter tout ce qui bouge encore sur les marchés financiers. Le tout dans les cinq prochaines années. Ils en ont les moyens. D'autant que leur fonctionnement fait qu'ils irriguent toute une galaxie d'applications diverses et de changement qui agissent comme des métastases sur les activités traditionnelles.

**Premier secteur menacé, la banque.** La banque c'est une énorme machine informatique un peu archaïque. Quand on sait qu'un client de banque passe par un compte internet pour parler à sa banque, mais que ce compte n'est pas capable d'enregistrer en direct une opération mais qu'il faut en général deux jours, on est obligé de se dire qu'il faudra bien à un moment donné revoir toute l'informatique bancaire. D'autant que les robots vont arriver très vite. **Dans ce contexte, les majors mondiaux du net comme Google ou Facebook sont parfaitement armés pour faire de la banque, et traiter des opérations.** Facebook s'y prépare. Les quatre majors pourraient racheter des établissements bancaires. Pour l'instant, ils débauchent des cadres de la banque pour les intégrer. L'activité de marché est parfaitement conforme à ce que saurait faire Google ou Facebook.

**Le seul atout des banquiers pour garder leur fonds de commerce est de renforcer le facteur confiance avec le client** Ce facteur confiance est fait d'une batterie de réglementations, de régulations nationales et de bonnes pratiques. Ces composants sont extrêmement fragiles. La crise de 2008, les scandales financiers (de type Kerviel) ont montré que la banque n'était pas immunisée contre les risques de perdre la confiance de ses clients.

**Deuxième secteur menacé, l'automobile.** Si l'avenir du secteur passe par la voiture connectée, la voiture équipée de capteurs qui roulerait toute seule tel un charriot élévateur dans un entrepôt, et si l'avenir est à la connectique, les constructeurs automobiles vont devoir se battre contre Google et Apple qui préparent des modèles. Dans ce cas la valeur ajoutée sera chez les fournisseurs de logiciels et de systèmes. Les constructeurs automobiles courent le risque de se retrouver comme des sous-traitants. **Renault, PSA Peugeot Citroën, General Motors, Toyota sont tous conscient de ce danger.** Ils doivent se battre pour assumer l'arrivée du

---

véhicule propre d'un côté et une demande de connectique de l'autre. Les grands du net come Google et Apple ont dix fois en réserve de quoi acheter la totalité des constructeurs automobiles. Ils ne le feront pas. Ils imposeront les systèmes et la valeur remontera alors en Californie.

**Seul moyen de se défendre : protéger sa marque et son rapport de confiance avec le consommateur.** Les seuls qui ont très bien réussi ce challenge pour l'instant, sont les constructeurs allemands.

Autres secteurs menacés à très court terme, la publicité et la communication, l'hôtellerie et l'industrie du voyage, la santé ou l'éducation.

**La publicité** et la communication passent désormais à 70% sur le digital. Google est devenu incontournable. Facebook également. Ils traitent avec les grandes agences mondiales comme Publicis mais pour combien de temps ? Seul moyen de subsister, protéger son ADN de créatif et sa propre relation client. Ce n'est pas gagné..

**L'industrie du tourisme, du voyage** a été complètement bouleversée au cours des cinq dernières années. La billetterie avion et train est désormais à 99% sur internet. Mais plus ou moins contrôlée par des enfants ou des créations de Google, de Facebook et d'Apple. Les e-booking, les Airbnb ont inventé un autre modèle de fonctionnement avec des modèles économiques complètement novateurs. **"L'ubérisation" en marche** va provoquer des changements considérables.

Résultats : plus de 50% des réservations d'hôtels dans le monde échappent aux fournisseurs de produits et de service, donc les marges s'évaporent, les capacités d'investissement remontent vers les fameux majors du net au détriment des acteurs de l'économie réelle.

Dans ce paysage en plein bouleversement, les majors sont des entreprises globales sans patrie, ni frontières. Elles ont donc la possibilité d'optimiser les fiscalités et échappent à l'impôt. Ce faisant, elles appauvrissent les Etats et créent des fondations ONG pour financer des opérations caritatives de grande ampleur. C'est un changement considérable que les Etats nationaux ne savent pas corriger, sauf à se regrouper.

**La réponse à cela réside pour les pays européens à resserrer les liens d'unité et de solidarité au sein de l'Union européenne ou de la zone euro.**

En dépit de toutes les études et de tous les rapports, les hommes politiques ont très peu de réponses fortes et cohérentes pour s'adapter à une telle mutation.