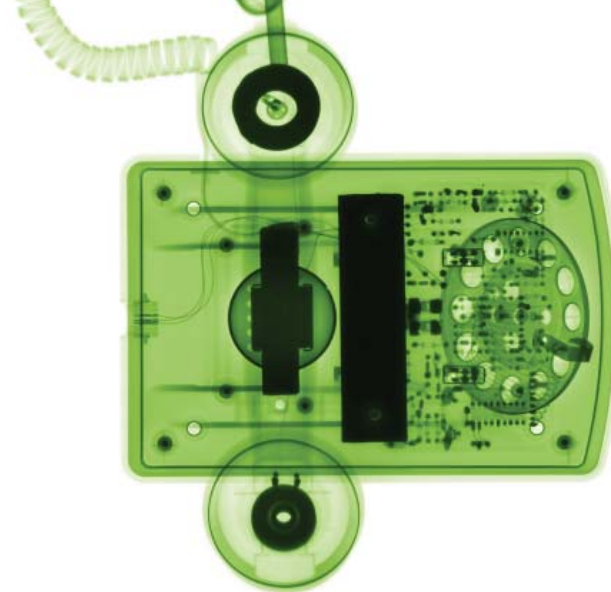
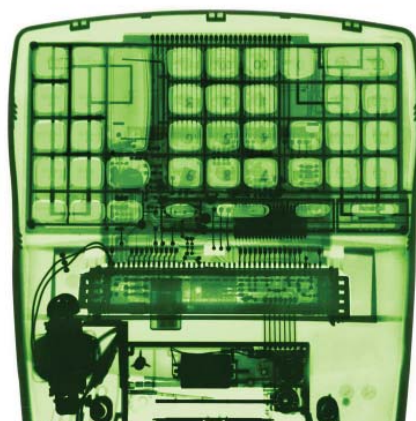
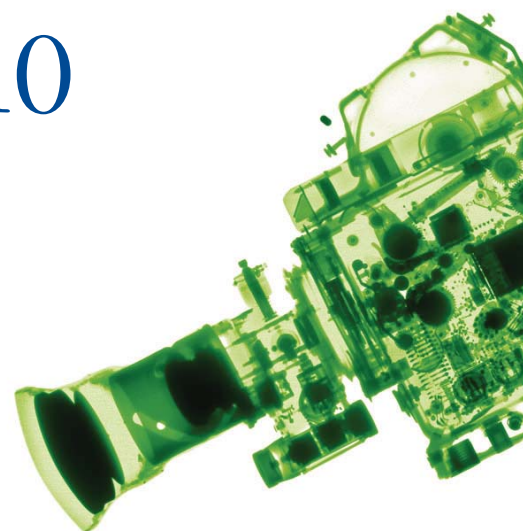


Deloitte.

Samson Bélair/Deloitte & Touche



Prédictions TMT 2010 de Deloitte Canada



vancouver 2010
FOURNISSEUR OFFICIEL

Ce qui fait l'affaire devient plus que parfait

Le thème des Prédications TMT 2010 sera dominé par le fait que les consommateurs et les entreprises désirent avoir accès à des données de partout, en tout temps et sur n'importe quel écran — sans avoir à payer plus. Au sortir de la récession, les particuliers comme les entreprises se voient contraints à un budget limité, mais veulent tout de même un accès illimité aux données et à la mobilité. Cette situation pousse le secteur des TMT à opter pour des solutions qui peuvent sembler imparfaites mais qui suffiront.

Au Canada, les particuliers et les entreprises sont aux premières lignes de la bataille engagée entre la demande pour les données et la réalité des prix. Nous n'étions peut-être pas le premier pays au monde à posséder l'iPhone ou le lecteur de livres Kindle d'Amazon, mais nos entreprises, nos gens et nos organismes de réglementation contribuent à révolutionner l'Internet mobile et à changer les façons dont les technologies, les médias et les télécommunications s'achètent, se vendent et s'utilisent.

Le thème de la perturbation innovatrice est en train de changer à la fois le secteur des télécommunications et celui des médias. Pendant ce temps, le *cloud computing* s'apprête à prendre son essor en 2010 — bouleversant l'industrie du matériel et celle des logiciels — la croissance de la publicité en ligne repart de plus belle, bousculant encore plus le monde des médias publicitaires traditionnels.

Les 10 prédictions canadiennes pour 2010

« 1 » » » » **Les liseuses comblent un créneau, mais on s'arrache (virtuellement) les livres électroniques**

Les liseuses autonomes devraient connaître une forte croissance en 2010, qui pourrait par contre être ralentie en 2011 par la concurrence d'autres appareils (téléphones intelligents, netbooks ou miniportatifs, PC et tablettes). Même si elles sont offertes sous différentes formes depuis 2004, les liseuses demeurent des appareils-créneau alors que les consommateurs sont prêts à lire des livres en entier sur des appareils « qui font l'affaire » comme le petit écran des téléphones intelligents ou le plus grand écran d'ordinateurs portatifs plus lourds — malgré un volume des ventes de livres électroniques estimé à 100 millions d'unités en 2010. De plus, les prix élevés, les préoccupations au sujet de la robustesse, du design, de l'absence d'affichage couleur, de l'incapacité de se déplacer rapidement d'arrière en avant, les questions liées aux droits de propriété des textes et les limitations de la technologie d'affichage pour la vidéo et la navigation Web ont aussi eu pour effet de décourager les utilisateurs. Nul doute que ces changements dans le paysage de l'industrie poseront de nombreux défis aux éditeurs, auteurs et distributeurs canadiens. Si un grand nombre de gens se mettent à lire des livres électroniques au lieu des journaux, des magazines et des livres imprimés, avec le temps, cette industrie pourrait connaître le même sort que celle de la musique où les ventes de musique enregistrée sur CD sont en baisse depuis des années.

« 2 » » » » **Plus petits qu'un netbook et plus grands qu'un téléphone intelligent — voici les ordinateurs tablettes**

Visant à proposer une combinaison unique alliant la forme et la fonction, ces tablettes Internet (ou netTabs) auront probablement la cote auprès du grand public en 2010. Même si aucune n'a encore été lancée, leurs ventes en 2010 sont déjà estimées à plus d'un milliard de dollars. Elles devraient peser aux alentours d'une livre; mesurer environ 8 pouces par 5 (qui a toujours été une zone morte technologique); inclure une fonctionnalité comme la vidéo et la navigation Web sur un écran quatre fois plus grand que celui des téléphones intelligents, tout en ayant une plus grande portabilité que les ordinateurs bloc-notes, les netbooks et les PC ultraminces actuels. Leur prix se situant entre 400 et 1 000 dollars, les exploitants devront peut-être offrir des subventions pour attirer les premiers acheteurs potentiels. Ils devront aussi faire face à un usage plus intensif de la bande passante comparativement à celui des utilisateurs de téléphones intelligents. Ce faisant, les ordinateurs tablettes répondront à un besoin précis sans pour autant constituer une menace pour les marchés des PC ou des téléphones intelligents, tout au moins pas au début. Ils devraient également faire beaucoup d'adeptes au Canada. En outre, des entreprises canadiennes pourraient éventuellement fabriquer les applications de ces appareils qui créent un nouveau mode électronique irrésistible pour la lecture de médias et qui pourraient aider à renflouer les secteurs menacés des magazines, des journaux et de la télévision au Canada. Si toutefois ces appareils se vendent aussi bien que les netbooks en 2009, les réseaux sans fil canadiens pourraient être mis à rude épreuve en raison de l'accroissement du trafic des données.

« 3 » » » » **Le secteur de l'édition réagit : abonnements en ligne (pay walls) et micropaiements**

Le modèle de publication gratuite du contenant médiatique, uniquement financé par la publicité, s'avère impraticable. Les éditeurs de journaux et de magazines dont la situation financière est menacée se demandent s'ils peuvent faire payer les éditions en ligne aux lecteurs. Il est pourtant peu probable que plus d'une poignée d'entre eux fassent payer pour leur contenu et encore bien moins seront prêts à le faire à profit. Ce qu'on pourrait plutôt voir serait un mélange de modèles motivé par le besoin de réduire la cannibalisation actuelle des abonnés de la presse écrite. Les lecteurs en ligne pourraient être disposés à devenir des clients (abonnés) moyennant des micropaiements, mais seulement si le contenu est assez bon. Au lieu de payer des abonnements mensuels ou annuels, les lecteurs achèteront probablement le contenu « une tranche à la fois », un modèle qui a généré des milliards de dollars de revenus sur les marchés de la musique et des applications de téléphones intelligents, 99 cents à la fois. Il est peu probable que les abonnements en ligne ou les micropaiements changent de manière significative les aspects économiques de l'industrie canadienne. Si une majorité des éditeurs canadiens peuvent envisager de faire payer des abonnements en ligne, la plupart d'entre eux ne le feront pas. Pour les quelques éditeurs qui le feront, les revenus tirés des abonnements ne seront probablement pas très substantiels (et seront en partie neutralisés par la baisse des revenus de la publicité en ligne); en outre, ils risquent de continuer à perdre des abonnés.

« 4 » » » Le retour des technologies propres. Mais le solaire reste dans l'ombre

Les mesures gouvernementales de stimulation et l'intérêt des investisseurs ont catalysé une très forte reprise des actions des technologies propres à la suite de la crise économique. Toutefois, le sous-secteur de la technologie solaire (plus précisément celui des cellules photovoltaïques au silicium cristallin) ne s'est pas relevé de la même manière que d'autres secteurs des technologies propres et, à court terme, il se fera probablement surpasser. Si les perspectives d'avenir à long terme de l'énergie solaire sont encore bonnes, l'industrie est actuellement victime d'une surcapacité sans précédent. Les prix pour l'équipement, les outils et les matières premières devraient continuer de baisser à court terme. Il faudra peut-être arrêter de nouveaux projets, fermer des usines et consolider. Un des avantages de la surcapacité est la chute du prix des modules qui deviennent de ce fait plus abordables pour les particuliers comme pour les entreprises, surtout lorsqu'on y ajoute les subventions gouvernementales. La plaque tournante de l'industrie de l'énergie solaire canadienne se trouve en Colombie-Britannique, en Ontario et au Québec avec des leaders mondiaux comme ARISE Technologies, Timminco, Sustainable Energy, ATS, et 5N Plus. Tandis que l'Ontario lance de nouveaux programmes pour inciter l'usage de technologies propres, la province court le risque d'essayer de créer une industrie de fabrication d'énergie solaire mondialement compétitive, alors que le reste du monde n'aura peut-être pas besoin de ces services avant longtemps en raison de la surcapacité de ses propres marchés.

« 5 » » » C'est le monde à l'envers pour les services des achats des TI

Les employés canadiens vont pouvoir choisir leur propre ordinateur et téléphone intelligent, accaparant ainsi un pouvoir d'acquisition qui était l'apanage du service des TI. Par le passé, les fabricants de matériel et logiciels de technologie et de télécommunications ciblaient leurs produits et leurs efforts de vente vers le marché des entreprises – surtout le service des TI responsable de la sélection. Cependant, ce modèle de gestion est maintenant inversé. Les appareils informatiques et de télécommunications mobiles (surtout les téléphones intelligents) ont été les premiers touchés par ce renversement de situation, mais les applications logicielles d'entreprise traditionnelles commencent aussi à voir des signes de cette incursion. Les services des TI devront se montrer plus flexibles dans la prise en charge des différents ordinateurs, systèmes d'exploitation et navigateurs que demandent et obtiennent les employés, tandis que pour leur part, les fabricants de ces appareils devront orienter leurs activités de commercialisation vers la majorité plutôt qu'une minorité. Research In Motion (RIM) a toujours été gêné dans sa pénétration des entreprises par des services des TI soucieux des coûts; pourtant si la demande des consommateurs commence à dicter les décisions d'achat des TI, les BlackBerry et autres téléphones intelligents en seront probablement les bénéficiaires. Ceci ne changera pas grand-chose au Canada où il est assez courant pour les employeurs de doter leurs employés de téléphones intelligents RIM — il y a plus de chance que cela se produise aux États-Unis ou ailleurs dans le monde.

« 6 » » » Les neuf ne règnent plus en maître : la fiabilité est redéfinie et réévaluée

Les « cinq neuf » (99,999 %) ont toujours été l'étalon-or de la fiabilité de la technologie et des télécommunications, mais cela devient graduellement un peu comme avoir un bac à glaçons plaqué or : ça coûte cher, ça ne se voit pas et c'est exagéré. En 2010, les entreprises commenceront probablement à déterminer les niveaux de qualité par application ou par processus. Les coûts sont un des principaux facteurs à l'origine de ce changement; en effet, tandis que l'économie se redresse, les entreprises chercheront à détecter les produits et les services trop coûteux ou non essentiels. Certaines entreprises peuvent décider de baisser leurs exigences de fiabilité de cinq à trois neuf ou encore moins. Ceci peut paraître insignifiant en fait de pourcentage, mais la réduction potentielle des coûts réalisée en tolérant une défaillance occasionnelle pourrait être assez notable. Alors que la génération des utilisateurs Facebook s'habitue aux pannes occasionnelles, une baisse dans le service ne se remarquera probablement pas. Le défi pour les fournisseurs de services sera d'arriver à s'entendre avec les clients sur le temps d'indisponibilité exact qu'ils considèrent comme acceptable. Ceci devrait permettre aux entreprises de TI et de télécommunications canadiennes de réduire leurs coûts si elles n'ont plus besoin de mettre en place des mesures coûteuses pour assurer une fiabilité des réseaux à 99,999 %. Les consommateurs pourraient donc profiter des économies ainsi réalisées en échange de leur tolérance à l'égard d'un temps d'arrêt minime des réseaux.

« 7 » » » Cloud computing : plus qu'une mode mais sans exagération

En 2010, le *cloud computing* — des applications Internet à la demande, extensibles, pour les particuliers (comme le courriel Web, Hotmail, Facebook et Twitter), pour les consommateurs (comme Amazon, Google et eBay) et pour les entreprises (comme Salesforce.com et NetSuite) — connaîtra en toute probabilité une expansion plus rapide que pratiquement tous les autres secteurs verticaux de la technologie. Même si le rythme de croissance n'est pas aussi rapide que celui auquel certains s'attendent, les services « dans les nuages » devraient croître d'environ 70 milliards de dollars en 2010, dérochant des parts aux autres modèles de logiciels acquis au moyen de licences. Les consommateurs et les PME seront parmi les plus grands adeptes de ce concept, tandis que les gouvernements et les plus grandes entreprises restent sur leurs gardes quant à la sécurité, la fiabilité, la portabilité des données et les avantages à long terme en ce qui concerne les coûts. Ce sont très probablement les marchés où les infrastructures des TI sont bien développées, sécurisées et fiables qui adopteront en premier le *cloud computing*; d'ailleurs, l'Amérique du Nord et l'Europe de l'Ouest en sont actuellement les plus grands utilisateurs. À court terme, les fournisseurs de solutions devraient se concentrer sur les applications destinées aux consommateurs et il faudra s'attacher à calmer les préoccupations des entreprises. Les entreprises canadiennes qui peuvent faire un bon usage du *cloud computing* se comptent par centaines. Elles sont petites, mais en expansion rapide et à l'avant-garde de l'innovation technologique, et elles comprennent Enomaly, ThinDesk, Bayalink, Rypple, and MoboVivo.

8

» » » Payer pour ce que l'on consomme : les exploitants changent de position sur la tarification des données pour le plus grand bonheur des organismes de réglementation

Il est fort possible que les exploitants de réseaux (avec et sans fil) nord-américains délaissent les plans de tarification basés sur une consommation de données « à volonté ». Perçu autrefois comme le meilleur moyen d'attirer les clients et de stimuler l'usage des réseaux, ce type de tarification sans égard à l'utilisation a amené les consommateurs à faire un usage excessif des réseaux à un point tel que le service s'en trouve ralenti, qu'il est moins fiable tout en devenant plus coûteux à fournir pour les exploitants. En 2010, certains clients pourraient être facturés selon le type et le volume de données utilisées et quand ils les utilisent. Les organismes de réglementation encourageront probablement ces nouvelles formules de tarification, car lier la consommation de bande passante au coût de la prestation du service leur paraîtra plus acceptable que d'autres solutions de gestion du trafic, ce qui a toujours été considéré comme une violation de la neutralité du Web — une sorte de discrimination à l'égard de certains utilisateurs et un moyen pour les fournisseurs de détourner les clients de services moins chers. Il s'agira pour les exploitants de présenter des plans de tarification raisonnables qui réduiront la congestion et minimiseront le plus possible les réactions défavorables des consommateurs, en plus de trouver d'autres moyens d'attirer et de conserver les clients. Alors que de nouveaux acteurs font leur entrée sur le marché canadien du sans fil, certains ont déjà commencé à offrir des plans de consommation de données « à volonté » afin d'accaparer une part du marché et d'autres pourraient bien en faire autant. Trouver une solution concurrentielle appropriée qui n'affaiblirait pas la rentabilité pourrait bien être le défi qui attend les exploitants du sans fil déjà établis.

9

» » » Dégager le goulot d'étranglement : la technologie des télécommunications aide à décongestionner le réseau mobile

Un usage accru de téléphones intelligents et de PC sans fil et une plus grande consommation de données par les consommateurs ont congestionné les réseaux cellulaires en 2009. Le nombre de connexions mobiles à la bande passante (entre les ordinateurs portatifs, les netbooks et les téléphones intelligents) devrait atteindre 600 millions au début de 2010 et donc, les réseaux sans fil mondiaux pour les données cellulaires sont passés d'une sous-utilisation il y a deux ans à ce qui, aujourd'hui, équivaut pour le sans fil aux embouteillages de la circulation routière. Ce sont les exploitants qui ont encouragé ce nouveau comportement des consommateurs en leur offrant de généreuses subventions pour leurs appareils et des plans de consommation de données « à volonté ». La situation ne fera qu'empirer tandis que les téléphones intelligents continuent de grignoter des parts de marché et que les nouveaux appareils à large bande passante comme les ordinateurs tablettes gagnent en popularité. À quelques années à peine des réseaux sans fil plus rapides de quatrième génération, les exploitants se tournent vers des solutions à court terme pour faire tourner plus vite l'Internet mobile et accommoder plus de clients qui consomment encore plus de mégaoctets. Donc, les entreprises qui fabriquent les solutions matérielles, logicielles et de radiofréquences qui aident les réseaux actuels à être plus performants devraient connaître une croissance plus forte comparativement à celle de l'ensemble des dépenses des TI. Les plus grandes sociétés point.com spécialisées dans ce domaine devraient voir leur croissance sur 12 mois se rapprocher des 100 % et même peut-être les dépasser. Si les problèmes de congestion des réseaux ne sont pas encore monnaie courante au Canada, ils représentent un défi mondial. Sandvine, Bridgewater Systems, DragonWave, et Research In Motion comptent parmi les sociétés canadiennes à la pointe de la technologie permettant de rendre les réseaux sans fil actuels plus performants.

10

» » » La mutation vers la publicité en ligne : plus sélective, mais la tendance se poursuit

La publicité en ligne devrait continuer d'empiéter sur le terrain des médias traditionnels en 2010 et sa croissance, qui était d'environ 10 % à la fin de 2009, devrait se poursuivre pour atteindre 15 % d'ici à la fin de 2011. Pendant la récession, les revenus générés par les annonces en ligne ont baissé, mais ceux tirés des autres formes publicitaires ont chuté encore plus rapidement; beaucoup de publicitaires continuant de croire qu'ils peuvent en avoir plus pour leur argent avec la publicité en ligne — compte tenu du fait que c'est la seule forme de publicité qui permet à un annonceur de mesurer l'efficacité de chaque annonce et chaque placement d'annonce. Le coût comparativement moins élevé des annonces en ligne devrait commencer à saper les prix des annonces traditionnelles, perturbant le marché et ne laissant aux médias traditionnels qu'une part réduite qui s'amenuise. Les catégories de publicité en ligne susceptibles de connaître la plus grande croissance sont la recherche, les clics, les réseaux sociaux et le coût par action. Les secteurs de médias traditionnels qui risquent le plus de perdre des parts au profit de la publicité en ligne sont les magazines et les journaux; les annonces à la radio et à l'extérieur se situent au milieu et les annonces télévisées et celles des chaînes de télé spécialisées semblent les plus tenaces. Même si les médias traditionnels au pays ressentent les effets de cette mutation, la bonne nouvelle est qu'il en coûtera moins cher aux sociétés canadiennes de placer des annonces — que ce soit par l'entremise de médias traditionnels ou du Web.

www.tmtpredictions.ca/fr

Deloitte, connu sous l'appellation Samson Bélair/Deloitte & Touche s.e.n.c.r.l. au Québec, est l'un des cabinets de services professionnels les plus importants au Québec et au Canada, offrant des services dans les domaines de la certification, de la fiscalité, de la consultation et des conseils financiers. Au Québec, quelque 1 900 personnes mettent régulièrement à contribution leur expertise pour des clients venant de tous les secteurs de l'économie. Comptant plus de 7 700 personnes réparties dans 58 bureaux au pays, Deloitte est déterminé à être la norme d'excellence.

La marque Deloitte désigne une ou plusieurs entités de Deloitte Touche Tohmatsu, une Verein (association) suisse, ainsi que son réseau de cabinets membres dont chacun constitue une entité juridique distincte et indépendante. Pour obtenir une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu et de ses cabinets membres, voir www.deloitte.com/about.