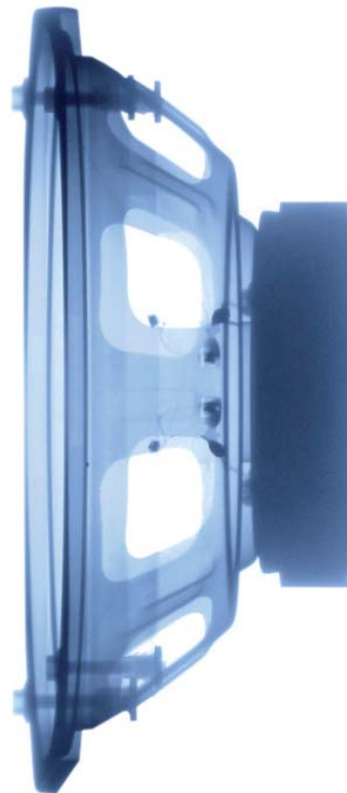


Prédictions TMT au Canada pour 2009



Prédictions TMT au Canada pour 2009

Prédictions pour les technologies

1 Mettre tous les électrons à contribution : la naissance du réseau intelligent

Le réseau électrique acquiert l'intelligence des réseaux de télécommunications. Implantées à tous les paliers de notre infrastructure électrique – de la production au transport et de la distribution à la consommation – les technologies de réseau intelligent transforment ce réseau passif en acteur souple et intelligent. Tout indique que les gouvernements, les services publics et les consommateurs consacreront des sommes importantes au réseau intelligent en 2009 pour économiser de l'argent (surtout si l'investissement est récupéré dans l'année), accroître la stabilité du réseau et stimuler l'économie par des dépenses en infrastructure. Avec 60 % du marché, la société RuggedCom de Toronto s'est déjà imposée comme leader mondial dans le domaine des réseaux intelligents. Les jeunes loups de cette technologie, Distech Control, Sempa Power Systems et Sustainable Energy, sont tous lauréats des prix Technology Green 15^{MC} de Deloitte.

2 Ébranler l'hégémonie du PC : la montée des netbooks

Ils sont bon marché, petits et jolis... et vous savez, ils ne sont vraiment pas chers... La catégorie de PC à la croissance la plus rapide – et peut-être la seule à connaître une croissance – en 2009 sera vraisemblablement celle des netbooks. Il se peut que 50 millions de ces mini-ordinateurs portatifs soient vendus parce qu'ils sont petits, bon marché et parfois subventionnés. L'industrie du PC devra s'adapter aux nouveaux enjeux économiques et aux exigences logicielles de ces appareils qui pourraient fort bien semer la pagaille dans cette catégorie : elle devra réduire ses coûts, offrir des appareils bas de gamme et envisager de subventionner des produits en partenariat.

3 Vider les greniers numériques : les limites du stockage sans fin

Arrêtez de tout enregistrer... le stockage bon marché finit par coûter cher. Le stockage est maintenant si peu coûteux qu'en 2009, l'entreprise moyenne pense qu'elle peut se permettre d'enregistrer la moindre parcelle de ses données. Mais comme il finit par coûter très cher de trouver une « aiguille dans une botte de foin », on devra faire appel à des logiciels de suppression des duplications en plus d'imposer des directives serrées sur la quantité de données que l'on peut stocker et de faire des analyses poussées du coût total du stockage. L'outil de prédilection pour gérer des grandes quantités de données? Un logiciel de gestion de contenu en ligne. C'est Open Text de Waterloo, Ontario qui est le plus grand fournisseur indépendant de ce type de logiciel au monde.

4 Les réseaux sociaux des entreprises : Facebook pour les sociétés de Fortune 500

Les systèmes sociaux 2.0 d'entreprise deviennent abordables et transparents. Les entreprises et les gouvernements recherchent des moyens rentables de distribuer l'information dans leurs réseaux. En 2009, il est probable qu'on le fera en investissant davantage dans des réseaux sociaux internes et leurs outils de création et de gestion. Avec le taux de pénétration des utilisateurs de Facebook le plus élevé sur la planète, le Canada est fin prêt pour devenir un leader mondial de l'intégration de cette technologie dans le quotidien des entreprises. Bien que le coût de déploiement d'un réseau social soit peu élevé, le défi à relever sera vraisemblablement de mesurer le rendement réel de ces investissements. Au Canada, IGLOO et Open Text (côté outils) sont des chefs de file du réseautage social en entreprise.

Prédictions pour les médias

5 Pour éviter de disparaître, les journaux vont peut-être devoir abandonner leur version papier

À vendre : Grand journal – 20 \$ (ou meilleure offre). La crise économique mondiale frappe de plein fouet tous les secteurs, mais le monde de l'édition de journaux et de revues semble particulièrement touché. Déjà affaibli par la migration de ses lecteurs et annonceurs vers Internet, ce secteur fortement endetté sera vraisemblablement décimé en 2009, un journal sur 10 mettant fin à son édition imprimée. Bien que les revenus publicitaires n'aient pas chuté aussi rapidement au Canada qu'aux États-Unis, le secteur semble être engagé dans la même voie. Les coupures de coûts et les éditions électroniques n'ont pas encore réussi à transformer les pertes en bénéfices.

6 La relève chasse les grandes vedettes : la musique indépendante s'impose

Dans les petits pots, les meilleurs onguents. Vive le showbiz indépendant. Même si l'on fait attention à ses dépenses, ce n'est pas une raison pour ne pas se divertir en 2009. Mais, à la suite de la perte de commanditaires qui subventionnaient en partie le prix des billets, les clubs haut de gamme et les grandes vedettes sont devenus hors de portée des consommateurs. Les équipes sportives de ligues mineures et les compagnies de théâtre parallèles ainsi que la musique et les films indépendants devraient tous bien s'en tirer alors que les grandes vedettes tirent leur révérence... du moins pour le moment. Avec des groupes comme Arcade Fire et Broken Social Scene, la musique indépendante canadienne est déjà un phénomène établi. Les matchs à prix abordable du Toronto FC se joueront à guichets fermés pendant les deux prochaines saisons et il y a une longue liste d'attente pour les billets d'abonnement. L'automne prochain, alors que la Ligue canadienne de football risque de tenir ses matchs la même fin de semaine que la NFL, les gens accepteront-ils de payer 250 \$ l'entrée au match des Bills de Buffalo s'ils ont pu assister à celui des Argonauts de Toronto pour environ 25 \$?

7 L'aube de la radio WiFi : 10 000 stations dans sa poche

La radio de chez-soi en déplacement. Y'a que la pub qui change.

À une époque où la plupart des médias ont fait le saut au numérique, la radio analogique continue à dominer les ondes. Mais en 2009, la disponibilité d'appareils radio Internet autonomes à prix abordable, le choix de 10 000 stations, l'ubiquité des connexions WiFi et des technologies de localisation inciteront les consommateurs et les publicitaires à syntoniser Internet. Imaginez un Montréalais en déplacement à Toronto qui écoute les bulletins de nouvelles de CKOI ponctués de publicités de Toronto.

8 La publicité cellulaire voit le jour : le portable est un panneau-réclame

Monétiser l'écran que l'on regarde 50 fois par jour. La publicité sur téléphone cellulaire représentait moins de 0,4 % des dépenses totales en publicité l'an dernier. Mais, grâce à la multiplication des téléphones intelligents, aux réseaux plus rapides, à de meilleurs systèmes d'exploitation pour les portables et, dans certains cas, à une meilleure compréhension du médium, la publicité sur cellulaire sera probablement la seule catégorie à connaître une croissance en 2009. Elle devrait être moins chère que les autres formes de publicité et avoir un rendement plus élevé, sans compter que le marché est à conquérir. Parmi les chefs de file canadiens du marché de la publicité sur cellulaire se trouvent Impact Mobile, MyThum et OZ Communications, toutes lauréates du palmarès Technology Fast 50^{MC} de Deloitte.

Prédictions pour les télécommunications

9 Les téléphones intelligents : rester astucieux durant le ralentissement économique

Ce n'est pas idiot de payer un supplément pour un téléphone intelligent. Même s'il est possible qu'il y ait ralentissement de la demande pour des téléphones intelligents en 2009, il est probable qu'elle demeurera plus forte que celle des autres catégories de combinés. Néanmoins, les fabricants devront peut-être réduire leurs coûts, simplifier les fonctionnalités et investir en marketing afin que les exploitants de téléphonie mobile puissent continuer à justifier les subventions accordées aux téléphones intelligents. Bell, Rogers et Telus continueront à multiplier les stratégies pour trouver un juste dosage de subventions pour les appareils et de forfaits pour les données afin d'alimenter leur croissance. Entre-temps, RIM poursuivra ses visées sur le marché grand public et disputera à Apple et à son iPhone le titre de champion mondial du téléphone intelligent.

10 La communication numérique sans message : les vendredis sans courriel

Lorsqu'un outil de productivité nuit à la productivité. Devant le débordement des boîtes de réception de leurs employés, certaines entreprises vont probablement s'interroger sur la valeur de certaines communications numériques en 2009. Bon nombre d'entre elles chercheront à limiter le nombre de messages et d'articles affichés

en formant leur personnel sur l'usage approprié de cet outil, en encourageant les mises hors connexion temporaires et même en limitant le nombre d'envois de courriels.

11 Attention ! Ralentissement de la bande passante : les bouchons cellulaires

Les netbooks et les téléphones intelligents dévorent la bande passante.

La croissance de la large bande cellulaire devrait se poursuivre en 2009. Même si les revenus tirés du filon des données poursuivront leur progression, les exploitants pourraient se voir obligés de mettre à niveau leurs réseaux pour répondre à l'accroissement du volume de données. Ils devront revoir leurs modèles d'affaires et même inciter leurs grands consommateurs de bande à migrer vers d'autres réseaux. Le problème existe surtout aux États-Unis et en Europe pour le moment, mais il ne tardera pas à se manifester d'ici quelques années au Canada. En prévision, des fournisseurs technologiques canadiens, lauréats du palmarès Technology Fast 50^{MC} de Deloitte tels DragonWave, Redline Communications, Redknee, Bridewater Systems et Sandvine mettent au point des solutions pour divers aspects de ce problème mondial.

12 Un pour tous et tous pour un : la fin de la redondance des réseaux à fibres optiques

En partageant le coût des fibres optiques, la vitesse augmente plus rapidement.

L'industrie des télécommunications repensera vraisemblablement son approche au déploiement de réseaux à fibres optiques en 2009. La concurrence fondée sur l'infrastructure sera sûrement remplacée par la séparation structurelle, où les consortiums et les gouvernements partageront le coût de la mise en place des réseaux et se concurrenceront uniquement pour les services, les marques et le contenu. Bien qu'il soit peu probable que l'on assiste à l'apparition d'un réseau commun obligatoire au Canada, des sociétés canadiennes telles Enablance, Exfo et Nortel seront avantagées si les réseaux à fibres optiques connaissent une forte croissance à l'échelle mondiale (en particulier en Asie, en Afrique et en Amérique latine) dans la foulée des investissements en infrastructure.

Prédiction en prime pour les TMT

13 Le navigateur devient le système d'exploitation : la relève de la garde?

Mieux vivre avec un meilleur navigateur. Les navigateurs actuels sont excellents – mais ils ont un peu trop tendance à tomber en panne et à utiliser trop de mémoire, sans compter qu'ils ne marchent pas très bien sur les appareils cellulaires. Autrement, il n'y a rien à leur reprocher. Avec la nouvelle génération de navigateurs et d'outils, la domination historique du système d'exploitation sera largement supplantée par celle des navigateurs plus légers et plus robustes. Cela permettra alors une croissance accélérée de l'informatique via Internet (le fameux *cloud computing* ou informatique dans les nuages), des services logiciels et des logiciels libres.

Deloitte.

Samson Bélair/Deloitte & Touche

Fier d'avoir été désigné fournisseur officiel de services professionnels pour les Jeux olympiques et paralympiques d'hiver de 2010 à Vancouver.



www.tmtpredictions.ca/fr

Deloitte, l'un des cabinets de services professionnels les plus importants au Canada, offre des services dans les domaines de la certification, de la fiscalité, de la consultation et des conseils financiers grâce à un effectif de plus de 7 700 personnes réparties dans 57 bureaux. Au Québec, Deloitte exerce ses activités sous l'appellation Samson Bélair/Deloitte & Touche s.e.n.c.r.l. Deloitte est le cabinet membre canadien de Deloitte Touche Tohmatsu.

La marque Deloitte représente une ou plusieurs entités de Deloitte Touche Tohmatsu, une Verein suisse, et son réseau de cabinets membres, qui sont chacun une entité distincte et indépendante. Pour obtenir une description détaillée de la structure juridique de Deloitte Touche Tohmatsu et de ses cabinets membres, veuillez consulter le site www.deloitte.com/about.

© Samson Bélair/Deloitte & Touche s.e.n.c.r.l. et ses sociétés affiliées.
Conçu et produit par National Design Studio, Canada 08-1528