



Ajouter un commentaire

Posté le 7 juillet 2010
Jennifer Manez 

1
tweet

retweet

Share

Voici encore un extrait du livre blanc publié par l'Internet Managers Club. L'article d'aujourd'hui a été rédigé par François Verron, Strategic Planner chez SQLI :

"2012 marque l'entrée dans l'internet ubiquitaire, un internet everywhere et permanent, bref un internet baignant le réel ; ce fameux nuage ou "cloud" qu'on évoque aujourd'hui comme un agrégat de DATA s'organise demain en suites logicielles et servicielles ambiantes, c'est-à-dire contextualisées et "on demand", augmentant les possibilités d'action et d'interaction in situ pour interagir sur les contextes immédiats ou lointains.

Ce qui change la donne du point de vue de l'utilisateur final. Cet internet là, en effet, suppose une approche ubimédia de l'interactivité qui se traduit par "l'empowerment" de l'utilisateur final dans son rapport au réel. Il aura le pouvoir de personnaliser son nuage, de le partager socialement avec des filtres d'intimité plus poussés, d'y appeler des services à sa mesure, au bon endroit, au bon moment, sur telle durée, en fonction de ses trajectoires, de ses lieux (indoor et outdoor) et moments de vie. Et ce, quel que soit le device de connexion et les modalités d'interaction à sa disposition in situ. L'interactivité est protéiforme et disséminée partout.

Ce qui change la donne pour les marques et les collectivités, dès lors que le nuage devient un terrain d'offre de services contextualisés. De fait, elles vont devoir investir et revendiquer un ou plusieurs contextes et les enrichir de services ad hoc, investissant dans l'innovation sur les usages comme jamais. La force du digital n'est alors pas simplement communiquer, promouvoir, vendre, réseauter : en 2012, le digital augmente le produit et la marque d'un service ou d'une expérience indoor/outdoor à valeur ajoutée.

Les sources de revenus proviendront des contextes (leur écosystème local) à la condition d'y faire naître une longue traine de services, masse critique d'utilisateurs obligés, sur laquelle atteler une forme de régie publicitaire géolocalisée et granulaire. Mais avec les logiques de centralisation de l'internet, des frais de péages difficilement contournables noircissent l'horizon : droit de passage aux tuyaux, d'autant qu'on passe au Très Haut Débit ; péage via la gamme de devices fermés estampillés Apple, sésame obligé à une offre de services logicielles sans équivalent. Ainsi 2012 serait la fin du rêve de l'Internet libre sans contrôle : on entre dans la "minitélisation" d'internet et le marché des données personnelles en contre-partie d'une liberté d'usages décuplée in the Real Life. A moins, et il faut l'espérer, que le politique vienne à la rescousse !"

Votre recherche recherche

ABONNEZ-VOUS



Twitter

flickr Flickr

f FaceBook

INSCRIVEZ-VOUS À LA NEWSLETTER!



CATEGORIES

-- par industrie --

-- par type d'actions --

NOS INTERVIEWS

Buzzcast #91 : Henri Kaufman - Les vidéos du (...)

Buzzcast #90 : Sven Markschläger / Jägermeister

Buzzcast #89 : Tanguy Lesselin / Sokoz

Buzzcast #88 : Steven Erich / Crispin Porter (...)

Buzzcast #88 : Scott Monty / Ford Motor (...)

[Voir tous les Buzzcast »](#)

BANNERS WE LIKE

TALENT WANTED

Assistant(e) Chef de Projet SEO

Assistant(e) Chef de Projet

Planner Stratégique Senior 360° (CDI)

Directeur de Clientèle Bilingue Anglais

Directeur commercial Europe

[Toutes les annonces »](#)

CONTACT

Luxembourg

+352 48 90 90 336

info@culture-buzz.fr

Paris

+33 1 55 33 89 00

info@culture-buzz.fr

[Nous contacter dans les autres pays »](#)

VIDEOS WE LIKE