

**Le nouveau livre d'Alcatel-Lucent, « The Shift », brosse le portrait du Web 2.0 de demain et du futur rôle des fournisseurs de services**

*Une étude de marché montre comment les nouveaux modèles commerciaux globaux sont la clé du succès, avec un chiffre d'affaires potentiel de \$100 milliards sur le seul marché américain*

**Conférence d'été 2010 de CableLabs, Keystone, Etats-Unis, le 16 août 2010** - Alcatel-Lucent (Euronext Paris et NYSE: ALU) annonce aujourd'hui la parution d'un livre intitulé *The Shift: The Evolving Market, Players and Business Models in a 2.0 World*. Ce nouveau livre s'appuie sur de nombreux travaux de recherche et bénéficie d'un prologue signé Marshall Kirkpatrick de ReadWriteWeb, maître à penser de la communauté des développeurs d'applications. L'ouvrage explique comment l'écosystème émergent des modes d'utilisation pratiqués par les fournisseurs de services, les développeurs, les publicistes, les consommateurs et les entreprises ont tout intérêt à exploiter les réseaux intelligents comme des plates-formes de développement. Sur le seul marché américain, le potentiel d'opportunité commerciale est estimé à près de \$100 milliards.

Le thème principal de *The Shift: The Evolving Market, Players and Business Models in a 2.0 World* est l'analyse de la rapidité avec laquelle le grand public adopte les technologies et l'impact qui en résulte pour les fournisseurs de services, les entreprises, les développeurs d'applications, les fournisseurs de contenu et les fabricants de téléphones, qui s'efforcent tant bien que mal de satisfaire l'explosion de la demande en bande passante et en services Web 2.0 accessibles partout, à tout moment et via n'importe quel type de terminal. L'ouvrage cite une étude de marché qui lui avait été commandée par Alcatel-Lucent afin de prouver comment un écosystème de communications collaboratives est nécessaire pour relever les défis des marchés grand public, professionnels et verticaux, qui souffrent aujourd'hui d'une fragmentation sectorielle.

« *'The Shift'* est le fruit de plus d'un an de recherche et d'analyse. Il dresse la carte d'un avenir à la fois fascinant et lucratif tant pour les fournisseurs de service que les développeurs d'applications dans l'arène du Web 2.0, » explique Allison Cerra, directrice du marketing d'Alcatel-Lucent Amériques, et également l'un des auteurs du livre. « *Nous montrons en particulier comment de la valeur supplémentaire est injectée dans l'écosystème quand les fournisseurs de services proposent des fonctions de réseau intelligent. Les avantages qui en découlent sont clairs pour tous : utilisateurs finaux, développeurs, publicistes et fournisseurs de services. La condition pour arriver à ce résultat est une stratégie qui permette aux consommateurs de maîtriser leur expérience, aux développeurs de bénéficier de fonctionnalités avancées, et aux fournisseurs de services de monétiser leurs investissements afin de stimuler l'innovation de demain.* »

« *Le livre traite des types de données spécifiques que les fournisseurs de réseau peuvent proposer à l'écosystème pris dans son ensemble et que les développeurs peuvent exploiter pour créer des logiciels et des services* », précise Marshall Kirkpatrick. « *Le réseau est capable de déterminer la présence, la disponibilité, la géolocalisation et le profil d'un utilisateur de logiciels connecté, que celui passe par un ordinateur portable ou un téléphone. Ce sont des données que le réseau peut fournir à un développeur, qui peut alors les affiner d'une façon intéressante pour l'utilisateur du logiciel.* »

## Quelques exemples des principales conclusions du livre :

Le livre démontre que les consommateurs, les développeurs, les entreprises et les marchés verticaux sont disposés à payer pour avoir accès à des fonctions réseau, et que l'accélération de l'innovation applicative est synonyme de nombreux avantages sociétaux pour le secteur public, la santé et l'éducation. Voici quelques-unes des conclusions auxquelles aboutit l'ouvrage:

- Les parents, les travailleurs sociaux, les fans de vidéos en ligne et les *gamers* apprécient les applications intégrant une intelligence réseau. Ils accepteront de payer de 25 à 35 % de plus pour un service offrant trois fonctionnalités opérant simultanément par rapport à un service ne proposant qu'une seule fonctionnalité.
- Plus de 50 % des consommateurs ne voient pas d'objection à communiquer des informations sensibles de leur profil à leur fournisseur mobile, par exemple les données de géolocalisation, de présence et de comportements en ligne.
- Près de 50 % des développeurs commerciaux accepteraient d'utiliser des API réseau et seraient disposés à payer le double pour des API fournies en standard plutôt que de les acheter séparément. Les développeurs IP en entreprise sont prêts à payer le triple.
- Un tiers des publicistes américains est disposé à utiliser des services réseau si ceux-ci leur permettent de diffuser des publicités basées sur les centres d'intérêt et les comportements des utilisateurs sur les sites de médias sociaux.

Malgré les nombreuses difficultés engendrées aujourd'hui par la fragmentation sectorielle, le livre a déterminé que les consommateurs regroupent différents services et terminaux, car ils sont convaincus que le jeu en vaut la chandelle, tant sur le plan de l'argent que du temps investis. Par exemple, pour pouvoir visionner aujourd'hui une vidéo, les consommateurs doivent souvent charger la vidéo sur un terminal vidéo mobile tel qu'un iPod ; ou regarder la vidéo à la demande en *streaming* sur leur PC ou connecter ce dernier à leur télévision ; ou accéder directement à la vidéo sur leur TV s'ils disposent d'un décodeur ou d'un lecteur de DVD spécialement équipé pour l'Internet. Or, ces difficultés peuvent être éliminées et remplacées par un environnement de service transparent et amélioré tirant parti des réseaux intelligents des fournisseurs de service.

Allison Cerra et Christina James, co-auteur de l'ouvrage et travaillant aussi au marketing d'Alcatel-Lucent, ont analysé les données de l'étude du marché primaire et secondaire qui leur avait été commandée pour brosser un tableau fouillé et objectif du secteur avant de s'atteler à la rédaction du livre. *The Shift: The Evolving Market, Players and Business Models in a 2.0 World* est disponible sur le site [www.theshiftonline.com](http://www.theshiftonline.com).

### **A propos d'Alcatel-Lucent et de son action pour la mise en œuvre d'un nouvel écosystème**

Alcatel-Lucent travaille activement à réduire la fragmentation de l'industrie en aidant les fournisseurs de services, les entreprises et les développeurs à travailler plus étroitement ensemble afin de créer et de fournir de nouveaux services à l'utilisateur final. Depuis décembre 2009, Alcatel-Lucent a annoncé sa [API Exposure Suite](#), sa [plate-forme de développement](#), son [Service Open API](#), sa [solution vidéo multi-écrans](#), sa [base multi-écrans](#) et sa [solution de publicité mobile Optism™](#), ainsi que l'acquisition de [ProgrammableWeb](#) afin de fournir un outil de bout en bout pour la construction d'un large écosystème. Ces outils et la publication de *The Shift: The Evolving Market, Players and Business Models in a 2.0 World* font progresser la vision *Application Enablement* d'Alcatel-Lucent qui combine les capacités éprouvées des réseaux des fournisseurs de services avec la réactivité et l'innovation du Web pour fournir une expérience utilisateur plus riche.

### **A propos d'Alcatel-Lucent**

Alcatel-Lucent (Euronext Paris et NYSE: ALU) est le partenaire privilégié de la transformation des fournisseurs de services, des entreprises, des secteurs stratégiques (défense, énergie, santé, transport) et des administrations du monde entier, leur offrant des services voix, données et vidéo pour leurs propres utilisateurs et clients. Leader dans les réseaux haut débit fixes, mobiles et convergés, les technologies IP et Optique, les applications et les services, Alcatel-Lucent s'appuie sur l'expertise technique et scientifique unique des Bell Labs, une des plus grandes organisations de recherche de l'industrie des communications. Avec une présence dans 130 pays, et l'équipe de service la plus expérimentée de l'industrie, Alcatel-Lucent est un partenaire local avec une dimension internationale. Alcatel-Lucent qui a réalisé des revenus de 15,2 milliards d'euros en 2009, est une société de droit français, avec son siège social à Paris. Pour plus d'informations, visitez le site d'Alcatel-Lucent à l'adresse <http://www.alcatel-lucent.com>. Lisez les dernières notes du blog <http://www.alcatel-lucent.com/blog> et suivez nous sur Twitter: <http://twitter.com/AlcatelLucent>.

**Contacts Presse Alcatel-Lucent**

Peter Benedict

Laurent Dunoyer de Segonzac

Tel: + 33 (0)1 40 76 50 84

Tel: + 33 (0)1 40 76 15 04

[peter.benedict@alcatel-lucent.com](mailto:peter.benedict@alcatel-lucent.com)[laurent.dunoyer\\_de\\_segonzac@alcatel-lucent.com](mailto:laurent.dunoyer_de_segonzac@alcatel-lucent.com)**Relations avec les investisseurs Alcatel-Lucent**

Frank Maccary

Don Sweeney

Tom Bevilacqua

Tel: + 33 (0)1 40 76 12 11

Tel: + 1 908 582 6153

Tel: + 1 908-582-7998

[frank.maccary@alcatel-lucent.com](mailto:frank.maccary@alcatel-lucent.com)[dsweeney@alcatel-lucent.com](mailto:dsweeney@alcatel-lucent.com)[bevilacqua@alcatel-lucent.com](mailto:bevilacqua@alcatel-lucent.com)