

# Olivier Blanchard : « Il ne faut pas espérer de miracle sur la croissance »

► Pour l'ancien économiste en chef du FMI, le ralentissement des pays avancés est « une tendance lourde »

Le macroéconomiste français Olivier Blanchard vient de rejoindre le Peterson Institute for International Economics, un think tank de Washington, après avoir passé sept ans au Fonds monétaire international (FMI). L'ex-économiste en chef de l'institution évoque le ralentissement des pays avancés. Pour lui, la

diminution de la productivité qu'on y observe est une « tendance lourde » depuis les années 1960.

Ainsi, aux Etats-Unis où, « l'augmentation des inégalités dans un contexte de faible progression de la croissance est un sérieux problème, on ne peut pas espérer de miracles », selon M. Blanchard.

Il considère que la situation « justifie donc qu'on se pose la question d'un changement de politique monétaire ». A la veille d'une nouvelle réunion de la Réserve fédérale américaine (Fed, banque centrale), prévue mardi 27 et mercredi 28 octobre, M. Blanchard estime cependant que « si la Fed remonte le loyer de

l'argent trop tôt, le risque de ralentissement économique est considérable ».

L'économiste revient aussi sur le ralentissement des pays émergents, jugeant que « la croissance très forte a été mal interprétée » et que « la période d'ajustement risque de durer un certain temps ». ■

► LIRE PAGE 3

## La Fnac fait le forcing pour racheter Darty

Le mariage entre Darty et la Fnac aura-t-il lieu ? Tout pourrait se décider ce lundi 26 octobre. Près d'un mois après avoir reçu l'offre d'achat de « l'agitateur culturel », le conseil d'administration de Darty se réunit pour arrêter sa position. En jeu, l'un des plus importants rapprochements tentés depuis des années dans la distribution en France.

Peu de chances que Darty accepte en l'état l'offre, qui valorise l'enseigne d'électroménager à 533 millions de livres (720 millions d'euros). « A priori, le conseil va plutôt rejeter la proposition, pronostique un proche du dossier. La Fnac n'a pas réussi à convaincre Darty de l'intérêt de l'opération. » Régis Schultz, le directeur général de Darty, ne semble guère enthousiaste non plus : « Je ne suis ni pour ni contre, le conseil prendra sa décision avec les éléments en sa possession », déclare-t-il sobrement. Sans accepter l'offre, le conseil pourrait aussi demander quelques semaines de plus, le temps de prolonger les discussions.

Le choix de Darty devrait être connu dans la journée de lundi ou mardi matin. En fonction de la décision, la Fnac fixera sa propre conduite. Le plus grand libraire de France a jusqu'au mercredi 28 octobre à 17 heures pour confirmer ou non son projet d'offre, selon la réglementation britannique.

ISABELLE CHAPERON, DENIS COSNARD ET CÉCILE PRUDHOMME  
► LIRE LA SUITE PAGE 5



## Theranos, soupçons sur une « success story »

► La start-up créée par Elizabeth Holmes promet des tests sanguins révolutionnaires  
► Des enquêtes du « Wall Street Journal » mettent en cause leur fiabilité

LIRE PAGE 10

Elizabeth Holmes, fondatrice de Theranos et plus jeune milliardaire non héritière du monde, le 21 octobre, à Laguna Beach (Californie).

GLENN CHAPMAN/AFP

720

MILLIONS D'EUROS

LE MONTANT DE LA VALORISATION DE DARTY PAR LA FNAC

### DOSSIER TÉLÉCOMS-MÉDIAS : LE GRAND RETOUR DES MARIAGES

► LIRE PAGES 6-7

### PORTRAIT JORGE PAULO LEMANN, L'OGRE BRÉSILIEN QUI RACHÈTE L'INDUSTRIE ALIMENTAIRE MONDIALE

► LIRE PAGE 2

● CAC 40   4 900 PTS - 0,47 %
● DOW JONES   17 646 PTS + 0,90 %
● EURO-DOLLAR   1,1048
● PÉTROLE   48,01 \$ LE BARIL
● TAUX FRANÇAIS À 10 ANS   0,84 %

VALEURS AU 26/10 - 9 H 30

### PERTES & PROFITS | TOYOTA

## La revanche du samouraï

À son sommet de la planète industrielle, deux empires se font face. Allemagne et Japon partagent le même goût pour les mécaniques bien huilées et la même prétention d'en inonder le monde. Ce n'est pas un hasard si les deux excellent à la fois dans les machines-outils et dans les automobiles, les unes au service des autres.

Leurs champions s'affrontent sur tous les terrains, et notamment sur le plus grand de tous, la Chine. En septembre dernier, à la veille du Salon automobile de Francfort, le chevalier Volkswagen se voyait en vainqueur. Au premier semestre de 2015, il avait réussi contre toute attente à décrocher le titre de numéro un mondial. Éphémère couronne.

A la veille de l'ouverture du Salon de Tokyo, mercredi 28 octobre, le samouraï Toyota retrouve de sa superbe. Sur les neuf premiers mois de l'année, il a vendu 60 000 voitures de plus que son adversaire. Et comme pour enfoncer un peu la tête de son concurrent dans sa grande flaque de gas-oil, il s'est donné un cap bien plus ambitieux encore : parvenir en vingt-cinq ans à éliminer totalement de sa gamme les véhicules à essence et diesel. En finir avec une technologie plus que centenaire qui constitue la quasi-totalité de sa flotte aujourd'hui.

Le porte-drapeau de cette offensive s'appelle la Toyota Mirai (« futur » en japonais). Une voiture à hydrogène dont les seuls rejets sont quelques gouttes d'eau. Comprendre : le futur appartient à Toyota. Fragilisé par des rappels en masse aux Etats-Unis, puis par le tsunami de 2011 qui a tou-

ché nombre de ses usines, il est reparti à l'offensive, avec notamment de nouveaux projets, notamment au Mexique et en Chine.

#### Regarder au-delà

Ce retour en forme ne se produit cependant pas au meilleur moment. Les deux constructeurs affichent pour 2015 des ventes en baisse, de près de 1,5 %, par rapport à l'année précédente. Et cela n'a rien à voir avec le scandale qui affecte l'allemand puisqu'il est trop tôt pour que l'affaire apparaisse dans les statistiques. Le marché japonais dégringole, le brésilien s'effondre et, plus grave encore, les ventes en Chine ne se redressent pas.

Toyota préfère donc regarder au-delà. A court terme, il devrait être le premier gagnant de la « dédiésélisation » du parc automobile en Europe, compte tenu de son avance sur les véhicules hybrides. Même les chauffeurs de taxi parisiens troquent leurs Peugeot ou leurs Mercedes contre des Toyota Prius.

Et son pari sur la Mirai est du même ordre. Et suscite le même scepticisme que l'hybride à son époque. La voiture est trop chère, 80 000 euros et, surtout, son développement exige de considérables investissements dans un réseau de distribution d'hydrogène en station-service. Mais le futur est à ce prix. Et les deux pays qui investissent en ce moment dans cette technologie sont, comme par hasard, l'Allemagne et le Japon. La guerre des étoiles n'est donc pas terminée. ■

PHILIPPE ESCANDE

**Le Monde**  
HORS-SÉRIE

**EMPIRES**

4 000 ANS D'HISTOIRE IMPÉRIALE  
LES NOUVELLES STRATÉGIES DE DOMINATION

---

**EMPIRES**

Un hors-série du « Monde »  
100 pages - 7,90 €  
Chez votre marchand de journaux  
et sur [Lemonde.fr/boutique](http://Lemonde.fr/boutique)



Patrick Drahi  
(au centre), patron  
de la holding Altice,  
en avril 2014,  
à Paris. FRED DUFOUR/APP

# Télécoms-médias, le grand retour de la convergence

Malgré les échecs passés (Vivendi-Universal, AOL-Time Warner, Orange...), la tentation du mariage entre les opérateurs de télécommunications ou du câble et les contenus des producteurs ou des chaînes est de retour. Car la menace Google ou Apple se précise

CHARLES DE LAUBIER

Ça s'en va et ça revient... Treize ans après le fiasco de Jean-Marie Messier, à la tête de Vivendi Universal, et six ans après l'échec de la fusion entre AOL et Time Warner, les sirènes de la convergence télécommunications-médias se font à nouveau entendre de part et d'autre de l'Atlantique. En Europe, le groupe Vivendi – repris en main par Vincent Bolloré et recentré, depuis 2014, sur les contenus – vient d'investir 3 milliards d'euros pour monter à hauteur de 20 % dans le capital de Telecom Italia, avec l'ambition retrouvée de faire jouer les synergies entre tuyaux et contenus.

Ce qu'il n'avait pas vraiment su faire en France avec sa filiale SFR, finalement vendue, en 2014, pour plus de 17 milliards d'euros au groupe Altice-Numericable. Vivendi, qui vient de prendre, mi-octobre, des participations dans Ubiisoft (10,39 %) et Gameloft (10,2 %) dans le jeu vidéo, pourrait, en outre, renforcer sa position en Espagne dans Telefonica, dont il détient 1 %, afin de donner à ses contenus « l'accès à une distribution privilégiée et à une base de clientèle ».

## LE MODÈLE MALONE

Devenu, en moins d'un an, le numéro deux des télécoms en France avec Numericable-SFR, Patrick Drahi fait montre d'ambitions de convergence plus affirmées. Le Franco-Israélien constitue, parallèlement à son réseau, un groupe de médias, Altice Media Group, présent dans l'audiovisuel (BFM-TV,

## LES GROUPES DE MÉDIAS SENTENT « COURT-CIRCUITÉS » PAR DE NOUVEAUX ACTEURS MONDIAUX DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

RMC, RMC Découverte, i24news, des chaînes thématiques...) et la presse (*Libération*, *L'Express* et bientôt *Stratégies*...).

Patrick Drahi, qui a racheté Portugal Telecom, en décembre 2014, pour 7,4 milliards d'euros, s'inspire de l'Américain John Malone, qui s'est constitué – à travers sa holding Liberty Media – un groupe actif dans le câble (Liberty Global) et les médias (Discovery): M. Malone est numéro un en Europe (bien qu'absent de France) avec Virgin Media au Royaume-Uni ou Unitymedia en Allemagne.

Vincent Bolloré, Patrick Drahi, John Malone, ces nouveaux croisés de la convergence, ont aussi en commun d'être milliardaires. Comme l'est aussi Xavier Niel, patron

fondateur de Free et copropriétaire, à titre personnel, du groupe Le Monde et de *L'Obs*, mais sans objectif d'intégration verticale – à part la volonté de constituer, par ailleurs, un groupe de médias européen par le biais de son nouveau fonds Media One.

Aux Etats-Unis, trois géants des télécoms et du câble veulent eux aussi mêler ce qu'ils coûtent réseaux et contenus. AT&T, premier opérateur télécoms américain (premier dans le mobile), a bouclé, en juillet, l'acquisition de l'opérateur de bouquet de télévision par satellite DirecTV pour 48,5 milliards de dollars (42,9 milliards d'euros). Objectif: miser sur des « services intégrés », appelés *bundles* (bouquet TV/Internet/mobile/informatique dématérialisée).

De son côté, Verizon, troisième opérateur américain, s'est emparé, en mai, du portail Internet AOL pour 4,4 milliards de dollars. Quant à Comcast, premier câble-opérateur américain, il s'est déjà constitué en groupe de médias-réseaux en prenant, en janvier 2011, le contrôle du conglomérat NBCUniversal, lequel était issu de l'intégration, en 2001, du réseau de télévision NBC et des activités de Vivendi Universal Entertainment revendues par un certain... Jean-Marie Messier.

Faut-il avoir la mémoire courte pour ne pas

se rappeler que les poussées de « convergence » d'aujourd'hui surviennent treize ans après la démission de M. Messier justement, pour avoir mené le groupe Vivendi Universal – né de la fusion, en 2000, de l'ex-Compagnie générale des eaux avec Seagram (Universal Music et Studios) – au bord de la faillite, avec une perte abyssale de 23 milliards d'euros en 2002 et un endettement de 35 milliards d'euros! L'éclatement de la bulle Internet y a contribué, mais les synergies espérées à l'époque entre Cegetel (devenu SFR), Canal+, Universal Music, Vivendi Games et les activités dans l'édition ont aussi été des vœux pieux.

Ses successeurs n'ont pas plus réussi à les faire travailler ensemble. « Le groupe avait, auparavant, une démarche moins intégrée à l'égard de ses filiales qui, par ailleurs, ont développé des cultures spécifiques, de par leur histoire et leurs activités », reconnaît Manuel Alduy, directeur de Canal OTT, filiale de Canal+, chargé de développer les contenus audiovisuels du groupe, sur Internet et les smartphones. Bouygues, propriétaire de TF1, depuis 1987, et de Bouygues Telecom, depuis sa création en 1994, montre que les synergies entre filiales sœurs ne vont pas de soi. Nonce Paolini, PDG de TFI jusqu'en mars 2016, s'était bien vu confier, en 2009, par Martin Bou-

## L'union Comcast-NBC Universal malmenée

**PREMIER CÂBLO-OPÉRATEUR** américain, Comcast sera présent sur YouTube Red, le service de vidéo à la demande par abonnement (9,99 dollars par mois) que la filiale de Google lance le 28 octobre. Selon Bloomberg, il rejoindra ainsi CBS, CNN et d'autres sur ce nouveau service payant de vidéos en ligne. C'est un signe. Comcast suit le mouvement qui avait vu HBO, la chaîne du groupe Time Warner, se lancer cette année sur Internet et Apple TV. Car le vent tourne aux Etats-Unis pour les câblo-opérateurs.

Avec 22 millions d'abonnés à la fois à Internet et la télévision, Comcast – comme les autres câblo-opérateurs –

commence à perdre des clients sur sa quinzaine de chaînes câblées (USA Network, Syfy, MSNBC, E!, CNBC, NBC Sports Network...). Lors du dernier trimestre, 71 000 de ses abonnés ont encore résilié leurs services de télévision, sur un total de 340 000 abonnés perdus pour tous les câblo-opérateurs américains.

### Fin de la lune de miel

Ce phénomène, appelé « cord-cutting », consiste pour les utilisateurs à se désabonner des coûteuses offres couplées « accès Internet-bouquet de télévision » – 85 dollars (77 euros) par mois en moyenne – au profit de multiples offres vidéo présentes sur In-

ternet (Netflix, Amazon Prime Video, Sling TV...), dont les prix se situent en dessous des 10 dollars. A force de perdre des clients TV, Comcast a désormais plus d'internautes que de téléspectateurs abonnés!

C'est révélateur. Comme pour limiter l'hémorragie, le groupe de Philadelphie prévoit – faute d'avoir eu le feu vert des autorités antitrust pour s'emparer de Time Warner Cable pour 45 milliards de dollars – de devenir opérateur mobile à partir de 2016, pour trouver dans le *quadruple play* (Internet-TV-téléphone fixe-mobile) un relais de croissance.

Va-t-on dans ces conditions vers la

fin de la lune de miel entre Comcast et NBC Universal, commencée en janvier 2011 avec de belles promesses de convergence? Le conglomérat audiovisuel et cinématographique, qui poursuit de son côté ses emplettes dans les contenus en ligne avec coup sur coup les rachats en août de BuzzFeed et de Vox Media (The Verge, Re/Code...), était lui-même issu de l'intégration en mai 2004 du groupe de télévision NBC (CNBC, MSNBC, Bravo...) et des activités de Vivendi Universal Entertainment revendues après l'échec d'un certain... Jean-Marie Messier. Le monde est petit. ■

C. DE L.

## Les transactions s'accroissent

LES PRINCIPALES OPÉRATIONS TÉLÉCOMS - MÉDIAS DEPUIS 2013

### PRINCIPAUX ACQUÉREURS

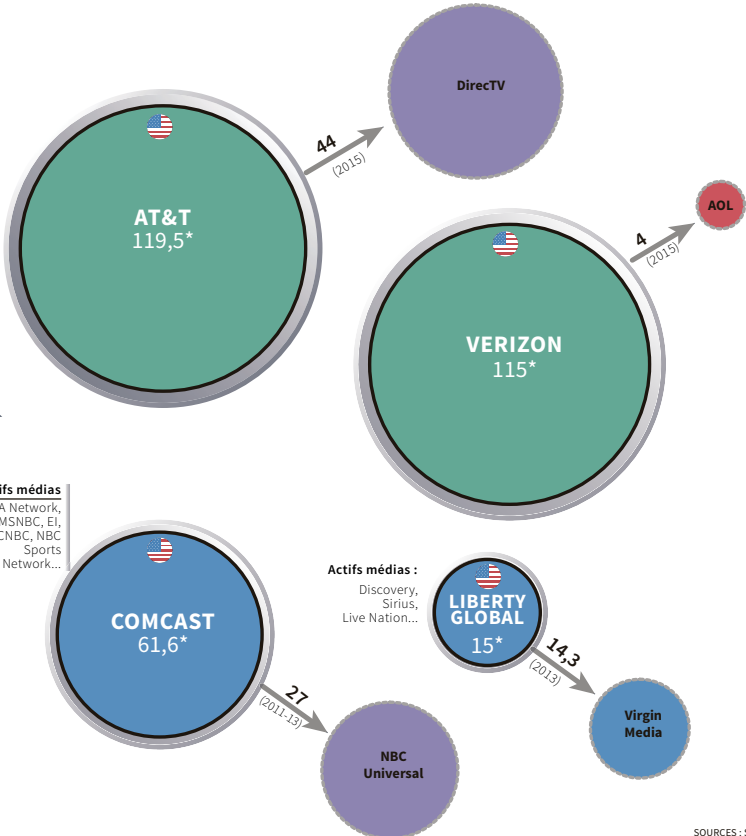
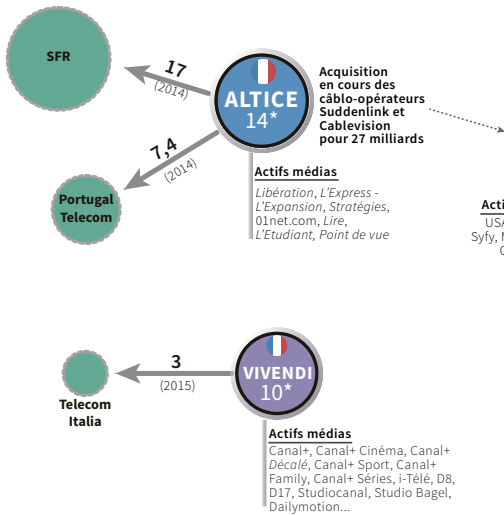
**XX** \* Chiffre d'affaires (estimé 2015) en milliards d'euros

### PRINCIPALES CIBLES

**XX** (2014) Montant (en milliards d'euros) et date de la transaction

### MÉTIERS

● Médias ● Opérateur Internet  
● Télécommunications ● Câblo-opérateur



SOURCES : SOCIÉTÉS

gives une mission de « réflexion approfondie sur la convergence (Internet, médias, téléphone fixe et mobile) afin d'élaborer des stratégies et des propositions d'organisation pour réussir cette convergence ». Mais cela n'a pas produit les synergies attendues.

Le premier opérateur français, Orange, a, de son côté, fait marche arrière en juillet 2010, en renonçant à être producteur de cinéma, éditeur de télévision et détenteur, au prix fort, de droits exclusifs sur le football.

#### « UN RAPPROCHEMENT INÉLUCTABLE »

Pourquoi la convergence fait-elle encore des émules parmi les patrons des télécoms et des médias ? Trois explications peuvent être avancées. Il ne faut, d'abord, pas négliger le syndrome « J6M », le « Jean-Marie Messier, Moi-Même, Maître du Monde » caricaturé par « Les Guignols de l'Info ». Partir à la conquête du monde, c'est le rêve de toujours de Patrick Drahi, qui vient de mettre plus de 24 milliards de dollars sur la table pour s'emparer, coup sur coup, des septième et quatrième câblo-opérateurs américains Suddenlink et Cablevision. Les 45 milliards d'euros d'endettement de son groupe Altice commencent d'ailleurs à inquiéter les investisseurs.

Déraisonnable, cette course au gigantisme ? Logique, au contraire, défend Alain Weill, qui a vendu à M. Drahi NextRadioTV (BFM-TV, RMC...), devenant directeur des activités médias du groupe Altice. « Le rapprochement entre les télécoms et les médias est inéluctable. (...) Pour un groupe audiovisuel comme NextRadioTV, s'allier avec un opérateur de télécommunications est une garantie de distribution. (...) Pour Altice, il s'agit d'augmenter le revenu par abonné pour améliorer la rentabilité du réseau », a-t-il expliqué, le 28 juillet, au Monde. Dans le même esprit, Verizon s'est emparé, au printemps, d'AOL, devenu méga-portail Web et mobile (AOL.com, The Huffington Post, TechCrunch...). « La combinaison de Verizon et d'AOL crée une plateforme unique dans le mobile et l'Internet, pour les créateurs, les consommateurs et les publicitaires », s'est félicité Tim Armstrong, PDG d'AOL.

Deuxième argument en faveur de la convergence, la menace des Google, Apple, Facebook et Amazon (GAFA) sur le marché numérique mondial. Les opérateurs, du câble comme des télécoms, estiment que ces géants du Net, qui se développent sans investir directement dans un réseau, leur mangent la laine sur le dos en s'adressant directement au consommateur final. D'ailleurs, YouTube, filiale de Google, lancera le 28 octobre un service de vidéo à la demande par abonnement. Les rois du mobile n'échapperont pas à

cette « désintermédiation », avec l'arrivée de nouvelles cartes SIM, mises au point par Apple ou Google. Tandis que les groupes de médias, eux, se sentent « uberisés », comprenez « court-circuités », par de nouveaux acteurs mondiaux de l'économie numérique.

Les opérateurs sont-ils condamnés à prendre le contrôle de toute la chaîne de valeur, s'ils ne veulent pas être réduits à de stupides tuyaux (dumb pipes), ou doivent-ils se recentrer sur leur réseau modernisé – quitte à demander un droit de passage aux stars de l'Internet ? « Les opérateurs ont comme priorité de monétiser les accès très haut débit, fixes et mobiles, dans lesquels ils doivent beaucoup investir. Ce qui ne leur interdit pas de s'intéresser aux applications, soit comme prestataire rémunéré, soit comme prestataire auprès des éditeurs de services, soit en étant éditeur et diffuseur de services vidéo », dit Yves Gassot, directeur général de l'Institut d'études Idate.

#### LA SURENCHÈRE DES SÉRIES

Troisième explication enfin, les contenus audiovisuels – films et séries en tête – coûtent de plus en plus cher. Il faut avoir les reins solides pour faire face à des acteurs comme Netflix ou Amazon Prime Video, qui s'affranchissent des relations avec les distributeurs traditionnels et produisent, à coups de millions de dollars, leurs propres exclusivités, comme les séries « House of Cards » et « Orange is the New Black » pour Netflix, « Mozart in the Jungle » et « Transparent » pour Amazon. Un seul épisode de « Game of Thrones », la série fantastique et médiévale de HBO (la chaîne payante de Time Warner) couronnée aux Emmy Awards en septembre, aux États-Unis, coûte, en moyenne, 6 millions de dollars.

« La tendance principale est plutôt en faveur d'une "désintermédiation" de la distribution de la vidéo », c'est-à-dire qu'elle est diffusée sur le Net, sans être gérée par l'opérateur télécoms ou câble, constate, cependant, M. Gassot. Les abonnés à une box ou au câble sont plus nombreux à être séduits par les offres de vidéo à la demande ou par abonnement des acteurs d'Internet, quitte à résilier leur forfait couplant accès et télévision. Aux États-Unis, c'est ce que l'on appelle le cord-cutting. Fini la télévision ! Car, contrairement à l'époque de Vivendi Universal ou d'AOL Time Warner, l'accès haut débit à Internet ou sur smartphones s'est généralisé. La planète compte 3 milliards d'internautes, contre 300 millions en 2000. Et cela change tout.

Dans cette nouvelle course à la convergence, les câblo-opérateurs auraient, cependant, un atout sur les opérateurs de réseaux téléphoniques comme Orange. « Cela fait

### DANS CETTE NOUVELLE COURSE, LES CÂBLO-OPÉRATEURS AURAIENT UN ATOUT SUR LES OPÉRATEURS TÉLÉPHONIQUES

plus sens pour les câblo-opérateurs, qui partent des médias vers les télécoms. L'américain Comcast a racheté, en 2011, le groupe audiovisuel et studio de cinéma NBC Universal, avec la perspective de vendre ses chaînes sur Internet comme le font maintenant HBO ou Netflix, sans passer par ses propres tuyaux. Cette convergence permet de sécuriser les activités du câble-TV et – dans une moindre mesure – celui du câble-Internet, grâce à des contenus exclusifs. Et cela fonctionne », explique Tariq Ashraf, spécialiste médias et télécoms du cabinet d'analyse BearingPoint. La démonstration pour les opérateurs de télécommunications reste encore à faire, mais beaucoup estiment qu'ils n'ont désormais plus le choix. ■

### La carte SIM des smartphones : nouvelle conquête des géants du Net

LES OPÉRATEURS MOBILE perdent peu à peu le contrôle de la carte SIM, cette petite puce logée à l'intérieur de chaque smartphone pour le raccorder au réseau et stocker des informations. Les acteurs d'Internet, tels que Google ou Apple, ambitionnent d'assurer eux-mêmes la distribution de leurs contenus et services jusqu'aux mobinautes. Comment ? En lançant leur propre carte SIM « universelle », intégrée directement dans le mobile, indépendamment de tout opérateur mobile qui se sent court-circuité.

Bien qu'Apple ait démenti début août une information lui prêtant l'intention de devenir opérateur de réseau mobile virtuel (MVNO), la marque à la pomme propose néanmoins depuis 2014 sa propre carte « Apple SIM » permettant aux utilisateurs de ses tablettes iPad Pro, iPad Air 2 et iPad Mini 3 ou 4 – mais pas encore des iPhone – de ne pas en changer lorsqu'ils passent d'un opérateur mobile à un autre, comme lorsqu'on change de réseau Wi-Fi. Apple, qui s'adresse d'abord aux voyageurs, a noué des contrats à long terme avec AT&T, Sprint, T-Mobile, EE et GigSky dans 90 pays. En France, c'est GigSky, opérateur spécialisé dans les services de données de type pay-as-you-go, qui propose l'Apple SIM depuis cet été. Du transfert de données sur ta-

blette, l'Apple SIM devrait à terme proposer voix et itinérance sur smartphone. Pour préparer les esprits, la vente d'iPhone 6s sans carte SIM, ni verrouillage a débuté en octobre...

#### Plus d'engagement contraignant

De son côté, Google a signifié, début 2015, vouloir devenir MVNO aux États-Unis pour surfer sur le succès rencontré par son système d'exploitation Android sur mobile (80 % des smartphones dans le monde). Ce serait une façon de prendre sa revanche après avoir perdu, en 2008, les enchères aux États-Unis sur des fréquences mobile. Lancé il y a plus de deux ans sous le nom de « Project Fi », l'opérateur Google Fi – alliant mobile et Wi-Fi – est né en avril et est depuis en test auprès de possesseurs de smartphones Nexus, qui peuvent aller et venir entre les opérateurs mobile T-Mobile et Sprint, et sur réseau Wi-Fi. Google devient leur fournisseur unique de réseaux, de services et... d'une « Google SIM » !

Avec ces cartes SIM multi-opérateurs, logées à l'arrière du terminal (Google) ou directement intégrées à l'intérieur (Apple), l'abonné n'est plus pieds et poings liés avec un opérateur mobile, son smartphone n'est pas « SIMlocké », à savoir verrouillé pour fonctionner seule-

ment sur le réseau de l'opérateur mobile auprès duquel il a été acheté. Cela remet en cause le pouvoir des opérateurs mobile, jusque dans le financement du téléphone avec un engagement contraignant.

Pour ne pas perdre la main, ces derniers s'organisent avec les fabricants de smartphones – Samsung et Apple en tête – pour proposer une nouvelle génération de cartes SIM embarquées – appelées eSIM – capables d'être activées par le mobinaute sur son smartphone, sa tablette ou son portable après de l'opérateur de son choix. Cette puce, soudée dans l'appareil, sera basée sur une norme commune et interopérable qui sera utilisée dans les premiers terminaux en 2016.

C'est la GSMA, association regroupant près de 800 opérateurs mobiles dans le monde, qui coordonne le projet auquel participent Orange, Deutsche Telekom ou encore Vodafone – ce dernier ayant été un des pionniers de la carte SIM embarquée dans le Kindle d'Amazon et la PSP Vita de Sony. Le marché est énorme car il englobe aussi le M2M (Machine-to-Machine), l'IoT (Internet of Things) et les Wearables (montres connectées, accessoires de fitness et de santé, e-textiles, etc.), autrement dit tout ce qui peut être connecté. ■

C. DE L.