

Pourquoi grâce aux effets de réseaux les monopoles sur Internet ne peuvent pas devenir abusifs

Les géants d'Internet se développent grâce à des "effets de réseaux" qui peuvent déboucher sur des monopoles, qui sont cependant vite limités par une innovation très dynamique dans ce secteur.

Avec Pascal-Emmanuel
Gobry

Uber et ses confrères sont très instructifs. Ainsi que Blablacar et autres services qui permettent de voyager moins cher que le train.

La grande bataille est entrain de démarrer : Internet contre les monopoles. Et je sais qui va gagner. C'est Internet.

Pourquoi est-ce qu'Internet gagne contre les monopoles?

La raison en est simple : Internet permet de faire les choses plus efficacement, et plus ouvertement. Uber permet d'héler une voiture avec chauffeur à n'importe-quel moment, alors que le monopole des taxis assure qu'il est très difficile de trouver un taxi la plupart du temps. Internet remet même en cause des monopoles dont on ne savait pas qu'ils existaient : Airbnb remet en question le monopole des hotels sur le voyage.

L'effet d'Internet est en général impossible à arrêter parce que la plupart des services sur Internet disposent de ce qu'on appelle un effet de réseau.

L'effet de réseau est ce qui se produit lorsque l'utilité d'un produit ou service augmente si d'autres personnes l'utilisent. L'exemple classique est le téléphone. Si personne n'a de téléphone, ça ne sert à rien d'avoir un téléphone, puisqu'on ne peut pas appeler ni recevoir d'appels. Par contre, si tout le monde à un téléphone, il devient obligatoire d'avoir le téléphone pour avoir une vie sociale.

Ce sont ces effets de réseau qui font la puissance des services Internet, parce qu'ils créent un cercle vertueux. Plus il y a de gens qui utilisent le service, plus le service a de la valeur, donc plus de gens se mettent à l'utiliser, donc plus le service a de la valeur, et ainsi de suite.

Pensons à Facebook : vous êtes sur Facebook parce que tous vos amis y sont. Et vos amis y sont parce que leurs amis y sont. Et ainsi de suite. C'est pour ça qu'à partir du moment où Facebook avait dépassé un certain seuil, sa croissance était presque garantie.

Mais n'y-a-t-il pas un côté obscur à cette force disruptive d'Internet ? L'aboutissement logique de l'effet de réseau, c'est le monopole : tout le monde est sur le réseau, et personne ne peut détrôner le réseau, parce que tout le monde est sur le réseau. Est-ce que, loin de détruire des monopoles, Internet n'est pas tout simplement entrain de remplacer un monopole par un autre ? **A la place de l'administration des PTT, nous voici les administrés de Google ?**

Si le monde de l'innovation était statique, la réponse serait oui. Mais, heureusement, ce n'est pas le cas. Car il existe des réseaux dans les réseaux.

L'exemple le plus frappant est Craigslist, leader des petites annonces aux Etats-Unis (équivalent de Leboncoin). Craigslist a, en apparence, un monopole sur les petites annonces. Et il y a effet de réseau : le principe d'un site de petites annonces et que plus il y a d'acheteurs et de vendeur, plus le site a de valeur pour les acheteurs et les vendeurs, d'où effet de réseau.

Oui, sauf que "les petites annonces" recouvre un domaine extrêmement vaste. Depuis la création de Craigslist, de nombreuses startups ont fleuri sur chacun des "verticaux" de Craigslist. Il est impossible de faire un "Craigslist 2" mais il est possible de faire des sites de petites annonces sur certains secteurs spécifiques, où Craigslist, qui est générique, n'est pas aussi bon. Ainsi, il y a des sites de petites annonces de rencontres, des petites annonces de logement, des petites annonces de location, et ainsi de suite. Craigslist garde son "monopole" mais c'est un monopole qui ne peut pas devenir abusif, car dès que ça serait le cas, il y a d'autres candidats pour prendre la relève et exploiter les abus de Craigslist.

Le 21ème siècle va être intéressant.