

TORONTO STAR

Editorial
The Jobs revolution

441 mots
7 octobre 2011
The Toronto Star
TOR
CTGDJC
ONT
A22
Anglais
Copyright (c) 2011 The Toronto Star

Steve Jobs was a one-man Schumpeterian revolution. More than any other business leader of the modern era he unleashed the forces of "creative destruction," famously identified as the driving force of capitalism by the Austrian economist Joseph **Schumpeter**. Build, destroy, rebuild - repeat. That is the relentless, unforgiving process that **Schumpeter** described as the wellspring of wealth creation and Jobs practised it throughout his groundbreaking career.

Jobs' creative destruction of competitors was brutally clear. His iPod blew the music industry apart. Microsoft, once a feared monopolist, now looks like a stumbling giant tormented by Apple, Google and Facebook. RIM's BlackBerry business reels before the ever-improving iPhone.

Less obvious is how Jobs unleashed creative destruction on his own company and his own creations. He is widely credited as the father of the personal computer. He didn't invent it, but he designed computers that were intuitive, beautiful, something people actually wanted in their everyday lives. Then, with the iPad, he produced a device that is making PCs seem clumsy and outmoded for many tasks.

The iPod revolutionized how we consume, buy and share music and video. Now, after selling tens of millions of iPods of all shapes and sizes, Apple is laying the groundwork for the death of the stand-alone MP3 player - integrating its functions into the iPhone and plotting to relocate music files in the "cloud." Build, destroy, build again.

The passing of no other business leader would produce the kind of outpouring that surrounds the death of Jobs at just 56. He was not only a businessman, but a cultural leader, master of the Zeitgeist and brilliant communicator. A shelf of books has been written on his iconic product presentations, in which he managed to elevate a new model of laptop or smart phone to a higher plane of aspiration and meaning. He told stories about connecting, sharing, communicating - and delivered the tools to do it.

Jobs' legacy is not a product or a succession of products. **Schumpeter** wrote that the key issue is "not how capitalism administers existing structures, (but) how it creates and destroys them." Jobs made Apple the most creative big company in the world, and briefly the most valuable, by doing the opposite of administering the status quo - even if the status quo was something he had just conjured into being.

No wonder his death has struck such a chord. No wonder the world wonders whether Apple can continue its remarkable run without such a leader challenging it to up the game, again and again.

Apple CEO Steve Jobs died Wednesday at the age of 56.

ROBERT GALBRAITH/REUTERS

Document TOR0000020111007e7a70002h

La vallée des rêves

3,557 mots

29 septembre 2011

L'Hebdo

LHEBDO

CTGDJC

94

Français

(c) 2011 Ringier AG, Switzerland. All rights reserved.

ALAIN JEANNET SILICON VALLEY PHOTOS KIMIHIRO HOSHINO

Malgré le déclin des Etats-Unis, la prochaine grande innovation aura sans doute lieu dans la Silicon Valley. Vingt-huit ans après un premier reportage dans la vallée, nous y sommes retournés pour vérifier cette hypothèse.

On a beau chercher, il y a peu d'endroits au monde où l'on trouve autant d'individus habités par le rêve d'inventer l'avenir: Silicon Valley. Prenez Harrison F. Dillon, 41 ans, cofondateur de l'entreprise Solazyme. Son truc: transformer des végétaux (cellulose, canne à sucre, maïs...) en carburant, mais aussi en savons, en plastiques, en produits cosmétiques ou en huiles de cuisine. Une espèce d'œuf de Colomb de la biotechnologie basé sur les microalgues. Qui lui a valu, en mai dernier, une entrée en Bourse fracassante: avec ses 140 employés, Solazyme pèse près de 1,5 milliard de dollars.

«Oil», quand il prononce le mot magique, l'ingénieur se laisse gagner par une douce euphorie. Car, il en est certain, il contribuera à la sécurité de l'approvisionnement en énergie des Etats-Unis, alors que les réserves de pétrole s'épuisent inexorablement. D'ailleurs, l'armée lui a accordé un soutien décisif. Elle vient d'annoncer que le kérosène Solazyme est compatible avec les exigences des hélicoptères de la Navy. L'idée, c'est maintenant de monter en puissance et de créer de nouvelles usines. Au Brésil et, peut-être, en Europe.

Sous la houlette du patron habillé d'un gilet jaune tournesol, la visite de l'entreprise prend bientôt un tour surréaliste. Après nous avoir montré toutes les variétés de biocarburants dits de la 3e génération sortis de ses labos, il nous emmène dans une cuisine pour nous faire tester à l'aveugle deux glaces au chocolat: d'un côté, une Häagen-Dazs; de l'autre, une production préparée avec de l'huile maison. Kifkif: la même onctuosité pour une teneur en calories très inférieure. «Nous sommes les premiers, explique-t-il, à savoir créer toutes sortes d'huiles à partir de la même matière première.» Et quand nous lui posons la question qui sera le fil rouge de notre reportage, «What is the next big thing?», il répond: «Ce que nous faisons ici! What else?»

En 1983, j'avais passé plusieurs semaines dans la vallée pour une enquête sur la révolution électronique. Puces et souris, on découvrait derrière ces noms d'insecte et de rongeur l'avènement de l'ordinateur personnel. Chez Apple, le directeur du marketing jouait déjà sur la corde messianique et il s'était carrément mis debout sur son bureau pour m'expliquer sa stratégie. Si le fondateur Steve Jobs n'était pas encore sanctifié, on pressentait que ça n'allait tarder. Depuis les débuts, il règne sur la vallée une confiance presque religieuse en la science et la technologie.

Les ingrédients du modèle? Ils n'ont pas vraiment changé. Des universités parmi les meilleures du monde. Une concentration de chercheurs hyperbrillants et tournés vers la commercialisation de leurs inventions. Une faune impressionnante d'avocats spécialisés et de financiers (les «venture capitalists» ou capital-risqueurs) ainsi que de riches individus (les «business angels») prêts à parier des centaines de milliers de francs sur des idées risquées. Le climat... californien. Et quelques mantras qui, vous me le pardonnerez, passent mieux en anglais qu'en français: «If you can dream it, you can make it.» Ou encore: «Failing fast forward», tant les vertus de l'échec sont ici admises de tous.

En presque trente ans, contrairement au monument Apple, bon nombre d'entreprises ont disparu, d'autres ont été rachetées. Mais un nombre très supérieur de nouvelles sociétés ont été lancées, qui illustrent bien le processus de destruction créatrice cher à l'économiste **Schumpeter**. Sur un territoire comparable à celui du canton de Vaud, on trouve ainsi la plupart des acteurs qui font l'avenir de l'internet, de la téléphonie mobile et des technologies vertes. Google, qui vient de racheter Motorola. Et Facebook, qui lui taille des croupières. Tesla Motors, l'inventeur du bolide électrique, qui devrait bientôt produire quelque 20 000 berlines à Fremont, dans les anciennes usines de Toyota et de GM. Le plus sidérant, c'est que la machine à innover continue de tourner à plein régime. Malgré la récession et un Etat de Californie au bord de la faillite. Les éditorialistes les plus influents, parmi lesquels Thomas Friedman du New York Times, peuvent bien donner, comme dans son dernier livre, dans le déclinisme le plus noir, les tribus de la vallée ne semblent pas affectées. Obama? Elles ont voté pour. Elles sont déçues, certes. Mais l'essentiel, c'est qu'on les laisse bosser en paix.

Après le 11 Septembre, on avait cru que la politique migratoire restrictive mise en place par

l'administration Bush allait freiner les flux. Il y a eu des départs, bien sûr. Mais, malgré les vexations, le flot ne s'est pas durablement tari. Aujourd'hui, 20 à 25% des start-up sont lancées par des Indiens. Et pour ceux qui veulent mettre en orbite une entreprise nouvellement créée, c'est clair: il faut passer par la Silicon Valley. Au boxoffice des ambitions et des fantasmes collectifs, le film *The Social Network* a remplacé Wall Street.

Ce soir-là, au Nola, un restaurant cajun, à Palo Alto, le directeur de Swissnex à San Francisco Christian Simm a réuni une table d'entrepreneurs fraîchement arrivés de Suisse. Frederic Mauch de BioApplyPolymers, une société spécialisée dans les biomatériaux. François Bochatay de Sobees, une entreprise internet, créée au Parc scientifique de l'EPFL. Ou encore Vincent Borel, le cofondateur de Webdoc, une start-up qui surfe sur le développement des réseaux sociaux. Tous sont convaincus qu'ils trouveront ici un accélérateur de croissance unique.

Unique, vraiment? Au fil des années, des centaines de délégations étrangères ont pourtant visité la région. On a essayé de reproduire le modèle à Göteborg, à Bangalore, dans l'arc lémanique et, plus récemment, à Skolkovo, en Russie. Mais nulle part, l'extraordinaire fertilité de la vallée n'a été égalée. Même le World Wide Web, pourtant inventé par Tim Berners Lee au CERN, à Genève, en 1991, n'est devenu un outil accessible à tous que plus tard. Encore une fois, grâce à la Silicon Valley.

Et cette vérité vaut aussi pour les Etats-Unis. Prenez Facebook! Le jeune Mark Zuckerberg a lancé son réseau social pendant ses études, à Harvard, sur la côte Est. Mais il a été contraint, comme d'autres, de déménager en Californie pour se développer. Le duo fondateur de Solazyme n'a pas procédé autrement. C'est dans un garage de Palo Alto qu'ils ont débarqué, il y a moins de dix ans, avec leur collection de microalgues et quelques éprouvettes. La seule manière de convaincre les financiers de la valeur de leur technologie pionnière.

C'est curieux: à l'heure de Skype et de l'e-mail, rien n'a remplacé le contact direct. Le «business angel» incidemment croisé au coin de la rue. Les chopes de bière qu'on éclipse avec d'autres ingénieurs, en tirant des plans sur la comète.

Un nouveau boom. «What is the next big thing?» La réponse se trouve peut-être dans l'un des laboratoires (ou l'un des dortoirs) de cet immense campus, bordé d'eucalyptus: Stanford. Des générations d'innovateurs y ont fait leurs études, sans toujours les terminer. Bill Hewlett et Dave Packard dans les années 30. Larry Page et Sergey Brin, fondateurs de Google, soixante ans plus tard. Et tant d'autres, qu'il serait laborieux de tous citer. Une constante: l'encouragement des étudiants à lancer leur propre entreprise.

A 23 ans, Laura Borel a terminé ses études en management des technologies. Sur près de deux cents candidats, la fille du créateur de Logitech Daniel Borel a été sélectionnée, avec neuf autres étudiants ou diplômés de Stanford, pour participer au programme StartX, une organisation sans but lucratif, soutenue par plusieurs grandes entreprises de la région. C'est ainsi que le géant de l'internet AOL leur a mis à disposition d'impressionnantes surfaces de bureau, une cafétéria, des billards et des babyfoots.

Pendant trois mois, les entrepreneurs en herbe ont peaufiné leurs projets sous la houlette de capital-risqueurs et de sociétés de conseil installées dans le même bâtiment. Avant de faire une présentation béton devant un parterre de quelques 200 personnes. Car, si les financiers de la vallée sont prêts à prendre des risques, ils ne le font que si les perspectives de bénéfices rapides et juteux sont clairement établies.

En moins d'une heure, on passera de la démonstration d'une application iPhone qui vise à suivre et mesurer votre sommeil à une méthode révolutionnaire de diagnostic à partir de cellules souches, en passant par une nouvelle plateforme de paiement par téléphone mobile. Sans oublier ByteBite, la start-up de Laura Borel. Son idée: offrir un outil de recherche d'information complète sur la nourriture servie dans les restaurants de la région. Un premier contrat pour un essai pilote a été conclu avec les cafétérias de l'université. Des contacts prometteurs ont eu lieu avec des investisseurs intéressés. L'obstacle majeur aura été de trouver l'ingénieur pour assurer le développement du site. La concurrence pour les meilleurs est rude, les salaires ont explosé ces dernières années. Pour les débutants, difficile de régater.

«What is the next big thing?» Jean-Louis Gassée fait partie, justement, de ces financiers qui «font la sortie des écoles», comme il l'explique en plaisantant. Stanford, mais aussi Berkeley et les autres universités de la région: «En quarante-trois ans de technologie, je n'ai jamais rien vu de pareil», résume celui qui fut aussi le créateur du système d'exploitation BeOS et le chef de la recherche et du développement d'Apple pendant plusieurs années. D'accord, on trouve encore un certain nombre de sociétés qui reposent sur du vent et le rythme des mises en Bourse s'est calmé ces dernières semaines. Mais rien de comparable à la bulle internet de la fin des années 90.

Et de souligner cette conjonction explosive de la téléphonie mobile, des réseaux sociaux et de l'«informatique en nuage» («cloud computing»). Bref, pour ce vétéran, nous ne sommes qu'au début d'une grande transformation à la fois technologique et sociale.

Chez Google. Rien ne vaut, pour mesurer les ambitions des conquistadors de l'ère numérique, une visite chez Google, à Mountain View. La topographie des lieux, l'architecture des bâtiments et

l'atmosphère sont fidèles à la légende. Un mélange de campus universitaire et de kibboutz, avec ses nombreux restaurants- cafétérias toujours prêts à servir les meilleures nourritures (sushis, plats végétariens, cuisine italienne...) à des cohortes d'ingénieurs affamés.

Nous avons rendez-vous avec Luc Vincent, l'homme qui a développé Google Street View, à l'instigation du boss Larry Page. Ce service permet à l'internaute de se téléporter jusque dans sa rue, de se balader au pied du Cervin, de découvrir les sites classés par l'UNESCO ou de longer le fleuve Amazone. Un service qui fait toujours l'objet, en Suisse, d'une procédure auprès du TF de la part du Préposé fédéral à la protection des données.

L'interview a lieu dans une espèce de yourte (?!), plantée au milieu d'un immense bureau en espace ouvert. Luc Vincent nous raconte les débuts de l'aventure. Son étonnement initial, en 2004: «Je n'avais pas saisi que Google était prêt à mettre en œuvre une idée aussi folle.» Le but originel du projet: «De manière générale, la mission de Google, c'est de rendre accessibles aux utilisateurs des connaissances et de l'information qui ne l'étaient pas auparavant. Street View nous est simplement apparu comme un service formidable. Très, très cool.» Il semble ne pas y avoir de limites à l'enthousiasme (et à l'ingénuité?) des ingénieurs. A celui des utilisateurs non plus, d'ailleurs. Un sondage réalisé par Google en Suisse montre que 53% des personnes interrogées ont utilisé Google Street View. Et l'apprécient. Un service prisé également par les entreprises suisses. Plus de 1000 d'entre elles l'ont à ce jour intégré à leur site.

La protection de la sphère privée? «Nous prenons cette question très au sérieux, poursuit Luc Vincent. La confiance des utilisateurs est notre capital.» Google s'est engagé à flouter le visage des passants, les plaques d'immatriculation des voitures et, pour ceux qui le demandent, la façade de leur maison. Assurer l'anonymat des personnes à 100%, comme l'exige le Préposé à la protection des données? La demande ne paraît toutefois pas très réaliste. Peut-être faut-il faire parfois quelques concessions en matière de protection de la sphère privée, quand un service est de toute évidence utile aux internautes. Prochains défis? Couvrir de nouveaux pays, l'Inde par exemple, qui semble enfin s'ouvrir, étendre encore l'accès à des lieux comme les musées. Les territoires à explorer sont presque infinis.

Chaussettes rouges. Mais voyager dans le monde, comme avec Street View, envoyer des e-mails ou charger des vidéos, tout cela nécessite une infrastructure gigantesque. Des millions de serveurs. C'est ainsi que Google a construit huit centres de données dont le dernier a récemment été inauguré en Finlande. L'idée, mûrie depuis plusieurs années, mais dont on commence seulement à comprendre la portée: centraliser le traitement des données, et donc de le gérer de manière plus économique. C'est, justement, ce qu'on appelle l'«informatique en nuage».

Chez Google, le roi du «cloud» est suisse. Il s'appelle Urs Hoelzle. Il a passé son enfance et son adolescence à Liestal, fait ses études à l'EPFZ, puis aux Etats-Unis. Boucle d'oreille et chaussettes rouges aux pieds, c'est l'une des légendes de l'entreprise. L'un des premiers aussi à avoir rejoint le tandem Page-Brin pour s'occuper de l'infrastructure technique de l'entreprise. Soit installer et faire tourner les ordinateurs. Mais aussi, et de plus en plus, assurer leur approvisionnement en courant électrique – aujourd'hui, l'ensemble des services Google nécessite chaque jour l'équivalent de la consommation de 200 000 foyers.

Google serait-il alors un terrible dévoreur d'énergie? C'est tout le contraire, explique Urs Hoelzle: «l'informatique en nuage» permet non seulement aux individus (et aux entreprises) de disposer d'une capacité de stockage presque infinie pour leurs données, leurs photos, leur musique..., mais elle permet aussi de diminuer substantiellement la facture d'électricité. La veille, Hoelzle a dévoilé pour la première fois les informations qui précisent l'engagement de Google dans les économies d'énergie et les cleantechs.

Quelques chiffres: «Pour fournir à un utilisateur unique tous les services Google (Gmail, YouTube et Google+) pendant un mois, explique-t-il, nous utilisons moins d'électricité qu'une ampoule allumée pendant trois heures.» Et encore: «Cent recherches sur Google utilisent la même énergie que ce qui est nécessaire pour produire... une cuillerée de jus d'orange.»

Parce qu'elle tente de réduire constamment sa consommation d'énergie, parce qu'elle a investi plus de 600 millions de dollars dans le solaire et dans des parcs d'éoliennes, Google peut se targuer d'avoir réduit son empreinte carbone à zéro depuis 2007. Plus: elle contribue à produire 17 GW d'énergies renouvelables. Soit une quantité supérieure à ses besoins propres.

«What is the next big thing?» Pour Urs Hoelzle, on pourrait certes répondre: le «nuage». Et le phénomène extraordinaire d'innovation qu'il induit chez les créateurs de services internet et d'applications pour les téléphones mobiles. Mais, justement, nous sommes déjà en plein dedans. Peut-être la réalité augmentée, alors? Ou une vraie percée dans le stockage de l'énergie (les batteries) ou dans sa production (par exemple solaire). Ou encore les biocarburants inventés par Solazyme. Prudent, l'ingénieur évite d'être trop précis. «Faire des prédictions est un exercice difficile, conclut-il, avec un sourire. Surtout quand elles portent sur l'avenir.» Mais il sent que la prochaine révolution est imminente. Qu'elle peut partir de n'importe où dans le monde. Mais que, selon toute probabilité, c'est sous le soleil de la Silicon Valley qu'elle prendra sa vraie dimension.

C'est l'un des hommes les plus importants de Google: le Suisse Urs Hoelzle, responsable des centres de données de l'entreprise et de leur approvisionnement en électricité. Il est aussi un défenseur convaincu des énergies renouvelables.

What is the next big thing? Notre technologie! Nous sommes les premiers à savoir produire des biocarburants, des cosmétiques, des huiles alimentaires à partir de la même matière première.

Harrison F. Dillon, cofondateur de l'entreprise Solazyme

L'informatique en nuage permet aussi de réduire votre facture d'électricité.

Urs Hoelzle

À l'origine, je n'avais pas saisi que l'entreprise était prête à mettre en œuvre une idée aussi folle.

Luc Vincent, directeur du service Google Street View

SILICON VALLEY

ÉTATS-UNIS

État Californie Comté Comté de Santa Clara Maire Chuck Reed Population (2010) 1 781 642 hab. Densité 533 hab./km2 Altitude 26 m Superficie 3 377km2 Fuseau horaire PST (UTC-9) Capital-risque Silicon Valley absorbe 36 % du total US

Visite guidée

01 Le garage de Google. Le lieu mythique de la fondation de l'entreprise de Page et Brin.

02 165 University Avenue. Le premier vrai bureau de Google. Une adresse qui porte chance: PayPal... et Logitech y ont pris leur envol.

03 Le Stanford Theater. Un magnifique bâtiment des années 20, transformé en cinéma.

04 University Avenue. La rue principale de Palo Alto, ses restaurants, son magasin Apple.

05 Il Fornaio. Le restaurant favori des stars et des «venture capitalists» de la vallée.

06 Le garage de Hewlett-Packard. Le berceau, dans les années 30, de l'entreprise éponyme.

07 Old Palo Alto. Le quartier de résidence de Steve Jobs, Larry Page, Mark Zuckerberg...

08 L'Université de Stanford. Fondée en 1891 par Leland Stanford. Le cœur de la vallée.

09 Gates Computer Science Building. Financé par Bill Gates. Page et Brin y ont étudié.

10 Sand Hill Road. L'avenue où se concentrent la plupart des sociétés de capital-risque.

11 PARC (anciennement Xerox PARC). Le centre de recherche où fut inventée la première souris.

12 QG de Facebook. L'entreprise reprendra bientôt les locaux Sun Microsystems, à Melon Park.

13 Bureau de Groupon. Le quartier général californien de l'entreprise née à Chicago.

14 QG de Tesla Motors. Sise à Palo Alto, Tesla fabriquera ses berlines à Fremont.

15 Le laboratoire de Shockley. William Shockley y a coinventé le transistor.

16 Le garage d'Apple. Steve Jobs et Steve Wozniak ont conçu ici leur premier ordinateur.

17 Quartier général d'Apple. En 2015, et toujours à Cupertino, la marque à la pomme devrait déménager dans de nouveaux bâtiments en forme de navire spatial, conçus par Norman Foster.

18 Googleplex. Le complexe de Google à Mountain View, le cerveau de la bête.

19 Quartier général de Yahoo! Encore une entreprise fondée à Stanford.

Stanford

Les étudiants sont très tôt encouragés à lancer leur start-up.

INCUBATION

Dix candidats ont été choisis par l'organisation StartX pour travailler pendant trois mois sur leur projet d'entreprise. Dont Laura Borel (2e depuis la gauche).

FINANCEMENT

Les entrepreneurs en herbe ont quelques minutes pour présenter leur projet devant un parterre de 200 personnes. Dont une bonne partie de «venture capitalists».

DÉMONSTRATION

Laura Borel a imaginé un outil de recherche d'informations sur la nourriture servie dans les restaurants. Le 8 septembre, sa présentation lui amènera des contacts décisifs.

La séduction de la Silicon Valley

Julien, Vincent et Laura Borel, les enfants du fondateur de Logitech, s'y sont tous trois installés.

Sans doute sont-ils tombés dedans quand ils étaient petits: la potion Silicon Valley. C'est que, peu après avoir créé Logitech, à Apples, en 1981, leur père Daniel Borel s'y est implanté pour accélérer le développement et la production de sa légendaire souris. Au 165 University Avenue, pour être plus précis. La même adresse que PayPal et Google, à leurs débuts. Silicon Valley, ils connaissent. Même si, dans leur enfance, ils n'y sont venus que par intermittence. Aujourd'hui, pas question de vivre ailleurs. L'aîné, Julien, 33 ans, travaille chez Google depuis 2004. Après des études en informatique en Angleterre. «J'aime la Suisse, dit-il. Mais chaque fois que je rentre, j'ai l'impression de devoir planter sur les freins.» Le cadet, Vincent, 31 ans, a lui aussi étudié en Europe. Débuts comme ingénieur chez Dolby, en Californie. Avant d'entrer chez Nestlé, puis à l'IMD. Et de cofonder, l'an dernier, avec Stelio Tzonis, au Flon à Lausanne, le réseau social Webdoc. Mais pour donner un élan à la société, il a choisi Silicon Valley.

Diplômée de Stanford, Laura, 23 ans, vient, elle, de lancer l'entreprise ByteBite. «Ailleurs, on a tendance à vous regarder de travers quand vous dites que vous avez à peine 20 ans et déjà des projets de start-up pleins la tête.» D'autres questions?

FAMILLE

Borel Julien, Laura et Vincent sur le campus de Google.

HEB_20110929_0094-art_1.xml

Document LHEBDO0020110928e79t0000c



Guerre des brevets : Apple accuse Andy Rubin, le père d'Android

Eric le Boulout
416 mots
6 septembre 2011
Les Actualités de 01Net
ACTNET
CTGDJC
Français
Tous droits réservés (c) 2011 Internext

D'après Apple, le fondateur d'Android lui-même aurait été à l'origine de la violation d'un des brevets de la marque à la pomme...

L'actualité est riche autour des plaintes menées par Apple contre des marques utilisant Android. Et rebondit encore dans la plainte d'Apple déposée à la Commission internationale du commerce des Etats-Unis (ITC) contre HTC. Selon le blogueur Florian Mueller, spécialiste de la propriété intellectuelle, Apple voudrait montrer à l'ITC que « Android a démarré chez Apple », et qu'il est logique que l'OS de Google viole des brevets de la firme de Cupertino.

En effet, dans un document fourni par Apple à l'administration et que s'est procuré Mueller, il apparaît que la firme à la pomme sort « de vieux dossiers ». Un extrait de ce texte tend en effet à démontrer que si HTC viole un brevet d'Apple, c'est aussi parce que le père d'Android, Andy Rubin, désormais vice-président de Google, aurait chipé l'idée alors qu'il travaillait chez Apple, au début des années 90.

Le texte fourni par Apple est clair : il évoque un brevet particulier, le 263, qui concerne une invention liée aux API temps réel : « Le background d'Android et de M. Rubin ne commence pas, comme HTC voudrait le faire croire, à la Commission, avec son travail chez General Magic ou Danger au milieu des années 1990. En réalité [...] M.. Rubin a débuté sa carrière chez Apple au début des années 90 et a travaillé comme ingénieur, qui devait reporter spécifiquement aux inventeurs du brevet 263 au moment exact où leur invention était conçue et développée. Il n'est donc pas étonnant que la plate-forme Android ait utilisé l'approche sous-système du brevet revendiqué, qui permet une flexibilité du design et qui permet à la plate-forme d'être hautement customisable et extensible. »

Autrement dit : le « vol » de l'idée d'Apple remonterait carrément au début des années 90. Etonnant tout de même en ce cas que Cupertino ne se soit pas réveillée plus tôt. Florian Mueller indique par ailleurs que cet argument choc a peu de chances d'avoir un impact sur la décision finale de l'ITC vis-à-vis des produits HTC, qui aura lieu début décembre. Elle en aurait bien plus si en revanche Apple décidait de s'attaquer « en frontal » à Google et Android.

539536

Document ACTNET0020110906e79600008



Événement
En Chine, un brutal système d'exploitation

Philippe Grangereau

721 mots

7 octobre 2011

Libération

LBRT

Libération - All

CTGDJC

10

Français

Copyright 2011. SARL Libération. All Rights Reserved.

Pollution de l'air, travail forcé, insultes... Fabricant sans usine, l'américain est peu regardant sur le sort réservé à sa main-d'œuvre chinoise.

La face cachée d'**Apple** est en **Chine**. La multinationale, qui a pour particularité de ne pas posséder d'usine, fait fabriquer presque tous ses produits à Shenzhen, Chengdu et Zhengzhou par le géant taiwanais de l'électronique Foxconn (920 000 ouvriers) et une nébuleuse de fournisseurs dont elle ne divulgue pas l'identité. **Apple**, qui se présente comme une «entreprise verte», assure exiger de ses fournisseurs et sous-traitants «des conditions de travail sûres» pour leurs ouvriers, «qui doivent être traités avec dignité et respect», ainsi que l'utilisation de «processus de fabrication qui respectent l'environnement». Mais la réalité contredit tous ces beaux principes.

«Bad **Apple**», un rapport publié le mois dernier par un consortium de cinq ONG (1), accuse le géant américain, exemples à l'appui, de savoir pertinemment que la fabrication de ses iPad, iPhone et autres produits emblématiques génère un «énorme volume» de déchets toxiques, et de ne pas agir en conséquence. Plus de 27 «fournisseurs présumés» d'**Apple** seraient ainsi responsables d'atteintes plus ou moins graves aux écosystèmes. Comme tant d'autres multinationales, **Apple** profite des contrôles lacunaires en **Chine**, devenue l'atelier informatique du monde en raison de sa main-d'œuvre bon marché et de l'absence de syndicats libres.

Cancers. Les habitants du village de Tongxin (province du Jiangsu), où est installé Kaedar Electronics, fournisseur d'**Apple**, ont un taux de cancer sidérant. Neuf des 60 résidents d'un quartier à proximité immédiate de l'usine souffrent d'un cancer ou en sont morts depuis 2007, selon ce rapport. Les habitants ne laissent jamais leurs fenêtres ouvertes la nuit, car l'usine relâche alors des «vapeurs toxiques étouffantes», notent les enquêteurs. Ceux-ci ont eu la surprise de voir un jour une douzaine de résidents s'agenouiller devant eux, mains jointes, les suppliant de les aider à faire fermer l'usine - qui bénéficie du soutien des autorités locales.

Autre exemple cité par le rapport : la société Meiko Electronics, installée à Wuhan, suspectée de fournir **Apple** en circuits imprimés. L'analyse d'échantillons d'eau prélevés dans le lac Nantaizi, où l'usine déverse ses déchets, a mis en évidence un taux de cuivre de 56 à 193 fois plus élevé que la normale. Selon Ma Jun, l'un des auteurs du rapport, «**Apple** n'essaye manifestement pas de résoudre ces problèmes».

Kidnappés. Les accidents chez les sous-traitants d'**Apple** sont monnaie courante. En 2010, 137 ouvriers de Wintek ont été gravement intoxiqués par une fuite de n-hexane, un produit chimique utilisé pour nettoyer les écrans des iPhone. Le 20 mai, trois ouvriers de Foxconn ont été tués par une explosion sur une chaîne d'iPad 2. Les conditions de travail sont telles chez Foxconn que 18 ouvriers ont tenté de se suicider en se jetant du haut des dortoirs des usines depuis janvier 2010. Au moins quatorze d'entre eux sont parvenus à mettre fin à leurs jours. Le dernier suicide en date remonte au 20 mai, à Chengdu. Alors que la loi chinoise n'autorise que 36 heures de travail supplémentaire par mois, les petites mains de Foxconn sont «contraintes» à suer 80 à 100 heures de plus, note un rapport réalisé l'an dernier par des chercheurs de 20 universités chinoises qui ont interrogé un panel de 1 800 employés.

Les ouvriers sont fréquemment «kidnappés» dans leurs dortoirs pour aller travailler à la chaîne, où les tâches répétitives durent en moyenne deux secondes. «Ils n'ont pas le droit de parler, de sourire, de s'asseoir ou de faire des gestes inutiles. Ils doivent remplir un quota de 20 000 assemblages durant leurs longues vacations.» Environ 13% des ouvriers interrogés disent s'être déjà évanouis à la tâche. Dans cet univers plus féroce encore que les Temps modernes de Chaplin, les contremaîtres ont tout pouvoir. «Plus de 28% des ouvriers ont été insultés par leurs superviseurs et les gardes de sécurité.» Pour les auteurs du rapport, les usines de Foxconn seraient «comparables à des camps de concentration».

(1) Friends of nature, The Green Beagle, Envirofriends, Greenstone, Institute of Public and Environmental Affairs.

Document LBRT000020111007e7a70000s

Finance

INNOVATION THE KEY TO SURVIVAL

RICHARD BLANDY

506 mots

11 octobre 2011

The Australian

AUSTRALIA

CTGDJC

2 - All-round First

26

Anglais

Copyright 2011 News Ltd. All Rights Reserved

Competition, not protection, generates manufacturing ideas

ANDREW Liveris, the Australian-born chief executive of US multinational Dow Chemical, and co-chairman of US President Barack Obama's manufacturing advisory committee, told The Australian last week: "Manufacturing is a natural for Australia based on innovation."

This echoes views put by Minister for Innovation, Industry, Science and Research Kim Carr. On his website, Carr says: "The innovation portfolio is committed to creating high-wage, high-skill jobs by transforming existing industries and establishing new ones."

There are many theories, models and hypotheses about innovation. They go back at least to Adam Smith's view, in 1776, that increased productivity is associated with specialisation and the division of labour, implying technological advances in business processes and organisation.

Alfred Marshall, in 1890, saw innovation arising out of economies associated with specialist suppliers of goods and services, giving rise to agglomerations of businesses in particular locations. This idea has been the foundation of most subsequent thinking, leading to "regional innovation systems", "learning regions" and a "triple helix" of interacting players (enterprises, universities and governments).

In this mix are the Depression-inspired ideas of Joseph **Schumpeter**, who saw that innovation came in waves as a result of actions by entrepreneurs drawing on accumulated scientific advances when the time was right.

Some modern theories emphasise entrepreneurship, others unique resources, and others interactions among a variety of players. Some have seen research and development as the heart of the process of innovation. Others have emphasised different competitive conditions facing firms in different markets.

The Australian Bureau of Statistics' 2003 Innovation Survey aimed to measure many variables associated with these theories. Using ABS data, it's possible to identify six characteristics of innovating Australian firms.

In descending order of importance, they are: sensitivity to a large range of business drivers, seeking a range of skills, acquiring knowledge from a range of sources, seeking ideas from a range of sources, being collaborative in a number of ways, and adopting new corporate strategies, techniques and structures.

Business innovation is not particularly dependent on interaction with Australian universities, to mention one view that has sometimes been popular in Australian thinking.

After further modelling analysis, the evidence shows that innovative businesses in Australia are more responsive to the various demands of their business environment, more skill, knowledge and ideas-intensive; more collaborative, and more likely to be developing strategies.

In summary, business innovation in Australia is mostly about the character of each business. It is essentially driven by entrepreneurship.

Innovation by Australian businesses can be regarded as mainly a response to competitive pressures.

Business protection is the enemy of business innovation. Steve Jobs was technologically gifted but his innovativeness came essentially from his entrepreneurial magic in the face of competition.

Richard Blandy is an adjunct professor in the School of Management at the University of South

Innovation et croissance - je t'aime moi non plus.

Par Guillaume Duval.

1,369 mots

1 juillet 2002

Alternatives Economiques

ALTEC

21

Français

(c) Alternatives Economiques - France. Tél: 33 (0)1 44 88 28 90.

Innovation technologique et croissance n'ont jamais eu de liens directs et mécaniques. Et la mondialisation de l'économie rend aujourd'hui ce lien encore plus difficile à concrétiser.

L'innovation technologique est le moteur principal de la croissance économique. Cette idée communément admise comporte une bonne part de vérité, mais, entre **innovation et croissance**, le lien n'est cependant ni direct ni mécanique. Pour que les potentialités théoriques de croissance que recèlent de nombreuses innovations puissent s'exprimer, il faut en effet des médiations économiques et sociales complexes. Les conditions politiques qui permettent de les mettre en place sont toujours difficiles à réunir. C'est encore plus vrai aujourd'hui, dans une économie mondialisée. D'où les désillusions qu'entraînent régulièrement les enthousiasmes prématurés sur les potentialités de telle ou telle innovation.

Un atout pour la croissance

Les raisons qui font que l'innovation technologique est potentiellement source de croissance sont de deux ordres. Tout d'abord, elle peut permettre de produire des biens ou des services déjà existants avec moins de travail humain. Cela a été le cas quand la presse de Gutenberg a remplacé le copiste, ou le métier à tisser Jacquart les métiers artisanaux antérieurs, quand le traitement de texte s'est substitué à la machine à écrire ou le courrier électronique au courrier papier...

Ces gains de productivité impliquent cependant généralement la mise en +uvre d'outils plus sophistiqués qu'auparavant. D'où une période d'adaptation plus ou moins longue pendant laquelle la mise en +uvre de ces outils n'entraîne pas les gains de productivité espérés. C'est ce qui explique, jusqu'à une période très récente, le fameux paradoxe du prix Nobel d'économie Robert Solow: « On voit des ordinateurs partout, sauf dans les statistiques. »

Quand ils sont au rendez-vous, ces gains de productivité sont, a priori, générateurs de croissance, puisqu'ils permettent avec autant de travail de produire davantage de biens et de services (les mêmes ou d'autres). Parallèlement, l'innovation technologique permet en effet également d'inventer des biens ou des services qui, jusque-là, n'existaient pas. La télévision, par exemple, s'est développée sans se substituer pour autant aux médias préexistants, journaux ou radios. Aujourd'hui, le génie génétique ouvre des possibilités totalement inconnues de « réparation » des corps, de création d'espèces nouvelles... Des perspectives tellement inédites pour l'activité humaine qu'elles suscitent (à juste titre) d'intenses débats sur les moyens d'encadrer sur le plan éthique ces usages nouveaux.

Une destruction créatrice

Mais entre ces gains de productivité, ou ces possibilités nouvelles offertes par telle ou telle innovation technologique, et la croissance, il y a un pas difficile à franchir. Tout d'abord, qui dit gain de productivité dit, au moins dans un premier temps, perte d'emplois. Les conistes ont tous perdu

leur travail à cause de Gutenberg; les progrès du tissage mécanique ont eu définitivement raison des canuts lyonnais, malgré leur révolte héroïque de 1831; le poinçonneur des Lilas a cédé la place à des tourniquets disgracieux; et, dans les campagnes, les foules de moissonneurs ont été remplacées par des énormes engins conduits par un seul homme. C'est la « destruction créatrice », décrite par l'économiste Joseph Schumpeter. Même si c'est la rançon du progrès, cette situation remplit rarement de joie ceux qui sont directement concernés. L'innovation menace aussi une partie des entrepreneurs: la mise en œuvre de ces nouvelles technologies augmente en général l'intensité en capital des entreprises et ceux qui n'ont pas accès à cette ressource rare se retrouvent exclus du marché.

Salariés licenciés et entrepreneurs acculés à la faillite mènent régulièrement des batailles très dures contre les innovations techniques. Ned Ludd a ainsi donné son nom à un puissant mouvement populaire, le luddisme, en détruisant en Angleterre en 1779 des machines à fabriquer des bas en coton. On aurait tort de croire cependant que cette résistance acharnée relève uniquement d'un passé révolu. Même si elle s'exprime généralement de façon moins violente aujourd'hui, cette opposition à l'innovation reste encore le fondement des politiques qui visent à limiter la substitution capital-travail.

Ceux qui défendent ces idées couvrent d'ailleurs un spectre politique étonnamment large. Il va de la gauche de la gauche, qui veut détaxer le travail pour, à la place, taxer les machines, jusqu'à la droite la plus libérale qui se contenterait, elle, d'abaisser le coût du travail, quitte à mettre la protection sociale en danger. Dans un contexte de chômage de masse, cette volonté de freiner le progrès de la productivité peut, dans une certaine mesure, se comprendre. Mais, outre qu'elle oblige des hommes et (surtout) des femmes à continuer de réaliser des tâches souvent pénibles et répétitives qui pourraient être assurées par des machines, elle empêche la société de profiter de l'avantage potentiel qu'offre l'innovation technologique en termes de croissance.

Un ajustement de plus en plus complexe

Les gains de productivité sont en effet en théorie le seul moyen d'accroître la rémunération du travail sans diminuer les profits des entreprises. Mais en déséquilibrant le marché du travail, ils concourent généralement, dans un premier temps, à abaisser les salaires dans les secteurs concernés. Le partage équilibré entre salaires et profits, entre offre et demande, des gains de productivité liés à l'innovation ne résulte que très rarement des ajustements spontanés des marchés. D'où, souvent, de graves crises de surproduction. Dans l'entre-deux-guerres, par exemple, c'est au moment où l'automobile, la pétrochimie, l'électricité, la téléphonie et la radiophonie commençaient à combiner de manière spectaculaire leurs effets pour transformer en profondeur les façons de vivre et de produire, que le monde développé a connu sa crise économique la plus grave et la plus durable. Il n'est parvenu à en sortir qu'à l'issue d'une guerre mondiale particulièrement meurtrière, en mettant en œuvre de puissants mécanismes non marchands, à travers l'Etat-providence, afin de stabiliser le niveau de la demande globale.

Aujourd'hui encore, l'ampleur du fossé numérique et des inégalités de revenus au sein des pays du Nord, comme la faible solvabilité de nombreux pays du Sud freinent le déploiement des technologies nouvelles à l'échelle du monde (même si leur vitesse de diffusion au sein du monde développé est rapide). Et empêchent les potentialités fantastiques des révolutions technologiques en cours de se traduire par une croissance forte et durable à l'échelle de la planète.

L'impact territorial des innovations

Par rapport aux révolutions technologiques antérieures, l'ajustement entre une offre dopée par l'innovation et une demande suffisante est au contraire aujourd'hui encore compliqué par la mondialisation de l'économie. En effet, les innovations technologiques accompagnent de puissants déplacements de pouvoir et de richesses entre régions. Le métier, le quartier et la machine à

vapeur sont indissolublement liés à la montée en puissance de l'Angleterre, tout comme l'automobile, la chimie et l'électricité ont permis à l'Allemagne de rattraper le peloton, tandis que l'électronique a contribué à placer le Japon dans le peloton de tête des pays développés.

L'innovation technologique a des effets très différenciés en termes territoriaux. Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, le fait que l'économie mondiale soit fractionnée en économies nationales, certes interconnectées, mais malgré tout protégées, rendait cependant possible l'éclosion parallèle en différents points du globe d'entreprises exploitant les nouvelles technologies. L'industrie automobile s'est développée aux Etats-Unis, en Allemagne, en France, en Italie, au Japon... Il en a été de même pour le matériel électrique, la chimie... Aujourd'hui, rien de tel: dans l'économie mondialisée, il suffit d'un Intel, d'un Microsoft et d'une Silicon Valley. L'impact territorial inégalitaire de l'innovation se trouve démultiplié. Même si une nouvelle rupture technologique peut rapidement remettre en cause les positions acquises, la logique spontanée du marché est désormais celle du winner take all, le gagnant ramasse la mise. Pas facile, dans ces conditions d'instabilité et de polarisation, d'obtenir une croissance forte et durable à l'échelle de la planète.

Document alttec00020020630dy710007