

## **La cupidité comme moyen de combler le fossé numérique Le XO à 100 dollars comme catalyseur du portable abordable.**

it professional • n°50 • 2 juillet 2008

[karel.uyttendaele@yahoo.fr](mailto:karel.uyttendaele@yahoo.fr) Skype: karel.uyttendaele +32495240793

*Le projet 'One Laptop per Child' à 100 dollars le portable. Ca avait pourtant si bien commencé en novembre 2005 à Davos pendant le WEF. Sous l'oeil enthousiaste des Nations Unies, une série de multinationales ont déboursé 2 millions de dollars sur place pour le lancement du projet utopique du gourou de Mit, à savoir Negroponte, visant à fournir à chaque enfant du tiers-monde un livre scolaire XO du futur. Les ingrédients du XO sont: Linux, un écran lisible en plein soleil, wifi, 4 ports USB et une batterie à 'manivelle'.*

**A** l'exemple de Negroponte, cette rubrique a également fait appel, en février 2007, à tous les Belges et à nos autorités pour les impliquer dans le programme 'Un portable pour le prix de deux'. Un appel visant à acheter en masse deux portables dont un serait offert au tiers-monde. Les autorités ont été invitées à en ajouter encore un. Eh bien, cela n'a pas porté ses fruits. Intel, qui au départ s'était montrée assez sceptique vis-à-vis du XO, a enjoint au consortium en 2007 de rapidement abandonner ce projet. Depuis lors, c'est la guerre froide entre Negroponte et Intel. Au lieu de chercher un bouc émissaire qui serait responsable de l'échec de ce projet, on doit se demander si les bons Samaritains de Davos avaient suffisamment connaissance des mécanismes du marché. Personne ne conteste la valeur d'un livre scolaire électronique pour les enfants des pays pauvres. Mais doit-on laisser une oeuvre de bienfaisance s'en charger? Les entrepreneurs cupides ont déjà découvert plus tôt des opportunités dans les segments inférieurs de la pyramide du marché. Le GSM est un bel exemple. Si la propagation du GSM est laissée à des organisations caritatives, alors l'introduction de celui-ci dans le tiers-monde n'aurait jamais été si rapide.

La question est bien entendu de savoir s'il existe un marché 'lucratif' pour un portable à 200 dollars (car maintenant on le sait avec certitude: 100 dollars c'était viser un peu trop bas). Avec son Classmate à 300 dollars (qui comprend Windows), Intel semble y croire. Les entrepreneurs avides ont en tout cas plus facile à attirer du capital que les organisations caritatives. Ce capital constitue une base de financement plus solide que les dons qui peuvent être trop facilement dérobés 'sans que cela ne fasse de mal à personne'. L'agitation autour du projet XO a fait apparaître une série d'adeptes des marchés 'développés'. Le dernier en date: le 'Mini-Note' d'HP qui pèse moins d'un kilo et qui coûte juste un peu moins de 500 dollars. L'avantage est que ces nouvelles machines s'adressent à deux marchés-cibles: aussi bien les utilisateurs des 'riches' pays du Nord qui ont besoin d'un portable qu'ils veulent toujours garder près d'eux qu'aux écoliers des pays 'pauvres' du Sud. Quoi qu'il en soit, Negroponte mérite de la reconnaissance parce que c'est à lui qu'on attribue le besoin - et la faisabilité - d'un portable bon marché dans la presse mondiale. Il a toutefois prouvé que les organisations de bienfaisance ne sont pas des canaux adéquats de distribution des biens. La chasse aux gains est donc un mal nécessaire pour combler le fossé numérique.

Une considération finale: ***quand les intellectuels des classes moyenne et supérieure (qui sont relativement nombreux) des pays du Sud vont-ils concevoir eux-mêmes un produit comme le XO destiné en premier lieu à 'leur' marché? Et de prendre eux-mêmes l'initiative de chercher des partenaires aussi bien dans le Nord que dans le Sud pour réaliser ce rêve? Et de conserver la plus grande plus-value dans le Sud?***