

Zeitschrift: Domaine public
Herausgeber: Domaine public
Band: 32 (1995)
Heft: 1223

Artikel: Le nouvel ordre informatique mondial
Autor: Jaggi, Yvette
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1015578>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 17.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Domaine Public

DP

JAA
1002 Lausanne

31 août 1995 – n° 1223
Hebdomadaire romand
Trente-deuxième année

Le nouvel ordre informatique mondial

Résumé d'une victoire foudroyante, abondamment annoncée: ce 24 août dernier, Bill Gates, le jeune quadra qui gouverne Microsoft, lance son nouveau système d'exploitation pour PC, Windows 95. Aussitôt, il conquiert le monde. En peu de jours les revendeurs sont dévalisés, les utilisateurs par milliers rechargent leur ordinateur. L'espace informatique appartient au géant américain du logiciel.

Vraiment? Et pour combien de temps? Et que raconte cette opération proprement hollywoodienne? Car pareil lancement et pareil fracas, à une telle échelle, on ne les avait jamais connus hormis au cinéma.

Les techniques éprouvées du marketing classique ont été, à grands frais, magistralement exploitées: compte à rebours, planification de l'effet de surprise, intervention d'experts en battage maximum, le groupe des Stones, artistes les plus chers du monde, auxquels ont été achetés les droits de *Start Me Up* – allusion au code de démarrage de tout système. Mais la nouveauté, c'est l'envergure mondiale conférée au lancement du produit Windows 95. L'espace d'une semaine, pas un média, des *news magazines* aux chaînes de télévision en passant par la presse économique de toute la planète, qui n'ait annoncé et commenté l'événement. Une campagne irrésistible, façon Spielberg, par ailleurs associé, parce qu'il n'y a pas de hasard, de Bill Gates.

Mais en quoi un logiciel se prête-t-il à un lancement comparable à celui d'un film à grand spectacle et à effets spéciaux? Tout d'abord, similitude d'origine – le produit est américain – et de moyens mis en œuvre, simplement colossaux. Dans le genre, il n'y a pas d'exemple de réussite japonaise; on se souvient des efforts de lancement des premiers CD, menés en concurrence par Sony et Philips; le développement du produit avait connu de sérieux couacs. Ici, tout s'est déroulé conformément à la planification prévue, sans la moindre anicroche publique.

C'est précisément ce qui révèle la propriété particulière de Windows 95

en matière de marketing: le produit n'est pas nouveau mais représente en vérité un immense hommage rendu à Apple. Un logiciel à peine développé aurait présenté toutes sortes d'aléas, aurait été infiniment moins maîtrisable du point de vue de la technique et du calendrier. Ici, l'essentiel de l'effort a porté sur la mise en scène et sur orbite, donc moins sur la chose que sur le bruit qu'elle ferait.

Autre particularité remarquable: en un premier temps, l'opération profitera moins à Microsoft directement qu'à l'ensemble de la branche informatique, exception faite des fabricants de logiciels, c'est-à-dire IBM et Apple.

En effet, la plupart des futurs utilisateurs de Windows 95 devront, pour l'installer, adapter préalablement leur PC ou en acquérir un plus puissant. Pour tourner, le nouveau système d'exploitation requiert, en effet, une mémoire vive d'au moins 8 «mégas». En langage horloger, on dirait que l'affaire est conduite au bénéfice des fabricants et habilleurs, au détriment des inventeurs.

Ce faisant, Bill Gates élargit son marché. Marché qui dans certaines régions du monde se trouve dangereusement saturé et qui, grâce à Windows, connaîtra une relance inespérée. Mais aussi, une dépendance accrue à l'égard de Microsoft. Paradoxe: celui qui assure le rebondissement d'une branche informatique menacée – les cours des actions en bourse l'indiquent clairement – paraît habité par une volonté de domination sans limite. A la fois sauveur et assassin, accusé de ce fait de concurrence déloyale.

La vérité est plus simple: ayant parfaitement réussi l'intégration d'une innovation technique grand public et d'un marketing à l'échelle mondiale, le géant du logiciel s'est effectivement hissé jusqu'à une position dominante. Ce qui permet à Bill Gates de se répandre en considérations diverses sur les autoroutes de l'information et sur le pouvoir intégrateur et universalisant de la pratique micro-informatique. Le patron tout puissant se prend désormais pour le penseur universel. YJ