

Le logiciel est-il trop cher ?

AXEL PAVILLET

Face à la crise de l'industrie informatique, on note la bonne santé des éditeurs de logiciels, en particulier celle de Microsoft. Ceci est dû en grande partie aux politiques de prix élevés qu'ils appliquent. Vendus à prix d'or, ces programmes deviennent chaque jour de plus en plus indispensables à la vie des entreprises, et finissent par coûter très cher. Mais les entreprises ne restent pas passives face à cette situation. Certaines n'hésitent pas à se livrer au piratage des logiciels, d'autres négocient des contrats de sites mais, selon Axel Pavillet, le grand bouleversement viendra des Japonais qui n'hésiteront pas à proposer des logiciels au dixième de leur prix actuel.

Le rêve du baron Bich, fabricant de stylos, était d'arriver à faire le produit le moins cher possible, facilement reproductible et facilement disponible. Son but était de gagner le maximum d'argent en vendant ses stylos bon marché à beaucoup de clients. D'où l'idée de les faire jetables. On peut alors considérer que les "Bic", comme tous les produits jetables, sont, parce qu'ils contiennent peu de matière, les produits matériels dont la nature est la plus proche des logiciels qui, eux, sont totalement immatériels. Pour le logiciel, le paradoxe est qu'on a voulu faire le chemin inverse en le matérialisant, par une protection physique ou juridique, afin d'empêcher sa reproduction et ainsi gagner le

maximum d'argent en les vendant cher à beaucoup de clients.

C'est ce comportement qui est à l'origine du phénomène de piratage qui est induit par un couple indissociable : d'une part la nature du produit, immatériel et surtout copiable à coût presque nul, et d'autre part son prix. Le piratage n'est pas un vol à proprement parler car la victime n'a pas de pertes, seulement un "non-gain" qu'elle a tout naturellement tendance à surévaluer.

LE PIRATE ET SON MODÈLE

Une autre spécificité du piratage informatique doit être signalée. Ce

n Le piratage n'est pas un vol à proprement parler car la victime n'a pas de pertes, seulement un "non-gain"

n Les évolutions des technologies du logiciel et du matériel permettent une course sans fin entre le pirate et le piraté

n Si l'utilisateur pouvait faire entendre sa voix, le match deviendrait triangulaire et d'autres stratégies seraient possibles

phénomène est lié à l'apparition de la micro-informatique. Auparavant, avec les grands systèmes, le logiciel était quasiment indissociable de la machine elle-même et la maintenance effectuée sur place par le constructeur ne laissait pas à l'utilisateur la liberté nécessaire pour pirater. C'est donc aussi à la naissance d'une informatique sinon grand public, du moins de grande diffusion, qu'est dû le piratage. Il existe une autre industrie du même type : l'audiovisuel. Avec l'informatique, ce sont des industries bipolaires avec un pôle matériel comprenant les lecteurs de cassettes, les récepteurs de télévision, les ordinateurs, et un pôle immatériel avec le contenu des cassettes, les programmes TV et les logiciels.

Le développement de techniques de copie quasi parfaite supprimant "l'originalité de l'original" rapproche le piratage audiovisuel du piratage informatique. D'où la guerre faite à l'enregistrement numérique du son sur les DAT (Digital Audio Tape) ou aux magnétoscopes à double lecteur par les industriels des programmes. Les évolutions des technologies du logiciel et du matériel permettent une course sans fin entre le pirate et le piraté pour le plus grand profit des industries fabriquant les matériels. Une chose est sûre : dans toutes ces discussions, l'utilisateur n'est jamais représenté. Il est donc très tentant de faire un accord sur son dos, soit en supprimant certains matériels du marché comme les magnétoscopes à double lecteur qui n'ont pratiquement jamais vu le jour sur le marché grand public, soit en y incluant des mécanismes de protection contre les copies (le SCMS : Serial Copy Management System pour les DAT ou le Superlock pour les logiciels). Ces dispositifs non seulement sont facturés au client final, mais donnent aussi plus de liberté au vendeur des programmes pour fixer leurs prix.

L'idéal est bien entendu de tenir à la fois le marché du logiciel et du matériel, comme c'est le cas des jeux vidéo Nintendo. Leur console de jeux n'accepte que des logiciels sous forme de

cartouche, donc totalement matérialisés, dont elle possède les droits de propriété industrielle. La liberté de fixation des prix est alors quasi totale.

Dans le cas de l'audiovisuel, la partie logicielle est un produit fini, le client paye seulement plus cher le droit de consommer. En informatique, si l'on excepte les jeux, le logiciel est un outil. En le faisant payer trop cher, l'éditeur de logiciel compromet la compétitivité des entreprises.

En fait, l'absence de l'utilisateur dans ce combat matériel-logiciel entraîne un transfert de profitabilité entre les deux industries. En micro-informatique, on constate que la marge des fabricants de micro-ordinateurs est de plus en plus faible. Mais, simultanément, la profitabilité des éditeurs augmente. Celle de Microsoft est bien connue, mais elle n'est pas unique : le magazine US Forbes vient de classer Novell dans les compagnies les plus rentables des USA. L'utilisateur paye son poste de travail, de plus en plus performant, à coût constant ou décroissant faiblement. On peut aujourd'hui acheter à l'unité en France un 486-33 pour 13 000 francs. Mais il faudra y mettre au moins autant en logiciel pour l'utiliser : DOS 5.0, Windows 3.0, un traitement de texte et un tableur sous Windows et sans doute un utilitaire pour environ 15 000 francs ! Au total, on ne constate guère de différence avec les premiers IBM-PC.

Dans le domaine mini-informatique, la situation n'est pas différente. Le prix des matériels baisse mais celui des bases de données relationnelles augmente largement. Informix a augmenté récemment ses tarifs de 20 %, alors que dans le même temps l'inflation en France et aux USA était de 3 % et que le cours moyen du dollar baissait de plus de 10 %.

FAUT PAS RÊVER

Si l'utilisateur pouvait faire entendre sa voix, le match deviendrait triangulaire et d'autres stratégies seraient possibles. Ainsi l'utilisateur pourrait faire pression

sur son fournisseur de matériels pour que les logiciels qu'il inscrit à son catalogue le soit contre un engagement d'avoir une hausse de prix modérée et une obligation de fournir la même version du logiciel pendant toute la durée de fonctionnement de la machine.

De même, le fabricant est aujourd'hui en situation d'infériorité. Il n'est pas rare de voir tel ou tel fabricant de mini-ordinateurs chercher à mettre simultanément à son catalogue les quatre logiciels proposés par les plus grands éditeurs de bases de données relationnelles en pensant augmenter ainsi son marché potentiel. Il ne négocie donc pas réellement avec eux. Et pourtant, c'est lui qui apporte son marché à ces éditeurs ! Le fournisseur de matériel a donc des arguments à faire valoir et doit faire preuve de plus de discernement dans le choix des logiciels qu'il catalogue.

De même l'utilisateur, lui, doit se mettre en position d'arbitrer entre différentes solutions applicatives globales matérielles plus logicielles et non pas chercher à gagner seulement sur le prix immédiat du matériel. Il doit voir qu'à long terme il devient totalement captif de l'éditeur et que cette situation est d'autant plus coûteuse que les applications développées à partir de ces logiciels ont souvent une durée de vie bien plus longue que les matériels sur lesquels ils sont initialement implantés.

La situation actuelle où le client négocie seul avec l'éditeur ou accepte pour les logiciels la petite réduction faite sur le catalogue de son fournisseur de matériel donne des résultats suffisamment mauvais, notamment en terme de prix, pour que l'on se pose la question d'un changement de méthode. De plus, cette prise en tenaille des éditeurs par le client et son fournisseur de matériel contribuerait sans doute aussi à rééquilibrer le marché, les gains étant répartis plus également entre les trois acteurs.

Attendons-nous au même combat triangulaire matériel-logiciel-utilisateur pour les données vendues sur Disque

Optique Numérique dès lors que ces disques seront facilement ré-inscriptibles par l'utilisateur. C'est aussi le cas de toutes les données digitales qui se situent à mi-chemin entre le monde de l'informatique, le monde des lettres et bientôt celui de l'audiovisuel avec le multimédia. Il montre combien la distinction sera de plus en plus difficile à faire entre tous ces mondes et combien les risques y sont identiques.

Un CD-ROM a un coût de production marginale de 30 à 50 francs. Or son prix de vente moyen est plutôt de l'ordre de la dizaine de milliers de francs. C'est sans doute la raison pour laquelle les vendeurs de lecteurs proposent souvent un achat groupé lecteur plus un ou plusieurs CD-ROM et cela montre bien le lien entre les deux marchés. A l'exception de quelques prix réellement anormaux comme le Robert : 5 071 francs pour les neuf tomes sur papier et 7 709 francs pour la version CD-ROM, les encyclopédies sur CD-ROM valent environ le même prix que sous leur forme papier, alors que le coût de production de la forme traditionnelle est considérable. Il y a bien sûr une valeur ajoutée pour l'utilisateur à cause des possibilités de recherches rapides mais l'éditeur doit aussi tenir compte du risque majeur de se voir pirater dès que la technologie le permettra.

LA TAILLE DE L'EMBALLAGE FAIT LA DIFFÉRENCE

Ce qui est sûr, c'est qu'à prix nul il n'y aurait pas de piratage et qu'à prix très élevé la contrefaçon est massive, comme Cartier ou Lacoste le constatent souvent à leur dépens. On peut donc se demander s'il existe une fenêtre de prix rendant le piratage non rentable sans toutefois compromettre l'existence des éditeurs, vitale à long terme pour l'utilisateur. Ceux-ci prétendent que non mais ils ne l'ont pas explorée.

En tout cas, leurs services marketing ont conscience de leur prétention en matière de prix, du moins si l'on en juge par la

n L'utilisateur doit voir qu'à long terme il devient totalement captif de l'éditeur

n Les encyclopédies sur CD-ROM valent environ le même prix que sous leur forme papier, alors que le coût de production de la forme traditionnelle est considérable

taille de l'emballage de leur produit. La règle est qu'à nombre de disquettes égal, plus le prix est élevé plus le volume de l'emballage est important. A y bien regarder, cette attitude n'est pas fondamentalement différente de celle des vendeurs de cosmétique dont l'essentiel du travail consiste à donner envie d'acheter plus qu'à produire.

n Les prix exorbitants des logiciels sont à l'évidence une des causes du piratage autant qu'un de leur effet

La vente de logiciels en "shareware" dont certains sont de qualité comparable, voire quelquefois supérieure, à ceux des grands éditeurs, est l'exemple de la politique inverse (PKZIP, standard de la compression de données est un shareware). Les efforts de marketing et le coût de distribution sont nuls et le prix de vente ne représente vraiment que la rémunération de l'auteur-éditeur. Aucun de ces logiciels ne dépasse le prix de 50 dollars, soit 300 francs et le "shareware" continue d'exister depuis plusieurs années. Certes la pérennité des logiciels ainsi développés ne présente pas les mêmes garanties, mais l'existence de ce marché montre qu'entre ces deux extrêmes il existe peut-être une voie intermédiaire.

Bien sûr, on peut être tenté de justifier un prix de vente élevé des logiciels par un nombre important de copies illicites. Cependant, comme on vient de le voir, les prix exorbitants sont à l'évidence une des causes du piratage autant qu'un de leur effet. Cette approche de type "l'oeuf et la poule" est d'ailleurs corroborée par la comparaison entre les prix de vente et le taux de piratage estimé. Selon le Wall Street Journal, en 1989 le piratage en Europe se serait élevé à 5,1 milliards de dollars alors qu'il n'aurait été que de 3 milliards de dollars aux Etats-Unis. Or le rapport des prix de vente est près du double en moyenne en Europe. On voit bien que les éditeurs ont raison de considérer l'Europe comme un Eldorado mais leur politique tarifaire a des effets pervers. C'est d'abord le piratage et ensuite les poursuites judiciaires. On peut penser que cette situation est commercialement malsaine. Aucune industrie ne peut se développer correctement lorsque les relations entre

les clients et les fournisseurs sont trop tendues.

Les pays de l'Est, au moins jusqu'à la fin de 1984, avaient encore moins de scrupules. Ils avaient fait de la piraterie un devoir économique. Le piratage s'appliquait à tous les types de logiciels, sans exception. En ex-URSS, il y a 50 000 utilisateurs de Clipper reconnus, mais seulement 700 copies officielles, vendues à 6 000 roubles pièce, ce qui est un prix infiniment trop élevé non seulement par rapport au coût de production mais aussi par rapport au pouvoir d'achat local. L'évaluation du "non-gain" dont il était question plus haut est ici franchement délicate. La fixation des prix du logiciel à la valeur que le client peut en tirer plutôt qu'au prix qu'il peut réellement payer atteint ici ses limites. En tout cas, une chose est sûre, ce phénomène ne semble pas diminuer la rentabilité des éditeurs de logiciels.

LE TARIF SYNDICAL

La plus rentable de toutes ces compagnies est Microsoft. C'est l'IBM du logiciel. Elle définit les standards comme MS-DOS ou Windows 3.1 et produit tous les types de logiciels. C'est une des manifestations juridiques de la guerre commerciale que se livrent les grands éditeurs américains. Il faut noter que cette guerre se livre peu sur le front des prix. Les prix des produits équivalents étant très voisins, les prix catalogues des traitements de texte et des tableurs sont, en France, tous aux alentours de 5 000 francs.

A terme, on peut penser que la concurrence exercée par le "shareware" ou par des industriels fera son effet et nous trouverons des traitements de texte au prix unitaire de 500 francs. Le plus probable est que ceux-ci seront d'origine japonaise, car la baisse du logiciel profitera à l'industrie du matériel grâce à l'élargissement du marché et donc favorisera surtout ceux qui détiennent les plus grosses parts de ce marché. Une autre raison poussera les Japonais sur le terrain du logiciel : ils sont en train de

n Aucune industrie ne peut se développer correctement lorsque les relations entre les clients et les fournisseurs sont trop tendues

découvrir qu'ils ont fait un marché de dupes en supplantant les Américains sur le plan du matériel. Les DRAM, considérés comme un "riz industriel", ne sont aujourd'hui guère plus qu'une matière première, les PC sont des "commodities", produit de grande consommation et, grâce à la standardisation ou à la portabilité, c'est plutôt l'industrie du logiciel qui domine aujourd'hui le monde informatique.

Connaissant la stratégie et l'efficacité commerciale nipponne, il est probable qu'alors la baisse des prix sera plutôt rapide. Peut-être lorsque se produira ce "choc du logiciel", verra-t-on les éditeurs européens ou américains chercher protection pour leur industrie en perdution auprès de leurs pouvoirs publics en accusant les japonais de dumping ? Mais ce mot a-t-il encore un sens quand la notion même de prix de revient est floue, la plus grande partie du prix de vente étant composée, au moins théoriquement, de droits d'auteur. Poussera-t-on le ridicule jusqu'à parler de quotas ? Il est d'ailleurs paradoxal de constater que, le coût de production étant pratiquement nul, il n'y a pas, sur le marché du logiciel, d'effet de série et donc pas de baisse continue des prix liée au nombre d'exemplaires vendus.

Que peut-on donc faire pour lutter contre le piratage par les sociétés ? Il est certain que la solution choisie en France pour l'audiovisuel d'une taxe sur les supports magnétiques est à écarter a priori, car, répartie au prorata des ventes enregistrées, elle aurait comme effet pervers de creuser encore plus les écarts entre les grands éditeurs américains fortement implantés et les autres. Nous financerions la ruine de notre propre industrie du logiciel. De plus, cette mesure étant compensatoire plus que préventive, elle accrédièterait l'idée que le piratage est un phénomène naturel.

En ce qui concerne les grands comptes, la solution est bien connue. Il faut promouvoir les licences de site, de préférence illimitées. Pour l'utilisateur, c'est la meilleure solution mais peu d'éditeurs la pratiquent et les logiciels

correspondants sont souvent limités. De plus, cette formule ne s'applique ni aux logiciels de faible diffusion, ni aux personnes indépendantes, ni surtout aux PME-PMI qui n'ont pas les mêmes moyens de négociations avec les éditeurs. Non seulement elles doivent réintégrer le prix de cet "outillage" dans leurs prix de vente, mais de plus elles s'équipent avec retard. Du point de vue économique, on crée un système à deux vitesses qui est défavorable à ces entreprises qui forment pourtant le tissu industriel du pays. Les entreprises les plus pénalisées sont celles qui sont les plus informatisées, donc les plus modernes. Ce sont celles qui ont compris qu'un ordinateur personnel est d'autant plus utile qu'il dispose de plus de logiciels.

Pour apprécier cette situation, il faut tenir compte du fait que le coût de reproduction marginale est très faible et que les coûts de développement sont amortis sur un marché très vaste, immensément plus vaste que celui auquel les éditeurs étaient habitués pour les grands systèmes. Si l'on revient à l'audiovisuel, on constate que le problème du piratage y a beaucoup perdu de son acuité avec la vente de cassettes vidéo pré-enregistrées vendues entre 100 et 200 francs l'unité contre plus de 500 francs il y a quelques années.

Cette baisse des prix n'exige pas d'efforts préalables de réduction des coûts de production. Elle a trois avantages. Elle augmente le marché potentiel, elle le protège contre l'apparition de nouveaux concurrents et elle diminue la rentabilité de la contrefaçon. Tout le monde est donc gagnant : éditeurs, utilisateurs et même le fabricant de matériel.

Il est certain que le marché du logiciel n'a pas encore trouvé son point d'équilibre et, quoi qu'il arrive, le prix de vente des logiciels baissera dans les années qui viennent. En fait, la question consiste à savoir quand ceci se produira et si ce sera suffisant pour faire totalement disparaître le problème du piratage, réel ou supposé, au niveau des entreprises. Après tout, nul ne songe à voler un stylo Bic !

n Le coût de production étant pratiquement nul, il n'y a pas, sur le marché du logiciel, d'effet de série

n Il faut promouvoir les licences de site, de préférence illimitées