

TARIQ KRIM

“Le web de demain, ce sera avant tout du service sur mesure”

A 35 ans, Tariq Krim fait partie des héros du web. En 2005, il a créé Netvibes, un site qui a révolutionné l'usage de l'Internet. Depuis, il a pris du temps pour voyager, réfléchir et préparer de nouveaux projets. Pour lui, le web révolutionne l'entreprise.

> Vous faites partie de ceux qui ont lancé le web 2.0. Comment définissez-vous ce nouvel âge du web ?

Le mot qui le définit le mieux, c'est celui de “socialisation”. On est passé d'un web centré sur le contenu à un web centré sur l'utilisateur. Il y a quelques années, l'internaute était envisagé comme un consommateur à qui l'on fournissait des informations. Désormais, il est au centre du dispositif. C'est lui qui choisit les informations dont il a besoin et qui les partage avec qui il veut. Il est à la fois récepteur et émetteur. Les sites les plus célèbres du moment n'existent

plus de relation avec des sites mais avec des prestataires qui lui offriront des services sous différentes formes, selon ses critères de choix.

> Vous voyagez beaucoup depuis que vous n'avez plus de fonctions opérationnelles au sein de Netvibes. Qu'avez-vous vu de marquant ?

Je rentre d'un passionnant voyage en Chine. La jeunesse de Chine, c'est-à-dire la majorité de la population, a complètement intégré les nouveaux usages du web. Je dirais même qu'ils ont plusieurs années d'avance sur nous. L'Internet, là-bas, est vrai-

des citoyens, des collectivités, de l'Etat... Elle construit un écosystème qui va être favorable à son innovation et à son développement. Pour cela, elle utilise les outils collaboratifs, qui permettent de communiquer et de travailler à distance, et n'hésite pas à les mettre à la disposition du plus grand nombre.

> Qu'avez-vous fait depuis que vous avez cédé votre fauteuil de PDG ? Est-ce difficile de passer la main ?

Bien sûr, ce n'est jamais évident de passer la main à quelqu'un d'autre. Mais je n'ai pas à rougir de ma gestion : avec une équipe formidable, j'ai mis en place les bases d'un service web universel (il a été adapté dans plus de 150 pays) et l'ai amené dans un temps

record à un stade de maturité très satisfaisant. Il s'agit désormais d'aborder la phase de monétisation des services proposés, et cela demande des qualités que je ne possède pas forcément. Mon rôle aujourd'hui est de veiller à ce que Netvibes reste fidèle à ses gènes.

> Vous vous êtes associé à d'autres pionniers du web pour constituer un fonds d'investissement destiné aux start-up françaises. Trouvez-vous le capital-risque français trop frileux ? Disons qu'il finance des projets qui ont déjà réussi à créer leur marché. C'est pour cela que nous avons souhaité constituer un fonds d'amorçage dont la vocation sera d'aider les créateurs des solutions qui bouleverseront le web de demain.

> Allez-vous lancer une nouvelle entreprise ?

J'y réfléchis. Je le ferai si je suis sûr que cela peut apporter quelque chose. Une chose est sûre, j'ai la fibre entrepreneuriale chevillée au corps...

“L'internaute n'aura plus de relation avec des sites mais avec des prestataires qui lui offriront des services sous différentes formes, selon ses critères de choix.”

Ses dates clés

1972

Naissance à Paris.

1984

Lance son premier service sur Minitel.

1999

Lance mptrois.com, l'un des premiers blogs français.

2005

Crée Netvibes, portail individuel convivial.

2007

1000 médias et marques utilisent Netvibes.

2008

Abandonne ses fonctions opérationnelles.

pas sans lui : YouTube, pour échanger des vidéos, Facebook, pour dialoguer avec son réseau, Flickr, pour partager ses photos ou Netvibes pour afficher sur une même page web les dernières nouvelles concernant ses centres d'intérêt.

> En quoi cette révolution intéresse-t-elle les entreprises ?

Elle rejoint le mouvement qui a mis le client au centre des actions de l'entreprise. Si l'on veut offrir un produit ou un service innovants, on sait désormais qu'il faut impliquer le client à toutes les étapes du processus. Avec le web 2.0, l'entreprise dispose d'outils extrêmement performants pour densifier sa relation avec le client. Celles qui sauront les maîtriser auront à coup sûr un avantage compétitif sur les autres.

> Que sera le web 3.0 ?

On peut donner quelques lignes de force du web de demain. Il sera de plus en plus “contextuel”, de plus en plus sur mesure. L'internaute n'aura

ment un marché de masse, poussé par une forte demande et animé par des mastodontes comme QQ, le MSN chinois. J'ai également été frappé par la façon dont, aux Etats-Unis, l'équipe d'Obama s'est saisie des nouveaux outils du web. Grâce à eux, ils ont établi directement des liens avec des millions d'électeurs aussi bien pour financer la campagne que pour élaborer le programme du candidat. Résultat : ils n'ont pas été obligés de multiplier les promesses pour satisfaire tel ou tel lobby. C'est un vrai progrès démocratique.

> On parle de plus en plus d'entreprise en réseau ? Qu'est-ce que cela signifie ?

Avant tout qu'on est passé d'un cadre centralisé, rigide et forcément lent à un système souple, multipolaire et agile. L'entreprise en réseau n'est pas centrée sur elle-même. Elle ne se conçoit pas indépendamment de ses parties prenantes : clients, fournisseurs, partenaires commerciaux, représentants des consommateurs,