

Blockchain : après la bulle

L'analyse de
Nicolas Richaud
et **Raphaël Bloch**

Comme la bulle Internet qui a explosé en 2000, la blockchain a été victime d'une forme d'effet de mode. Pour profiter de l'engouement, des centaines d'entreprises se sont rebaptisées ou ont communiqué sur leurs projets crypto. Mais, depuis l'effondrement du bitcoin, les déconvenues s'amoncellent. Le moment est venu de faire le tri entre vrais et faux projets d'une révolution qu'il ne faut pas sous-estimer.



idées&débats

Blockchain : après la bulle, l'heure de vérité

Nicolas Richaud
 @NicoRichaud
et **Raphaël Bloch**
 @Bloch_R

C'est une petite histoire qui pourrait figurer en bonne place dans les livres de marketing. En pleine fièvre « bitconienne » fin 2017, la société Long Island Iced Tea Corp. a changé brutalement de nom pour se rebaptiser « Long Blockchain Corp. ». Au même moment, ce vendeur de thé glacé faisait savoir qu'il se lançait dans le... bitcoin. En quelques jours, son cours à Wall Street a flambé de plus de 300 % et 15 millions d'actions ont été échangées, contre 170.000 lors des trois mois précédents.

Quelques jours plus tard, l'ex-gloire de la photo Kodak annonçait qu'il lançait sa propre cryptomonnaie ainsi que KodakOne, une forme de registre numérique s'appuyant sur la blockchain et devant permettre aux photographes de gérer leurs droits d'auteur. Rebelote en Bourse. Le cours a flambé de près de 270 % en quelques jours. Deux exemples parmi tant d'autres illustrant cette tendance à pérorer sur le thème « on fait de la blockchain ». Une sorte de « vu à la télé » version 2018. « Comme il y a du greenwashing, il existe une forme de "blockchain washing", fait valoir Marcel Botton,

directeur général de Nomen, spécialiste de la création de noms de marque. *Même si certaines sociétés n'en font pas du tout, il y a un désir de leur part de s'associer à cette technologie, car cela fait moderne et donne aussi envie aux investisseurs.* »

Start-up, ex-fleurons des années 1990 courant après une seconde jeunesse, grands groupes craignant de rater le train de cette nouvelle technologie : les profils des sociétés communiquant sur leur projet ayant trait à la blockchain et aux cryptomonnaies sont protéiformes. Ces derniers mois, pléthore de sociétés se sont lancées ou ont modifié leur marque pour y accoler « bitcoin » ou

« blockchain ». En Chine, on compte aujourd'hui plus de 1.500 entreprises tech estampillées crypto, selon les données d'OpenCorporates, qui recense plus de 165 millions d'entreprises à travers 124 pays. Aux États-Unis, plus de 600 entreprises ont des noms « blockchain-friendly », pour une petite quarantaine en France.

La fièvre est retombée

Le phénomène n'est pas sans rappeler celui de la fin des années 1990

quand il suffisait à n'importe quel groupe de s'affubler d'un .com pour être perçu comme une société Internet et s'attirer les bonnes grâces des investisseurs. Même quand l'activité des dites sociétés demeurait à mille lieues d'Internet... Le mirage se dissipa avec l'explosion de cette bulle début 2000.

Une expérience à méditer pour la blockchain ? Près d'un an après l'envolée des valeurs bitcoins, la fièvre est retombée ; le cours du bitcoin vient de repasser au-dessous des 5.000 dollars (quand il flirtait à près de 20.000 en décembre 2017), entraînant avec lui l'ensemble du secteur crypto-blockchain.

La fin de cette exubérance n'apporte pas que des mauvaises nouvelles, y compris pour les acteurs historiques du secteur et pour les groupes dont ce n'est pas le cœur de métier mais qui ont réellement investi dans la technologie.

« Il y a encore beaucoup de confusion autour de la blockchain », explique Martha Bennett, consultante du cabinet Forrester Research. « L'avantage aujourd'hui avec la baisse des cours, c'est qu'il se fait un tri dans le secteur. » Un avis partagé par Clément Jeanneau, cofondateur

de Blockchain Partner : « *Beaucoup d'entreprises se sont lancées sans avoir réfléchi à ce qu'elles voulaient faire. Les projets marketing ont fait beaucoup de mal au secteur.* »

Au point que la peur de l'amalgame s'est propagée à une partie des acteurs de la crypto. Même le géant IBM, en pointe dans le secteur avec sa solution de blockchain privée Hyperledger, a pris un peu ses distances. Pour faire référence à cette dernière, le géant américain a troqué le terme de « blockchain » pour celui de « distributed ledger technology ». D'autres sociétés retirent littéralement toute référence à la blockchain et aux cryptos dans leur dénomination sociale, à l'instar de Bitcoin Opportunity Corporation : la société new-yorkaise s'est discrètement rebaptisée « Digital Currency Group ».

Pourtant, le secteur en lui-même ne s'est jamais aussi bien porté. Rien qu'avec les levées de fonds en crypto (ICO) les start-up ont déjà levé plus de 20 milliards de dollars en 2018. Aux Etats-Unis, il n'y a jamais eu autant d'offres d'emploi dans la blockchain et les cryptos, selon un rapport de Glassdoor. En cela, le scénario post-bulle Internet pourrait bien se reproduire. Après tout, Google (créé en 1998) et Amazon (en Bourse depuis 1997) sont des bébés de cette bulle. Ils l'ont traversée et les deux groupes pèsent, en tout, près de 1.500 milliards de dollars de capitalisation boursière aujourd'hui. Rien ne dit encore que de tels géants émergeront de la blockchain. Mais le secteur accouchera sans doute de success-stories et d'échecs fracassants.

A défaut de désigner les premières, on peut déjà commencer à pointer les seconds. Au bord de la faillite,

Long Blockchain a été éjecté du Nasdaq, qui l'a aussi accusé d'avoir trompé les investisseurs. Le groupe est sur le coup d'une enquête de la SEC, le gendarme boursier américain. De son côté, Kodak a vu son cours de Bourse retomber à son niveau d'il y a un an, incapable de justifier les retards de son projet KodakOne. La semaine dernière, l'ex-responsable de cette division a révélé que ses équipes n'étaient pas payées... Comme dans « Cendrillon », le carrosse est redevenu citrouille. La blockchain n'est pas un conte de fées. ■



L'ANALYSE
DE LA RÉDACTION
Pour profiter de l'engouement autour de la blockchain, des centaines d'entreprises se sont rebaptisées ou ont communiqué sur leurs projets crypto. Mais depuis l'effondrement du bitcoin, les déconvenues s'amoncellent. L'occasion de faire le tri entre vrais et faux projets.



Les points à retenir

- Flairant le bon filon marketing, pléthore de sociétés se sont lancées ou ont modifié leur marque pour y accoler « bitcoin » ou « blockchain » afin de profiter de l'engouement pour la cryptomonnaie.
- Près d'un an après l'envolée des valeurs bitcoins, la fièvre est retombée et la baisse des cours permet de faire un tri sévère dans le secteur.
- Les rescapés du Bitcoin se rêvent en Amazon ou Google, deux survivants de l'explosion de la bulle Internet il y a presque vingt ans.



Boll pour « Les Echos »