

# Les stratégies de plateformes

Pourquoi une partie dédiée aux stratégies de plateformes?

<[sea.bez@umontpellier.fr](mailto:sea.bez@umontpellier.fr)>

**MONTPELLIER**  
**MANAGEMENT**  
UNIVERSITÉ DE MONTPELLIER



# Plan

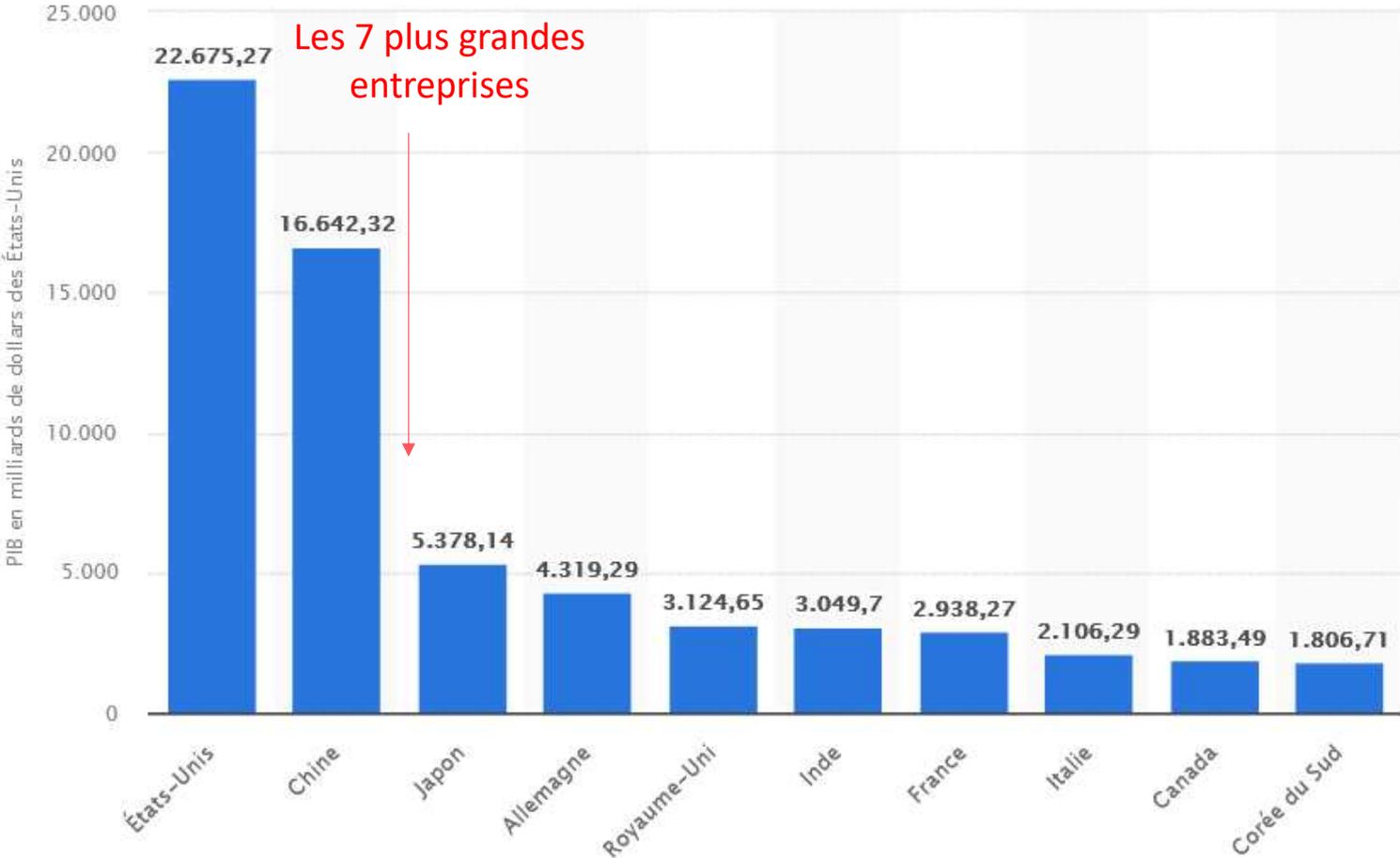
- ❑ *Un phénomène à comprendre*
- ❑ *Un phénomène surprenant  
(contredit la théorie)*
- ❑ *Des signaux faibles à signaux forts*



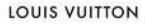


# Classement des pays ayant le produit intérieur brut (PIB) le plus élevé dans le monde en 2021

(en milliards de dollars des États-Unis)



# Pourquoi une partie dédiée aux stratégies de plateformes? *Un phénomène à comprendre*

01  <b>+9%</b> 234,241 \$m	02  <b>+8%</b> 167,713 \$m	03  <b>+24%</b> 125,263 \$m	04  <b>+17%</b> 108,847 \$m	05  <b>-4%</b> 63,365 \$m	06  <b>+2%</b> 61,098 \$m	07  <b>+5%</b> 56,246 \$m	08  <b>+5%</b> 50,832 \$m
09  <b>+4%</b> 45,362 \$m	10  <b>+11%</b> 44,352 \$m	11  <b>+1%</b> 41,440 \$m	12  <b>-6%</b> 40,381 \$m	13  <b>-7%</b> 40,197 \$m	14  <b>-12%</b> 39,857 \$m	15  <b>+3%</b> 35,559 \$m	16  <b>+7%</b> 32,376 \$m
17  <b>+14%</b> 32,223 \$m	18  <b>+1%</b> 26,288 \$m	19  <b>-22%</b> 25,566 \$m	20  <b>+10%</b> 25,092 \$m	21  <b>+3%</b> 24,422 \$m	22  <b>+11%</b> 22,134 \$m	23  <b>+13%</b> 21,629 \$m	24  <b>-1%</b> 20,488 \$m
25  <b>+8%</b> 19,044 \$m	26  <b>+5%</b> 18,407 \$m	27  <b>+7%</b> 18,072 \$m	28  <b>+9%</b> 17,920 \$m	29  <b>-3%</b> 17,175 \$m	30  <b>-3%</b> 16,345 \$m	31  <b>+14%</b> 16,205 \$m	32  <b>+3%</b> 16,011 \$m

5

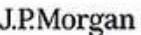
Interbrand - Best Global Br



# Pourquoi une partie dédiée aux stratégies de plateformes? *Un phénomène à comprendre*

- Parmi les entreprises avec la plus grande valeur en bourse, 7 sur 10, ont une stratégie de plateforme, alors qu'en 2008 aucune n'était une plateforme.

LARGEST GLOBAL COMPANIES IN 2018 VS 2008:  
SEVEN OUT OF TEN ARE NOW BASED ON PLATFORM  
BUSINESS MODELS

2018				2008			
RANK	COMPANY	FOUNDED	US\$bn	RANK	COMPANY	FOUNDED	US\$bn
1.	 *	1976	890	1.	 PetroChina	1999	728
2.	 *	1998	768	2.	 EXXON	1870	492
3.	 *	1975	680	3.	 GE	1892	358
4.	 *	1994	592	4.	 中国移动 China Mobile	1997	344
5.	 *	2004	545	5.	 ICBC 工	1984	336
6.	 腾讯 *	1998	526	6.	 GAZPROM	1989	332
7.	 BERKSHIRE HATHAWAY	1955	496	7.	 Microsoft	1975	313
8.	 Alibaba.com *	1999	488	8.	 Shell	1907	266
9.	 Johnson & Johnson	1886	380	9.	 Sillodac		
10.	 J.P.Morgan	1871	375	10.	 AT&T		

\* Companies based on the platform model



# Pourquoi une partie dédiée aux stratégies de plateformes? *Un phénomène à comprendre*

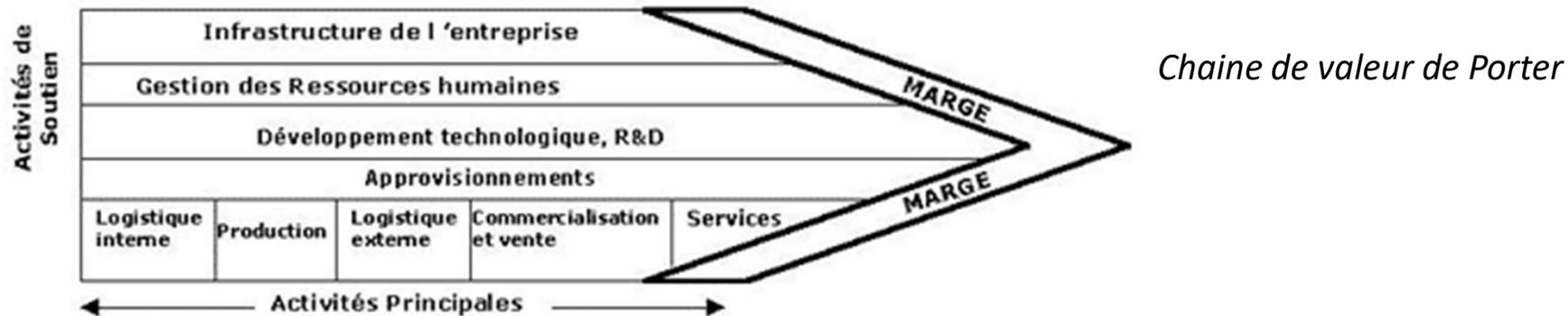
Firm	Year	Employees	Market Cap
BMW	1916	116,000	\$60B
Uber	2009	12,000	\$62B
Marriott	1927	226,000	\$35B
Airbnb	2008	5,000	\$31B
Walt Disney	1923	195,000	\$178B
Facebook	2004	20,000	\$489B
Kodak	1888	145,000	\$30B (heyday)
Instagram	2010	13	\$1B (acquisition)

➤ Les particularités qui justifient qu'on leur prête attention :

- Le font VITE
- Avec PEU d'employés
- Des résultats EXTRAORDINAIRES



# Pourquoi une partie dédiée aux stratégies de plateformes? *Un phénomène surprenant*



## Le Coin des Entrepreneurs

### La chaîne de valeur, qu'est-ce que c'est et à quoi ça sert ?

Accueil » Préparer son projet de création d'entreprise » Définir son Business Model » La chaîne de valeur, qu'est-ce que c'est et à quoi ça sert ?

Ce dossier a été mis à jour pour la dernière fois le 31 mars 2021.

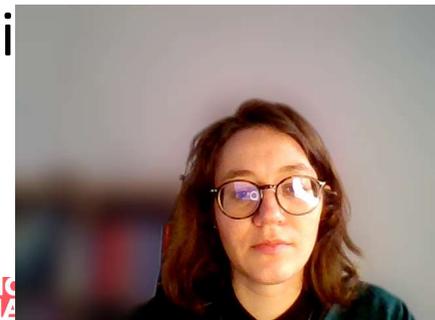
La **chaîne de valeur** est un concept assez simple à comprendre qui va vous aider à **formuler la bonne stratégie**. Elle consiste à identifier les maillons de cette chaîne et à analyser où se trouve la valeur pour le client. Vous pouvez ainsi **optimiser votre entreprise** et **orienter vos décisions** stratégiques en prenant en compte ses propres caractéristiques. Pour en savoir plus, il faut savoir sur la **chaîne de valeur d'une entreprise** :





## **Pourquoi une partie dédiée aux stratégies de plateformes? *Un phénomène surprenant***

- Leurs stratégies ne consistent pas à transformer des matières premières en produits finis et donc à se positionner sur un ou plusieurs maillons de la chaîne de Porter
- Leurs stratégies créent de la valeur en jouant un rôle intermédiaire entre acteurs extérieurs (souvent des producteurs et des consommateurs). Leurs stratégies ont pour but de faciliter et de profiter d'un effet réseau (i.e. le phénomène par lequel l'utilité réelle de participer à la plateforme dépend de la quantité de ses uti



# Pourquoi une partie dédiée aux stratégies de plateformes? *Des signaux faibles à signaux forts*

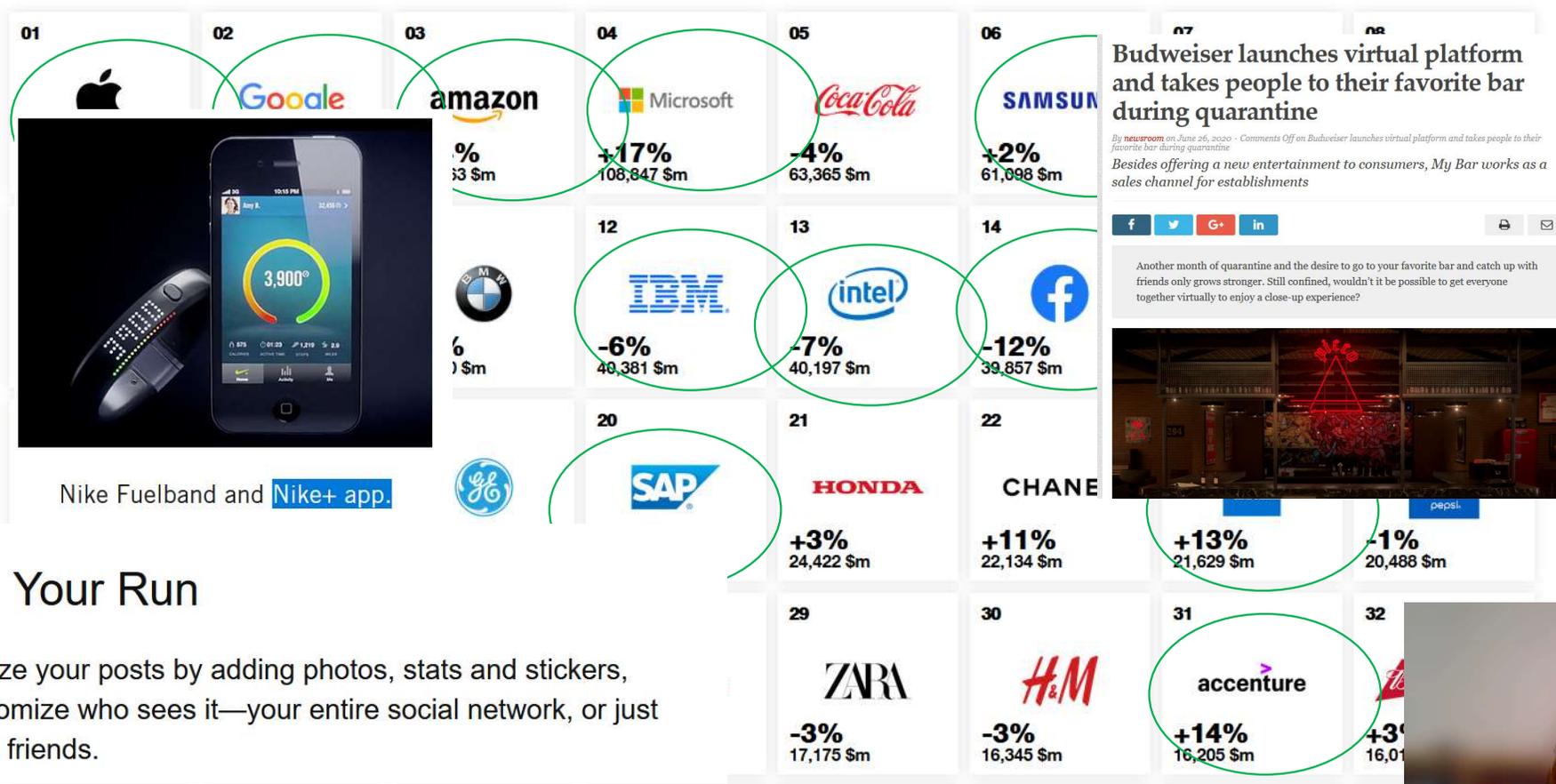
“Les modèles d'affaires linéaires dominant notre économie depuis plus de cent ans, mais le 21e siècle sera le siècle de la plateforme. Les plates-formes finiront par dominer presque toutes les industries existantes et créeront également des industries entièrement nouvelles.”

“Lors d’une récente conférence axée sur les plateformes, Zeng Ming, directeur de la stratégie chez Alibaba, a déclaré que son plus grand défi était d’embaucher des personnes qui comprennent le fonctionnement des entreprises de pl

Moazed (2021), “Why Platform Innovation is the Future”, Applico, <https://www.applicoinc.com/blog/platform-innovation-future-professiona>

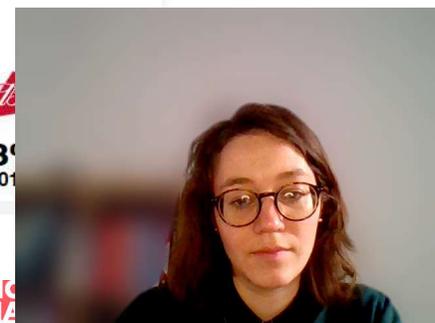


# Pourquoi une partie dédiée aux stratégies de plateformes? *Des signaux faibles à signaux forts*



## Share Your Run

Personalize your posts by adding photos, stats and stickers, then customize who sees it—your entire social network, or just your Nike friends.





# Conclusion

Nous comprenons pourquoi de nombreux managers considèrent les plateformes comme le Saint Graal de la stratégie et donc la nouvelle stratégie à mettre en place





# Les points à retenir de la vidéo

- ❑ Signification de la capitalisation boursière pour la stratégie
- ❑ Pourquoi les stratégies de plateformes font peur ont entreprises traditionnelles
- ❑ La différence entre les stratégies de plateformes et stratégie traditionnelle (i.e. chaine de valeur de Porter)
- ❑ Une première définition de stratégie de Plateforme

