

Édito

Cela ressemble à de bonnes résolutions pour une nouvelle année! Se dire que la crise est en cours, que peut-être le pire est devant nous et qu'une des différences majeures avec d'autres époques c'est la présence (l'omniprésence) d'Internet. Internet comme réseau d'informations rapide, quasi instantané ; pouvoir agir ou réagir plus vite, grâce à un flux ininterrompu de nouvelles en provenance du monde entier. Internet comme réseau social où s'échangent avis et conseils ; démultiplier les sources d'informations, choisir ses propres experts, jouer sur l'interactivité. Internet comme moyen d'action ; se connecter pour acheter et vendre, opérer des transactions, réagir à tout moment. Internet comme lieu d'innovation ; créer son affaire, proposer ses services ailleurs, loin, inventer de nouveaux espaces commerciaux. Internet enfin comme évasion d'un quotidien assombri ; jouer, renouer avec des amis du passé, lire des histoires, visiter des galeries d'art, écouter des concerts... À chacun son usage? À chaque jour son usage plutôt – à condition de ne pas oublier des retours fréquents IRL (*in real life*, dans la vraie vie).

Bonne année

Odile Ambry

Sommaire

Dossier

Internet et la crise : les réseaux d'espérer? Page 2 à 7

La page de l'Isoc monde

L'Isoc au cœur des normes techniques d'Internet Page 8

Émergences

L'ordinateur du 3^e type Page 9

Dossier

Internet et la crise : les réseaux d'espérer ?

En moins de dix ans, Internet aura gagné une place centrale dans l'économie. Qui doute encore aujourd'hui de l'intérêt du réseau de réseaux pour améliorer la compétitivité des entreprises et des nations? Le lien entre les deux n'est plus guère discuté.

À l'heure, où l'économie mondiale connaît un très fort ralentissement, que la récession s'annonce, quels liens entretiennent Internet et l'économie? Moins de croissance, sera-ce plus ou moins d'Internet? Et quel Internet? Le recul de la publicité annonce-t-il le développement d'un réseau plus solidaire, reposant davantage sur le bénévolat et le coup de main que sur les *business plans* et taux de rentabilité?

Répondre serait, bien sûr, prématuré, surtout après tant d'erreurs de prévision! Le ralentissement ayant été très brutal, de premiers effets sur le monde Internet sont d'ores et déjà visibles. Cela permet d'esquisser les contours du réseau de demain.

Pour cela, et en collaboration avec l'institut g9+, nous avons choisi de vous parler de la façon dont la crise est vécue au bord de l'océan Pacifique, dans le berceau des hautes technologies et de la net économie : la Silicon Valley. Nous avons aussi recueilli le témoignage d'un entrepreneur qui a connu le krach des années 2000. Un récit plein de leçons. Ce numéro s'intéresse aussi à la conjoncture des mondes virtuels, qui connaissent eux aussi de grandes difficultés économiques. Dans ce contexte, la mise en place en France d'une taxe sur l'activité des fournisseurs d'accès interpelle notre chroniqueur juridique.

Lire page 2 à 7

Tendances

Le krach du cybercrédit, c'est pas du virtuel

Ne comptez pas sur votre deuxième vie pour oublier les soucis de la première. Le Linden dollar, la monnaie de Second Life connaît de sérieuses difficultés. Dans l'univers virtuel, plus qu'ailleurs, quand la confiance est ébranlée, les affaires sont touchées.

Le 9 novembre dernier a été un dimanche noir pour le World Stock Exchange (WSE) : Atlantis Land Corporation a été retirée de la liste du WSE « pour violation des règles de cotation et de marché en cours sur celui-ci », de même que deux autres compagnies, Flying Kitten Holding et Real Life Investment Fund. Quant à Fund Virtual Shares, la société a été enlevée de la même liste, à la demande de sa direction... « pour insolvabilité ». L'onde de choc a été si forte que le WSE a dû interrompre ses opérations - une première pour une bourse virtuelle. Car il s'agit bien de la bourse de Second Life, l'univers en ligne qui faisait la une de tous les médias il y a deux ans à peine. De la roche Tarpéienne au Capitole, il n'y a qu'un pas – l'adage traverse le temps !

La nécessaire régulation du Linden dollar
Ce premier crack boursier virtuel n'est pas un phénomène isolé. Simple rappel : l'économie de Second Life repose sur une monnaie, le Linden Dollar (L\$), indexée sur le dollar américain. Qui dit monnaie dit système bancaire. Dès août 2007, celui de Second Life montrait ses premiers signes de faiblesse avec une faillite : celle de la banque Ginko. Peu avant de fermer ses portes, Ginko déclarait gérer 18 000 comptes. Un non événement ? Pas si sûr. C'est ainsi l'équivalent de 700 000 billets verts (190 millions de L\$) que Ginko aurait détenu peu avant sa faillite. Environ 90 000 (90 millions de L\$) étaient en cours de retrait au moment de la fermeture définitive de la banque. À titre de comparaison, à la même époque, le WSE se vantait d'avoir généré un courant d'affaire de 1 770 000 vrais dollars (472 millions de L\$) en un peu plus de 6 mois ; par ailleurs, une escroquerie interne avait abouti au détournement de 11 250 dollars (3 millions de L\$).

Vrai argent, vraies faillites et vrais scandales, le climat idéal pour une vraie crise de confiance dans un système économique et financier virtuel. La Linden Corp, la société derrière le jeu, ne s'y est pas trompée et a fait une déclaration il y a un an déjà interdisant de proposer des

intérêts ou des retours sur investissement directs sans preuve d'un enregistrement auprès des autorités compétentes. « Habituellement, nous n'intervenons pas dans les relations de résident à résident – les laissant décider de la façon dont ils agissent, vivent et jouent dans Second Life » déclarait la Linden Corp dans un communiqué de janvier 2008. « Mais ces « banques » sont génératrices d'un risque unique et substantiel et nous croyons qu'il est de notre devoir d'intervenir. Elles offrent des taux d'intérêt élevés et insoutenables et sont, dans la plupart des cas, vouées à s'effondrer, laissant derrière elles des « déposants » mécontents à qui il ne reste que leurs yeux pour pleurer. » Adieu donc au libéralisme débridé qui régnait jusqu'alors, la Seconde vie est désormais réglementée, comme la première !

Cette crise était-elle inévitable ? Oui si l'on en croit l'économiste Matthew Beller. Dès février 2007, il notait dans un essai intitulé « Le cycle économique qui arrive dans Second Life », paru sur le blog du très sérieux institut économique américain Ludwig Von Mises, que « l'économie de Second Life pourrait raisonnablement être comparée à celle d'un petit pays étranger dépendant du tourisme. Les consommateurs sont les habitants du monde réel qui font un voyage d'agrément dans Second Life. Comme tous vrais touristes, les consommateurs échangent leurs vrais dollars américains contre la monnaie de Second Life, le Linden dollar ». Jusque-là, rien d'inquiétant mais M. Beller notait aussi que les responsables de Second Life avaient fait croître anormalement la masse d'argent en circulation dans l'univers virtuel, sans rapport avec la croissance de la richesse réelle. La conclusion était donc inévitable pour l'expert : à terme, Second Life expérimenterait, d'une manière ou d'une autre, une forme de récession économique. Aujourd'hui, c'est chose faite ; l'argent impose ses règles : les lois économiques du monde réel s'appliquent aussi au monde virtuel.

Charles Simon

Face à face

La crise, le bon moment pour entreprendre

Éric Langrognet est responsable de la filière Centrale entrepreneurs à l'école centrale de Paris. Il dirige aussi un cabinet d'accompagnements de jeunes créateurs. Oriane Garcia est une véritable entrepreneuse en série. Elle dirige terrafemina.com et fait partie des 7 fondateurs du fonds isai.fr. Ils analysent les liens entre crise, entrepreneuriat et Internet.



La période de crise est-elle un bon moment pour créer une entreprise ?

Éric Langrognet : bien sûr, c'est une période de changement profond. Or l'entrepreneur est quelqu'un qui est là pour apporter une solution innovante. En outre, dans une période comme la

nôtre, les choix sont radicalisés, les gens se dispersent moins dans les détails. L'entrepreneur doit se poser des questions essentielles : ce qui compte finalement c'est la valeur apportée au client. Pour cela, il a un avantage sur les grosses entreprises en place.

Quelle qualité faut-il avoir pour être un bon entrepreneur ?

La capacité d'écoute du client est essentielle. J'insiste sur ce point. Même si l'intuition, le flair peuvent jouer un rôle, il faut aller les vérifier sur le marché.

En temps de crise, faut-il être un peu kamikaze ?

Pas du tout. Un salarié de 40 ans aujourd'hui peut être angoissé, car une partie de son avenir lui échappe. Il dépend de décisions stratégiques qu'il ne maîtrise pas. Entreprendre, c'est créer pour prendre son destin en mains. Après, les motivations sont multiples : cela va de la quête d'autonomie à l'envie de faire autrement sans oublier l'envie de réaliser un gain financier...

Quel conseil donneriez-vous à un entrepreneur ?

Il ne doit pas hésiter à se faire accompagner, en suivant un cursus spécialisé, en prenant un coach dont il aura vérifié avant les références ou en s'entourant d'un comité stratégique où siègeront des entrepreneurs plus expérimentés.

Aujourd'hui, la croissance verte a le vent en poupe. Il y a dix ans, c'était les Tic. Y'a-t-il des modes ?

Ce sont des vraies tendances sociétales. Il y a de vrais enjeux à un moment donné. Internet en a été un. Après, il y a une surenchère spéculative, mais fondamentalement, le web correspondait à une évolution plus profonde.



Avec 6 personnalités de la net économie, vous venez de créer le fond isai. Pourquoi ?

Oriane Garcia : c'est très simple. Nous avons envie de partager notre expérience, notre réseau pour aider des entrepreneurs débutants. Nous sommes souvent sollicités lors de conférences ou à titre

privé. Nous souhaitons accompagner et aider ceux qui viennent derrière nous.

La création survient en pleine crise financière. Avez-vous envisagé de repousser ce projet ?

D'une certaine façon, ça ne pouvait pas tomber mieux. Le contexte est un levier, les investisseurs plus établis hésitent à prêter. Nous sommes là. Pour preuve, nous avons déjà reçu 120 dossiers. Certains sont très bons.

Vous-mêmes, vous avez créé plusieurs sociétés Internet et vous avez connu le krach des années 2000. Rétrospectivement, quelles leçons en tirez-vous ?

Une crise, aussi dure soit-elle, n'empêche pas de monter de beaux projets. Beaucoup des réussites actuelles ont été lancées dans des périodes difficiles, il ne faut pas l'oublier. Ensuite, dans mes affaires, j'ai toujours suivi une règle : je préfère commencer seule et avoir de premiers résultats avant de lever des fonds, on montre ainsi ce qu'on sait faire. Ensuite, il faut se méfier du trop plein d'argent. L'argent n'est qu'un moyen pour atteindre l'objectif qu'on s'est fixé. Mais ce ne sont pas des recettes, chacun doit faire en fonction des particularités de son projet, des contraintes de son activité.

Créer une entreprise Internet, est-ce toujours spécifique ?

Les mêmes règles de gestion s'imposent partout, Internet ou pas. Personne n'y échappe. En revanche, le management, l'organisation sont différents. C'est un univers où la hiérarchie n'a pas le même poids. De même, j'embauche et je travaille beaucoup avec des jeunes. Le rapport humain n'est pas le même que dans une entreprise classique.

Propos recueillis par Christophe Bys

Vues d'ailleurs

À court d'argent, la Silicon Valley tourne à l'optimisme

L'institut G9+ avait réuni à San Francisco un quarteron d'entrepreneurs français. Sur les rives du Pacifique, la crise est aussi violente qu'ailleurs. Si les raisons de s'inquiéter ne manquent pas, le goût d'entreprendre toutefois y est tel que sombrer dans le pessimisme ressemblerait à une faute de goût. À les écouter, il n'est pas de problèmes qu'une innovation ne pourrait pas résoudre.

Pour mesurer l'ampleur d'une crise, les indicateurs ne manquent pas. Du côté de San Francisco, en plein cœur de la Silicon Valley, certains ont mis au point de drôles de thermomètres pour se faire une idée de la situation économique. Ainsi, Daniel Laury, fondateur et CEO de LSF Interactive, une agence de marketing interactif, confie observer l'activité des restaurants : « elle n'a pas bougé, alors que nous avons assisté à une chute brutale de la consommation en 2000 ». Derrière la boutade,

Orange est là où se trouve l'innovation

Thierry Bonhomme, directeur exécutif du groupe France Télécom Orange, chargé des Orange Labs et de la Recherche & Développement, revient sur la stratégie du groupe en matière d'innovation.

« Les analyses économiques indiquent qu'il existe un rapport de proportionnalité évident entre l'investissement dans le secteur des TIC et la croissance industrielle et la croissance de l'ensemble de l'économie. À partir de là, l'Europe doit s'interroger sur le décalage constaté par rapport à l'Amérique et à l'Asie. En effet, si le marché des TIC représente 32 % du marché mondial, l'industrie européenne des TIC ne représente que 22 % de l'industrie mondiale. Cet écart ne cesse de s'accroître. Pour les gouvernements et les économies européens, c'est un véritable enjeu stratégique. Il faut se donner les moyens d'équilibrer le marché et l'industrie. Notre groupe interpelle à ce sujet la Commission européenne, et les gouvernements nationaux. Nous leur adressons des problématiques de normes, de standards et de régulation. C'est un déterminant fondamental de notre capacité à investir, à relever le défi du très haut débit et à créer de la valeur. Il est important que les investissements soient rentabilisés et non perturbés par les décisions du régulateur.

Pour capter l'innovation, le groupe a créé, depuis dix ans environ, de nombreuses implantations dans le monde, chargées de suivre l'innovation, aussi bien universitaire, industrielle. Après un premier pôle créé hors de France à San Francisco par Georges Nahon. D'autres ont été ouverts à Boston, Tokyo, Pékin. Un autre en Égypte est en développement, s'ajoutant aux implantations sur les territoires où l'opération est présente commercialement (Londres, Madrid, Varsovie...). Cela représente au total entre 3 600 et 3 800 chercheurs, soit 15 à 20 % de l'ensemble situé hors de France »

réside un indicateur du moral des habitants de ce centre nerveux de la *high tech* et du *business*. Du côté des marchés financiers, pourtant, la chute des valeurs high tech a été brutale. La preuve la plus cruelle se trouve dans ces sociétés américaines dont le cours boursier est descendu en dessous de dix dollars par actions. On y trouve des entreprises comme Xerox, Motorola ou Yahoo!, quand, comme le remarque George Nahon, président de l'Orange Labs de San Francisco, « Burger King est demeuré à 19 dollars ».

Au bord du Pacifique, on a acquis une certaine sérénité. Ce n'est pas la première fois que les cours de bourse chutent brutalement. En moins de dix ans, c'est le deuxième krach qui se produit. Personne ici n'a oublié la fameuse chute du début des années 2000. Si le résultat est le même, les causes sont loin d'être identiques. L'éclatement de la première bulle était entièrement due aux valeurs Internet. Les valorisations boursières avaient perdu tout contact avec la réalité : « la crise de 2000 a été très brutale et très localisée sur la Silicon Valley. Elle a sanctionné une exubérance et marqué la fin d'un non modèle économique », explique D. Laury. Quelques années plus tard, « c'est Wall Street qui est à l'origine des problèmes de la haute technologie et du marché », rappelle G. Nahon.

Quand les capitaux disparaissent

L'impact pour les sociétés des nouvelles technologies commence à la case financement. « Les investissements des sociétés de capital-risque ont commencé à fléchir lors du troisième trimestre de 2008, notamment sur le marché des sociétés Internet et il est probable que cette baisse se poursuive », poursuit G. Nahon.

Les investisseurs hésitent avant de placer leur argent, ce qui pose de vrais problèmes aux entreprises qui ont besoin de capitaux. C'est ce qu'explique Béatrice Tarka, cofondatrice et CEO de Mobissimo, un site web 2.0 de tourisme :

« aujourd'hui, les grands fonds de *private equity* revendent leurs capitaux à l'étranger [...] Les investisseurs n'ont donc pas les ressources pour financer des start-up ».

Le salut ne viendra pas des *business angels* – ces

particuliers fortunés qui investissent une partie de leur capital dans des entreprises. « Ils ont les mêmes problèmes que les financiers établis – le *venture capital* – et ceux que je connais se contenteront d'observer l'évolution de la situation dans les prochains mois », prévient Marc Dangeard, un ex-banquier d'affaires qui a fondé Entrepreneur Commons, un service d'amorçage d'entreprises par d'autres entreprises sur la base d'un réseau social. Cette raréfaction des ressources financières touche particulièrement les jeunes pousses en phase de démarrage, car elles dépendent alors beaucoup de ces sources de liquidités. B. Tarka en tire les conséquences, estimant qu'« il est indispensable d'opter pour un modèle commercial qui aboutisse à des rendements positifs en termes de rentrées sur une échéance de 3 à 6 mois. On ne finance pas actuellement de projets dont la rentabilité espérée s'échelonne à plus long terme ». M. Dangeard renchérit : « la meilleure solution pour un entrepreneur est de trouver des clients [...] il est plus simple de rechercher et de trouver des clients que de l'argent ».

L'autre facteur d'inquiétude provient de la publicité, qui, sert à financer moult éditeurs de services, notamment destinés au grand public. Quand le rythme des affaires ralentit, les investissements publicitaires freinent, souvent plus brutalement encore. Ce n'est pas cette fois que cette « règle » sera démentie. B. Tarka confie une baisse des investissements publicitaires dont elle ne donne pas l'ampleur précise. Plus généralement, les annonceurs demandent de nouveaux modes de tarification. Jusqu'ici, ils payaient le taux de click – le coût d'une annonce publicitaire était proportionnel au nombre de clics sur les bannières publicitaires. Avec la crise, le modèle de la performance – le coût dépend du nombre de transactions commerciales réalisées – est « actuellement très demandé ; de plus en plus de nos clients se tournent vers ce modèle qui est beaucoup moins risqué », explique D. Laury. Ce dernier observe une baisse des dépenses de publicité « qui aura un impact sur les réseaux sociaux, car les sites qui ne produisent pas de profit vont avoir du mal à survivre ces prochains mois, y compris des sociétés très connues ».

La crise, une chance pour l'innovation ?

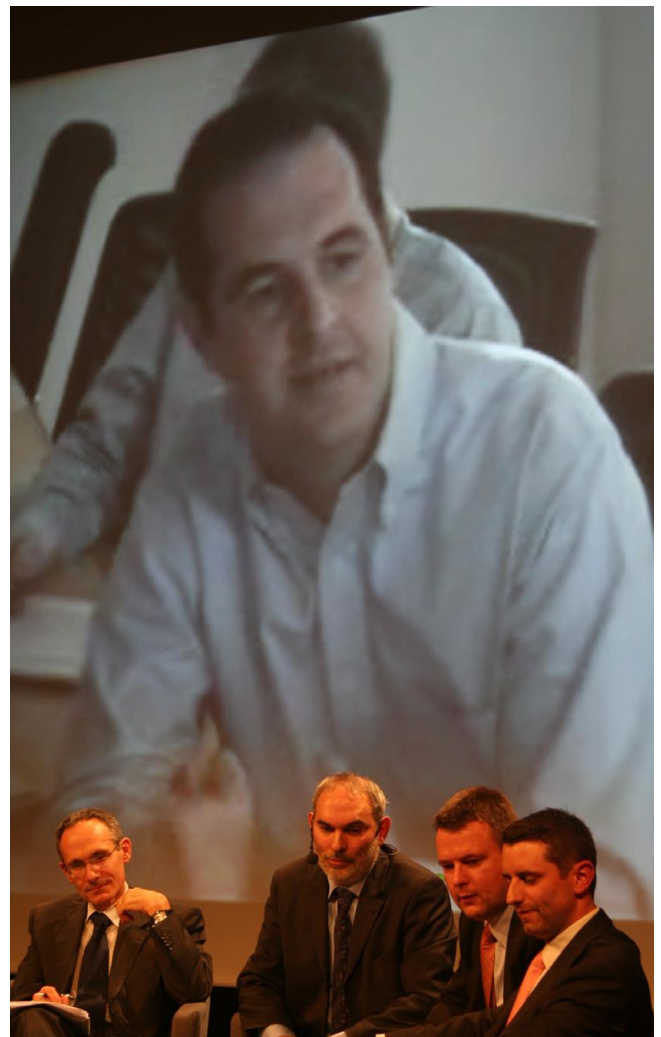
Faut-il pour autant désespérer avec San Francisco ? Il en faudrait plus. La capitale de la contestation hippie est aussi celle du marché, avec toute la violence que celui-ci peut avoir.

La baisse d'activité et le chômage qu'elle crée ? « Certains investisseurs considèrent la vague de licenciement comme une donnée bénéfique car elle élargira les ressources de talent disponibles. Jusque-là, le marché de l'emploi était trop tendu »,

explique Laetitia Mailhes, une spécialiste des high tech. D Laury confie même : « nous cherchons à renforcer notre structure de vente au moyen de salaires plus bas. Il convient de rappeler que les salaires étaient excessifs dans la Silicon Valley ». D'autres se réjouissent de la baisse des loyers. Sans parler de Renaud Laplanche, avec son service de prêts entre particuliers, qui voit dans les difficultés actuelles un moyen de se développer. Au pays de la libre entreprise, les difficultés sont des opportunités d'affaires pour les plus malins. Surtout, au pays de la haute technologie, l'optimisme et la confiance dans l'avenir restent des valeurs de base. Comme l'explique G. Nahon, « dans le passé, un certain nombre de grandes innovations dans la haute technologie ont eu lieu dans les moments de crise [...] Dans les mois à venir, l'innovation se développera dans une logique de rupture ».

Christophe Bys

Cette rubrique a été réalisée avec l'institut G9+.
Pour tous contacts : Luc Bretones



Témoign

Canalchat : un parcours exemplaire

À l'heure où même les positions établies sont menacées, retour sur l'histoire d'une start-up d'hier qui a consolidé ses positions. Témoignage de son pdg, Jean-Marc Solal.

Pas besoin de remonter jusqu'au siècle dernier pour trouver un krach d'ampleur. Le vingt-et-unième siècle commença par un effondrement des valeurs Internet. Déjà, à l'époque, bulles et spéculation étaient au banc des accusés ; les financiers promettaient la main sur le cœur – ou sur le portefeuille ? - qu'ils ne recommenceraient plus... Du côté de l'économie réelle, comment fait une jeune pousse quand les promesses s'évaporent en quelques jours ? Les fondateurs de Canalchat ont connu ces affres. Créée en 1999, la société est née quelques mois avant le krach des valeurs Internet, avec un projet : créer un site de chat événementiel. C'est un journaliste spécialiste des nouvelles technologies, Dominique Dufour, qui en avait eu l'idée. Son intuition était bonne : Internet inaugurerait un monde, où tout un chacun voudrait pouvoir interpeller directement pdg ou vedettes. Le chat serait l'outil pour cela, pensait-il. À ses côtés deux associés : Jean-Marc Solal, journaliste et Frank Fellous, graphiste.

Des hommes et des chiffres

Une bonne idée ne suffit pas. Il faut la faire vivre. Dès sa création, de bonnes fées se penchent sur l'entreprise balbutiante et misent 5 millions de francs – environ 750 000 euros d'aujourd'hui. « C'était déjà la fin de l'âge d'or », se souvient Jean-Marc Solal, l'actuel pdg de l'entreprise. L'argent ne coulait plus à flots, comme au milieu des années 90, quand il suffisait d'avoir le mot Internet dans son *business plan* pour pouvoir lever plusieurs millions de francs... jusqu'à l'indécence.

La crise du début des années 2000, il s'en souvient comme si c'était hier : « avec mes associés, nous savions que nous développions un vrai service, que nous créions un nouveau marché. Mais le rythme de croissance n'était pas suffisant pour payer la structure et les employés ». Si « le temps c'est de l'argent », l'inverse est encore plus vrai. Quand les espèces viennent à manquer, les échéances se raccourcissent.

Avec des conséquences humaines : à Canalchat, la situation crée des tensions entre les actionnaires et l'équipe dirigeante et entre les membres de l'équipe de direction. À mi-mots, J.-M. Solal évoque la dégradation de l'ambiance. L'enthousiasme et

Canalchat organise des événements en chat.

l'unanimité des débuts font place à des conflits d'autant plus difficiles qu'il y va de la survie de l'entreprise. « On ne décide pas que pour soi. Il faut penser aux salariés », explique aujourd'hui le pdg.

Concentrer les moyens

En 2003 la direction est obligée de prendre des décisions radicales... L'entreprise continuera, mais avec une voilure réduite, les actionnaires des débuts partiront aussi. Les difficultés économiques obligent aussi à faire des choix stratégiques plus tranchés. L'idée d'avoir un site qui retransmet des chats toute la journée est très vite abandonnée. Le financement d'un tel média repose sur la publicité... qui se raréfie en période de mauvaise conjoncture.

Un nouveau modèle économique est alors trouvé : Canalchat granddialogue – le nouveau nom de l'entreprise – proposera ses services aux seules entreprises... et c'est un succès. Cinq ans plus tard, en effet, la structure compte 12 salariés et affiche un chiffre d'affaires de 1,3 millions d'euros. Le tout Cac 40 fait partie de ses clients : chat avec les clients, ou avec les salariés sur l'intranet... elle est devenue Le spécialiste des discussions directes.

« Nous avons aujourd'hui un vrai savoir faire technique, éditorial et marketing », indique le pdg. Et l'équipe a profité des bonnes années récentes pour développer de nouveaux services, en devenant éditeur et organisateurs d'événements sur le net. Ce sera en ligne pour l'emploi en 2006, une série de chats événementiels avec des entreprises qui recrutent. Fort de ce succès, ce format a migré vers de nouvelles thématiques : formation, immobilier ou développement durable... De quoi affronter la crise actuelle, et la prochaine...

Christophe Bys

À la barre

Haro sur la FAI!

Quand la crise frappe, est-il bien opportun de prélever une nouvelle taxe sur Internet pour financer la télévision publique ? Pour les pouvoirs publics, le fournisseur d'accès à Internet est devenu une cible toute trouvée et de loi en loi, ses charges augmentent. Jusqu'où ?

La loi sur le financement de la télévision publique a tranché, les Fournisseurs d'Accès Internet (FAI) seront taxés au titre de son financement, pour compenser le manque à gagner de la publicité. Cette disposition, plutôt passée inaperçue, est révélatrice de la façon dont sont traités les FAI. Tantôt courtisés, tantôt montrés du doigt, ils sont toujours plus réglementés, davantage taxés. Un mouvement irrésistible et sans limite ?

La responsabilité des FAI : une question en suspens

Tout commence au début des années 1990, quand sont apparus les premiers FAI de droit privé et grand public. La quasi-totalité de la population accédant au réseau par l'intermédiaire d'un FAI, il fallait dès lors, à défaut d'un coupable, les rendre responsables de l'accès à ces contenus illicites. En France, la loi de réglementation des télécommunications de 1996 intégrait en dernière minute et alors que les débats étaient presque clos, un amendement qui voulait régler la question de la responsabilité des FAI. Mais quelques semaines plus tard, le Conseil constitutionnel censurait la mesure. Simultanément, aux États-Unis la première loi américaine sur Internet, la *Decency Act*, mettait en première ligne la responsabilité des FAI. Cette question n'a toujours pas été définitivement réglée et revient régulièrement au devant la scène, à l'occasion de tel ou tel fait divers.

La deuxième vague de réglementation arrive en 2004 en France. Le législateur décide alors de fusionner les opérateurs de télécommunications avec les FAI... pour qu'ils deviennent des opérateurs de communications électroniques. Nouveau paradoxe : la loi censée libéraliser les télécommunications créait dans les faits plus de contraintes réglementaires et de taxes pour les FAI ! En effet, ils ont depuis cette loi l'obligation de se déclarer à l'Arcep et de lui payer une taxe ; ils doivent contribuer au financement du service universel. En outre, subrepticement, le code des Postes et des communications leur impose de plus en plus de contraintes en matière de sécurité : par exemple, l'obligation de conservation des données techniques de connexion à leur frais pendant un

an à compter de leur enregistrement ou l'obligation de s'équiper pour permettre aux services de police de réaliser des interceptions judiciaires ou de sécurité !

La troisième vague de mesures touchant les FAI est venue du droit de la consommation, notamment des lois dites Chatel votées en 2008, mettant en place la gratuité du temps d'attente pour les hot lines, des règles de résiliation des contrats avantageuses pour le consommateur, le tout dans une ambiance survoltée des tribunaux et de la commission des clauses abusives.

La revanche du droit d'auteur

La dernière vague est celle du droit d'auteur. Les ayants droits, Sacem et consorts, faisant le constat que la politique de répression contre les téléchargements illégaux est un échec, viennent à demander la taxation des FAI au titre de la copie privée. Après la redevance obligatoire sur les téléphones mobiles et les baladeurs, nul doute qu'on en viendra à la taxation de la connexion Internet.

Dans cette ambiance, le financement par les FAI de la télévision publique ressemble fort à la célèbre goutte d'eau...

Sans vouloir défendre à tout prix une profession qui globalement gagne aujourd'hui bien sa vie, ce processus pose deux questions. En multipliant les contraintes, taxes, et autres redevances, c'est l'éclosion de nouveaux intervenants qui est mise en cause : une plus grande concentration est quasi-obligatoire. Or, le FAI garantit l'accès pour tous au réseau, donc au savoir et à la connaissance, et, donc à la liberté d'expression. N'est-il pas dangereux de laisser ce goulot d'étranglement à quelques-uns seulement ? En second lieu et corrélativement : n'est-on pas allé trop loin en montrant du doigt de manière quasi systématique le FAI ? Avant de prendre des décisions du type de celles du financement de la télé publique par les FAI, nos élites politiques doivent entendre qu'elles sont face aux grands équilibres de la société de l'information.

Olivier ITEANU
Avocat à la cour

La page de l'Isoc monde

L'Isoc au cœur des normes techniques d'Internet

En octobre dernier, l'Internet Society proposait à l'Assemblée mondiale de normalisation des télécommunications une intervention sur les questions de normes. Un sujet difficile et fondamental pour un développement harmonieux du réseau public.

Internet repose sur des normes techniques permettant à des dispositifs, des services et des applications d'interopérer sur un maillage de réseaux étendus et dispersés. Les normes Internet sont établies par des groupes d'organisations, dont certaines opèrent sous les auspices de l'Internet Society (Isoc).

Ainsi, l'Isoc est le siège organisationnel de l'Internet Engineering Task Force (IETF), de l'Internet Architecture Board (IAB), de l'Internet Engineering Steering Group (IESG) et de l'Internet Research Task Force (IRTF) — les unités d'établissement des normes et de recherche de la communauté Internet. Ce sont des organisations ouvertes opérant selon des processus transparents et ascendants pour parvenir à un consensus. Des milliers de personnes du monde entier participent au processus ; les normes qu'elles développent sont gratuites et accessibles à tous. Les participants, issus principalement du secteur privé, des gouvernements et du monde universitaire, sont des experts techniques collaborant de façon bénévole.

Internet et les normes

Internet a été créé sur le critère de l'interopérabilité, basée sur des applications indépendantes ayant en commun les mêmes caractéristiques : les normes Internet. Axées sur l'interopérabilité du trafic entre les réseaux, les normes Internet décrivent les protocoles y existant, sans prescrire de caractéristiques des dispositifs, de modèles commerciaux ou de contenu. La valeur de cette approche par blocs fonctionnels se constate par l'étendue et la force de l'innovation et du développement des technologies et services Internet. Les nouveaux composants – réseaux, services ou logiciels – s'intègrent sans problème avec les déploiements existants, tant que toutes les pièces appliquent correctement les normes du réseau. Par conséquent, l'éventail des innovations possibles est pratiquement illimité.

Outre les caractéristiques d'interopérabilité des protocoles, les normes Internet ont en commun certaines caractéristiques. Leurs spécifications sont accessibles : toutes les spécifications écrites nécessaires à l'application de la norme sont disponibles gratuitement, sans autre accord. Ces normes sont libres de toutes charges : il est possible d'appliquer et de déployer la technologie basée sur la norme sans payer de droits de licence excessifs ou

sans restrictions. Le développement de ces normes est ouvert : pour que la future norme soit pertinente, il est crucial que toutes les parties travaillant avec les technologies qui y sont liées puissent participer à l'établissement d'une norme Internet et en tirer des leçons. L'évolution de ces normes est constante : à mesure qu'Internet continue d'évoluer, de nouvelles nécessités d'interopérabilité sont identifiées ; les normes sur lesquelles il repose doivent évoluer afin de prendre en compte les exigences techniques identifiées.

Engagement de l'Internet Engineering Task Force

Les principales normes Internet, notamment le Protocole Internet (IP), sont établies et gérées par l'Internet Engineering Task Force (IETF). Ses missions :

- identifier les problèmes opérationnels et techniques urgents sur Internet et proposer des solutions ;
- préciser le développement ou l'usage des protocoles et de l'architecture à court terme pour résoudre ces problèmes techniques d'Internet ;
- faire des recommandations à l'Internet Engineering Steering Group sur la normalisation des protocoles et sur leur usage sur Internet ;
- faciliter le transfert des technologies de l'Internet Research Task Force à la communauté Internet élargie ;
- fournir un forum pour l'échange d'information au sein de la communauté Internet entre les fournisseurs, les utilisateurs, les entrepreneurs des agences et les gestionnaires de réseaux.

La participation aux activités de l'IETF est ouverte à tous. En outre, comme les affaires officielles sont traitées par courrier électronique, elle est également accessible à tous.

L'Internet Society contribue depuis longtemps à développer les capacités techniques dans les pays moins développés, grâce à, notamment, un programme de bourses destiné aux personnes venant des régions en développement et possédant un niveau technique solide et suffisamment de connaissances sur les domaines concrets du travail de l'IETF pour suivre les discussions techniques des réunions et en bénéficier.

Émergences

L'ordinateur du 3^e type

Acheter un ordinateur et des logiciels risque de devenir rapidement désuet. Un brevet déposé par Microsoft annonce un service de tarification à l'usage.

Pour les ennemis de Microsoft, la nouvelle a tout d'un cauchemar. Les autres y verront peut-être un conte de Noël. En effet, le 25 décembre dernier, l'organisme américain chargé de la propriété intellectuelle accordait à la firme dirigée par Bill Gates un brevet pour un nouveau type d'ordinateur.

La révolution, si elle doit aboutir, ne sera pas tant technologique que commerciale. En effet, les laboratoires de Richmond travailleraient sur une sorte d'ordinateur à géométrie variable. Son principe ? Fini d'acheter a priori des machines surperformantes, utilisées la plupart bien en deçà de leur capacité ; bienvenue dans le monde de la tarification à l'usage.

Et si Rifkin avait raison

Cela fait longtemps que les éditeurs de logiciels réfléchissent à ce type de tarification : le mode application service provider (ASP) en est la forme historique. La nouveauté du brevet déposé par Microsoft réside dans le champ concerné. En effet, l'utilisateur pourra choisir la puissance de la mémoire vive ou du processeur qu'il veut et payer ensuite en fonction. Plus que jamais, l'ouvrage de Jeremy Rifkin, *L'âge de l'accès* (paru en France aux éditions La découverte) qui annonçait-il y a quelques années la fin de la propriété, apparaît prophétique. À quoi bon acheter un ordinateur et des logiciels, quand le paiement à l'usage garantit d'avoir à tout

« la révolution
ne sera pas tant
technologique que
commerciale »

moment la puissance et les logiciels nécessaires.

Pour l'entreprise qui fournit le service, l'intérêt n'est pas moindre, car il réduit l'incertitude du marché. Finis les achats plus ou moins faciles à prévoir. Un modèle économique

reposant sur la location garantit des revenus réguliers et surtout prévisibles. Il y a longtemps que la presse l'a compris : un abonné vaut mieux que bien des lecteurs occasionnels.

Les plus critiques ricaneront d'une telle innovation à l'heure où les logiciels libres ont montré leurs capacités : de Linux à Open Office en passant par Firefox, plus besoin de payer une redevance pour pouvoir surfer sur le web, utiliser un traitement de texte. Alors la tarification à l'usage, comme les carabiniers dans les opérettes, n'arrive-t-elle pas trop tard ?

Tentons justement une hypothèse. Et si l'annonce de ce brevet signifiait la victoire (relative) du libre. On imagine très bien des fonctions de base gratuites pour les logiciels propriétaires. Et une tarification croissante en fonction des usages. Pour réussir, un tel modèle exigera des fonctions payantes qui rendent de vrais services. À cet égard, n'oublions jamais que Microsoft possède aussi une force de frappe commerciale, au plus près des besoins de l'utilisateur.

Christophe Bys

Dans le prochain numéro de Sociétés de l'information : Internet mobile : ruptures ou continuités ?

Sociétés de l'information est une lettre professionnelle mensuelle éditée par Tocsin, SARL au capital de 380 euros, immatriculée au RCS de Paris B 432 735 264.
Siège social : 82, boulevard de Ménilmontant 75020 PARIS - Tél. 01 43 66 77 07 - Fax 01 43 66 74 33.

Directrice de la publication Odile Ambry Rédacteur en chef Christophe Bys.
Journalistes Christophe Bys, Sylvain Chanourdie, Olivier Itéanu, Charles Simon Conseillers de la rédaction Sébastien Bachollet, Éric Brousseau, Didier Kasolé Conception graphique Régis Bodinier.

La rédaction n'est pas responsable des textes, illustrations et photos qui lui sont communiqués par leurs auteurs. La reproduction partielle ou totale des articles publiés est interdite sans accord écrit de la société Tocsin.

Avec le soutien de l'Internet Society

