

Rapport publié le 06 septembre 2007

Le 14 septembre 2006

Pourquoi l'intitulé "Internet du Futur"

Il est clair, à la lecture de la presse et par l'observation de multiples sites, que la toile qui nous est familière connaît depuis un certain temps une significative progression en termes d'ergonomie, de mise en page, de rapidité de rafraîchissement, par exemple grâce à Ajax et aux CSS¹. Par ailleurs, la facilité de partage et d'intervention collaborative donnent une nouvelle dimension sociale à nombre de services en ligne. Tout ceci est bien résumé par l'appellation en vogue Web2.0.

Au delà de ces aspects bien visibles par l'utilisateur final, les professionnels des TICs sont préoccupés par les développements qu'ils estiment urgents de tester et d'implémenter, qu'il s'agisse de la fiabilité, de la sécurité, de la puissance, ou des temps de réponses et de la qualité de service, tous ces aspects ayant été souvent minimisés dans leur importance, voire délibérément omis lors de la conception de l'Internet actuel et de sa mise en œuvre progressive. C'est cet ensemble de développements qui doit trouver place lors de l'émergence d'un « l'Internet du futur ».

Rapport du groupe CSTI B - Internet du Futur

Un groupe de travail interne au Conseil, à l'issue des séances de réflexion informelle tenues en juin, juillet et septembre 2006 a élaboré le texte qui suit. Les recommandations sur les infrastructures en haut débit et sur les recherches amont propres à définir les réseaux du futur ayant déjà été formulées lors de sessions antérieures du CSTI, ce projet fait de la diffusion des contenus tels qu'ils sont appelés à évoluer au cours des années à venir le centre de ses propositions ; celles-ci ont été regroupées en quatre intitulés, elles-mêmes déclinées en mesures plus précises :

1. Accroître la lisibilité et l'efficacité de la gouvernance française de l'Internet.
2. Démarrer rapidement en France l'Internet 2, c'est-à-dire l'Internet de la convergence.
3. Estomper à court terme les frontières « Fixes-Mobiles » et réaménager la complémentarité " Diffusion - Point à point".
4. S'approprier le modèle économique de l'Internet dit "gratuit".

La lecture de ces recommandations, axées sur la situation française, ne doit pas faire oublier que, sur chacun des points, la négociation doit aussi se poursuivre à Bruxelles et que les mesures qui viendraient à être décidées doivent impérativement tenir compte du contexte européen.

¹ Ajax: Asynchronous Javascript and XML
CCS : Cascading Style Sheet

1. Accroître la lisibilité et l'efficacité de la gouvernance française de l'Internet

Les acteurs de l'Internet sont en France, comme dans le monde, nombreux et très hétérogènes, allant des diverses administrations (sans qu'aucune n'exerce ici un rôle leader), aux utilisateurs finaux qui, sur le même réseau et avec les mêmes machines, vont de l'écolier débutant au professionnel dont la valeur ajoutée ne se crée que sur Internet, en passant par les opérateurs de télécommunications, les fournisseurs d'accès, les hébergeurs, les créateurs d'information, les fournisseurs de services: commerce électronique, paiement, etc. Il convient de noter la très rapide ascension d'une nouvelle catégorie, les agrégateurs, dont les robots butinent en permanence les informations créées par des contributeurs primaires (exemple : les agences de presse) pour les offrir, sur leur propre portail, classées et triées suivant les besoins du consommateur. Ces nouveaux intermédiaires créent ainsi une valeur ajoutée de présentation au détriment de celle de création des détenteurs originaux et profitent ainsi pleinement, par leur position de filtre, de données complètes sur les besoins, les usages et les consommations des internautes².

Alors que le Sommet de Tunis a confirmé le réel besoin d'une meilleure synergie entre les diverses parties prenantes³ et que certains pays ont rapidement suivi l'une des recommandations de ce sommet mondial, la France n'a toujours pas commencé à réunir et faire dialoguer en profondeur les divers acteurs. Cette impulsion d'un Sommet Français de l'Internet devrait, à l'évidence, venir de l'administration, laquelle n'a pas encore désigné en son sein un chef de file pour ce domaine dont la géométrie change très rapidement. Le dernier CISI de juillet 2006 évoque sur le point précis des chartes et labels, ce problème, mais il est plus général.

Alors qu'aux États-Unis, le débat s'intensifie sur la neutralité de l'Internet où l'on voit s'opposer les opérateurs de télécommunications et les fournisseurs de services de contenus⁴, ce sujet ne peut pas rester absent des réflexions à mener en priorité, tant en France qu'en Europe en prolongement des actions déjà engagées.

Un autre domaine de préoccupation qui revient de façon récurrente est la dérive insidieuse de l'utilisation faite des données collectées à l'insu des abonnés des services, voire des simples visiteurs occasionnels. Sans nier la réalité du besoin des fournisseurs de service de mieux personnaliser les services offerts, il est clair qu'une déontologie devrait s'instaurer rapidement avant que le manque de confiance ne finisse par prévaloir⁵.

Enfin un nombre de plus en plus important d'acteurs mettent en garde contre les nouvelles positions dominantes de fournisseurs internationaux, voire nationaux, qui s'établissent rapidement sur la base d'innovations ou de modèles économiques nouveaux et qui créent, dans l'Internet français et européen, des barrières à l'entrée qui risquent de se révéler très vite infranchissables pour leurs concurrents.

Accroître la lisibilité et l'efficacité de la gouvernance française de l'Internet :

- Instituer plus de compréhension mutuelle des enjeux entre toutes les parties prenantes par la mise en œuvre de tables rondes.
- Désigner clairement un "meneur de jeu" de la co-régulation.
- Instituer un débat sur la transparence et la neutralité d'Internet.
- Encadrer le cumul d'informations par les fournisseurs sur leurs clients et leurs prospects.
- Identifier les mesures propres à combattre les abus de position dominante.

² Même si les ayant-droits tentent d'enrayer le phénomène par des actions en justice pour violations de leurs droits de propriété intellectuelle.

³ A multi stakeholder dialogue

⁴ Il n'est pas exclu que les règles de peering deviennent de plus en plus opaques...

⁵ Voir l'analyse « A qui appartient mes logs ? » dans le n°125 d'InternetActu.net.

2. Démarrer rapidement en France l'Internet 2, c'est à dire l'Internet de la convergence

Les recommandations ou exhortations à déployer l'accès haut débit sur l'ensemble du territoire ne suffisent pas dès lors que les conditions d'investissement, d'ouverture aux concurrents de ces infrastructures nouvelles, et de stabilité des règles du jeu ne sont pas clairement explicitées. Il convient de préciser au plus vite une situation qui soit claire et pérenne.

Par ailleurs, un méta-réseau ne peut être pleinement efficace si l'attention ne se porte que sur la mise en place de liaisons haut-débit. Les récents lancements de services grand-public en France ont à amplement démontré que l'ADSL chez l'abonné ne suffit à faire un Internet rapide et performant.⁶ Il est temps qu'à l'instar des pays anglo-saxons, nous suscitions l'émergence d'une infrastructure de fermes de serveurs bien réparties sur le territoire, avec des équipements mutualisés, puissants et sécurisés.

Enfin, une fois encore, le CSTI attire l'attention du gouvernement sur l'impérieuse nécessité de favoriser des tiers de confiance nationaux et d'aider à leur essor.

Par ailleurs, la découverte d'une innovation ne suffit guère à convaincre les investisseurs face à un marché plutôt versatile qui a souvent tendance à s'enthousiasmer pour les derniers-nés des services novateurs. Le passage par des démonstrations à grande échelle, et en grandeur nature sont de plus en plus indispensables, en aidant les pôles de compétitivités dans cette mission.

Le financement du pré-compétitif dans ces domaines est dans le droit fil des missions de l'AII et de l'ANR en plus des fonds de compétitivité des entreprises, mais les marchés publics devraient également prévoir les mécanismes qui facilitent la prise de risque d'un choix non encore « sur étagère », en particulier lorsqu'il est le fait d'une jeune entreprise.

Enfin, tant par les cursus déjà déployés que par les parcs de matériels mis à disposition des élèves et étudiants ou la numérisation des cours, la France accuse quelque retard dans l'enseignement du multimédia et d'éducation en ligne. Maintenant que la loi DADVSI a introduit une exception pour l'enseignement et la recherche, il convient de clarifier les conditions dans lesquelles elle pourrait s'appliquer à ce mode d'apprentissage et de diffusion des connaissances.

Démarrer rapidement en France l'Internet 2, c'est-à-dire l'Internet de la convergence

- Clarifier les conditions d'ouverture aux concurrents des investissements effectués pour la desserte en THD (Très Haut Débit).
- Susciter une infrastructure de serveurs français puissants, sécurisés et mutualisés qui permettront de garantir les temps d'accès propices à l'émergence de services innovants.
- Privilégier le recours à des tiers de confiance français ou européens. Les susciter le cas échéant.
- Lancer des projets de plates-formes de démonstrations applicatives en vraie grandeur. Encourager les grands groupes à s'engager et à expérimenter.
- Financer le pré-compétitif par les marchés publics français.
- Innover en matière d'enseignement multimédia et d'éducation en ligne. Engager la réflexion sur la mise en œuvre de l'exception pour l'enseignement et la recherche et les compensations afférentes que la loi DADVSI a posé le 1^{er} août 2006.

⁶ Cf les démarrages difficiles et peu convaincants des sites de l'INA et l'IGN.

3. Estomper à court terme les frontières "Fixes - Mobiles" et réaménager la complémentarité " Diffusion - Point à point"

Le protocole IP, constituant essentiel de l'Internet s'avère être maintenant le mode de diffusion qui se généralise rapidement, en complément du broadcast, pour tous les acteurs de la chaîne multimédia, y compris ceux de la télévision mobile. Déjà la frontière disparaît rapidement entre l'ordinateur personnel et les téléviseurs de dernière génération. Et les constructeurs de terminaux anticipent la prochaine étape puisque nous voyons fleurir les premiers portables multimédia dans lesquels la fonction téléphonie a été omise, preuve qu'ils parient sur un nouveau mode de communication compact et ultra mobile⁷.

De ce fait, les lignes de partage alambiquées entre télévision, télécommunications et Internet, que l'on connaît en France deviennent chaque jour de plus en plus complexes techniquement, et peu lisibles juridiquement, comme le rapport du Conseil d'État sur la codification des textes du domaines des communications électroniques l'a souligné.

Une remise à plat approfondie, tant technique que juridique est donc indispensable si la France veut conserver son avance dans ces domaines de la diffusion d'images et de vidéos, en tenant, là aussi, grand compte des actions de la Commission européenne.

Estomper à court terme les frontières "Fixes - Mobiles" et réaménager la complémentarité " Diffusion - Point à point"

- Promouvoir l'interopérabilité des terminaux.
- Lever les obstacles pour une meilleure gestion des fréquences.
- Clarifier les régimes juridiques applicables.
- Affiner la régulation et la réglementation.

⁷ Voir les tablettes de Nokia, Sony, etc.

4. S'approprier le modèle économique de l'Internet dit "gratuit"

Le modèle économique qui sous-tend les services offerts par les grands moteurs de recherche, les plate-formes de blogs ou les sites de vidéos⁸ dont le contenu peut aller du très personnel au repiquage des séries télévisées, connaît suffisamment d'exemples pour ne plus guère s'étonner de son existence: l'utilisateur final ne paye pas l'utilisation d'un site donné, ce dernier étant rémunéré par des tiers sous forme de publicité ciblée⁹. Néanmoins, il n'est clair pour personne si ce modèle sera pérenne, ou seulement transitoire, car plusieurs forces à l'œuvre pourraient in fine faire revenir à la rémunération d'un service par son utilisateur final.

Dans l'intervalle, il est urgent tant au niveau des régies publicitaires que de l'équilibre des services grand-public ouverts en France et en Europe, de ne pas laisser le champ vierge aux majors anglo-saxons dans les diverses composantes des offres actuelles.

Il convient, en particulier, d'être attentif au déploiement de services micro-rémunérés par la presse quotidienne et régionale en France et par les services « plus » de certains moteurs, qui à côté de la rémunération par la publicité dans lesquelles ils excellent, testent la rémunération directe de questions personnalisées.

Comme dans le domaine de la collecte de données de connexion à l'insu de l'utilisateur, les chartes de bonne conduite de ces services « gratuits » restent souvent à créer et à mettre en œuvre.

S'approprier le modèle économique de l'Internet dit "gratuit"

- Inventer de nouvelles formes de publicité dans lesquelles les acteurs français peuvent se positionner.
- Tester les alternatives avec micropaiement simplifié.
- Définir l'encadrement juridique pour la France (Charte de bonne conduite, etc.).

⁸ DaylyMotion, YouTube, FlickrR, pour lequel près d'un million et demi de vidéos ont été géolocalisées par les internautes dans les 24 heures qui ont suivies l'ouverture de ce service optionnel.

⁹ Ce modèle va même s'étendre au téléchargement légal de musique, la rémunération n'étant plus le fait du consommateur final, mais venant des revenus de la publicité sur le site (cf. SpiralFrog et les catalogues en ligne d'Universal Music et de E.M.I.)