



Autour du thème...

Le travail collaboratif

Vers une démocratie collaborative

Thomas Morisse

Les Barcamps

Grégoire Japiot
Nicolas Trèves

Travail collaboratif : pléonasme ou oxymore ?

Alain Coulon

Partage de données sur Internet

Patrick Kineider

Google+/Google-

Martine Otter

Le Droit face aux nouveaux usages d'Internet

Alain Coulon

Sur les blogs d'ADELI

Dominique Bergerot, Kim Estivalet, Pierre Fischhof,
Alain Guercio, Patrick Kineider, Martine Otter,
Jacky Vathonne

LA LETTRE n° 90

HIVER 2013

Adeli 

© Les éditions d'ADELI

Appel à contribution pour La Lettre d'ADELI

Vous souhaitez exprimer vos idées dans La Lettre ?
Alors, n'hésitez plus !

Retrouvez nos modalités de publication dans la rubrique « **La Lettre** » du site **www.adeli.org**, téléchargez le modèle de document et envoyez vite vos articles à **lalettre@adel.org** sur les thèmes indiqués ci-dessous en respectant les dates d'envoi !
À vos plumes !

La Lettre n°91 (printemps 2013) : **Les nouvelles compétences**
Date limite d'envoi : **28 février 2013**

La Lettre est une publication trimestrielle d'ADELI dont la coordination est assurée par Martine Otter.
La Lettre est diffusée aux adhérents d'ADELI.

Dépôt légal initial 1993

ISSN 1147-5803

© Les éditions d'ADELI

Comité de lecture de La Lettre :

Dominique Bergerot
Thomas Morisse
Martine Otter
Véronique Pelletier
Odile Thiéry

Prix de vente au numéro : 15 €

ADELI
87 rue Bobillot – 75013 Paris – France
www.adeli.org
Téléphone : 01 45 89 02 01
Adresse électronique : info@adel.org

Crédit photos :
Martine Otter

Impression :
Prestaprint – 20, avenue Édouard Herriot
92350 Le Plessis Robinson – France



Papier issu des forêts gérées

Sommaire

Éditorial	4
Le Droit face aux nouveaux usages d'Internet	5
Vers une démocratie collaborative	9
Les Barcamps	14
Google+/Google-	18
Partage de données sur Internet..	23
Travail collaboratif : pléonasme ou oxymore ?	26
Sur les blogs d'ADELI	29
Nos trois catégories de membres actifs	36

Éditorial

Travailler ensemble

Martine Otter

C'est le propre des associations Loi 1901, auxquelles appartient ADELI, de proposer à leurs adhérents un espace de travail visant l'atteinte d'un objectif commun, raison d'être de cette association.

Le travail bénévole, librement consenti, don de son temps et de ses ressources intellectuelles, reste un plaisir lorsqu'il s'accomplit au sein d'une équipe où chacun collabore en partageant ses compétences et sa bonne humeur.

Le travail collaboratif, thème de ce numéro de la Lettre d'ADELI, est donc au cœur du fonctionnement de notre association. Il est aujourd'hui facilité par la mise à disposition des réseaux sociaux dont l'objet même est de créer des liens avec autrui, et plus généralement des « nouvelles technologies de l'information et des communications », qui nous apportent leur lot d'innovations quotidiennes, au prix d'efforts intellectuels récompensés par le plaisir de la découverte.

Le dossier « Travail collaboratif »

Vous trouverez dans ce dossier :

- des réflexions de fond sur la nature du travail collaboratif, ses apports et ses limites ;
- un exemple concret de mise en œuvre de ce mode de travail dans les « Barcamps » ;
- une présentation des apports des outils collaboratifs proposés par Google, beaucoup critiqués par ceux-là mêmes qui n'ont pas su créer de meilleure innovation ;
- des recommandations de bon sens d'utilisation de ces outils, dans un souci d'équilibre entre respect de la vie privée et liberté de communication ;
- ainsi que plusieurs contributions de nos adhérents sur ces sujets, exprimés sur les blogs d'ADELI, que nous vous invitons, une nouvelle fois, à rejoindre.

N'hésitez pas à réagir à ces articles en nous faisant part de vos commentaires.

Les nouvelles d'ADELI

L'Assemblée Générale d'ADELI s'est tenue le 7 décembre 2012 dans le cadre de l'espace Batignolles, suivie d'un exposé de Kim Estivalet sur la rationalisation des portefeuilles applicatifs.

Elle s'est prolongée par un convivial cocktail où un débat sur la forme du travail collaboratif au sein d'ADELI a pu se poursuivre.

Le compte rendu de l'AG sera directement adressé aux adhérents à jour de leur cotisation 2012 !

Le Comité 2013, élu au cours de cette assemblée, remercie sincèrement Jacqueline Deschamps pour sa participation efficace en 2012 et accueille un nouveau membre en la personne de Jorge Borrero. Il s'est réuni le 19 décembre 2012 pour élire son Bureau, composé de :

- Thomas Morisse, Président ;
- Véronique Pelletier, Vice-présidente ;
- Dominique Bergerot, Trésorière ;
- Pierre Fischhof, Secrétaire ;
- Alain Coulon, Secrétaire-Trésorier adjoint.



Thomas Morisse, Jorge Borrero, Éric Thoumire

Ayant moi-même exercé la fonction de Présidente pendant 12 années consécutives, je me réjouis profondément de ce renouvellement démocratique, que j'appelais de mes vœux depuis quelques temps déjà, et poursuivrai ma participation collaborative au sein d'ADELI en faisant vivre notre site Web.

À bientôt. ▲

martine.otter@adeli.org

Le Droit face aux nouveaux usages d'Internet

De nouveaux contentieux en quête de réglementation

Alain Coulon

Cet article rend compte d'un dîner-débat, organisé par le CIET (Centrale Informatique Électronique et Télécommunications) le 24 septembre 2012, à la Maison des Centraliens.

Internet, levier d'une mutation vers une société de la communication, ignore les frontières des États ; néanmoins, Internet contraint, chaque État à réglementer l'usage de ses applications pour s'adapter à l'évolution de nouveaux enjeux sociétaux. Il convient de ne pas freiner les développements de marchés très dynamiques, mais de les accompagner, tout en intégrant, non seulement les spécificités de ces économies fluctuantes, mais, aussi, les intérêts des utilisateurs et des consommateurs.

Le professeur Danièle Bourcier, responsable du groupe Droit, Gouvernance et Technologie du CERSA (Centre d'Études et de Recherche de Sciences Administratives et politiques) et, par ailleurs, responsable scientifique des Creative Commons en France, a animé cette soirée, articulée autour de deux interventions :

- *Pauline Le More, avocate, a présenté les actions récentes de l'Autorité de la concurrence ;*
- *Hélène de Vigan, avocate, a présenté quelques contentieux liés à l'achat des mots-clés.*

Le Droit d'Internet

Le Conseil constitutionnel l'affirme, dans son avis du 10 juin 2009 « Internet est essentiel à l'exercice de la liberté d'expression ». Il n'est donc pas question d'entraver le développement d'un vecteur de communication aussi fondamental.

Silences du droit traditionnel face aux usages d'Internet

Le champ d'application d'Internet est planétaire alors que les Droits concernés sont nationaux.

Il est difficile de poursuivre l'auteur d'une infraction à une législation nationale, commise dans un autre État soumis à une législation différente.

Pour certains juristes (en particulier aux États-Unis) le développement d'Internet est un phénomène nouveau qui bouleverse les règles précédemment applicables.

Pour d'autres (notamment en France), on peut définir l'ensemble des nouvelles règles applicables en s'appuyant sur des règles existantes dans des domaines traditionnels.

Dans les deux cas, il faut définir un Droit adapté à la technologie d'Internet. À titre d'exemples, nous pouvons citer la gestion des droits numériques : DRM – Digital Rights Management et la Loi française sur la Confiance en l'Économie Numérique (LCEN – 21 juin 2004).

Les domaines concernés

Le droit de l'Internet englobe différents aspects :

- vie privée (droit à l'image) ;
- pénal : cybercriminalité, chantage (bullying) ;
- commerce ;
- concurrence ;
- propriété industrielle ;
- publicité.

Droit de la concurrence

Enjeux d'Internet et de sa régulation

Croissance du marché¹

Le volume du commerce électronique en France a augmenté de 40 % de 2008 à 2011 ; on y dénombre 30 millions de consommateurs.

En particulier, en 2010, 13 % de livres classiques ont été vendus via Internet.

En 2010, le livre numérique, en rapide progression, représente déjà 2 % des ventes de livres.

La concentration des grands acteurs

Le nombre d'entreprises marchandes sur Internet a augmenté de 23 % en 2011 ; mais les plus gros acteurs se concentrent ; par exemple, Google détient 90 % du marché de la publicité liée aux moteurs de recherche.

L'Autorité de la Concurrence (ADLC)

En France, une Autorité indépendante détecte les pratiques anticoncurrentielles.

Bien que n'étant pas considérée comme une juridiction, cette Autorité prononce des injonctions, rend des avis, prend des décisions et, éventuellement, inflige des sanctions susceptibles de recours devant la Cour d'Appel de Paris et la Cour de Cassation.

L'ADLC a récemment :

- effectué une enquête sectorielle sur le fonctionnement concurrentiel du commerce ;
- formulé, à l'initiative du Ministère de l'Économie et des Finances, un avis sur le fonctionnement concurrentiel de la publicité en ligne.

¹ Ces statistiques sont donnés par le FEVAD (Fédération E-commerce et Vente À Distance)

Contrôle des pratiques anticoncurrentielles

L'ADLC combat les ententes horizontales (entre concurrents qui passeraient des accords pour maintenir leurs marges) et verticales (entre entreprises qui participeraient à une chaîne de fabrication d'un produit fini).

L'ADLC traque l'abus de position dominante des entreprises puissantes qui useraient d'artifices pour écarter de leur marché des concurrents vulnérables (pratique d'une stratégie d'éviction).

Répression des pratiques anticoncurrentielles

Sur les marchés émergents à forte innovation technologique, l'ADLC préconise des mesures conservatoires et donne priorité à la recherche d'engagements (procédures négociées) par rapport aux sanctions économiques.

Dans le domaine public, l'ADLC prescrit des sanctions administratives pécuniaires et développe des procédures négociées.

Dans le domaine privé, l'ADLC prononce la nullité des accords anticoncurrentiels et préconise des indemnités en réparation de préjudices.

Coopération internationale

L'ADLC coopère avec d'autres Autorités de concurrence pour appréhender le développement international du contentieux.

L'European Competition Network (réseau européen de la concurrence) facilite la coopération entre les autorités de concurrence nationales et la Commission européenne.

L'ADLC contribue ainsi à la négociation d'accords bilatéraux de coopération avec des commissions étrangères, tels les récents accords entre la Commission européenne et la Chine.

Exemples de contentieux récents

Livre numérique

Saisie par le Ministère de la Culture, l'ADLC a formulé un avis pour le respect du prix unique du livre numérique ; cet avis est pris en compte dans la loi du 26 mai 2011.

L'ADLC a dénoncé la pratique du modèle de contrat d'agence entre Apple et les éditeurs. Ce contrat, fixant un taux de commission de 30 %, engageait l'éditeur à appliquer la règle de la nation la plus favorisée par un abaissement de son prix de revente, via Apple, pour s'aligner sur les prix d'autres éditeurs détaillants.

Aux États-Unis, où des actions de groupe sont possibles, les grands éditeurs ont signé des accords pour éviter des poursuites.

Publicité en ligne

En France, en 2008, le site NavX proposait aux automobilistes équipés d'un GPS, un logiciel complémentaire qui intégrait la localisation des emplacements des radars.

NavX avait souscrit un référencement payant sur Google.

Invoquant le caractère présumé illégal du dispositif commercialisé, Google avait unilatéralement supprimé le compte NavX ; ce qui a entraîné une procédure pour entrave au commerce.

Google, après avoir racheté l'entreprise Keyhole Corp (société spécialisée dans les applications de visualisation de données géospatiales) proposait gratuitement l'application Google Maps, en concurrence au produit commercialisé par Bottin Cartographes, par ailleurs référencé par Google.

Droit des mots-clés (utilisés par les moteurs de recherche)

Le référencement naturel

Les moteurs de recherche offrent un référencement naturel gratuit.

Les réponses aux requêtes des internautes, sont élaborées par un algorithme qui évalue objectivement leur pertinence par rapport aux mots-clés utilisés.

Mais, à côté de ce référencement naturel, les moteurs de recherche peuvent proposer un service de référencement payant.

Le référencement payant

Ce service commercial permet à un annonceur (acteur économique) qui a sélectionné, auprès du gestionnaire du moteur de recherche, un ou plusieurs mots-clés, de faire apparaître un lien promotionnel vers son propre site, lorsque ce ou ces mots correspondent à celui ou ceux contenus dans la requête de l'internaute.

Ce lien promotionnel apparaît, généralement, dans une liste de « liens commerciaux » accompagné d'un bref message promotionnel.

Ainsi, le gestionnaire du moteur de recherche devient un prestataire de services rémunéré par l'annonceur pour chaque « clic » empruntant le lien commercial affiché.

La vente aux enchères des mots-clés

L'ordre d'affichage de ces liens commerciaux est déterminé par un système qualifié de vente aux enchères.

Lorsque plusieurs annonceurs ont sélectionné le même mot-clé, celui qui aura proposé le prix maximal par clic, apparaîtra en tête de la liste des liens commerciaux.

Afin d'optimiser sa rémunération, le prestataire du référencement payant, favorise les liens susceptibles de générer le plus grand nombre de clics pour le prix le plus élevé, en prenant en compte le nombre de clics antérieurs sur ledit lien ainsi que la qualité de l'annonce.

Les mots-clés :**des noms communs aux noms propres**

Les mots-clés sélectionnés par les annonceurs sont principalement des mots génériques présentant un lien pertinent avec leur activité.

Mais, certains annonceurs sélectionnent également des mots-clés qui imitent les signes distinctifs (marques, dénominations sociales, noms commerciaux, voire noms de domaine) de leurs concurrents.

Les droits sur les mots-clés

Des tiers sont susceptibles de revendiquer leurs droits sur certains mots-clés :

- leurs marques ;
- leurs noms commerciaux, leurs enseignes ;
- les parties distinctives des noms de leur domaine Internet.

L'achat de ces mots-clés par une entreprise plus ou moins concurrente, est une pratique susceptible d'être considérée comme déloyale et attentatoire aux droits conférés sur une marque.

Cette pratique génère un abondant contentieux, initié par les titulaires de droits sur ces mots-clés. Ces titulaires constatent que certains de ces mots-clés, sélectionnés par un tiers concurrent, ont guidé l'affichage de liens promotionnels au profit de ce concurrent.

Les acteurs

La commercialisation de mots-clés sur Internet met en jeu trois catégories d'acteurs :

- le prestataire du service de référencement payant ;
- l'annonceur ;
- le titulaire de droit sur le mot-clé.

Les fondements juridiques du contentieux de l'achat de mots-clés

L'achat et l'usage d'un mot-clé par un opérateur économique peuvent être entachés d'irrégularités vis-à-vis des principes de la concurrence libre et non faussée.

La contrefaçon¹

C'est l'achat d'une marque déposée par un autre acteur ; mais, plus subtilement, ce peut être l'achat de mots très voisins susceptibles de séduire des internautes inattentifs.

La concurrence déloyale ou le parasitisme²

La concurrence déloyale consiste à prospecter la clientèle d'un concurrent en utilisant un stratagème. Elle peut se doubler de parasitisme. Le parasitisme économique se définit comme l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir-faire.

La publicité trompeuse³

La publicité trompeuse (ou mensongère) consiste pour un annonceur à diffuser des informations inexacts ou propres à tromper le public, sur les produits ou les services qu'il met en vente, ainsi que sur les engagements qu'il prend à l'égard de la clientèle et sur les aptitudes et les qualités qu'il possède.

Les juridictions compétentes**Les Tribunaux de Grande Instance ou de Commerce⁴**

Les juridictions françaises sont compétentes lorsque le site litigieux est accessible sur le territoire français ou lorsque l'on identifie un lien « suffisant, substantiel ou significatif ».

La CJUE (Cour de Justice de l'Union européenne)

La Cour de Justice de l'Union européenne (CJUE) qui siège au Luxembourg, regroupe trois juridictions : la Cour de Justice, le Tribunal, et le Tribunal de la fonction publique.

La CJUE veille à l'application du droit de l'Union et à son interprétation dans les différents pays de l'Union.

Elle interprète le droit de l'Union à la demande des juges nationaux.

¹ Articles L. 713-2 et L. 713-3 du code de la propriété intellectuelle.

² Article 1382 du code civil.

³ Article L. 121-1 du code de la consommation Article 20 de la loi du 24 juin 2004, relative à la confiance dans l'économie numérique.

⁴ Article L. 716-3 du code de la propriété intellectuelle.

Qui est responsable, en cas de concurrence irrégulière ?

Le prestataire ?

C'est la solution de facilité, car le prestataire est en première ligne.

Vis-à-vis d'une juridiction, incriminer le prestataire présente plusieurs avantages :

- éviter des recherches délicates de l'annonceur plus fugace ;
- poursuivre un seul contrevenant plutôt qu'une multitude d'annonceurs ;
- punir un accusé solvable capable d'indemniser les plaignants.

Cependant, en règle générale, le prestataire ne peut être considéré comme contrefacteur, bien qu'il perçoive une rémunération ; il ne fait pas usage lui-même des liens.

Le prestataire est un hébergeur qui peut difficilement apprécier la nature délictueuse d'une annonce, mais il pourrait apparaître comme complice, si l'on prouve formellement qu'il avait connaissance de l'irrégularité de l'annonce.

L'annonceur ?

L'annonceur peut être considéré comme contrefacteur, en cas d'atteinte à la fonction d'identification de la marque lorsque l'internaute ne peut savoir si le produit adressé est celui de la marque recherchée ou celui d'un concurrent.

La position nuancée des juridictions

La Cour de Justice de l'Union Européenne et les juridictions françaises considèrent que la réservation de marques comme mots-clés, dans le cadre d'un service de référencement payant, n'est pas illicite par principe.

- L'annonceur est mis en cause lorsqu'il crée sciemment un risque de confusion.
- Le prestataire du référencement payant est mis en cause lorsqu'il a un rôle actif en connaissance des irrégularités du contenu.

Sélection des réactions de la salle

Liberté et distribution de la presse

La 17^{ème} chambre (chambre de la presse) est la chambre du Tribunal de Grande Instance de Paris spécialisée dans les affaires de presse.

Elle fait respecter la loi sur la liberté de la presse de juillet 1881.

Depuis 1947, la loi Binet fixe les principes de distribution en France de la presse imprimée ; son actualisation est à l'ordre du jour.

Propriété intellectuelle

Aux États-Unis, le droit à la propriété intellectuelle d'une œuvre a été reporté de 50 ans à 70 ans après la mort de l'auteur.

On a le droit de prêter un disque mais pas celui de transmettre une œuvre électronique.

Dans le cas des licences libres, l'auteur s'autorise à donner le droit d'autoriser l'utilisation de son œuvre.

Mondialisation du Droit

Le Droit est lié à une culture ; l'uniformisation des cultures, favorisée par Internet n'entraînera-t-elle pas dans quelques années la généralisation d'un Droit mondialisé ?

Limites de la régulation

On ne régule bien que les domaines que l'on maîtrise. De même que les grandes entreprises dominent l'économie, les grands acteurs de l'Internet parviendront à y imprimer leur propre loi.

« Le Droit, c'est l'expression du pouvoir du fort sur le faible¹ » ▲

a_coulon@club-Internet.fr

¹ Citation approximative, vraisemblablement, inspirée par Jean-Jacques Rousseau et, certainement, utilisée par Karl Marx.

Vers une démocratie collaborative

Survol d'un ouvrage de prospective

Thomas Morisse,
Président d'ADELI

Dans son ouvrage « Surfer la vie », Joël de Rosnay propose une nouvelle approche pour construire ensemble l'avenir face à la complexité du monde et à son accélération. Dans notre société en pleine mutation, les rapports de force font place à des rapports de flux qui ne sont plus fondés sur l'individualité ou la logique de l'affrontement, mais sur la solidarité et la collaboration.

Par analogie aux « surfeurs des vagues », les surfeurs du net, pour la plupart formant la NetGen et portés par le flux, façonnent le monde de demain.

Extraits de l'ouvrage et commentaires autour du « sport des rois, le roi des sports » (le surf), et d'une vision pour penser demain vers une société fluide.

L'auteur : Joël de Rosnay

Source: fr.wikipedia.org

Docteur en sciences, Joël de Rosnay effectue trois ans de recherche et d'enseignement (biochimie et informatique) au Massachusetts Institute of Technology (MIT).

Il a été notamment directeur des applications de la recherche à l'Institut Pasteur, puis directeur de la prospective et de l'évaluation de la Cité des sciences et de l'industrie de La Villette.

À partir des années 1980, il publie plusieurs ouvrages de vulgarisation et de prospective.

Il est l'auteur de nombreux best-sellers parmi lesquels *Le Macroscopie* et *2020 : les scénarios du futur*.

Il est également créateur d'AgoraVox en 2005, site Web d'actualités alimenté par des rédacteurs volontaires et non professionnels.

« Surfer la vie »

« *La vie c'est le flux, et le flux c'est la vie* » : c'est par ces quelques mots lourds de sens, que Joël de Rosnay nous invite à entrer dans son ouvrage et à y découvrir au fil des pages comment surfer sur le flux comme un surfeur sur les plages de Biarritz ou celles de Honolulu Bay.

La recherche du flux (cf. encadré *Le flow*), de la vague, de la maîtrise de soi face aux éléments est l'élément primordial qui guide le lecteur.

Au fil des pages de cette ouvrage de prospective, nous identifions comment les marques de nos sociétés actuelles tendent à se transformer vers une société fondée sur le partage pour passer de l'âge de la modernité à celui de la postmodernité.

Ce passage est possible grâce aux évolutions technologiques récentes et à une volonté forte de collaboration et d'échanges portée par la NetGen (la Génération du Net).

L'auteur nous explique comment les rapports de flux se constituent progressivement vers l'avènement d'une nouvelle démocratie participative et comment les rapports de pouvoir vont évoluer.

Il propose sept valeurs et grands principes d'un humanisme technologique pour construire ensemble la société de demain.

Rapports de force et rapports de flux

Depuis l'antiquité (et bien avant sans doute), l'organisation des sociétés humaines est symbolisée par la rigidité et la force plutôt que par la souplesse et la fluidité.

Pour diriger, gouverner, marquer leur empreinte dans l'histoire de l'humanité, les hommes ont recouru aux affrontements : guerres, conquêtes, pouvoirs.

Ces rapports de force existent toujours dans nos sociétés modernes : relations patronat-syndicat, partis de droite et de gauche, conflits de génération, de modèles sociétaux, de civilisations, guerres de religion...

Notre système d'éducation reste fondé sur des valeurs de compétition et de supériorité : ne rien partager pour être le premier, battre la concurrence, recueillir les honneurs, gagner, dominer.

Les rapports de force font place à des concepts nouveaux qui enrichissent la vision du monde : ce qui prime, de plus en plus aujourd'hui, ce sont les liens, les interrelations, les interdépendances, l'homéostasie, la stabilité face aux variations de l'environnement.

Dans ce contexte évolutif, il apparaît primordial de modifier les rapports de force par des rapports de flux.

Le rapport de flux se caractérise par une adaptation en temps réel au contexte en s'appuyant sur le traitement de l'information.

« *L'information est la clé de l'adaptation des rapports de flux aux circonstances, aux contextes et aux évolutions, à la différence des rapports de force qui, statiques et rigides, n'évoluent que par ruptures et discontinuités* ».

Rapports de force et rapports de flux sont complémentaires : point de flux sans force, ni de force sans flux. « *Le rapport de force s'inscrit généralement dans l'affrontement et la compétition ; le rapport de flux, dans l'échange et la coopération... À la différence des rapports de force qui isolent de petits groupes, voire des élites, les rapports de flux rapprochent les hommes. Ils nécessitent d'avoir accès en permanence à des informations contextuelles et, surtout, l'échange et le partage des informations, c'est-à-dire l'adaptation et la solidarité, une approche transversale et multiseCTORIELLE en relation avec les autres et avec l'environnement.* »

Les innovations technologiques de ces dernières remettent en cause les principes et règles établies dans nos sociétés et nos entreprises, entraînant une perte de contrôle de ceux qui gouvernent et une évolution progressive des pouvoirs et de l'autorité vers de nouvelles formes de démocratie.

« *Des forces relativement faibles... amplifiées par la multiplicité des réseaux peuvent ainsi déstabiliser les pyramides de pouvoir* » et les rapports de force en place.

La sociocratie (cf. encadré : Qu'est-ce que la sociocratie ?), prend également tout son sens dans les règles de gouvernance des organisations et des entreprises.

Qu'est-ce que la sociocratie ?

Source : <http://www.sociocratie.net/Theorie/index.php>

À la fin des années 1960, Gérard Endenburg, un ingénieur hollandais qui dirigeait une société d'électrotechnique, a voulu diriger son entreprise de manière humaine, tout en conservant, voire développant, son efficacité et sa compétitivité.

En se fondant sur les idées du pédagogue Kees Boeke, son compatriote et son contemporain, et en y intégrant ses connaissances en théorie des systèmes, en cybernétique et en biofeedback, Gérard Endenburg a créé, au début des années 1970, un nouveau style de gouvernance qu'il a appelé sociocratie, un mot créé par le philosophe français Auguste Comte.

Même si elle comporte d'autres aspects importants (transparence totale, définition de vision, missions et objectifs, rémunération juste du capital et du travail), la sociocratie est caractérisée par quatre règles fondamentales :

Le consentement

En sociocratie, une décision est prise par consentement s'il n'y a aucune objection importante et argumentée qui lui est opposée.

Toutes les décisions ne sont pas forcément prises par consentement, notamment pour la gestion courante des affaires. Cependant, il est décidé, par consentement, quelles décisions peuvent échapper à la règle, comment et par qui elles sont prises et pour quelle durée il est possible de procéder autrement que par consentement.

Les cercles

La structure de décision de l'organisation est parallèle à sa structure fonctionnelle.

À chaque élément de celle-ci correspond un cercle. Les cercles sont connectés entre eux et organisent leur fonctionnement en utilisant la règle du consentement. Tous les membres de l'organisation appartiennent à au moins un cercle.

Chaque cercle est notamment responsable de la définition de sa mission, sa vision et ses objectifs, de l'organisation de son fonctionnement et de la mise en œuvre des objectifs définis par le cercle de niveau supérieur.

Le double lien

Un cercle est relié au cercle de niveau immédiatement supérieur par deux personnes distinctes qui participent pleinement aux deux cercles. L'une est élue par le cercle et le représente, l'autre est désignée par le cercle de niveau supérieur et est le leader fonctionnel du cercle.

L'élection sans candidat

Quand il s'agit de choisir une personne pour occuper une fonction, un cercle sociocratique procède à une discussion ouverte et argumentée aboutissant à une nomination par consentement. L'absence de candidat garantit qu'il n'y a pas de perdant, et le consentement que chacun est convaincu que le meilleur choix possible a été fait.

Bien qu'elle soit fondée sur des principes scientifiques complexes et que sa mise en œuvre soit subtile, la sociocratie utilise des règles de fonctionnement simples comprises par tous, indépendamment de l'âge, du niveau d'éducation, de l'origine sociale ou culturelle, etc. : ainsi elle a pu être utilisée avec la même efficacité par des cadres d'entreprise de haute technologie, des enfants dans des écoles hollandaises, des villageois dans des parlements de voisinage en Inde, etc.

La NetGen (Génération du Net) = les surfeurs du Net

Pour l'auteur, les nouveaux surfeurs sont ceux de la NetGen. « Grâce à eux, et à leur pratique du surf numérique, il est possible de dégager de grandes tendances de gestion de la complexité, de nouvelles formes de pouvoir face à l'autorité, de nouvelles formes de création collective, de plaisir partagé, de démocratie participative et responsabilisante. »

La NetGen représente un groupe d'individus formant une communauté qui entretiennent des liens permanents entre eux, grâce au Web et aux réseaux sociaux. Ils se rapprochent les uns des autres au travers de la toile pour partager leurs émotions et échanger de l'information, des affinités et des valeurs.

Les membres de la NetGen sont, en grande majorité, âgés de moins de 30 ans.

Ils s'informent en recoupant les sources sur le net et les réseaux sociaux (pas comme leurs parents qui regardent les infos sur leur chaîne favorite).

Ils consomment sur recommandations (les avis des autres) en délaissant la publicité traditionnelle de masse. Ils pensent que les business modèles des grandes entreprises doivent évoluer vers une conscience sociale et environnementale plus forte.

Quelques valeurs de la NetGen.

	La NetGen	Les « autres » générations
Rapport à l'autorité	Critique et grande méfiance face à l'autorité. Tolère l'autorité naturelle qui émerge du groupe.	Reconnaissance du statut (même autoproclamé) et respect de l'autorité
Critères de réussite	Amis, temps libre, loisirs, amour et relations sociales	Argent, carrière, réussite, pouvoir
Rapport aux diplômes	Moyen d'enrichir son esprit et d'aller jusqu'au bout de soi	Clefs de la réussite sociale
Carrière	Trajectoires multiples (voire mise de côté pour un temps si besoin)	Unique et linéaire

	La NetGen	Les « autres » générations
Compétition professionnelle	Rejet de la compétition héritée de la traditionnelle « lutte pour la vie ». Rejet des comparaisons fondées sur « l'excellence » et le « mérite ».	Saine motivation menant à la réussite
Vision de la société	Communauté d'intérêts dont l'évolution repose sur l'entraide, la coopération, l'éducation mutuelle, le partnership, l'empathie, le gagnant-gagnant...	C'est la Jungle ou bien un ordre établi que l'on ne peut faire évoluer
La réussite sociale	Accomplissement personnel, c'est-à-dire l'enrichissement de son expérience par le contact et l'interaction avec les autres et les autres cultures, le plaisir du travail bien fait, le sentiment d'utilité et de l'efficacité de son action.	Elle engendre les honneurs, la considération, le respect, une « situation », la sécurité, l'aisance matérielle, le pouvoir...
Rapport au travail	Recherche d'un rôle, d'un engagement, d'une cause et de compétences. Pas de gaspillages de forces si pas de garantie de gains	Recherche de la spécialisation, de l'expertise. Il faut travailler dur pour réussir.
Vision de la vie	Vivre l'instant présent et être mobile	Prévisions et séquentialité (formation, carrière, retraite...)

Les Digital Natives (dite aussi « génération Y » âgée de 12 à 21 ans, née avec un écran dans une main et une manette de jeux vidéo dans l'autre) en font partie et se caractérisent une connexion quasi-permanente à la toile grâce aux TIC et sont des accros des mobiles.

La NetGen veut exercer un métier qu'elle aime qui a du sens et dont elle tire un plaisir intense.

Elle veut être dans le flow (le flux en anglais, cf. encadré Le flow).

Le flow

Source: fr.wikipedia.org

Le flow, littéralement le flux en anglais, est l'état mental atteint par une personne lorsqu'elle est complètement immergée dans ce qu'elle fait, dans un état maximal de concentration.

Cette personne éprouve alors un sentiment d'engagement total et de réussite.

Ce concept, élaboré par le psychologue Mihaly Csikszentmihalyi, a été repris dans des domaines variés et nombreux, du sport à la spiritualité en passant par l'éducation et la séduction.

Csikszentmihalyi a identifié huit caractéristiques accompagnant et décrivant l'expérience du flow.

Les trois premières décrivent des caractéristiques de l'activité propices au flow, les cinq dernières décrivent plutôt l'état de conscience modifié qu'implique le flow :

- clarté des objectifs : les attentes et les règles régissant l'activité sont perçues correctement et les objectifs fixés sont atteignables avec les compétences de l'acteur ;
- équilibre entre la difficulté de l'activité et les compétences de l'acteur : l'activité n'est ni trop facile ni trop difficile, elle constitue un défi motivant ;
- activité source de satisfaction en elle-même, qui n'est donc pas perçue comme une corvée ;
- haut degré de concentration sur un champ limité de conscience ;
- perte du sentiment de conscience de soi, disparition de la distance entre le sujet et l'objet ;
- distorsion de la perception du temps ;
- rétroaction directe et immédiate : les réussites et difficultés au cours du processus sont immédiatement repérées et le comportement ajusté en conséquence ;
- sensation de contrôle de soi et de l'environnement.

La NetGen est en train de « *bouleverser le monde grâce à sa pratique des réseaux sociaux, à son aisance face à la complexité et à la transversalité des approches qu'elle met en œuvre pour résoudre les problèmes. Une culture, des nouvelles technologies de production et des savoir-faire qui renouvellent et transcendent la démocratie numérique, annonçant la grande transition vers la société fluide* ».

Vers la société fluide

L'ouverture vers une société plus fluide a été initiée par le concept de Biosphère, soutenu par Vladimir Vernadsky (1820) et repris dès lors par de nombreux scientifiques (Darwin, Adam Smith, Einstein...). Cette évolution s'accélère depuis une cinquantaine d'années grâce aux progrès scientifiques et technologiques et aussi grâce à un rapprochement plus étroit entre les différentes disciplines biologie, écologie, économie ...

Pour Joël de Rosnay, « *Les catalyseurs et les amplificateurs de la société fluide sont les réseaux organisationnels, industriels, culturels qui se mettent en place partout dans le monde. Cette appellation compacte fait ressortir l'intensité des liens qui se tissent à différents niveaux dans des espaces d'échanges transversaux, de complémentarité d'approches culturelles et sociales, de groupes ou de « cercles » où se retrouvent politiques, scientifiques ou artistes... Des lieux virtuels qui se traduisent aussi en espaces de prise de décisions et d'évaluation* ».

Les réseaux sociaux (extension des clubs existants dans « la vraie vie ») représentent les premiers réseaux à s'être mis en œuvre sans structure apparente et ont permis de mettre en relation des personnes partageant les mêmes affinités et les mêmes besoins. Cette révolution est déjà en marche depuis quelques années et force est de constater que c'est un « *Véritable phénomène de société, le réseautage en ligne séduit toutes les cultures et toutes les classes d'âge* ».

Ces réseaux ont aussi leur dangers : profilage marketing et politique, fraude, géolocalisation... mais également, perte de contact humain et peur de la vie réelle. « *Il nous faut donc apprendre à vivre différemment avec les applications numériques...et à mieux utiliser et diffuser la culture de la connectivité permanente* ».

L'auteur identifie trois révolutions majeures, encore embryonnaires, qui dessineront les contours de la société fluide de demain :

- Les « **Makers** » (faiseurs en Français). Il s'agit d'un mouvement fondé sur le DIY (Do It Yourself). Cette volonté de faire « de ces artisans » permet de se réapproprier le monde grâce à une meilleure connaissance des processus de fabrication, de prendre confiance en soi et en sa capacité à comprendre et à créer. Elle permet aussi de partager son savoir et de bénéficier des découvertes de la communauté.
- Les **smart-grids**. Le smart grid est l'une des dénominations d'un réseau de distribution d'électricité « intelligent » qui utilise des technologies informatiques de manière à optimiser la production, la distribution et la consommation, et qui a pour objectif de mieux mettre en relation l'offre et la demande entre les producteurs (entreprises ou individuels qui utilisent les Énergies Renouvelables) et les consommateurs d'électricité. La mise en place progressive de smart-grids va redéfinir les relations entre les acteurs, en mettant le consommateur au même niveau que le producteur. Ils redessinent les règles d'une nouvelle gouvernance des systèmes électriques d'une part et la ressource énergétique d'autre part.
- Les **mesh networks**. Il s'agit d'une topologie de réseau qualifiant les réseaux (filaires ou non) dont tous les hôtes sont connectés pair à pair sans hiérarchie centrale. Chaque nœud doit recevoir, envoyer et relayer les données. Cela évite d'avoir des points sensibles qui, en cas de panne, coupent la connexion d'une partie du réseau. Si un hôte est hors service, ses voisins passeront par une autre route.
« *La technologie révolutionnaire des réseaux maillés et de Commotion¹* marque le début d'une nouvelle vague de systèmes de communication transversaux à l'échelle internationale.* »

¹ **Commotion** :

Projet d'un réseau sans fil reposant uniquement sur les fréquences WIFI et non plus sur une infrastructure (relais téléphonique, câble, satellite).

http://www.lemonde.fr/technologies/article/2011/08/30/commotion-le-projet-d-un-internet-hors-de-tout-contrôle_1565282_651865.html

Principes et valeurs pour surfer demain

L'auteur insiste également sur la nécessité de prendre des risques, d'innover sans cesse même si l'innovation dérange parce qu'elle remet en cause les idées reçues et les situations acquises, et de considérer le principe d'attrition au regard de celui de précaution.

Pour conclure, Joël de Rosnay identifie quelques principes et valeurs pour « Sur-vivre dans la société fluide et surfer sa vie » :

- le respect de la diversité ;
- le respect de l'autre ;
- l'empathie ;
- l'altruisme et le donnant-donnant ;
- la responsabilité individuelle et collective ;
- la fraternité ;
- la spiritualité laïque.

Au final, une vague comme toujours très avant-gardiste, laissant présager des mutations douces en cours et à venir au niveau de notre société. Alors BON SURF pour les lecteurs désireux d'en savoir plus... ▲

thomas.morisse@adeli.org

Pour en savoir plus :

L'ouvrage :

« Surfer la vie » - Joël de Rosnay – Ed : Les liens qui libèrent – mai 2012

Des liens pour surfer :

<http://www.surferlavie.com>
<https://fr.twitter.com/derosnayjoel>
http://www.liberation.fr/sciences/2012/07/16/joel-de-rosnay-il-prend-la-vague_833670
<http://www.scenarios2020.com/>
<http://www.agoravox.fr/>

Les Barcamps

Travail coopératif et utilisation des technologies de l'information

Grégoire Japiot (Social Media Consultant, Knowledge Expert)
Nicolas Trèves (Professeur associé, CNAM)

Depuis 2003, année du tout premier événement de la famille des Camps, ces événements d'un format bien particulier, très en phase avec leur époque, se sont multipliés aux quatre coins de la planète.

On peut parler d'un véritable engouement pour le format Barcamp et ses différentes déclinaisons, qui, depuis la première édition en 2005, se sont déroulés dans plus de 350 villes différentes sur tous les continents.

Initiés par quelques personnalités parmi les plus dynamiques et avant-gardistes de l'écosystème de l'open-source de la Silicon Valley, ces événements se sont « démocratisés » avec le temps, en accueillant de plus en plus de participants « non développeurs » et en abordant aussi des thématiques qui s'éloignent du développement logiciel.

Cet article a pour objectif de présenter le « phénomène » Barcamp, en revenant sur son historique et les spécificités de sa méthodologie.

Les Barcamps, leurs principes : travail coopératif, domaines thématiques

Le principe du Barcamp est de permettre à un public de passionnés et de professionnels des « nouvelles technologies » de se retrouver autour d'ateliers-participatifs afin d'échanger sur leurs projets et les différentes problématiques et champs de recherche qui font l'actualité de « l'industrie web » / des métiers de l'Internet.

Les Barcamps sont, pour reprendre un terme du vocabulaire du monde du développement, ce que l'on pourrait considérer comme un « fork » ([http://fr.wikipedia.org/wiki/Fork_\(développement_logiciel\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Fork_(développement_logiciel))) des rencontres Foo Camp initiées en 2003 par Tim O'Reilly (http://fr.wikipedia.org/wiki/Tim_O'Reilly), personnalité emblématique de la Silicon Valley (il est le fondateur de O'Reilly Media, maison d'édition spécialisée dans l'informatique, grand supporter du monde du logiciel libre et de l'open source, et par ailleurs l'initiateur de l'expression « Web 2.0 »).

En effet, les rencontres Foo Camp sont à l'origine à la fois du format Barcamp, mais aussi de son nom (le « Bar » de Barcamp a été choisi par opposition au « Foo » de Foo Camp en clin d'œil à la variable méta syntaxique Foobar <http://fr.wikipedia.org/wiki/Foobar>).

Le Foo Camp (http://en.wikipedia.org/wiki/Foo_Camp) est un événement qui se déroule sur un week-end dans la propriété californienne de Tim O'Reilly.

Le principe est le suivant : Tim O'Reilly sélectionne 400 personnes parmi les personnalités les plus à la pointe en matière de technologies émergentes (incluant le hardware et le software), et les invite à passer 3 jours qui seront rythmés par des ateliers ayant pour but de créer des opportunités de pollinisation croisée entre les participants et les technologies qui sont sous le radar de la société O'Reilly Media.

Les Barcamps ont été initiés en 2005 par 5 activistes californiens de l'open source, qui, s'ils étaient fans du format de ces rencontres, étaient frustrés du fait de la sélection des participants qui se faisait uniquement sur invitation.

Le premier Barcamp fut donc organisé par ces 5 « pionniers », en moins d'une semaine, et parvint à réunir 200 participants à Palo Alto.

Vu l'enthousiasme unanime des participants quant à la qualité des échanges de cette première édition, le format a rapidement fait des émules et a été repris dans différentes villes américaines et au delà des frontières, partout où l'on pouvait retrouver des communautés de développeurs et professionnels des métiers de l'Internet avides de se rencontrer et d'échanger sur la base de ce format très efficace.

Assez rapidement, le format généraliste Barcamp qui invite les participants à échanger sur toute thématique en rapport avec le développement et le monde d'Internet, a donné naissance à des rencontres plus spécialisées sur des thématiques précises, qu'il s'agisse :

- de langages de programmation (par exemple JavaCamp) ;
- de systèmes de gestion de contenu (par exemple DrupalCamp ou WordCamp) ;
- ou encore de thématiques spécifiques comme :
 - la santé (HealthCamp),
 - les transports publics (TransitCamp),
 - la ruralité (RuralCamp),
 - les podcasts (PodCamp),
 - le domaine viticole (Winecamp et Vinocamp en France) etc.

Chacune de ces déclinaisons ayant comme dénominateur commun la même méthodologie, une thématique abordée avec l'angle des nouvelles technologies, mais aussi une interconnexion avec les autres événements de la communauté Barcamp qui liste ces événements sur un wiki global sur barcamp.org.

Si le Foo Camp a été le déclencheur de ce mouvement, le succès du format et l'intensité de cette dynamique s'expliquent aussi par différentes raisons.

En effet, le Barcamp propose une alternative aux événements de référence de « l'industrie de l'Internet » en corrigeant certains « travers » particulièrement dérangeants pour les aficionados des valeurs de l'open source :

- Les tarifs pouvant atteindre plusieurs milliers de dollars pour s'inscrire aux conférences « classiques »
=> **Les Barcamps sont toujours gratuits.**
- Les événements accessibles uniquement sur invitation
=> **Les Barcamps sont ouverts à tous dans la limite des places disponibles sur le principe « premiers inscrits, premiers servis ».**
- La distinction entre différentes catégories de participants : d'un côté les conférenciers (« speakers ») qui viennent diffuser la connaissance, et les auditeurs de l'autre côté qui viennent écouter
=> **Les Barcamps sont « horizontaux » et mettent tous les participants au même niveau, donnant l'occasion à toute personne ayant un sujet intéressant à proposer de participer au programme.**

Méthodologie des Barcamps

Il est important de noter, en préambule, que le format et la méthodologie des Barcamps n'ont pas été créés « à partir d'une feuille blanche ».

En effet, la méthodologie Open Space (aussi connu sous le nom de « Forum Ouvert » en France http://fr.wikipedia.org/wiki/Méthodologie_open_space), a très largement inspiré le format des Camps (des Foo Camps et donc par la suite des Barcamps).

Tim O'Reilly décrit lui-même le Foo Camp comme le « wiki des conférences », mettant ainsi en avant l'aspect participatif et collaboratif du format en faisant référence à ces fameux sites web collaboratifs que sont les wikis (<http://fr.wikipedia.org/wiki/Wiki>), systèmes dont l'efficacité a fait ses preuves notamment avec l'exemple de l'encyclopédie Wikipédia.

Afin de se démarquer des formats de conférences classiques, les Barcamps se sont au début décrits comme des « un-conferences » (« non conférences »), avant de préférer le terme plus heureux de « user generated conférences » (en clin d'œil à la définition du Web 2.0 comme une nouvelle ère de l'Internet, l'ère du « user generated content »).

La méthodologie des Barcamps est volontairement très simplifiée afin de permettre aux rencontres de se dérouler et d'évoluer de la manière la plus organique possible : le cadre ne donnant que des règles très basiques, les rencontres vont pouvoir se dérouler réellement en fonction du profil des participants présents le jour J et de leurs envies du moment. Le principe du déroulement de la journée peut-être comparé à la méthodologie agile.

Si le processus du déroulement se fonde sur quelques principes bien précis absolument nécessaires pour que le format soit efficace, le reste n'est que très vaguement encadré par 8 règles (cf. <http://barcamp.org/TheRulesOfBarCamp>).

En plus de la gratuité et de l'horizontalité, évoquées plus haut, ce qui distingue avant tout les Barcamps des autres formats de conférences, c'est l'absence de programme établi à l'avance : les sujets qui seront abordés lors des différentes sessions sont décidés le jour même par les participants.

Rencontres sur un domaine thématique particulier, fréquence des rencontres

Les Barcamps et autres déclinaisons de « Camp » n'ont de limite dans le choix de leurs thématiques que celle de l'imagination des « barcampeurs » ! Il n'y a pas de règles quant à la fréquence des rencontres et chaque communauté, se retrouvant régulièrement autour d'une thématique et dans une ville donnée, va choisir en fonction de sa dynamique de groupe le rythme des rencontres.

Processus : définition des thèmes, sessions de travail en parallèle, restitution

Le jour de l'événement, les participants se retrouvent et le démarrage de la journée se fait en trois étapes simples, mais indispensables pour que le format fonctionne :

- **Introduction et présentation du déroulement de la journée.**

Les Barcamps n'ayant pas de programme annoncé à l'avance, il est important d'expliquer aux participants comment la journée va se dérouler (particulièrement important pour les personnes assistant à leur premier événement sur ce format) ;

- **Présentation de chaque participant.**

Un grand « tour de salle » est proposé invitant chaque participant à donner son nom, son entreprise/école/projet, ainsi que 3 « tags » (mots-clés) de son choix : cette étape est indispensable car, au-delà de permettre aux différents participants de situer un peu les profils des différentes personnes présentes, le fait de devoir prendre la parole en public va les inciter à participer de manière plus active au reste de la journée (prendre la parole pendant les ateliers, proposer des sujets de session, etc.) ;

- **Remplissage de la grille du programme de la journée.**

Les participants sont invités à remplir les cases de la grille du programme. Un tableau composé d'autant de colonnes qu'il y a d'espaces disponibles pour accueillir les ateliers et d'autant de lignes correspondant aux différents créneaux horaires de la journée, donne la possibilité de proposer en moyenne une douzaine de sujets de sessions.

Une fois la journée lancée et le programme des premières sessions esquissé, les participants choisissent les sujets qui les intéressent le plus et rejoignent l'espace correspondant. Chaque créneau horaire propose en général aux participants de choisir parmi au moins 3 sujets d'ateliers différents.

À l'issue de chaque série d'ateliers, tous les participants se retrouvent, et un participant de chaque atelier est invité à faire un rapide compte rendu très synthétique des points les plus intéressants de la session.

Cette restitution partagée avec l'ensemble des participants n'existait pas lors des premiers Barcamps, mais c'est rapidement devenu une habitude afin de répondre à la frustration des barcampeurs ayant été obligés de choisir une session alors qu'ils étaient intéressés par une ou plusieurs autres sessions se déroulant au même moment.

Utilisation des technologies de l'information et réseaux sociaux pour relayer l'info – Twitter, etc.

Ces événements s'adressant avant tout à un public très connecté et très présent sur les blogs et autres réseaux sociaux, la communication et les inscriptions pour les Barcamps se font exclusivement en ligne. Les réseaux sociaux sont par ailleurs très sollicités durant les événements :

- L'utilisation de Twitter, avec systématiquement un hashtag dédié à l'événement (<http://fr.wikipedia.org/wiki/Twitter#Hashtags>), permet aux participants d'échanger en direct ce qui se dit durant les sessions, leurs analyses, les liens vers des références en rapport avec les sujets abordés etc.

Cet usage a le double avantage de permettre aux participants de suivre en direct ce qui se passe dans les autres sessions ayant lieu en parallèle de celle à laquelle ils assistent, tout en donnant l'occasion aux personnes intéressées par ces sujets mais n'ayant pas pu venir au Barcamp, de pouvoir suivre ce qui se dit, voire même, de poser des questions ou d'apporter des éléments de réponses de manière interactive durant les sessions.

- Les services phares de partages de photos en ligne (Instagram, Facebook, Flickr, etc.) ont eux aussi beaucoup de succès pendant les événements, permettant aux participants de partager l'ambiance et la convivialité particulièrement appréciées de ces rencontres, mais aussi les photos des tableaux des sessions et les éventuels schémas et autres notes prises durant les sessions.

- Pour certains événements, des fonctionnalités de « live blogging » sont mises en place sur les blogs dédiés à ces événements, donnant la possibilité aux participants de partager en direct leurs idées et impressions sur le sujet des sessions en rédigeant un article sur ce blog.

- Certains outils de prise de notes collaboratifs du type EtherPad (<http://fr.wikipedia.org/wiki/EtherPad>) sont aussi régulièrement utilisés pour permettre aux participants de co-rédiger les comptes rendus ensemble durant les sessions.

Exploitation des résultats : enregistrement des vidéos, tweets, CR

La méthodologie ne comprend pas initialement de consignes spécifiques liées à l'exploitation de ce qui est produit lors des Barcamps : chaque participant vient avec ses propres attentes et repart avec les informations, feedbacks et contacts qu'il aura.

Cela dit, avec le temps, on peut constater quelques bonnes pratiques qui ont tendances à se généraliser :

- L'enregistrement vidéo des comptes rendus des sessions qui sont ensuite mises en ligne sur le site de l'événement et partagées sur les réseaux sociaux.
- Le "monitoring" des tweets utilisant le hashtag dédié à l'événement qui permet de revenir sur le contenu des échanges et d'analyser l'engagement que la rencontre a sollicité.
- L'encouragement plus ou moins dynamique des organisateurs à inviter les participants à partager leurs comptes rendus le jour même ou dans les jours qui suivent (en utilisant le hashtag dédié à l'événement ou en le publiant directement sur le blog de l'événement).

Ce qui se passe entre deux Barcamps

Entre deux Barcamps, selon la dynamique et le rythme installé entre deux éditions (généralement allant d'une édition annuelle à quatre éditions par an), la « communauté » est très active en ligne sur les réseaux sociaux et autres blogs, en poursuivant les discussions sur les sujets abordés lors des sessions et en faisant avancer les différents projets initiés grâce aux échanges et aux rencontres faites lors des événements.

Ces échanges sont suivis grâce à l'utilisation du hashtag dédié, ou en suivant les actualités mises en ligne sur le site officiel de l'événement.

Conclusion

Les Barcamps sont des lieux de partage et d'expression de communautés d'intérêt commun. Ils permettent à la fois aux participants d'échanger sur des thèmes précis, de diffuser en quasi instantané ces échanges à l'aide des réseaux sociaux.

Cela assure une très grande interactivité avec les participants, ainsi qu'avec ceux qui souhaitent suivre l'événement et qui n'ont pas pu s'y rendre.

Un prochain article sera dédié aux opportunités qu'offrent les Barcamps au développement logiciel. ▲

***gjapiot@gmail.com
nicolas.treves@cnam.fr***

Google+/Google-

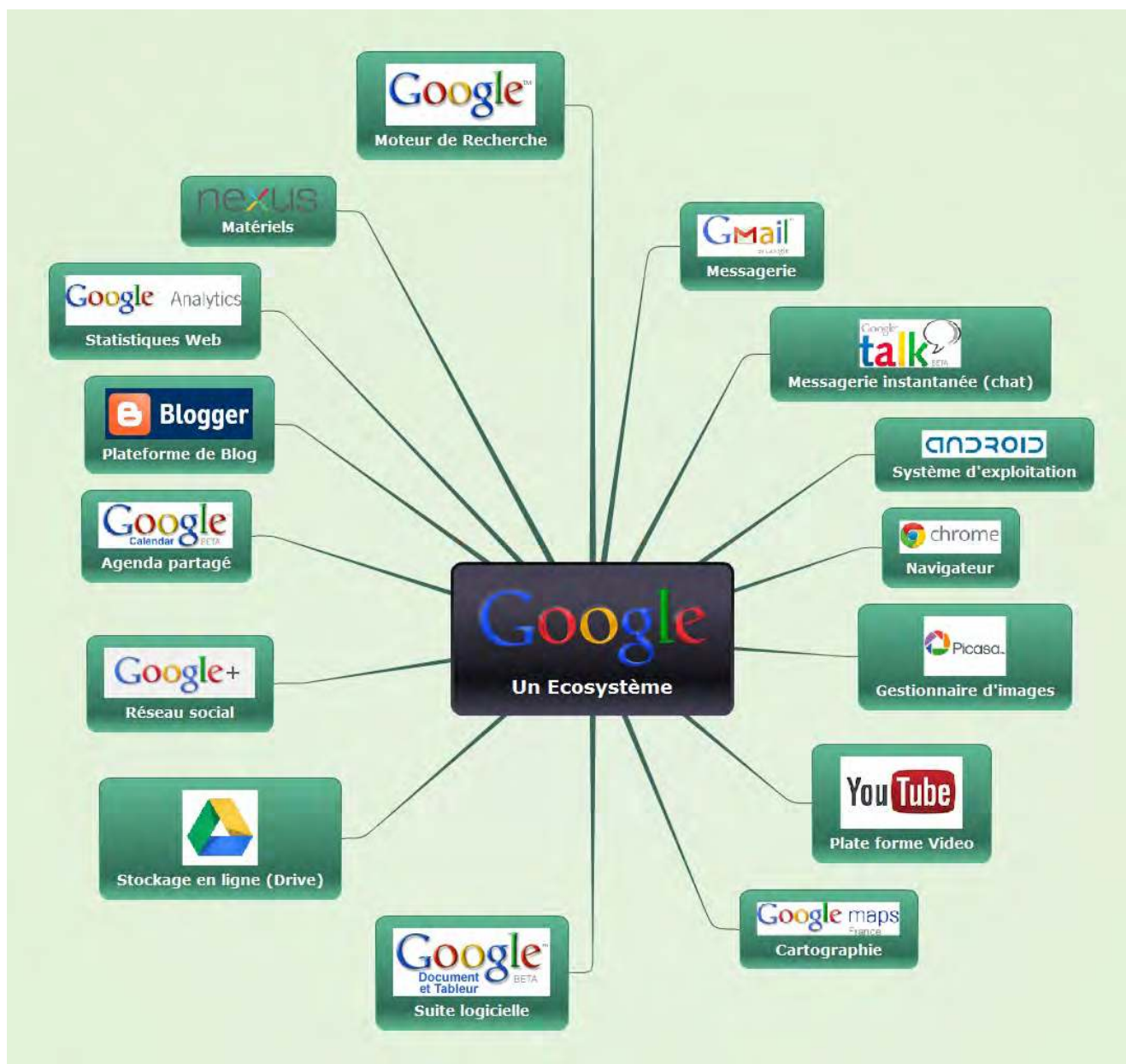
Le pire et le meilleur – 1^{ère} partie

Martine Otter

L'écosystème Google, c'est 208 applications ou services (liste complète sur <http://www.webrankinfo.com/google/produits.php>), plus ou moins reliés entre eux par un système d'identification unique des utilisateurs. Nous ne nous intéresserons ici qu'aux plus connus d'entre eux.

Google a des détracteurs et des défenseurs. Chacun d'entre eux avance des arguments, techniques, éthiques ou économiques. Essayons d'y voir clair.

Dans cette première partie nous nous efforcerons de montrer les bons côtés du système Google. La Lettre de printemps vous en dévoilera la face obscure.



Produits et services

Le moteur de recherche

Produit historique de Google, son moteur de recherche est incontournable, il a détrôné les moteurs plus anciens tels qu'Altavista et détient aujourd'hui plus de 83 % du marché des recherches. Ses concurrents directs sont loin derrière lui, Yahoo avec 8 % du marché et Bing de Microsoft avec seulement 5 %.

On ne peut surfer sur le net sans moteur de recherche. Google offre un réel service de référencement aux entreprises qui n'ont plus à s'inscrire dans des annuaires payants.

Elles peuvent toujours acquérir en plus des bandeaux publicitaires qui apparaîtront en fonction des mots-clés ciblés par l'internaute. Le modèle économique de Google repose sur la vente de ces mots-clés via le service Adwords.

Les fonctionnalités de traduction de Google permettent d'étendre la recherche à des sites en langue étrangère (66 langues disponibles depuis l'afrikaans jusqu'au yiddish). L'interface de recherche est elle-même disponible dans plus de 112 langues.

La messagerie Gmail et le carnet d'adresse

La messagerie

Gmail c'est la possibilité de disposer d'un compte de messagerie gratuit avec un stockage en ligne suffisamment important pour ne pas avoir à gérer son archivage (10 gigaoctets).

S'il s'agit au départ d'une messagerie de type Webmail, ne nécessitant le téléchargement d'aucun logiciel, elle peut également être consultée en pop3 via des logiciels de messagerie tels que Outlook ou Thunderbird. Gmail est consultable sur les Smartphones Android, BlackBerry, iPhone ou Windows Phone. Ceci permet, entre autre, de retrouver tous les messages envoyés, quel que soit l'appareil utilisé pour l'envoi du message.

À l'inverse, il est possible dans Gmail d'envoyer et de recevoir des messages à partir d'autres comptes de type pop3. Si, comme beaucoup d'entre nous, vous utilisez plusieurs adresses de messagerie dédiées à des usages particuliers, cette option est particulièrement intéressante.

Le moteur de recherche de Google permet de naviguer dans l'historique de la messagerie.

En matière de sécurité, Gmail n'a rien à envier aux autres systèmes de messagerie : il filtre les spams en les rangeant dans un dossier spécial et utilise le protocole sécurisé https, ce qui n'est pas le cas de toutes les messageries proposées par les hébergeurs.

Le carnet d'adresse

Le carnet d'adresse de la messagerie Gmail est un sous-ensemble des contacts Google qui peuvent également rassembler vos contacts téléphoniques gérés sous Android et les relations de vos cercles Google+. Cela permet d'épargner les saisies multiples et d'éviter les doublons. En cas de changement de matériel, vos contacts sont ainsi toujours récupérables. Des fonctionnalités d'import-export sont également disponibles pour ceux qui souhaitent faire des sauvegardes.

Le système d'exploitation Android

Android, c'est un système d'exploitation open source pour Smartphones et tablettes, développé à partir d'un noyau Linux par la société Android Inc. rachetée par Google en 2005. Android peut accueillir des applications java développées via un kit de développement (SDK) fourni par Google. Les versions d'Android s'enchaînent aujourd'hui par ordre alphabétique avec des noms de desserts (dernière en date la 4.1 Jelly Bean sortie en juin 2012).

Android intègre au mieux les applications de Google, telles que Gmail, Google Maps, Google Earth, Google Agenda, Google Talk et Youtube.

Des dizaines de milliers d'autres applications, gratuites ou payantes, sont disponibles pour Android, via Google play ou d'autres plates-formes. Du point de vue de la sécurité, les risques encourus par un Smartphone ou une tablette connectés à Internet sont les mêmes que ceux encourus par un PC et, de même que sur PC, il convient de s'en prémunir en installant au moins un antivirus et en appliquant les mises à jour des logiciels le plus rapidement possible.

En cas de vol, se prémunir par verrouillage de l'écran par un code pin ou un mot de passe est une protection élémentaire. Un chiffrement des partitions du téléphone est également possible.

Le navigateur Chrome

Les principales qualités de ce navigateur open source sont sa rapidité et son niveau de sécurité, permis par la gestion des différents onglets dans des processus indépendants.

Un seul onglet doit être relancé en cas de blocage. Il permet entre autre de surfer incognito (sans historique ni cookie).

Le gestionnaire d'image Picasa

Picasa c'est à la fois un logiciel de gestion d'images qui offre les fonctionnalités de base de retouche et de classement suffisantes à beaucoup d'amateurs et un outil de partage de ces images sous forme d'albums sur le Web (1 gigaoctet de stockage gratuit, ce qui n'est déjà pas si mal). Cela ne remplace pas les outils de retouche plus sophistiqués tels que Photoshop mais répond aux besoins les plus courants.

Parmi les originalités de Picasa, la reconnaissance des visages est d'autant plus spectaculaire qu'elle peut être associée à la gestion de vos contacts.

Les albums Picasa Web sont accessibles sur Android via l'application Galery et, si vous utilisez votre Smartphone comme appareil photo, vous pouvez envoyer directement vos clichés dans l'album.

La plate-forme vidéo Youtube

Youtube, tout le monde connaît, c'est « la » plate-forme de partage de vidéos en ligne. La plupart des sites Web ne stockent plus les vidéos sur leur propre serveur, mais intègrent des vidéos stockées sur cette plate-forme, ce qui leur économise espace de stockage et bande passante (voir par exemple le site du Monde ou celui d'ADELI). Ce que beaucoup ignorent, c'est que Youtube a été racheté en 2006 par Google. Depuis sa création, le niveau de qualité s'est amélioré permettant désormais la HD, ainsi que des fonctionnalités de sous-titrage et de traduction. La diffusion peut être faite sous licence Creative Commons.

Chacun peut visionner librement les vidéos publiques de Youtube, mais pour y déposer une vidéo, il faut se connecter avec un compte Google. Cela permet également d'être informé des publications et des choix des membres de son réseau.

La cartographie – Google Maps

On ne la présente plus, tant elle est devenue indispensable à tout repérage avant un déplacement en ville ou un voyage, pour choisir un itinéraire, évaluer une distance, localiser un lieu particulier ou évaluer les choix d'un chauffeur de taxi. L'insertion dans un site Web d'un morceau de plan est devenue un standard sur les sites des hôtels et autres lieux touristiques. La connexion à son compte Google permet de plus de bénéficier de la géolocalisation et, si on le souhaite, de référencer son entreprise sur Google Maps, une publicité gratuite...

Encore en Bêta, MapsGL offre un affichage en 3D.

La suite logicielle — Google docs

Google docs

Cette suite gratuite permet de créer des documents en ligne de type texte, présentation, feuille de calcul, formulaire ou même dessin. Les documents sont partageables, modifiables par chacun avec des fonctionnalités d'historique et de retour arrière. Les fonctionnalités sont relativement simples mais rendent les services de base.

Les documents sont exportables sous différents formats et publiables sur le Web, via un simple lien ou l'intégration d'une ligne de code dans un iframe.

Google apps

La version professionnelle payante (pour 4 € par mois et par utilisateur) de la suite Google docs, ce sont les Google apps, qui garantissent une disponibilité de 99,9 %, la reprise sur sinistre et offrent un niveau de sécurité plus important via une authentification forte. Cinq millions d'entreprises l'utilisent à ce jour.

Google se positionne ainsi sur le marché professionnel du SaaS (Software as a service) en concurrence d'Office 365 de Microsoft.

Le stockage en ligne – Google drive

Google Drive permet de stocker et de partager des fichiers en ligne dans la limite de 5 gigaoctets gratuits.

Au-delà il est possible d'acquérir de l'espace supplémentaire utilisable pour Google Drive et Picasa (2,49 \$ par mois pour 25 gigaoctets).

Le réseau social – Google+

Google+, c'est un réseau social lancé en 2011 par Google.

Avec plus de 250 millions d'utilisateurs, il n'atteint pas les chiffres record de Facebook qui en revendique plus d'un milliard, mais essaye de s'en différencier avec une image plus professionnelle.

La gestion des contacts en cercle, grande innovation de Google, permet un meilleur contrôle de la confidentialité.

Ce qui différencie Google+ des autres réseaux sociaux, en plus de sa très belle ergonomie, c'est son intégration avec les autres services de Google, par exemple l'affichage sur la page d'accueil Youtube des vidéos partagées par les membres de vos cercles.

L'agenda Google

Il existe de multiples applications de gestion d'agenda. Utiliser l'agenda Google permet la synchronisation entre ses différents appareils (PC, tablette et Smartphone) ainsi qu'avec d'autres agendas (personnellement j'utilise aussi celui de Thunderbird), ainsi que le partage avec d'autres utilisateurs à des fins de prise de rendez-vous. Si vous utilisez Doodle pour déterminer les dates de vos rendez-vous, vous pouvez directement intégrer les propositions Doodle dans votre agenda Google, un petit détail qui apporte un confort appréciable.

La plate-forme de blog

Blogger est une plate-forme gratuite de blog, assez classique avec un éditeur intégré et le choix entre plusieurs présentations (templates). Ce qui la différencie d'autres plates-formes c'est l'intégration possible avec un compte Google+, qui permet ainsi de diffuser les billets de blog aux différents cercles de son réseau. Et si vous voulez en savoir plus, vous pouvez consulter le blog officiel de Google France sur googlefrance.blogspot.fr.

Les statistiques Google Analytics/outils pour les webmasters

Google Analytics est un des outils incontournable des agences Web et des webmasters afin de suivre la fréquentation des sites qu'ils administrent et d'optimiser le choix de leurs mots clés. Les outils pour les Webmasters, également gratuits, fournissent des informations précieuses sur l'état de santé d'un site : pages introuvables, nombre de pages indexées par Google (8 414 pour le site adeli.org), présence de logiciels malveillants sur un site, requêtes de recherche, liens vers votre site....

Les matériels – Smartphones et tablettes Nexus

Google développe avec différents constructeurs de mobiles, dont Asus et Samsung, une gamme de Smartphones et tablettes équipées d'Android. Nous ne pouvons que nous réjouir de l'existence d'une concurrence sérieuse à la gamme d'Apple.

Respect des principes et de la réglementation

L'intégration des applications

C'est un point fort du système Google : une seule identification suffit pour accéder à une multitude de produits, et certaines données, telles que les contacts, peuvent être utilisées par plusieurs produits. Il est toutefois toujours possible d'utiliser plusieurs comptes Google afin d'éviter le croisement des données.

La protection des données personnelles

Respect de la législation

Les 27 CNIL européennes ont émis en octobre 2012 un ensemble de recommandations à Google, lui demandant de se mettre en conformité avec la réglementation européenne sur la vie privée. Les aspects les plus délicats concernent les durées de conservation des données, leur croisement et le traitement spécifique des données sensibles.

Google dispose de quelques mois pour se mettre en conformité avant d'encourir des sanctions, mais conteste avoir reçu des directives précises de la part de la CNIL. À suivre donc.

Sécurité des données

Vous pouvez toujours sauvegarder les données sur votre ordinateur : photos, fichiers stockés sur Drive, informations de profil, contacts, cercles, posts du flux et posts Buzz. Ceci permet, entre autre, le transfert vers un autre compte.

Le respect des droits d'auteur

Google déclare respecter les droits d'auteur et leurs détenteurs, et « demande aux utilisateurs de ses services de ne mettre en ligne et partager dans Google Documents que le contenu de fichiers leur appartenant. ». Un formulaire de demande de suppression de contenu est en ligne sur le site de Google, afin que chacun puisse faire respecter ses droits.

En France, les conflits liés à la numérisation d'ouvrages par Google sans autorisation préalable, dans le cadre de son produit Google Books, ont abouti en juin 2012 à un compromis sous la forme d'un accord-cadre entre Google et le syndicat national de l'édition.

Reste le conflit avec les éditeurs de presse qui considèrent que le service Actualités (News) de Google viole leurs droits d'auteurs. Un accord entre la presse belge et Google a été conclu récemment (le 12 décembre 2012), Google acceptant de lui verser une compensation financière. Gageons qu'un accord similaire pourra être trouvé avec la presse française, qui a d'ailleurs tout intérêt à ce que ses supports restent référencés par les moteurs de recherche.

L'information des utilisateurs

Ne nous plaignons pas : Google nous informe des conditions d'utilisation de ses produits. Google Dashboard vous présente la synthèse des informations concernant votre compte Google, votre profil Google+, les appareils Android que vous utilisez et la liste des applications que vous y avez installées, vos contacts, les comptes Google Analytics que vous surveillez, vos agendas, les alertes auxquelles vous êtes abonné, votre utilisation de Google documents, Google Maps, Picasa, Youtube, etc. Cela vous permet de régler très finement vos paramètres de confidentialité et de partage.

Un rapport d'activité mensuel reprenant l'activité de votre compte Google vous est envoyé sur demande.

Le modèle économique/la publicité/les brevets/la concurrence

Près de 99 % des revenus de Google auraient pour source la publicité en ligne. Ces revenus se répartissent essentiellement entre Adwords et Adsense, deux systèmes de paiement au clic où les annonceurs ne payent qu'en fonction du nombre de clics sur leurs liens commerciaux, Adwords s'appliquant aux pages de recherche Google et Adsense à des sites Web qui recherchent un mode de financement par le biais de la publicité.

Les annonces Adsense sont ciblées sur les centres d'intérêt des visiteurs du site.

Google concurrence ainsi les régies publicitaires sur Internet.

L'entreprise Google a effectué plus de 160 rachats d'entreprises ou de brevets depuis 2010¹, ce qui lui a permis, entre autre, de lancer les services de cartographie et le système d'exploitation Android. Citons également le rachat de Motorola Mobility, la branche « mobiles » de Motorola.

Le comportement citoyen (impôts, emploi...)

Google est créateur d'emplois (54 604 employés en équivalent temps plein au 30 juin 2012 dont 350 à Paris).

Comme d'autres multinationales, Google s'adonne à une optimisation fiscale lui permettant de réduire le montant des impôts versés en Europe, via les techniques dites du « double-irlandais » et du « sandwich hollandais ». Ces mécanismes très critiqués sont cependant légaux dans l'état actuel de la législation européenne.

Conclusion

L'entreprise Google ne cesse d'innover, dans ses propres laboratoires ou en rachetant des entreprises dont elle valorise les produits et services en les intégrant à son écosystème.

À l'heure du développement de l'informatique mobile, Google a su nous offrir une simplicité de gestion de nos appareils dont nous avons perdu l'habitude avec certains systèmes d'exploitation propriétaires.

Qui d'entre nous n'utilise pas au moins un produit Google ?

Rendez-vous dans la prochaine Lettre pour les critiques exprimées par les détracteurs du système Google...▲

Martine.otter@adeli.org

¹ <http://www.webrankinfo.com/dossiers/google/acquisitions/>
Liste de 112 acquisitions de Google.

Partage de données sur Internet..

Oui, mais pas n'importe comment !

Patrick Kineider,

Groupe de Travail « Juridique et Internet du futur »

Qui d'entre nous n'a pas – directement ou par l'un de ses proches — soit regardé, soit posté, sur un site de la Toile, une ou plusieurs photos, vidéos, de famille, associatives, etc. sur ces gigantesques « plates-formes partagées » qui ont pour noms : Picasa, Flickr, Youtube, DailyMotion ?

Qui d'entre nous, n'a pas, dans son propre domaine professionnel, saisi une ébauche de rapport technique ou commercial sur un système collaboratif tel que Google+, ou Wikipédia ?

L'objectif de cet article est d'examiner rapidement le fonctionnement des plates-formes les plus connues, identifier les risques quant à la confidentialité des données et rappeler quelques pratiques de bon sens.

Que recherche-t-on dans le partage de données sur le Net ?

Le Web 2.0 fonctionne maintenant depuis plusieurs années.

Il consacre une évolution générale, depuis la publication simple de pages élaborées par un internaute (c'est-à-dire, sans réponse ou réaction de ce dernier) vers un partage ou échange de données et une interactivité de réactions vis-à-vis du sujet ou de l'auteur.

Le présent article ne traite que des utilisateurs individuels.

- Chaque utilisateur saisit au préalable, sous contrôle d'un administrateur, un « profil personnel » lui donnant certaines autorisations pour échanger : on parle de « travail collaboratif ».
Un administrateur ou un community manager (gestionnaire des droits et du suivi du respect des règles éthiques) s'occupe des droits et des modérations des saisies et échanges.
- Quand les échanges concernent de grands ensembles d'individus ou d'entités, on a la structure de « réseau social », général ou dédié à un thème ou un domaine particulier, dont Facebook, Twitter, LinkedIn (cf. pages suivantes), sont les réseaux les plus connus.
Les grands systèmes collaboratifs sont très étendus : en 2012, la plate-forme Google+ compte 300 millions d'utilisateurs ; Facebook, 900 millions, Twitter, 300 millions. Quant à Wikipédia (sans modèle économique particulier) et ses diverses déclinaisons, ce sont des encyclopédies collaboratives qui, en dépit d'une exactitude quant aux contenus, souvent contestée, ont eu dans le monde entier un apport à la fois pratique et culturel considérable.

Les plates-formes de partage et de rédaction collaborative

Google Documents

Il s'agit d'une suite bureautique en ligne comprenant entre autre un traitement de texte et un tableur permettant une mise à jour collaborative par plusieurs contributeurs.

Comme pour Wikipédia, les modifications apportées par chacun y sont tracées. On y accède via son compte Google.

Wikipédia (le « wiki »)

Il s'agit d'une encyclopédie collaborative universelle, multilingue, sans but lucratif ni commercial, créée il y a plus de 13 ans.

Elle renfermait, fin 2012, environ 25 millions de textes dont 1,5 million en français.

Des articles sont regroupés en rubriques (littérature, science, informatique..) elles-mêmes constituant des portails. D'autres sous-ensembles collaboratifs existent au sein du wiki, qui sont dédiés à : l'actualité, l'orthographe et le vocabulaire (dictionnaire), des bases de connaissances, etc.

Le wiki est un système sous licence libre GNU, ce qui permet aux créateurs ou aux lecteurs, de réutiliser largement les contenus : chacun peut les modifier et/ou les améliorer, sous réserve d'ouvrir un compte.

Les règles de réutilisation de textes, images, etc. sont largement décrites dans les règles communautaires, aisément accessibles sur le site.

Le compte d'accès peut comporter le nom (mais dans ce cas, l'adresse IP de l'intervenant est accessible) ; il est donc préférable d'utiliser un couple : pseudonyme + mot de passe personnel.

Sur le wiki, un utilisateur peut retrouver l'intégralité de l'historique de ses modifications. La « doctrine comportementale » de wiki est fondée sur l'équilibre des contributions, respectant la pluralité des points de vue.

Le fait, pour l'utilisateur ordinaire, de pouvoir amender ou supprimer un article peut engendrer des conflits. La finalité de l'encyclopédie est d'être mise à jour par les utilisateurs eux-mêmes, néanmoins des équipes d'informaticiens : administrateurs, patrouilleurs, médiateurs, ont pour mission de suivre les éventuels recours, si les chartes n'étaient pas appliquées ou les conflits non résolus.

Les grands réseaux sociaux

Facebook

Tout – ou presque tout – a été dit dans le cadre d'ADELI, sur ce réseau social, depuis en particulier les lettres n°75 et 76 parues en 2009 : articles de blogs, tweets IT : développement, questions de confidentialité, protection de la vie privée...

À l'instar de nombreux autres gros systèmes multinationaux, après les conflits juridiques des premières années, les autorités de l'État ainsi que la CNIL essaient de coopérer avec la Société gestionnaire pour éviter les entorses à la vie privée, et en vue de promouvoir de bonnes pratiques auprès des internautes.

Linkedin

Ce réseau social professionnel a été créé en 2003, aux USA. Il compte environ 150 millions d'utilisateurs disposant de comptes et entre en concurrence en France avec le réseau national Viadeo.

Les comptes, outre le couple login + mot de passe, renferment un profil professionnel résumé (fonction, entreprise).

Les utilisations comme index de ces diverses données permettent à diverses entités industrielles et/ou commerciales d'échanger, ce qui, en particulier, peut faciliter des contacts sur le marché de l'emploi.

Google+

C'est le réseau social lancé par Google en 2011 pour concurrencer Facebook. Il s'en distingue entre autre par une relation non symétrique entre les participants et une volonté affichée de protection des données personnelles.

Les contacts y sont organisés en cercles permettant de gérer séparément différents groupes.

Quelques plates-formes multimédias (photos et vidéos)

Picasa

Il s'agit de la principale plate-forme actuelle gratuite de mise en ligne et de partage de photos numériques (éventuellement de films).

Le principe est le même que pour Youtube ou DailyMotion : droits, stockage, consultation.

L'utilisateur dispose d'une possibilité de structurer ses albums, un outil de lecture en diaporama, un logiciel sommaire de retouches.

Flickr

Il s'agit d'une plate-forme proposée par Yahoo, avec 6 milliards de photos, suivant un principe identique à celui de Picasa, mais sans les sophistications de reconnaissance faciale et d'intégration à une liste de contacts..

Une partie de la plate-forme est d'accès payant.

Youtube

Il s'agit de la plate-forme générale de partage et d'échange de vidéos gratuites la plus utilisée (avec DailyMotion). Elle est accessible dans une quarantaine de pays, dans de nombreuses langues.

Sa finalité n'étant pas limitée, elle regroupe à la fois, des fichiers multimédias personnels, d'autres d'actualité, d'autres encore commerciaux (promotions de musiques, de films, d'émissions de télévision).

Pour poster une vidéo, il faut suivre plusieurs étapes :

- la création – gratuite — d'un compte personnel (login et mot de passe) ;
- le tournage et le montage de la vidéo, ou la récupération par l'internaute ;
- l'attribution par l'auteur des droits de lecture seule (en gros, vidéo « privée » ou « publique ») ;
- la mise en ligne sur le serveur de Youtube, sous le profil précédemment saisi.

Un lien de consultation dans le cadre des droits est ensuite attribué à la vidéo par l'administrateur du serveur.

Les règles générales des droits d'auteur s'appliquent aux vidéos en ligne.

Seule, l'administration du serveur Youtube peut agir sur les œuvres mises en ligne ; leur reproduction pour quelque raison que ce soit, est, en principe, passible de poursuites judiciaires.

Inversement, une œuvre ne peut, par exemple, contenir un fond sonore musical protégé par des droits d'auteur.

Le service public de protection des œuvres (SACEM) suit de près les activités et évolutions de la plate-forme Youtube, et négocie fréquemment avec la société exploitante.

À titre d'exemple, si vous essayez d'enregistrer la cible sous (c'est-à-dire de copier une vidéo – même ayant le statut « public » — sur votre disque dur), les actions Windows enregistrer sous ou enregistrer la cible sous ne feront que copier la page HTML, sans aucun moyen de récupérer le fichier multimédia.

Un texte assez complet sur les règles générales de confidentialité est fourni par Google à propos de Youtube, sur les pages d'accueil du site même.

Conclusion générale

Sur tous les systèmes décrits précédemment, et particulièrement les réseaux sociaux, le gestionnaire commercial du système a pris soin de proposer :

- une charte minimale de confidentialité ;
- un système d'identification/authentification.

À l'heure actuelle, compte tenu de la complexité des lois informatiques (se reporter à notre Lettre n° 79 du printemps 2010), ces sas de protection semblent bien légers si l'utilisateur ne respecte pas un certain nombre de règles de bon sens :

- sur les réseaux sociaux : se limiter, si on peut, à une seule finalité d'utilisation (associative, politique..); protéger son profil (peu de détail sur les goûts commerciaux, etc.), modifier régulièrement ses accès, ses données personnelles, etc. ;
- pour les encyclopédies : éviter toute « agression » (ad hominem, politique, confessionnelle...) dans les textes ; expliquer au maximum la pertinence ou pas, voire l'exactitude, des données saisies ;
- si rien n'est dit ou écrit, respecter un « droit à l'image » général minimum, par exemple, éviter de stocker des photos ou des vidéos, d'actualité ou pas, où un individu est pris en gros plan.

En un mot, il convient de toujours se rappeler que ces systèmes ont les « défauts de leurs qualités » !▲

patrick.kineider@numericable.fr

Travail collaboratif : pléonasmisme ou oxymore ?

Analyse d'un nouveau concept

Alain Coulon

Le mot « travail » dérive du nom d'un instrument de torture romain.

Le mot « collaboratif » intègre une notion de partage à la racine labor (le labeur).

La juxtaposition de ces deux mots crée-t-elle un nouveau concept porteur de synergie ?

Dans ce n° 90 de notre Lettre, d'autres articles vous présentent les modalités d'usage des outils collaboratifs, désormais disponibles et les avantages escomptés de leur exploitation ; alors que cet article se borne à réfléchir sur l'influence d'une telle collaboration sur l'efficacité de la production des travailleurs.

Retour aux étymologies

Travail

Pour les Romains, tripaliare consistait à immobiliser un condamné à l'aide d'un instrument composé de trois pieux disposés en faisceau.

Ainsi l'étymologie associe la souffrance et l'effort à une certaine action. La notion de souffrance punitive subsistait dans l'ancienne condamnation aux « travaux forcés » et la notion d'effort perdue en physique dans la définition du travail¹ mécanique.

Coopérer

Une coopération réunit plusieurs personnes qui interagissent dans un projet structuré en tâches ; chaque tâche est placée sous la responsabilité d'un acteur.

Collaborer

Collaborer, mot d'origine plus récente, caractérise une action conduite en commun. La collaboration² est une forme particulière de coopération où les personnes interagissent au sein d'une même tâche.

Travail collaboratif

Dans son acception moderne, le « travail collaboratif » désigne une organisation qui échappe à la structuration hiérarchique traditionnelle, grâce à l'emploi des nouveaux outils issus des TIC (Technologies de l'Information et de la Communication).

On y pratique un processus d'amélioration continue des tâches.

Chaque acteur accède, librement et spontanément, à toute information relative aux autres tâches menées en parallèle et aux informations relatives à l'environnement de la réalisation.

On attend de cette organisation agile un renforcement de la créativité et un accroissement de l'efficacité du groupe participant à un projet commun.

Synergomètre

Le synergomètre (promu par Roger Mucchielli³) est un dispositif qui mesure l'aptitude d'un groupe d'individus à collaborer.

Sans concertation préalable, ces personnes, physiquement isolées, sont invitées à résoudre un problème dont chacune d'elles détient quelques éléments partiels de la solution.

Chaque personne doit communiquer de façon asynchrone avec ses collègues de façon à résoudre le puzzle.

L'ancien dispositif technique

Dans les années 1970, l'exercice s'effectuait au moyen d'une table hexagonale sur laquelle des cloisons verticales délimitaient 6 secteurs. Chaque participant, isolé dans un box, communiquait exclusivement par message écrit transmis à un collaborateur en le glissant dans une fente.

L'exercice se terminait lorsque le porte-parole du groupe annonçait la solution exacte du problème⁴.

¹ Un joule = une force d'un newton qui se déplace d'un mètre sans sa propre direction.

² Nous écartons le caractère péjoratif dévolu aux collaborateurs (les collabos !) de la période de l'Occupation (1940-1944) !

³ Le travail humain - PUF volume 25 (janvier-juin 1962).

⁴ J'ai personnellement participé à l'élaboration d'un devis de ventes de locomotives au Brésil, exercice dans lequel il fallait combiner le prix des pièces, de la main d'œuvre, des transports, des taxes, des commissions, etc.

Pléonasmes

Un pléonasmes juxtapose des mots porteurs du même sens, dans notre cas : travail et collaboration ; tout travail important nécessite la participation coordonnée de plusieurs acteurs.

Dans notre domaine des systèmes d'information, tout projet exige la coordination des activités de plusieurs acteurs, dont, en particulier, le donneur d'ordre et le destinataire.

Il est difficile d'imaginer un projet prédécoupé en tâches, totalement indépendantes, insensibles aux événements perturbateurs de son déroulement chronologique ?

Dissipons un cadre totalement utopique où chaque acteur pourrait accomplir seul, dans un environnement cloisonné, les tâches qui lui sont affectées, les dernières tâches d'assemblage des pièces du puzzle étant affectées à d'autres acteurs. La réalité nous apprend que les acteurs d'un projet sont amenés à se concerter :

- de façon périodique pour suivre l'avancement des tâches et coordonner leur articulation ;
- de façon ponctuelle en cas d'incident impactant une famille de tâches.

Quelques exemples de travail collaboratif

- L'attelage d'un aveugle qui porte sur ses épaules son guide paralytique¹ associe les compétences complémentaires des deux personnages.
- Les sept nains, au-delà de leurs caractères spécifiques bien tranchés, unissent leurs actions pour accueillir Blanche-Neige².
- Les spectateurs d'une représentation théâtrale trouvent, ensemble et sans directive apparente, la cadence avant d'applaudir à l'unisson.

Oxymores

Un oxymore est une juxtaposition de mots ayant des sens contradictoires.

Par extension, le mot « travail » désigne également le résultat d'une action. En lui affectant le sens de résultat du travail³ nous pouvons nous interroger sur l'efficacité de certaines opérations collaboratives.

Une collaboration débridée ne risque-t-elle pas de nuire au résultat du travail ?

N'y aurait-il jamais de conflit entre l'ego d'un contributeur et la dilution, voire la déformation, de sa participation dans un ouvrage collectif qui dissimule son talent et ses apports ?

Ne faut-il pas craindre que certains contributeurs, pervers, misent plus sur leur faire-savoir que sur leur savoir-faire ?

Quelques anecdotes

La souris et l'éléphant

Dans le désert, la (petite) souris court à côté d'un (gros) éléphant.

Elle lève la tête et annonce fièrement, en haletant « Dis donc, qu'est-ce qu'on fait comme poussière... tous les deux ! ».

La B.A. collaborative

Le responsable interroge ses jeunes scouts sur la réalisation de leur BA⁴ quotidienne :

- il félicite le premier qui a aidé une personne âgée à traverser un carrefour dangereux ;
- il prend acte de l'action du second qui a aidé son camarade ;
- mais fronce les sourcils quand un troisième s'associe à l'action de ses deux camarades.
 - « Vous vous êtes mis à trois pour aider cette dame ?
 - - et on n'était pas de trop... car elle ne voulait pas traverser ! ».

Les clarinettes muettes

Un clarinetiste doit se faire remplacer, au pied levé, pour une représentation d'un orchestre symphonique⁵, il délègue son voisin de palier en lui expliquant « tu observes autour de toi et tu fais semblant : un exécutant défaillant sur le nombre, ça ne se remarquera pas »

Tout se passe discrètement jusqu'au passage où les clarinettes doivent jouer seules. À la surprise du public et à la consternation du chef d'orchestre, aucun son ne sort du trio.

Ce soir-là, tous les clarinettes étaient des remplaçants de circonstance.

¹ Fable de Florian.

² Conte de Grimm. L'appellation « Blanche-Neige » est elle-même un pur pléonasmes.

³ Comme dans les expressions « réception des travaux », « travail à refaire ».

⁴ Bonne Action.

⁵ « Un orchestre symphonique est la plus belle métaphore de la société que je connaisse. Chacun est indispensable mais doit savoir s'effacer pour faire vivre une réalité supérieure ». Riccardo Muti

L'exemple de Wikipédia

Un succès incontestable

La Fondation Wikimedia offre une structure d'accueil à tous ceux qui pensent devoir s'exprimer sur un sujet qu'ils connaissent bien et qui leur tient à cœur.

Le résultat est surprenant.

En quelques années, malgré les critiques et des railleries, l'encyclopédie Wikipédia est devenue la référence incontournable de la recherche des internautes (y compris de ceux qui y recourent, discrètement, en la dénigrant, ostensiblement).

Un bémol individuel

Un peu d'amertume pour tempérer cet enthousiasme. On est tout fier d'avoir apporté sa petite pierre à l'édifice mais quelle mauvaise surprise et quelle frustration lorsqu'on découvre, ultérieurement, que quelqu'un s'était permis de modifier le texte initial, en l'édulcorant et en trahissant l'intention primitive.

Où allons-nous, si on nous donne des leçons d'humilité ?

Devrions-nous engager un bras de fer en enchaînant des modifications alternatives jusqu'à l'abandon des moins têtus ?

Un rigoureux contrôle a posteriori

Certains collaborateurs de Wikipédia sont plus égaux que d'autres.

Une équipe de patrouilleurs veille scrupuleusement sur l'harmonie de l'ouvrage ; ceux-ci en redressent les torts, souvent sur la forme, quelquefois sur le fond.

Comparaison

Ce petit tableau résume succinctement les caractéristiques respectives des travaux coopératif et collectif.

	Coopération	Collaboration
Organisation	Hiérarchie	Horizontale
Assemblage	Addition	Imbrication
Communication	Asynchrone	Synchrone
Responsabilité	Identifiée	Partagée
Reconnaissance	Individus	Groupe
Facteur de succès	Discipline	Motivation
Risque d'échec	Démotivation	Indiscipline

Les conditions du succès du travail collectif

Les moteurs psychologiques conditionnent une réussite qui repose sur le comportement vertueux des contributeurs :

- ils affirment leur volonté de s'impliquer¹ ;
- ils manifestent leur affection profonde pour les thèmes du projet ;
- ils brûlent d'exercer leur influence sur l'ouvrage collectif en y donnant ce qu'ils pensent être le meilleur.

Commentaire

Le mouvement de balancier

Chaque mode de travail, qu'il soit coopératif à l'ancienne ou collectif à grand renfort d'OTC², montre ses inconvénients quand il est poussé à l'excès.

Une organisation trop hiérarchisée encadre strictement les initiatives et tempère la motivation individuelle.

Une collaboration libérée de toute contrainte engendre des mouvements browniens qui entrechoquent les activités au risque de les briser.

Lorsqu'une organisation structurée montre les limites de son efficacité par son excès de rigueur, il ne faut pas hésiter à y injecter un mode collaboratif. Lorsqu'une organisation collaborative montre les limites de son efficacité par son excès de laxisme, il ne faut pas hésiter à y injecter une discipline.

Le rôle du management

Le management d'une équipe doit veiller à maintenir un compromis permanent, en jonglant avec :

- les comportements individualistes ;
- les exigences de solidarité ;
- les contraintes de la logistique.

Le management est un métier bien difficile, c'est une des sources de son intérêt.

Pour finir sur un slogan

Reprenons celui des mousquetaires, valable quelle que soit l'organisation : « Un pour tous, tous pour un ! ». ▲

a_coulon@club-internet.fr

¹ La poule participe à l'omelette au lard alors que le cochon s'y implique.

² Outils de Travail Collaboratif.

Sur les blogs d'ADELI

Nos adhérents communiquent

Les adhérents d'ADELI

Les aventures de Google face aux CNIL européennes font partie des sujets traités par nos adhérents. Un certain énervement face aux nouvelles technologies est également au rendez-vous. Alors, n'hésitez pas, exprimez-vous également sur ces sujets !

INSTAGRAM : Partager n'est pas donner

Soumis par Martine Otter le mardi 25/12/2012 - 15:27

Mots-clés : Droit d'Auteurs, Droit de l'internet, Facebook, Google, Instagram, Picasa, Réseaux sociaux

Instagram, application de partage de photos en ligne filiale de Facebook, s'est mis à dos ses utilisateurs en annonçant qu'elle pourrait vendre à son profit leurs photos, puis en se rétractant devant les nombreuses protestations.

Instagram objet d'une plainte collective, Actualités :

<http://www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/tech-medias/actu/0202468305971-instagram-objet-d-une-plainte-collective-523659.php>

De quoi réjouir Google, dont le service Picasa Web est plus respectueux des droits d'auteur et s'engage « à répondre à toute déclaration manifeste d'atteinte aux droits d'auteur », en fournissant un formulaire en ligne, permettant de déposer une « notification de violation » :

Droits d'auteur - Aide de Picasa et Picasa Albums Web :

http://support.google.com/picasa/answer/39519?hl=fr&ref_topic=1689866

Le traité de Dubaï sur la gouvernance de l'Internet

Soumis par Martine Otter le dimanche 16/12/2012 - 11:04

Mots-clés : Gouvernance, Internet,

La conférence de Dubaï s'est terminée par la signature d'un traité par 89 pays sur 134. Ni la France ni les États-Unis n'ont signé ce traité, qui menacerait à la fois la suprématie des États-Unis et celle de la neutralité de l'Internet, ouvrant la porte au contrôle d'Internet par des pays jugés « peu démocratiques », sous couvert des instances onusiennes.

Certains soulignent que le traité n'aborde pas directement la question de la gouvernance de l'Internet, se limitant à recommander aux États-membres de prendre des mesures pour prévenir la propagation de flots de communications électroniques non sollicitées et d'en minimiser les conséquences sur les services de télécoms. Droit de censure pour certains? Simple mesure de bon sens pour d'autres?

Si les médias commentent largement ces points de vue divergents, nul ne sait aujourd'hui ce qui va en résulter en pratique et s'il y a un véritable risque d'éclatement de l'Internet en multiples zones gouvernées de façon indépendante.

Le texte du traité : <http://www.itu.int/en/wcit-12/Documents/final-acts-wcit-12.pdf>

L'État vend des données personnelles !

Soumis par Martine Otter le lundi 12/11/2012 - 07:30

Mots-clés : CNIL, Loi Informatique et Libertés

L'autorisation de la CNIL a-t-elle été demandée et obtenue pour la vente du fichier des cartes grises ? L'État se devrait d'être irréprochable en la matière, faute de quoi les poursuites d'entreprises indélicates resteront peu crédibles...

Le fichier des cartes grises vendu à des sociétés privées :

http://abonnes.lemonde.fr/vous/article/2012/11/08/le-fichier-des-cartes-grises-vendu-a-des-societes-privees_1787916_3238.html

Plans dangereux de Smartphones ?

Soumis par Dominique Bergerot le mardi 11/12/2012 - 12:19

Mots-clés : Mobilité

Voici un article récent de l'Expansion qui mentionne la police australienne dénonçant la dangerosité des plans (cartes) des Smartphones Apple en Australie.

http://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/la-police-australienne-denonce-la-dangerosite-d-apple-plans_364243.html?xtor=EPR-237

Pas une bonne pub pour Apple ! Des automobilistes perdus en utilisant cartes et GPS Apple !

Je sais que certaines personnes préfèrent et de loin Android mais sécurisé.

Il semblerait qu'Apple n'ait pas voulu utiliser Google Maps (trop cher sans doute).

Un automobiliste est tenté d'utiliser son Smartphone pour se rendre à une adresse (un lieu géographique). Il semblerait que pour les régions peu peuplées, l'usage du Smartphone s'avère aléatoire (peu testé ?). Il faut également que l'utilisateur télécharge régulièrement la dernière version des cartes.

Commentaire de Patrick Kineider :

Je crois sincèrement que les applications Apple, Android et même Google Maps, ont le même degré d'imperfections :

- légères modifications d'orbite des satellites de GPS ;
- étalonnage des appareils de mesure et de contrôle ;
- modifications routières (actualisation des données).

Dans la même veine, pas de raison que les systèmes classiques résidants sur les automobiles (TomTom, Coyote..) soient exacts à 100 %.

À la campagne, souvent, il vaut mieux demander son chemin !

Évidemment, dans le cas des navires ou des avions, les systèmes sont soit redondants, soit hyper-sécurisés, car les enjeux humains ne sont pas de même nature.

Gouvernance de l'Internet - Ouverture de la conférence de Dubaï

Soumis par Martine Otter le lundi 03/12/2012 - 16:10

Mots-clés : Éthique, Gouvernance IT, Libertés, Neutralité, Neutralité du net, Régulation

La bataille continue entre les tenants de la neutralité de l'Internet, les opérateurs soucieux de rentabiliser leurs investissements, les États qui veulent pouvoir censurer librement.

Difficile de savoir qui défend quelle position pour raison politique, éthique ou économique, les beaux discours cachant quelquefois des intérêts plus triviaux.

Quelques extraits de la communication des entreprises et groupes de pression :

Gouvernance de l'Internet : la bataille s'ouvre à Dubaï : <http://www.zdnet.fr/actualites/gouvernance-de-l-internet-la-bataille-s-ouvre-a-duba-39785025.htm>

Conférence UIT de Dubaï : Google s'inquiète pour l'avenir du Web :

<http://www.01net.com/editorial/580665/conference-uit-de-dubai-google-s-inquiete-pour-l-avenir-du-web/>

Quand l'ONU veut contrôler Internet à travers le monde entier - AgoraVox le média citoyen : <http://www.agoravox.fr/tribune-libre/article/quand-l-onu-veut-controler-126560>

Le premier jour des Assises du Numérique en France, le plus vieil ordinateur au mode reprend vie en Angleterre !

Soumis par Alain Guercio le vendredi 30/11/2012 - 20:58

Mots-clés : Histoire, Ordinateur

Harwell Dekatron, 61 ans, alias « The Witch », la sorcière, est le plus vieil ordinateur opérationnel du monde. Restauré depuis trois ans par le British National Museum of Computing, il a pu répondre la semaine dernière à une multiplication. La première depuis les années 70. Multiplier deux nombres peut lui demander plus de dix secondes !

La suite, c'est ici : <http://pro.01net.com/editorial/580951/le-plus-vieil-ordinateur-du-monde-ramene-a-la-vie/>

Commentaire de Pierre Fischof :

Les premiers calculateurs et langages utiles à notre formation

Il y a beaucoup de vieux calculateurs et ordinateurs personnels qu'il serait extrêmement intéressant de ramener à la vie pour des raisons pédagogiques...

Et très certainement, certains d'entre eux sont-ils maintenus en état de bon fonctionnement par des passionnés, comme d'autres bichonnent merveilleusement de très vieilles voitures et les font sortir tous les ans. Les premiers mini-calculateurs individuels HP à cartes magnétiques amovibles semblent valoir leur pesant d'or culturel pour tout profane, tout comme c'était au moment de leur création. De même que les petits ordinateurs personnels Sinclair et bien d'autres...

Quel meilleur moyen de se former à l'informatique cela serait si chacune et chacun pouvait se confronter à une machine à perforer les cartes de 80 colonnes ? Mieux vaut se confronter pour se former à l'assembleur, au basic et autre langage C... Quelle compréhension intime et authentique de l'informatique peut-on avoir si l'on court-circuite son histoire et que l'on se sert directement des interfaces graphiques dernier cri ?...

Télétravail : le Cantal au centre

Soumis par Jacky Vathonne le mercredi 14/11/2012 - 19:09

Mots-clés : Compétitivité, Gouvernance, Télétravail

Le Cantal confirme sa position centrale ... dans le télétravail.

Le tour de France du télétravail a débuté par un prologue en pays de Murat.

- la presse gratuite met en valeur les retombées économiques de l'approche volontariste du département
- le tour se déroule en 11 étapes du 30 octobre au 18 décembre 2012.

De fait, le site Cantalien devient source d'informations, d'échanges et de routage vers d'autres sites régionaux ; il peut se substituer au site www.telecentres.fr (cité dans un billet précédent) maintenant redirigé vers un site à vocation commerciale.

- Présentation synthétique du tour de France
- kit méthodologique dédié au secteur privé
- l'offre Cyber-Cantal est détaillée à la racine <http://telecentres.cantal.fr/>

British Government Cabinet Office is selling ITIL and Prince2

Soumis par Kim Estivalet le dimanche 11/11/2012 - 20:22

Mots-clés : ITIL, PRINCE2

L'information semble fiable. À surveiller donc :

« Eh bien c'est officiel, ils vendent ITIL (et Prince2 et MSP et toute la suite "Swirl"). Les rumeurs ont été nombreuses et rapide, mais maintenant le Bureau du Cabinet a réellement lancé un appel d'offres. (...) Le Bureau du Conseil des ministres insiste pour dire qu'ils ne vendent pas: car ITIL est une Joint Venture et il conserve des parts. Mais il ne dit pas combien d'actions. Il est bien dit que le partenaire injectera du « cash » et sera ensuite être capable d'«exploiter» les produits dans le « marché mondial ». On dirait bien une vente. »

À suivre sur : http://www.itskeptic.org/content/british-government-cabinet-office-selling-itil-and-prince2?goback=.gmp_51930.gde_51930_member_181707658

RSF : Stopper l'exportation des technologies européennes de surveillance aux états totalitaires

Soumis par Pierre Fischhof le samedi, 10/11/2012 - 21:36

Mots-clés : Cyber-sécurité, Informatique & libertés

À l'occasion du Forum sur la gouvernance d'Internet à Bakou, « Reporter sans frontières » demande fermement à l'Union Européenne de réglementer l'exportation des technologies de surveillance et de censure dans les dictatures. Un pas vient d'être fait au Parlement dans cette direction...

<http://www.humanite.fr/monde/rsf-les-entreprises-europeennes-exportent-des-technologies-de-surveillance-des-etats-totalitai>

« Régler votre facture FR78441012 »

Soumis par Pierre Fischhof le samedi, 10/11/2012 - 20:10

Mots-clés : Homme et Systèmes d'Information, Sécurité Numérique

« Cher(e) client(e) EDF, votre paiement a été refusé par votre établissement bancaire en raison d'un problème technique sur le système de prélèvement automatique.

Pour éviter les pénalités de retard, nous vous donnons la possibilité de payer en ligne en utilisant votre carte bancaire,

Afin de régler votre facture N° FR78441012, cliquer sur le lien ci-dessous :

« Régler votre facture » »

J'ai reçu aujourd'hui encore ce courriel d'avertissement dans ma boîte à lettre électronique..

Quelle chance ! Je vais pouvoir régler ce litige instantanément en ligne sur Internet !

...Inutile de vous dire que la facture N° FR78441012 n'a jamais existé, n'existe pas et n'existera jamais. Mais la tentative de culpabilisation exercée par ce courriel anonyme, se réclamant abusivement d'un service d'EDF qui n'existe pas, pourrait décider quelques étourdis, pour éviter le risque d'une pénalité de retard, à rentrer leurs coordonnées carte bleue visa sur le lien indiqué et tenter un virement... Et là, terminé : votre carte bleue devient la quasi-propriété de l'interlocuteur. Je vous laisse imaginer la suite...

Aux nouvelles et nouveaux utilisateurs d'Internet, et aussi à nous les anciens, il est important de rappeler la règle de l'hyper-vigilance à ce genre de manipulations à l'apparence si honnête, déversées chaque jour dans nos boîtes électroniques...

Le système Google pour payer moins d'impôts

Soumis par Martine Otter le dimanche 11/11/2012 - 08:25

Mots-clés : Entreprise, Éthique, Google, Taxe

Beaucoup d'articles ont été publiés dans la presse sur ce sujet. Cette magnifique infographie présente de façon synthétique le mécanisme fiscal dont, rappelons-le, Google n'est pas le seul utilisateur. Ces circuits sont en effet bien connus d'autres entreprises également bien connues.... Don't be evil !

[Infographie] Le système Google pour payer moins d'impôts - One Minute IT :

<http://oneminuteit.com/business-models/infographie-le-systeme-google-pour-payer-moins-dimpots/>

Google en redressement fiscal en France ?

Soumis par Dominique Bergerot le vendredi 02/11/2012 - 11:16

Mots-clés : Droit de l'internet, Google

Récemment la presse évoque un redressement fiscal demandé à Google France d'environ un milliard d'euros. Les bénéfices record annoncés par la société Google pendant cette période difficile pour notre économie mais également pour de nombreux pays dans le monde. Ce redressement fiscal serait un moyen de pression pour négocier avec les éditeurs de la presse...

Voici le lien du journal « Les Échos » :

<http://www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/tech-medias/actu/02023585771...>

Commentaire de Pierre Fischof :

Il s'agit donc bien en fait, au fond, du même sujet que celui de la taxation de Google. Le sujet de trouver, sur le plan économique, un meilleur équilibre entre producteurs de contenus et vendeurs de publicité... Question de bon sens. Apparemment, Google n'est pas opposée à convenir à plus d'équité fiscale.

Un premier « déclin » de l'utilisation d'Internet

Soumis par Kim Estivalet le lundi 29/10/2012 - 21:03

Mots-clés : Internet

Une récente étude de Forrester met au clair un premier « déclin » d'Internet. Explications: http://www.gizmodo.fr/2012/10/29/premier-declin-utilisation-internet.html?utm_source=Newsletter+Gizmodo&utm_campaign=886d3d63b1-RSS_EMAIL_CAMPAIGN&utm_medium=email

Commentaire de Pierre Fischof :

Même si l'utilisation d'Internet finit par atteindre une sorte de phénomène « en plateau », les journées ne faisant que 24 heures, l'étude est-elle si convaincante pour nous qui observons autour de nous ? Alors que nous voyons tous les jours autour de nous une autre réalité apparente : des enfants et des adultes comme « hypnotisés » et scotchés dans le métro et les transports, sur leur Smartphone et Internet : réseaux sociaux, informations en ligne des grands médias, etc.

Beaucoup de celles et ceux qui échappent à la consultation d'Internet y parviennent en exécutant des jeux vidéo, en écoutant de la musique au casque, ou en envoyant et lisant des SMS. À moins de lire, parfois, le journal papier. Les quelques personnes qui regardent autour d'elles, sourient ou se détendent tranquillement font alors presque figure « d'extra-terrestres »...

Quant au bureau, une importante partie croissante du temps de travail s'effectue sur le Web et par courriel. Sans parler des logiciels bureautiques et collaboratifs en ligne, tels Google.doc, de plus en plus nombreux.

Il faut, effectivement, espérer une tendance inverse : un phénomène de prise de conscience et de retour à des règles de vie plus vigilantes, plus saines et plus équilibrées, quelques soient les avantages d'Internet. Inévitablement, ce type de réactions de saturation et de reprise en main de soi-même adviendra chez beaucoup...

Taxe Google : projet de loi ?

Soumis par Martine Otter le mardi 23/10/2012 - 05:46

Mots-clés : Droit d'Auteurs, Droit de l'internet, Google, lobbying, Propriété Intellectuelle

Les profits de Google font rêver les éditeurs de presse et attirent les taxes.

Le projet de loi transmis au gouvernement par les représentants de la presse propose non seulement de « punir pénalement la reproduction de ses contenus sur Internet »... mais aussi « le simple fait de faire des liens hypertextes vers ses articles sans les rémunérer ». Le lien suivant deviendrait donc illégal et l'auteur de ce billet de blog soumis à amende voire à emprisonnement...

Peu de chance d'être voté en l'état, mais quand même inquiétant !

Taxe Google : Télérama dévoile le projet des éditeurs de presse - L'actu Médias / Net - Télérama.fr : <http://www.telerama.fr/medias/taxe-google-telerama-devoile-le-projet-des-editeurs-de-presse,87027.php?xtatc=INT-41>

Commentaire de Pierre Fischof

Taxe Google : projet de loi ou redressement fiscal ?

Que David puisse un peu taxer Goliath ne me paraîtrait pas injuste, ni que Google paie les impôts qui correspondent à ses revenus publicitaires, quels que soient la qualité des services offerts par cette société et ses aides à Wikipédia. Mais taxer la reproduction de contenu : oui, taxer les liens : non.

La presse écrite, productrice de contenu et de valeur ajoutée à défendre, est en difficulté économique parce que sans soutien de l'État comme le font d'autres. Défendre le droit de faire payer le copyright ne me paraîtrait pas une mauvaise règle, si nous voulons poursuivre la liberté de la création vraie et de l'information vraie, non clonée.

ADELI et ses publications devraient pouvoir, sur le principe, aussi pouvoir en bénéficier, en tant que producteur de contenu et de haute valeur ajoutée, qu'il nous reste à faire reconnaître économiquement à une plus juste valeur.

Par contre, il est vrai que la publication de liens ne doit pas pouvoir être taxée ! Au contraire, les personnes qui fournissent un lien vers une source d'information lui rendent un service qui pourrait presque... être rétribué ! Car libre à l'offreur de contenu et d'information de se financer par de la publicité, ce que de plus en plus de sites de contenus et de journaux font, et ce que nous pourrions faire si nous le souhaitions...

Commentaire de Patrick Kineider

Un autre éclairage....

..sur la question générale de l'élaboration d'une fiscalité pour les acteurs du WEB (**): assiette, périmètre, législations nationales, etc.

<http://www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/tech-medias/actu/0202343350332-un-axe-paris-berlin-pour-faire-bouger-la-fiscalite-du-numerique-503214.php>

(**) qui participe également de leur modèle économique !!

Les technologies les plus énervantes

Soumis par Pierre Fischof le vendredi 19/10/2012 - 21:07

Mots-clés : Ergonomie, Être humain, Technologie

Rapportées par franceinfo.fr, le hit-parade des 12 technologies jugées les plus exécrables par les utilisateurs. C'est la question qu'a posée à ses lecteurs le magazine américain spécialisé Wired. Résultat : un délicieux florilège auquel on adhère forcément à un moment ou à un autre.

Parmi ceux-ci, citons :

- La reconnaissance vocale téléphonique, obligatoire, qui ne fonctionne pas.
- Le captcha, des lettres et des chiffres indéchiffrables que de nombreux sites Web vous obligent à taper pour vérifier que vous êtes bien un être humain.
- Les QR codes, ces petits codes-barres carrés, jugés inutiles et inutilisables.
- Les alarmes de voiture.
- L'iPad utilisé comme appareil photo.
- Le caisson de basse, dont bénéficient à leur insu tous les voisins.
- Et enfin, Facebook, (sans doute selon les parents et enseignants ?...).

En synthèse, la technologie, cela peut rendre bien des services ou alors, au contraire, vous empoisonner complètement la vie.

C'est un peu pour bien faire établir cette différence entre l'utile et le nuisible que, avec votre aide, a été créée ADELI en 1978 et qu'elle continue son activité aujourd'hui !...

Aidez ADELI à rester vigilante pour nous tous !...

Pour plus de détails :

<http://www.franceinfo.fr/high-tech/nouveau-monde/les-technologies-les-plus-enervantes-770835-2012-10-17>
et <http://www.wired.com/gadgetlab/2012/10/1-annoying-technologies-as-chosen-by-the-wired-commenters/>

Rapport de la CNIL sur les nouvelles règles de confidentialité de Google

Soumis par Martine Otter le samedi, 20/10/2012 - 07:35

Mots-clés : Google, Informatique & libertés, Privacy, Vie privée

Ce rapport, établi par la CNIL française pour le groupe des CNIL européennes, dénonce un certain nombre de pratiques googliennes, dont le manque d'information des utilisateurs et un croisement des données jugé excessif.

Règles de confidentialité de Google: une information incomplète et une combinaison de données incontrôlée - CNIL - Commission nationale de l'informatique et des libertés :

<http://www.cnil.fr/la-cnil/actualite/article/article/regles-de-confidentialite-de-google-une-information-incomplete-et-une-combinaison-de-donnees/>

Le courrier de Mme Falque-Pierrotin, présidente de la CNIL, adressé à Google, se conclut ainsi :

"We recognize Google's key role in the online world. Our recommendations do not seek to limit the company's ability to innovate and improve its products, but rather to strengthen users' trust and control, and to ensure compliance with data protection legislations and principles.

Finally, we encourage you to engage with data protection authorities when developing services with significant implications for privacy.

We would like you to send a response to the CNIL indicating how and within what timeframe Google will update its privacy policy and practices to implement our recommendations."

Traduction libre:

« Nous reconnaissons le rôle clé de Google dans le monde numérique. Nos recommandations n'ont pas pour objet de limiter les capacités de la compagnie à innover et à améliorer ses produits, mais plutôt à renforcer la confiance et le contrôle des utilisateurs, et à assurer la conformité aux législations et principes de la protection des données.

En conclusion, nous vous encourageons à vous mettre en relation avec les autorités de protection des données lorsque vous développez des services qui présenteraient des implications significatives en matière de confidentialité.

Nous apprécierions que vous adressiez une réponse à la CNIL indiquant comment et sous quel délai Google mettra à jour sa politique en matière de confidentialité et ses pratiques afin de mettre en place nos recommandations. »

La réponse de Google ne va pas se faire attendre...

À lire sur le thème de la protection des données personnelles et les démêlés de Google avec l'ensemble des CNIL :

<http://www.donneespersonnelles.fr/vers-un-droit-des-moteurs-de-recherche> ▲

Nos trois catégories de membres actifs

L'Assemblée générale du 7 décembre 2012 a confirmé nos 3 catégories de membres actifs qui se distinguent par l'éventail des droits et par le niveau de la cotisation annuelle.

Individuel

cotisation annuelle 70 €

Cette adhésion donne les droits suivants :

- participation à la vie de l'association (groupes de travail, vote en AG...);
- accès à l'espace réservé aux adhérents (annuaire, blog personnel, Lettres et autres contenus ADELI) sur le site www.adeli.org ;
- participation aux rencontres mensuelles « Autour d'un verre » ;
- réception de la revue trimestrielle « La Lettre » sous la forme souhaitée (papier et/ou électronique) ;
- tarif préférentiel pour l'acquisition d'ouvrages publiés par ADELI et la participation à des événements organisés par ADELI ;
- tarif préférentiel pour la participation à des événements organisés par des associations partenaires d'ADELI.

Cette catégorie convient aux salariés qui ne peuvent faire adhérer leur entreprise ainsi qu'aux étudiants et aux seniors.

Professionnel

cotisation annuelle 120 €

(nette sans taxes)

Cette adhésion donne les droits (supplémentaires à ceux de l'adhésion individuelle) suivants :

- mention sur le site www.adeli.org de l'entité professionnelle (logo, marque, texte de présentation, lien vers le site de l'entité) ;
- annonce de ses événements.

Cette catégorie convient aux consultants indépendants.

Collectivité

cotisation annuelle 240 €

(nette sans taxes)

Cette adhésion donne les droits (supplémentaires à ceux de l'adhésion professionnelle) suivants :

- inscription de plusieurs correspondants, appartenant à cette collectivité, (toutefois pas plus nombreux que les doigts de la main !); chaque correspondant dispose des droits individuels.
- autorisation de diffusion les articles de la Lettre sur l'intranet de la collectivité ;
- utilisation des publications d'ADELI (en citant la source) dans le cadre des activités professionnelles de la collectivité.

Cette catégorie convient aux grandes et moyennes entreprises.

Établissement d'enseignement

cotisation annuelle 168 €

(nette sans taxes)

ADELI consent une remise de 30 % aux collectivités qui sont des établissements d'enseignement.

Cette catégorie convient aux écoles, aux universités et aux organismes de formation.



Association pour la maîtrise
des systèmes d'information

Créée en 1978, ADELI est une association qui permet à l'ensemble des professionnels des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et des Systèmes d'Information (SI) de partager et d'accroître leurs connaissances, de débattre librement de leurs idées et de publier leurs points de vue et retours d'expériences. La richesse des publications repose sur le brassage d'idées entre fournisseurs, utilisateurs et enseignants.

La Lettre est constituée d'articles émanant des membres d'ADELI. Elle aborde, sous des angles sérieux ou humoristiques mais toujours professionnels, les sujets les plus variés touchant aux Systèmes d'Information.

Les ouvrages sont rédigés collectivement sous la direction d'un membre d'ADELI. Ils dressent des synthèses complètes sur des aspects particuliers des Systèmes d'Information.

ADELI, régie par la loi de 1901, est rigoureusement indépendante de toute influence commerciale et idéologique.

Quelques ouvrages de référence publiés par ADELI

Conformité légale des SI

Les risques sécuritaires et éthiques des Systèmes d'Information
Patrick Kineider, Dominique Bergerot, Martine Otter, Thet Sok
©2011

Lean Six Sigma

Le Lean Six Sigma et les Systèmes d'Information
Robert Lemay, Véronique Pelletier, Jean-Louis Théron,
Pierre Gaultier, Laurent Bretécher, Dominique Bergerot, Thomas
Morisse. ©2011

Guide des certifications SI 2^e édition

Martine Otter, Jacqueline Sidi, Laurent Hanaud
Éditions DUNOD ©2009

ODOScope

Trouver son chemin au pays des certifications
Collectif, sous la direction de Jacqueline Sidi
©2004

NORMAScope

Mettre en œuvre l'ISO 9001:2000 et ses processus
Jacqueline Sidi
©2001

MÉTROscope

Indicateurs et tableau de bord pour le développement de logiciels
Collectif, sous la direction de Gina Gullà-Menez
©2001

VAL€UROscope

Analyse de la valeur appliquée aux projets Euro et An 2000
Gina Gullà-Menez
©1999

AGLOscope

Étude des ateliers de conception
Collectif, sous la direction de Geneviève Coullault
©1998, ©1997, ©1996, ©1995

RÉALIScope

Étude des environnements de développement
Collectif, sous la direction d'Yves Constantinidis
©1998

PÉRILOscope

Maîtriser les risques des projets informatiques
Collectif, sous la direction de Jean-Marc Bost
En collaboration avec l'IQSL
©1997

www.adeli.org

87, rue Bobillot - 75013 Paris - France
Tél. : 01 45 89 02 01 - info@adeli.org