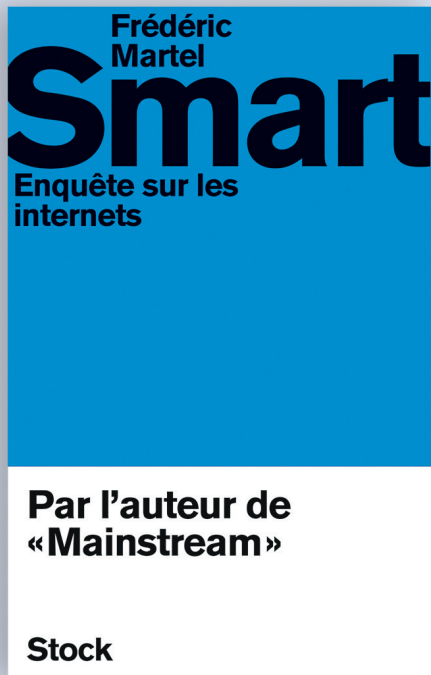


**STOCK  
PRÉSENTE**



**EN LIBRAIRIE  
LE 23 AVRIL**



## Table

### **Prologue**

Gaza, Cuba, Soweto

#### **01 La Vallée**

Sur San Francisco et la Silicon Valley

#### **02 Alibaba et les quarante voleurs**

Sur la Chine et les sites «clones» chinois

#### **03 Mobile**

Sur le Brésil et le Mexique confrontés à la montée du téléphone portable et l'élargissement de la classe moyenne

#### **04 «IT signifie Indian Technologies»**

Sur l'Inde et la carte d'identité unique indienne

#### **05 Smart city**

Sur les villes numériques en Israël, en Inde, au Brésil et au Kenya

#### **06 Revitalisation urbaine**

Internet dans les bidonvilles, les favelas et les townships

#### **07 My Isl@m**

Enquête sur un islam «halal» dans une dizaine de pays arabes, notamment sur le terrain avec le Hezbollah, le Hamas, les Frères Musulmans, etc.

#### **08 Le régulateur**

Comment les États-Unis régulent, ou non, internet

#### **09 De la culture au «contenu»**

Sur les conversations culturelles, la recommandation, les algorithmes

#### **10 Social TV**

L'avenir de la télévision à l'heure du numérique

#### **11 Game over**

Le jeu vidéo à l'ère numérique, notamment au Japon

#### **12 «.EU»**

La diversité linguistique face à internet. Est-il possible, ou non, de créer un espace numérique européen.

### **Épilogue**

### **Lexique**

### **Sources**

*« Qui a peur d'Internet ? Nous tous, et pourtant nous ne pourrions plus vivre sans. L'entreprise sans égale de Frédéric Martel consiste à y aller voir, de l'autre côté d'Internet, et même à nous expliquer que ce mot ne se conçoit qu'au pluriel, rime avec local, et non obligatoirement avec global. Au terme de cette enquête de terrain d'une ampleur inouïe, nous ne verrons plus les choses de la même manière. »*

Manuel Carcassonne,  
Directeur général des Éditions Stock

# Smart

## Enquête sur les internets

Frédéric Martel

### LE LIVRE

Dans ce livre, tout s'accélère. Le numérique décuple la mondialisation ; les réseaux sociaux deviennent mobiles ; les conversations se différencient ; le téléphone, la télévision et les villes deviennent « smart ». Comment la Chine a-t-elle pu créer des clones de Google, Facebook et YouTube et bâtir son propre internet censuré ? Comment les pays arabes ont su utiliser les réseaux sociaux pour faire leurs révolutions et Israël devenir, grâce au web, une « start-up nation » ? Doit-on craindre que l'anglais devienne la langue « par défaut » d'internet ? Pourquoi n'y a-t-il pas de ministère de la Communication aux États-Unis et pourquoi personne n'y régule internet ? De la Silicon Valley à Tokyo, du Brésil à Washington, de l'Afrique du Sud à l'Inde, et jusqu'à Cuba ou Gaza, cette enquête de terrain sans précédent raconte la bataille d'internet et de son futur.

Dans *Mainstream*, Frédéric Martel avait décrit la guerre mondiale de la culture et des médias ; avec *Smart*, il prolonge l'enquête dans toutes les capitales numériques. À partir de centaines d'interviews dans une cinquantaine de pays, il analyse le jeu des acteurs du web, la logique des géants du net américains et s'intéresse aux autres « internets » sur cinq continents. Ce faisant, il montre qu'il y a autant d'usages d'internet qu'il y a de territoires. Nous entrons dans un monde connecté, globalisé, mais aussi territorialisé. Si les Américains craignent aujourd'hui une « balkanisation d'internet », ce livre démontre qu'internet n'a jamais été véritablement global – et qu'il sera de plus en plus localisé. Partout le web est différent, la recommandation transforme les médias, la Social TV change

la télévision, et les produits culturels sont en train de devenir des « services », des « flux » et des abonnements illimités.

C'est cette mutation majeure que Frédéric Martel décrit, anticipant sur les révolutions qui arrivent. Ni techno-sceptique ni cyber-utopiste, cette première grande enquête de terrain sur la transition numérique propose une nouvelle géopolitique d'internet. Ce livre fascinant montre que le numérique change le monde ; et que ni bon ni mauvais en soi, le futur d'internet dépend ce que nous en ferons.

## L'AUTEUR



© Julien Falsimagne

**Frédéric Martel** est chercheur, spécialiste des États-Unis. Chroniqueur à France Info, il anime depuis huit ans *Soft Power*, la principale émission consacrée aux industries créatives et à internet sur France Culture. Il dirige aussi le site de critiques de livres, *nonfiction.fr*. Il est l'auteur de neuf livres, dont *Mainstream* qui

a connu un succès international et est traduit dans une dizaine de langues et une vingtaine de pays.

## LE TITRE. POURQUOI « Smart » ?

Cette nouvelle façon de penser internet donne naissance à un monde bien plus « smart » que nous ne l'imaginions. La diversité des internets, les singularités nationales, les langues, les cultures ont toute leur place dans le monde digital. Internet n'est pas hostile aux identités, aux différences locales, aux langues, il n'est pas non plus contre l'« exception culturelle », ni contre la diversité. Telle est la bonne nouvelle et la principale conclusion de *Smart*. La transition numérique n'est pas un phénomène qui accroît l'uniformisation ; elle ne débouche pas – pas plus que la mondialisation culturelle – sur un « mainstream » unique. En fin de compte, c'est un phénomène de globalisation bien plus complexe et la peur qu'il suscite mérite, de ce point de vue, d'être discutée et peut-être relativisée. À ceux qui vivent dans l'angoisse de perdre leur identité du fait de la globalisation et du basculement technologique – inquiétude

légitime –, ce livre montre qu'il ne faut pas être pessimiste. Et que ce n'est pas le scénario le plus probable.

Internet est donc plus « smart » que ce que nous croyons et c'est la raison du titre de ce livre. Le mot « smart », « intelligent » ou « astucieux » en américain, renvoie à différents usages : on parle de smart-phone, de « smart city » (la ville intelligente), de « smart grid » (réseau électrique astucieux), de « smart economy », de « smart TV », de « smart power » (l'addition du « hard power » et du « soft power », pour parler comme Joseph Nye ) et d'un monde « smarter ». Que veut-on dire par là ? Le terme « smart » est en train de devenir synonyme du mot internet ; il permet de l'élargir à l'ensemble du secteur digital, en incluant les téléphones portables connectés, les applications, les technologies et le numérique en général. Au-delà, le mot « smart » annonce une mutation fondamentale du web, celle qui arrive : le passage de l'information à la communication et maintenant à l'internet de la connaissance. Au lieu de se contenter de recevoir des contenus, les internautes qui ont commencé à les produire, avec le web dit 2.0, en font aujourd'hui un outil de développement humain. En cela, « smart » est un terme essentiel dont le sens annonce l'avenir d'internet : celui de la connaissance et celui de sa territorialisation.

## Smart EST LA SUITE DU LIVRE *Mainstream*

*Smart* est la suite de l'ouvrage de Frédéric Martel sur la mondialisation culturelle : *Mainstream*. Quand *Mainstream* s'intéressait à la situation des industries créatives, par temps de globalisation et d'américanisation, laissant de côté à dessein les questions numériques, *Smart* se concentre, lui, sur internet et le monde digital. Comme dans *Mainstream*, l'auteur a privilégié dans ce livre les informations de première main : il a poursuivi son enquête et la plupart des entretiens de *Smart* sont nouveaux ou inédits.

En fin de compte, *Smart* est un travail de démystification qui montre que nous pouvons reprendre le contrôle sur le numérique – et sur nos vies –, à condition de comprendre la dynamique du phénomène internet qui, au lieu d'être désincarné et international, est profondément ancré dans un territoire, dans la « vraie vie » et revêt une forte dimension de proximité.

Dans la lignée de *Mainstream*, ce livre vise à décrypter ce monde qui vient, celui « d'après », et d'imaginer cette sorte de « next-stream » qui arrive. Comment faire ? Contrairement aux gourous de la Silicon Valley, qui ne se soucient que de « quantitatif » lorsqu'ils parlent d'un « internet global » ou à certains consultants et experts qui pensent qu'enquêter sur

les technologies peut se faire depuis le simple ordinateur de son bureau, puisqu'internet serait identique partout, il a paru indispensable à l'auteur de prendre un autre parti.

## LES PAYS DE L'ENQUÊTE

Cette enquête a été menée dans une cinquantaine de pays entre 2009 et 2014 : Afrique du Sud, Algérie, Allemagne, Arabie Saoudite, Argentine, Belgique, Brésil, Cameroun, Canada, Chine, Colombie, Corée du Sud, Cuba, Danemark, Égypte, Émirats arabes unis/Dubaï, Espagne, États-Unis, Finlande, Hong Kong/Chine, Inde, Indonésie, Iran, Israël, Italie, Japon, Jordanie, Kenya, Liban, Maroc, Mexique, Palestine/Bande de Gaza, Palestine/Cisjordanie, Pays-Bas, Pologne, Qatar, République tchèque, Royaume-Uni, Russie, Singapour, Suisse, Syrie, Taïwan, Thaïlande, Tunisie, Turquie, Venezuela et Viêtnam.

EXTRAIT DE

# Smart

## Enquête sur les internets

Voici en avant-première un extrait de la conclusion de *Smart* :

VUS DEPUIS LA SILICON VALLEY, le digital et le global semblent synonymes. Pour les géants américains du web, les frontières sont un concept dépassé à l'âge numérique. Le monde qu'ils nous promettent ne connaît plus de limites. Il est entièrement ouvert, connecté, hors sol. Les réseaux sociaux démultiplient les amis virtuels, ceux que l'on ne connaît pas, et peu importe si cela peut engendrer de nouvelles vulnérabilités pour les individus et faire peser des menaces inédites sur leur vie privée. Intuitivement, les gourous d'internet assimilent le web à l'image qu'ils se font de l'Amérique : sa liberté, son espace illimité, sa vitesse, la « Frontière » toujours repoussée. À les entendre, ils préfèrent le premier amendement de la Constitution américaine, le « free speech », au quatrième, la « privacy » : la liberté d'expression plutôt que la protection de la vie privée. « Les vieux obstacles aux interactions humaines, comme la géographie, les langues ou l'accès limité à l'information, sont en train de s'effondrer », prédit même Eric Schmidt, le patron de Google. Le futur « online » ne sera plus, ajoute-t-il, « limité par les lois terrestres » et nous allons « dialoguer de plus en plus avec des gens hors de nos frontières ».

Cette vision schématique du futur n'est pas la mienne. Une autre géopolitique d'internet se dessine déjà. Ce livre, basé sur une longue enquête de terrain, montre au contraire que la révolution numérique que nous sommes en train de vivre ne se traduit pas, du moins pas principalement, par une globalisation tous azimuts. Loin d'un mondialisme sans frontières, elle n'équivaut pas à une homogénéisation. L'uniformisation culturelle et linguistique ne doit pas être redoutée. La révolution



numérique apparaît, au contraire, comme une territorialisation : internet, c'est un « territoire ».

Lorsque j'avance ce terme de « territoire », je ne parle pas nécessairement d'un espace géographique délimité, bien que cela puisse être le cas aussi. Un territoire n'est pas forcément un territoire national : il peut prendre la forme d'un espace physique donné mais il peut aussi être un espace abstrait, celui d'une communauté ou d'une langue. Cette « territorialisation » ne signifie donc pas nécessairement que le web devient « country-specific » : le spectre d'action peut être plus large ou plus étroit qu'un pays. Le web est aujourd'hui très local, très régional, il est parfois national ou pan-régional et quelquefois il transcende la géographie. Souvent, il est lié à une « communauté » et l'on sait qu'en américain ce terme « community » renvoie à la fois à un groupe ethnique, une minorité sexuelle, une religion ou encore au quartier et à la ville dans laquelle on habite. Parfois, ce « territoire » prend une forme linguistique ou culturelle ; il reflète alors une communauté d'intérêt, d'affinités ou de goût. Les échanges peuvent être basés sur une contiguïté de frontière, une langue ou un alphabet communs (le cyrillique), une subculture proche (les otakus, les Femen, les bears) ou encore une zone d'influence coloniale persistante (le Commonwealth ou l'empire ottoman). En fin de compte, les « conversations » sur internet sont la plupart du temps délimitées par ces « territoires » et ne sont que rarement globales. Le mot « internet » lui-même doit être désormais considéré comme un nom commun, il va perdre peu à peu sa matrice américaine et sa majuscule. Il sera susceptible d'être mis au pluriel. L'avènement de ces internets est la première conclusion de mon enquête.

Tous ces internets sont différents et ils sont aussi différents de multiples façons. Intuitivement, on perçoit le numérique comme un phénomène global qui accélère la mondialisation. Sur le terrain, j'ai découvert au contraire qu'internet était fracturé en fonction des cultures, des langues, des régions. Mais si internet n'est plus global, il n'est pas national non plus, ni même forcément local. Il s'inscrit dans un « territoire » ou une « communauté », qui est propre à chacun de nous, un univers que l'on peut, jusqu'à un certain point, façonner, modeler, avec nos « préférences » et les identités plurielles que chacun d'entre nous possède ou choisit de valoriser. Internet est géolocalisé. À bien des égards, internet peut redonner du pouvoir aux individus, au lieu de les en priver ; il peut leur permettre d'être davantage maître de leur propre histoire. En s'adaptant à leurs singularités et à leur territoire, il est propre à chacun.

Le numérique est donc essentiellement territorialisé. La clé du succès sur le web, y compris pour les géants du net, se résume en une formule célèbre : « Location, location, location. » Cela est vrai pour les réseaux

sociaux mais aussi pour les secteurs du e-commerce et de la publicité en ligne. Cette dimension de proximité est évidente également pour les téléphones, les objets connectés et l'internet mobile. C'est le cas aussi des conversations via les messageries instantanées, les chats et, bien sûr, les échanges Bluetooth qui sont, par définition, vu leur faible portée, très localisés. Quant à l'éducation et la santé, les deux secteurs qui vont basculer à leur tour sur internet dans les années à venir, ils seront nécessairement très localisés.

En définitive, cette enquête montre que le temps d'un internet standardisé et d'une mondialisation numérique sans frontières est derrière nous. L'internet territorialisé va s'imposer. La localisation, la communauté, la customisation et la différenciation des conversations représentent son futur. Être « smart », c'est être à la fois numérique et territorialisé.

### *Les internets émergents*

EN ENQUÊTANT DANS LA PLUPART DES PAYS ÉMERGENTS, j'ai découvert l'importance de leurs internets. Les pays à forte croissance n'émergent pas seulement avec leur économie mondialisée et leur démographie ; ils émergent aussi avec leur culture (c'était la thèse de mon livre *Mainstream*), leurs valeurs (ce fut l'une des conclusions de *Global Gay*), mais aussi avec leur internet (c'est la thèse de *Smart*). On peut même aller plus loin : à moyen terme, il ne faudra plus penser le web comme un réseau occidental, saturé d'informations en anglais et de services américanisés, et qui relie entre eux principalement des pays riches. La nouvelle géopolitique du web ne sera plus constituée d'un courant dominant unique, un « mainstream » piloté par l'Amérique, mais par une multitude de petits « streams », de flux et d'échanges entre tous les pays – et d'abord en leur propre sein. Au vrai, il y a actuellement une explosion numérique des pays émergents et cette dimension a été pour moi une révélation.

Cette conclusion sur les émergents numériques ne correspond pas à une lecture idéologique, ni à une vision idéalisée du web : elle est le résultat de mon observation sur le terrain. Il suffit pour en avoir la preuve de s'intéresser de près à des sites comme Yandex (une sorte de Google en Russie), Mxit (une sorte de WhatsApp pour portables en Afrique du Sud), VKontakte en Russie et Cloob en Iran (qui ressemblent à Facebook), Maktoob (Yahoo dans le monde arabe) et même à Orkut au Brésil (également une sorte de Facebook). Sans parler des Chinois qui ont littéralement cloné tous les sites américains et volent aujourd'hui de leurs propres ailes : Baidu (une sorte de Google chinois qui devrait devenir le deuxième

moteur de recherche mondial), Alibaba (une sorte d'eBay), Tmall (Amazon), Weibo (Twitter), Renren (Facebook), Hudong ou Baidu Baïke (Wikipédia), Youku (YouTube), Alipay (PayPal), Weiwin/WeChat (WhatsApp) ou QQ (MSN). Osons même ici une provocation : Baidu et l'internet « fermé » chinois n'annonceraient-ils pas le futur d'internet ? Ne s'agit-il pas d'un internet territorialisé plutôt que d'un intranet ? Au fond, internet est déjà une somme d'intranets communicants entre eux. Et si ce modèle chinois fonctionne, ce n'est pas tant à cause de la censure incarnée par le « Great Firewall », mais parce qu'il colle à la réalité des usages en Chine. L'internet chinois n'est pas un intranet, c'est un internet contrôlé à visée expansionniste et à vocation hégémonique – et on devrait bientôt voir Baidu arriver à Cuba.

Compte tenu des spécificités de leur langue, de leur culture, de la nature de leur commerce, la majorité des utilisateurs n'ont cependant guère besoin de « sortir » de Chine. Les blogueurs et les dissidents le dénoncent, à juste titre, et réclament de pouvoir communiquer avec le reste du monde. Ils regrettent que le concept de « neutralité du net » n'existe pas aux yeux de Pékin. Mais la grande majorité des Chinois peut se débrouiller à l'intérieur de cette frontière numérique artificielle. Cette hypothèse permet de comprendre pourquoi l'internet chinois, fermé et hyper censuré, ne cesse de se développer.

L'exemple des pays arabes montre de son côté la naissance d'un « islam numérique ». Différent des autres, cet internet n'a, lui-même, rien d'homogène. L'unicité de l'islam n'existe ni dans la vraie vie, ni sur le web. Les variantes religieuses sont considérables entre les chiïtes et les sunnites, et au sein même des sunnites, par exemple en Égypte. Le web reflète ces différences et leur permet de s'épanouir. L'internet arabe est tout à la fois un espace de croisade pour l'islamisme, un cadre de défense d'un islam modéré, un lieu de construction d'un web « halal » ou même un espace de drague entre gays musulmans.

### *L'internet mainstream*

CETTE LECTURE D'INTERNET comme phénomène qui ne serait pas essentiellement mondialisé, cette grille d'analyse qui fait des conversations digitales des espaces singuliers territorialisés, est-elle intangible ? La dimension globale d'internet n'existe-t-elle pas ? Cette conclusion d'ensemble ne souffre-elle aucune exception ? Non, bien sûr.

Il est vrai tout d'abord qu'internet a été conçu techniquement sans frontières. Alors que les numéros de téléphone reposaient, par exemple, sur des indicatifs de pays, les ordinateurs sont identifiés sur internet par

une adresse IP théoriquement non géographique ; le chemin pris par les contenus lors de leur routage ne suit pas non plus de routes en fonction de la géopolitique ; quant aux sites web, ils peuvent avoir dans leur adresse un code pays, ou pas, et être hébergés n'importe où.

Il existe aussi des contenus globaux sur internet. Près de deux milliards de personnes ont visionné sur YouTube la vidéo de Psy, *Gangnam Style* ; j'ai également décrit dans ce livre ces Iraniens, ces Palestiniens ou ces Cubains fascinés par les vidéos de Lady Gaga, ceux qui téléchargent massivement, et en peer to peer, le dernier Madonna – symboles s'il en est d'un internet *mainstream* globalisé. Des millions de personnes utilisent iTunes, adoptent Netflix ou utilisaient le site pirate de Kim Dotcom, Megaupload. Les forums anonymes, de type 4chan, sont par nature globalisés comme leurs conversations, qu'il s'agisse des Anonymous ou des Lolcats, des contenus communautaires otakus ou pornographiques hardcore. Des activistes comme Julian Assange, l'artisan derrière Wikileaks ; le soldat américain Bradley Manning qui a transmis ces télégrammes confidentiels (et qui, souhaitant changer de sexe, doit être appelé aujourd'hui Chelsea Manning) ; l'informaticien Edward Snowden qui a révélé l'existence de programmes secrets d'espionnages massifs de la National Security Agency ; ou encore les journalistes américains Glenn Greenwald et Laura Poitras qui ont rendu publics ces documents – tous ces « lanceurs d'alertes » participent effectivement d'un internet global. Affirmer qu'internet n'est pas global face à ces exemples et à ces chiffres qui parlent d'eux-mêmes paraît quelque peu présomptueux. Car toute thèse a ses antithèses et ses exceptions qui confirment la règle.

En définitive, il me semble que cet « internet global », qui perdurera jusqu'à un certain point, va avoir tendance à diminuer à mesure que les smartphones se généraliseront et que le nombre de personnes connectées à internet augmentera – on devrait passer de 2,5 milliards d'internautes aujourd'hui à 5 milliards en 2020 et presque 7 milliards en 2025 (la quasi-totalité de la population mondiale, selon les prévisions de l'Union Internationale des Télécommunications et le pronostic des patrons de Microsoft et Google). Plus la « digital literacy », comme on appelle la capacité à accéder et maîtriser le numérique, progressera, plus internet se territorialisera. La formule prophétique si célèbre de Marshall McLuhan, celle de l'avènement d'un « village global », reste pertinente, mais à condition de la comprendre non pas comme un monde entièrement connecté ou comme le signe d'une globalisation uniformisée jusqu'au dernier village, mais tout au contraire comme la persistance du territoire dans un monde connecté et globalisé.

ET C'EST BIEN CELA LA THÈSE PRINCIPALE DE CE LIVRE. Il n'est pas question de nier l'existence d'un internet mainstream global, comprenant une « couche » de contenus standardisés et de flux mondialisés : il y a bien uniformité à ce niveau-là. Mais j'ai montré dans cette enquête que ces contenus sont souvent superficiels et quantitativement limités. Au-delà des flux américanisés, il y a de nombreux autres « streams ». L'essentiel des contenus que nous consommons, la culture que nous aimons, les conversations que nous tenons, les vidéos que nous visionnons sur internet sont dans notre langue – et sont territorialisés.

Pour le dire autrement, on pourrait avancer l'idée que s'il n'y a pas de « borders » sur internet, il y a néanmoins des « frontières » – pour reprendre cette distinction classique en américain entre la frontière politique légale et la limite abstraite et symbolique. La première est une frontière physique concrète, avec ses douanes, ses taxes, ses passeports et sa « border patrol » ; la seconde a un sens plus figuré, depuis le mythe de « la Frontière » qui distingue le monde civilisé du monde sauvage, jusqu'à la « New Frontier » de John F. Kennedy, qui s'ouvrait vers l'espace. En anglais, on dit *Doctors without borders* (Médecins sans frontières) et non pas *Doctors without frontiers* – ce qui ne voudrait rien dire. Internet n'a donc pas de « borders » mais il a des « frontières », ces limites symboliques fortes, intangibles, telles les langues, les régions, les cultures.

Ajoutons ici une autre dimension d'internet, inhérente à sa genèse au cœur de la contre-culture californienne : la nature communautaire du web. Internet permet alors une subjectivité qui est le contraire de l'uniformisation. Cette dynamique n'est peut-être plus localisée, mais elle est encore « territorialisée » au sens figuré, par son aspect « identitaire ». Cette identité réunit et rassemble ; elle peut être une source d'enrichissement. Elle permet de se sentir plus fort ensemble, de communiquer avec des personnes proches, de déclencher des solidarités. C'est une dimension « grégaire » très importante, au sens où des individus se réunissent en groupe pour former cette communauté parce qu'ils ont des envies, des goûts, des comportements proches. Internet devient ainsi une fédération d'identités, de cultures ou de niches.

En conclusion, il me semble qu'on peut affirmer que si l'infrastructure d'internet est globale et déterritorialisée, les contenus et les conversations sont principalement déconnectés et territorialisés. Ou pour le dire autrement : l'internet est territorialisé avec des interactions globales.

## *La balkanisation d'internet*

NI VRAIMENT GLOBALISÉ, ni véritablement uniformisé, internet dépend donc fortement des cultures, des langues, des contextes nationaux. Toutes les conversations sont différentes sur le web. Mais pour que ces caractéristiques très décentralisées d'internet puissent s'épanouir, encore faut-il que ceux qui assurent son fonctionnement technique n'abusent pas de leurs positions dominantes. Voilà pourquoi des régulations sont nécessaires, non pas tant d'internet, qui doit rester ouvert, mais de ses acteurs. Il ne s'agit pas d'imposer au web une nouvelle souveraineté nationale – le patriotisme économique numérique est une idée obsolète. Mais il faut malgré tout des règles et, si possible, une forme de justice numérique.

Mes interlocuteurs sur cinq continents pensent que la situation actuelle d'un internet régulé principalement par les seuls Américains n'est plus tenable. Mais les régulations internationales imaginées au sein des Nations Unies, via l'UIT par exemple, ne semblent guère plus satisfaisantes. Que faire ? Plusieurs de mes interlocuteurs pensent que nous devrions envisager des régulations par cercles concentriques, ce qui laisserait, par exemple, la gestion des noms nationaux de premier niveau aux États (comme le « .ca » au Canada ou le « .br » au Brésil). Certains de mes interlocuteurs pensent également que Google, Facebook ou Twitter seront obligés de laisser plus de marge de manœuvre à leurs versions nationales, régies davantage par des lois locales (le Google.com.br serait ainsi davantage géré par le bureau brésilien de Google et respecterait les lois nationales). De même, les conditions d'utilisation, ces fameux « Notice & consent » dont les géants du net imposent la signature par un clic, vont devoir devenir plus nationaux. Une autre nécessité est l'harmonisation de la fiscalité du numérique et la possibilité de taxer les sites de e-commerce et les réseaux sociaux dans le pays où ils réalisent leurs revenus. Sur le sol américain, la Cour suprême des États-Unis vient d'autoriser, en 2013, une telle fiscalisation au niveau des États ; il n'y a aucune raison pour que le reste du monde ne suive pas. C'est une priorité et une question de justice numérique. Et s'il existe deux réalités contradictoires à l'âge digital – des États avec des lois et des compagnies internet avec des règles d'utilisation – il va bien falloir que ces lois et ces règles s'articulent et se rapprochent. Sous une forme ou une autre, une certaine souveraineté virtuelle devrait voir le jour peu à peu à l'échelle nationale à condition qu'elle ne nuise pas à l'innovation et à la créativité, et qu'elle ne se traduise pas en une régulation mondiale d'internet bureaucratisée, ou étatique, sous l'auspice des Nations Unies.

Si l'Union internationale des télécommunications ne peut pas être le bon réceptacle pour coordonner l'architecture d'internet, on doit

imaginer de nouveaux cadres pour le faire. L'ICANN peut rester un acteur légitime, par exemple sur les noms de domaines génériques, si les États-Unis cessent définitivement d'en avoir la tutelle et si son siège social quitte le territoire américain, par exemple pour la Suisse ; l'Organisation mondiale du commerce pourrait être, aussi, une alternative. Enfin, et ce pourrait être la solution la plus pragmatique dans un premier temps, il est possible qu'un dialogue entre les États-Unis et l'Union européenne s'instaure sur cette question – sur la juste concurrence, la protection des données, la valorisation de l'innovation et de la créativité, la fin des monopoles et des abus de positions dominantes – et que, de cet équilibre, naisse désormais, pas à pas, de nouvelles régulations d'internet. Les principes dits du « Safe Harbor », sur le transfert des données, offraient déjà un espace de dialogue entre les Américains et les Européens ; il est temps que ce cadre juridique commun, mis à mal, sinon ridiculisé par Edward Snowden, soit renégocié drastiquement, qu'il impose la traçabilité des données et précise le lieu de leur hébergement. À bien des égards, je suis toutefois convaincu que les régulations d'internet ne se feront pas contre les États-Unis, mais avec eux. On peut imaginer, pour commencer, une régulation américaine articulée à une régulation européenne, laquelle serait peu à peu élargie aux pays émergents et au reste du monde.

En tout cas, n'oublions pas que ces régulations sont aussi un *soft power*. Les États-Unis, à travers de nombreuses régulations fédérales et étatiques d'une grande complexité – qu'elles soient impulsées par la Maison Blanche, le ministère du Commerce ou de la Justice, encadrées par le Congrès, définies par la Federal Communications Commission et la Federal Trade Commission, ou encore produites par les décisions de justice des tribunaux ou de la Cour suprême américaine –, façonnent aujourd'hui l'internet global. Ce faisant, puisque ces agences visent d'abord à réguler la concurrence, elles encouragent un fort protectionnisme en faveur des industries natives américaines.

Ne faut-il pas regretter le temps où ces agences fédérales, à l'esprit rooseveltien, luttait efficacement contre la concurrence et les abus de positions dominantes ? Aujourd'hui, les géants du net suivent leur pente monopolistique, sans être véritablement inquiétés par les régulateurs américains. Si les contenus sont de plus en plus territorialisés, les outils d'internet, les plateformes, les données, restent, eux, très concentrés aux États-Unis. Ce pouvoir exorbitant et anachronique n'a plus lieu d'être.

ALLONS-NOUS VERS UNE BALKANISATION D'INTERNET ? À la Maison Blanche et dans les principales agences de régulation du numérique aux

États-Unis, on prend très au sérieux cette menace de fragmentation, de reterritorialisation, voire de nationalisation d'internet. Hilary Clinton, elle-même, a parlé du risque de « rideau de fer électronique ». Quant aux géants du net, ils ont lu avec inquiétude les prévisions en baisse de l'économie du « cloud » aux États-Unis : une perte nette de recettes évaluée à 35 milliards de dollars pour 2014-2016, du fait des révélations d'Edward Snowden sur la surveillance généralisée d'internet par la National Security Agency. La fin de l'internet américain ? N'exagérons rien. Les États-Unis resteront un leader du numérique et beaucoup de ceux qui critiquent l'espionnage américain craignent davantage que leurs données soient interceptées par les Chinois ou les Iraniens. Mais ces révélations marquent bel et bien un tournant et une date clé dans l'histoire, encore jeune, d'internet. Il n'y a pas de doute qu'il y aura un avant et un après Snowden et que le futur du web en sera durablement affecté. Pour les États-Unis, cette crise marque la fin de l'innocence. Ailleurs, elle a permis d'ouvrir les yeux sur les risques que font peser les collectes de données de masse. Enfin, pour les Européens, cette affaire peut se révéler positive, si elle est l'occasion d'une prise de conscience de l'importance d'un internet européen et la nécessité d'inventer de nouvelles formes de régulations et de contrôle.

Alors, la « balkanisation » d'internet ? La puissance sentimentale de ce mouvement de fond, qui agrège le nationalisme politique au patriotisme économique, ne fait pas de doute. La mise en place d'une souveraineté numérique est une aspiration profonde partout et l'affaire Snowden n'a fait que la rendre plus urgente. Au Brésil et en Indonésie, les gouvernements veulent maintenant imposer aux géants du net américain et aux sites nationaux de conserver les données de « leurs » internautes sur leur propre sol ou de protéger de façon radicale leur vie privée. Des lois comme le *Marco Civil da Internet* sont en discussion à Brasilia. Même dans certains États américains, ce mouvement est perceptible, par exemple en Californie, où on parle de « data relocation » (relocalisation des données), ce qui permet de faire pression sur le gouvernement fédéral américain. Enfin, certains pensent que le « chiffrement généralisé » des communications et des contenus internet serait la solution pour contourner à la fois l'espionnage de la NSA et la censure chinoise.

Pourtant, une relocalisation des données a peu de chance de fonctionner sur la durée et pour plusieurs raisons. D'abord parce qu'il est difficile de déterminer la nationalité d'un internaute et plus encore de ses données : doit-on prendre en compte sa citoyenneté ? Ou bien l'endroit où il se trouve physiquement ? Doit-on considérer la nationalité de son fournisseur d'accès à internet, de l'hébergeur ou celle du fournisseur de contenus ?



Quant aux sites dont la raison d'être est le croisement des données de multiples pays, que ce soit pour le transport aérien, les locations de logement à l'étranger, l'emploi ou les finances, d'Expedia à Airbnb en passant par LinkedIn, une telle approche limiterait leur pertinence. Ensuite, parce que même si les données étaient « relocalisées », il serait extrêmement facile de les dupliquer ailleurs. Enfin, si une telle mesure était mise en place, elle aurait pour effet pervers de priver partout les start-ups et les entreprises nationales de toute possibilité de développement à l'étranger ; en fin de compte, cela favoriserait une fois encore les géants du net américain. Amazon et Google sont les seuls à pouvoir démultiplier leurs data centers dans de nombreux pays car le secret de Google, par exemple, réside moins dans son algorithme que dans son infrastructure : au moins 1,8 million de serveurs reliés en réseau et répartis dans 32 centres. Peut-on demander aux sites et applications de se conformer strictement aux législations nationales ? Cela leur imposerait de se conformer à près de 200 réglementations étatiques différentes, souvent contradictoires, sans parler des législations régionales ou locales. Nous ne pouvons pas prendre le risque d'aller vers cette « balkanisation » d'internet.

De la même manière, si la vie privée mérite certainement d'être mieux défendue, il sera sans doute difficile d'être trop radical dans ce domaine : Google, Facebook, Twitter, Netflix, Amazon et des milliers de sites, dans tous les pays, n'existeraient pas sans une utilisation des données privées qui sont au cœur de leur modèle économique (la publicité ciblée grâce aux algorithmes nourris par les données personnelles). On peut même penser que le web, dans son ensemble, dépend par nature de l'exploitation des données. Et cela est également vrai pour le brésilien Orkut, le russe VKontakte, le français Dailymotion ou le chinois Baidu.

Parallèlement, on observe aussi un mouvement de durcissement du contrôle d'internet, y compris de la part de pays démocratiques, comme par exemple la Turquie. Un député allemand a même dénoncé l'« occupation numérique » par les Américains, après leur occupation militaire. Sans aller jusqu'à de tels propos caricaturaux, la solution que beaucoup privilégient est de créer une régulation d'internet au niveau des Nations Unies.

Je ne crois pas en cette proposition, défendue par la Chine, la Russie ou l'Iran, d'une régulation d'internet au niveau de l'ONU. Ces régimes autoritaires rêvent que le web soit organisé comme le réseau téléphonique, avec ses standards globaux mais ses codes nationaux et le contrôle et les coûts de communications qui vont avec. Il s'agit d'une idéologie simpliste qui ne reflète pas la réalité d'internet sur le terrain. Ce que je crois en revanche, c'est que le web est déjà essentiellement territorialisé. Il doit rester ouvert et global, mais ses usages ne sont pas essentiellement

globaux. Un risque de balkanisation ? Non. Un risque d'indigénisation du web ? Un internet autochtone ? Pas forcément. Car le web est déjà territorialisé et individualisé. Par un curieux retournement de situation, les Américains s'inquiètent de perdre la main avec l'avènement d'un internet « balkanisé » alors qu'ils l'ont engendré, au moment où le reste du monde réclame plus de gouvernance nationale du web alors même qu'ils espèrent profiter de la globalisation.

# Smart sur le web : un livre bi-media

Enquête qualitative, *Smart* s'appuie aussi sur des sources quantitatives et une bibliographie de grande ampleur. Un site compagnon et un blog permettront aux lecteurs intéressés et aux chercheurs de trouver l'ensemble des sources de l'enquête :

- des tableaux et données statistiques d'ensemble sur l'économie numérique et les groupes Internet à travers le monde ;
- des analyses, notes méthodologiques et études complémentaires ;
- une riche bibliographie comprenant des centaines de références, pour chaque chapitre et chaque sujet ;

Tous ces documents seront accessibles mi-avril sur le site [smart2014.com](http://smart2014.com) ; des mises à jour et des informations complémentaires seront également régulièrement postées sur le compte Twitter de l'auteur : [@martelf](https://twitter.com/martelf)

**Relations Presse**

Solveig de Plunkett

01 49 54 36 65

sdeplunkett@editions-stock.fr

**Relations Libraires**

Charlotte Brossier

01 49 54 36 70

cbrossier@editions-stock.fr

Valentine Layet

01 49 54 36 77

vlayet@editions-stock.fr

**Twitter**

@martelf

@editionsstock

**Smart**

**Frédéric Martel**

En librairie le 23 avril

www.editions-stock.fr

EAN : 9782234077348