

ACTU INTERNET

Le feuilleton des présidentielles

Qui eut cru que les élections présidentielles américaines seraient le feuilleton de fin d'année? La démocratie a les yeux rivés sur la Cour suprême de Floride, où semble se jouer l'avenir de la formule électorale qui fait aujourd'hui sourire le monde. Du travail pour le vainqueur...
fr.fc.yahoo.com/e/electionus.html

✓ LEARNOUT & HAUSPIE

La société belge active dans la reconnaissance vocale a révélé, cette semaine, qu'un audit interne a permis de retrouver des informations qui avaient été cachées aux réviseurs de KPMG. L'approbation des comptes de la société belge de 1998 au premier semestre 2000 est ainsi remise en question.

✓ NEUROSEARCH

Le spécialiste des maladies psychiatriques a annoncé sa collaboration avec le hollandais Organon pour la mise au point de traitements contre différents troubles, dont l'anxiété. Ce rapprochement, très bien perçu par le marché, pourrait rapporter 15 millions d'euros en droits pour Neurosearch.

✓ CYBERWORKS

La plus grande compagnie téléphonique de Hong Kong a baissé de plus de la moitié ses frais liés à un emprunt de 4,7 milliards de dollars. Alors qu'elle avait payé 215 points de base au-dessus du taux de référence (LIBOR) pour sa dernière levée de fonds, elle ne paie plus que 85 points cette fois-ci.

✓ SEGA

Le numéro trois mondial des consoles de jeux a indiqué qu'il avait réalisé une perte nette de presque 300 millions au dernier semestre, car la concurrence livrée par la «playstation 2» du leader Sony l'a obligé à réduire le prix de ses produits. Néanmoins, les acheteurs ne semblent pas au rendez-vous.

✓ UBIZEN

Le spécialiste espagnol de systèmes de sécurité pour le web a annoncé un chiffre d'affaires de 22,89 millions d'euros au quatrième trimestre, en hausse de 150% par rapport à l'année dernière. Le groupe a poursuivi son expansion en ouvrant des représentations en Asie et en Italie.

SAVOIRS

HIGH-TECH ► BIOTECH ► INTERNET

DÉCOUVERTES

Davos en avant-première virtuelle

A deux mois du Forum de Davos, un détour par son site officiel montre une vie derrière le sommet grison. Toute l'année durant, le WEF s'efforce de mettre en relation les grands de ce monde pour le bien-être général... Si ça sonne la propagande capitaliste, l'initiative est remarquable.
www.davos.org

INTERNET

TOP LEVEL DOMAINS ► L'OMS avait été la première à réagir contre le rejet de sa proposition «dot-health»

La récente sélection des grands noms de domaine souligne les indécisions internes de l'ICANN

Parmi les sept nouveaux TLD, trois sont ouverts à chacun et quatre réservés. Où est la logique?

Yves Genier

Vendredi 17 novembre dernier au matin, le sang n'a fait qu'un tour dans les étages supérieurs de l'Organisation mondiale de la santé à Genève. La veille au soir, l'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) décidait à Los Angeles de lui refuser la création et la gestion d'un nouveau nom de domaine élargi, le «.health», qui aurait dû mieux catégoriser les sites internet consacrés à la santé. L'initiative rejoignait dans la pouibelle virtuelle 37 autres propositions de créations de top level domains (TLD), le plus souvent à la grande colère de leurs initiateurs, qui avaient dû déboursier 50.000 dollars rien que pour faire acte de candidature. La première réaction de l'OMS, ce vendredi matin, fut de publier un communiqué annonçant sa volonté de faire recours.

Les jours suivants, les observateurs ont tenté sans grand succès de comprendre la logique de sélection de l'ICANN. Au terme d'une procédure engagée formellement au début de l'été, ce

lui-ci a reçu la candidature de 44 organismes pour presque autant de nouveaux TLD et en a sélectionné sept. Or, parmi les sept sélectionnés, quatre ont une vocation purement commerciale tandis que trois autres sont attribués à des organisations à but non lucratif. «Je ne sais pas quels sont les critères qui ont guidé les choix de l'ICANN, reconnaît par exemple le président de la section genevoise de l'Internet Society (ISOC), Alan MacClusky. La question est d'importance puisque, pour la première fois depuis la fin des années 1980, les grands domaines allaient enfin échapper à la domination sans partage des «.com», «.org» et «.net», attribués par NSI, propriété de la société californienne VeriSign.

La procédure était volontairement accélérée

Manifestement, l'organisation responsable de l'architecture générale de l'architecture des noms sur Internet – et dont la mission consiste surtout à éviter que deux adresses soient recouvertes par le même nom de domaine – n'a pas su trancher en

tre une tendance commerciale et une autre penchant vers l'utilité publique. Ce choix dépendant des membres de la direction de l'organisation, la fracture entre les diverses tendances semble bien réelle.

«A l'origine», se rappelle Werner Staub, de l'organisation CORE basée à Genève, «la direction allait clairement dans le sens des commerçants. On allait élargir le nombre de TLD pour briser le monopole de NSI mais sans donner trop de champ. Les questions posées au départ portaient davantage sur les aspects financiers que sur les données techniques.» La rapidité de la procédure, sévèrement critiquée dès son lancement, obéissait à cette logique: il fallait limiter autant que possible les candidatures afin d'éviter à l'ICANN une noyade sous les demandes et limiter ces dernières aux groupes disposant rapidement des moyens nécessaires.

Les compétences ont manqué

Cela ne l'a pas empêché d'être pris de court par le nombre de dossiers qui lui sont parvenus, provoquant une préselection

plutôt aléatoire. La candidature de l'Union postale universelle (pour un «.post») a ainsi été écartée pour un motif technique qui n'a pas été retenu dans d'autres cas. «Il manquait tout simplement de personnel vraiment qualifié pour traiter de toutes les demandes dans les délais», poursuit Werner Staub, dont la proposition de créer un TLD «.nom» n'a pas été retenue. Résultat: certains membres de l'organisation, présentant pourtant toutes les qualifications requises, ont été surpris en pleine confusion de données techniques.

Celles-ci, enfin, n'ont parfois fait l'objet de d'examen superficiels. Si l'on ajoute à cela les hésitations sur le traitement purement administratif des candidatures (l'ICANN n'acceptait, dans un premier temps, que des chèques de la part des demandeurs, et refusait les virements bancaires, très peu usités aux Etats-Unis) ainsi que d'inévitables pressions politiques, l'on donne l'état de la confusion qui régnait dans les étages supérieurs de la jeune organisation lorsqu'est venu le grand jour du

choix. Ainsi, le fait que l'un des candidats n'ait été retenu que sur la base du montant de 80 millions de dollars donnés comme base d'investissement, a fait bondir plus d'un observateur.

«Ce sont des maladies de jeunesse», tempère Rosa Delgado, membre du Conseil international de l'Internet Society depuis l'été dernier. Cette responsable des applications de réseau à la Sita (Société internationale des télécommunications aériennes) à Genève n'a en effet pas autant de motifs de se plaindre: la candidature «.aero» présentée par son organisation fait partie des sept sélectionnées.

L'ICANN n'est pas encore stabilisée

Fondée à la fin 1998, l'ICANN n'a pas encore entièrement stabilisé ses structures. Toutefois, son statut est ambigu: de droit privé, elle ne dépend en aucun point de l'administration américaine pour son existence ou ses règles de fonctionnement, si ce n'est l'application de la loi sur les sociétés. Cependant, ses décisions ne sont pas définitives. En

effet, seules les confirmations effectuées par le Département américain du commerce ont force de loi. Les TLD sélectionnés devront encore obtenir cet aval pour fonctionner véritablement. L'organisation se situe par conséquent à mi-chemin entre la solidité d'une organisation gouvernementale et la liberté d'une structure entièrement privée. A l'évidence, ce système ne peut pas donner satisfaction sur la durée.

«Il vaut mieux, toutefois, que celui qui prévalait avant», poursuit Rosa Delgado. Le système précédent attribuait tous les droits au gouvernement de Washington, qui les avait délégués à NSI avec pour conséquence l'érection d'un monopole sur les adresses à portée universelle. Le même fatalisme touche les autres candidats, y compris ceux qui n'ont pas été retenus au cours de cette ronde. «C'est un premier pas», explique Werner Staub. «Il y en aura certainement d'autres». L'OMS aura peut-être son domaine à elle, sans nécessairement procéder à un recours dont les voies restent encore à explorer ●

INTERNET

► E*Trade ouvre des magasins. Amazon pactise avec Toys «R» Us

La revanche de la vieille économie

Image de marque, visibilité et présence physique font également recette sur le net.

Carine Jaggi*

Les start-up internet ne viendront donc pas à bout de la vieille économie. Une observation qui, un an plus tôt, ne faisait pourtant pas figure d'évidence, à en juger les performances du Nasdaq. La capitalisation boursière d'Amazon.com, effigie de la nouvelle économie, écliprait encore triomphalement celle du premier libraire américain Barnes & Noble. L'an 2000 aura donc remis quelques pendules à l'heure. Même malhabiles ou retardataires, les sociétés pré-internet possèdent des atouts non négligeables: notoriété, visibilité et clientèle existante.

D'abord freinée par des systèmes informatiques inadaptés, un manque de personnel qualifié ou des canaux de distribution à ménager, la vieille économie est en train de gagner du terrain sur les dotcoms. Alors que ces dernières subissent les contre-performances de la bourse, les sociétés traditionnelles s'appuient sur leur clientèle

existante, usent de leur influence sur les fournisseurs et distributeurs, exploitent leur notoriété et leur visibilité. Pancartes, concours, sacs, tickets de caisse: les commerçants américains ne manquent pas une occasion d'inviter leurs clients sur leur site internet. Le libraire Borders placarde ses magasins d'affichettes. La chaîne de vêtement Gap a équipé certaines boutiques de postes internet en libre service. Aux caisses de Kmart, on a distribué plus de 15 millions de CD-Roms offrant un accès gratuit à internet.

Un retard qui pourrait devenir un avantage

La vieille économie frileuse risque bien d'être avantagée par son retard. Avant de se lancer, elle se permet de tirer les leçons du passé, notamment qu'il vaut mieux fusionner ses opérations traditionnelles et on-line, à l'image de Charles Schwab, plutôt que d'engloutir des millions dans de nouvelles marques internet, comme Disney avec Go et Bank One

avec Wingspanbank. En outre, le spectre de la cannibalisation tend à s'estomper, comme l'indique la chaîne Staples, qui prétend que 70% des consommateurs de Staples.com ne sont pas des clients de ses magasins.

En cette fin d'année, l'internet s'ouvre à une nouvelle dimension, qui reflète le comportement d'achat hybride des consommateurs. En effet, selon NRF, 34% des consommateurs américains ont recherché ou acheté un produit en magasin vu sur internet et 27% ont recherché ou acheté un produit on-line vu en magasin.

Rachats et partenariats devraient se multiplier

De leur côté, les dotcoms cherchent des points de contact physique avec les consommateurs. Le portail E*Trade a récemment ouvert un magasin pilote nouvelle formule qui offre un accès à ses services financiers online et une assistance de conseillers en chair et en os. Toysrus.com et Amazon.com vont désormais ex-

ploiter un magasin on-line de jouets en commun, donnant la possibilité aux clients de retourner les produits achetés dans n'importe quel magasin de la chaîne de jouets. Toys «R» Us a donc décidé de sous-traiter ses opérations on-line – totalement submergées Noël passé – pour se concentrer sur les relations avec les fournisseurs, la sélection des jouets et le merchandising. Amazon gèrera le site, le service clients et les commandes, tout en bénéficiant de nouvelles dépendances matérielles.

Les rachats et partenariats entre nouvelle et vieille économie devraient se multiplier ces prochains mois, pour aboutir à des offres multi-canaux exploitant de nouvelles synergies. Magasins, catalogues et sites internet seront de plus en plus intégrés, de telle manière qu'un consommateur pourra s'informer, commander et retourner un produit quel que soit le canal ●

*Consultante et Partenaire chez namics
carine.jaggi@namics.com

L'AGENDA DU HIGH-TECH

- 10^e (IFIM) International Forum on Technology, Vienne, du 27 novembre au 1^{er} décembre
- Eyeforpharma Europe 2000, à Bâle, du 28 au 30 novembre
- Technologie de l'information et le marché des consommateurs, Paris, le 29 novembre
- Venture Forum 2000, Londres, du 29 novembre au 1^{er} décembre
- First Tuesday «matchmaking-wireless», Helsinki, le 30 novembre

L'ACTION VEDETTE DU JOUR

● TYCO (TYC US)

