SECTION INTERNET DU CLUB MEDERIC DE MARSEILLE

# Internet Gazette

Site : http://aviquesnel.free.fr/Mederic

5 mars 2007
Numéro 44

***Sommaire***

De l'utilité des jeux video ..... 1
Après le Web 2.0, on parle déjà du Web 3.0 ..... 1
Logiciel de sauvegarde des données personnelles simple à utiliser ..... 3
Près de 500 € d'économisés chaque année sur votre carburant ! ..... 3
Internet Explorer du bon usage de la molette ..... 3
Avec Joost, la télé enfin Net ..... 4
Tirages photo gratuits ..... 5
Veoh de la concurrence pour Google / YouTube ..... 6
Les clés USB 8 Go se démocratisent ..... 6
Gravure HD DVD et Blu-Ray : la course de vitesse est lancée ..... 6
Peer-to-peer: le gouvernement précise les sanctions à appliquer ..... 7
France Telecom a perdu 2 millions de clients ..... 8
Adobe : un Photoshop en ligne d'ici six mois ? ..... 8

## De l'utilité des jeux video

*Les jeunes chirurgiens habitués aux jeux électroniques sont meilleurs que leurs anciens dans certains actes chirurgicaux, notamment les opérations laparoscopiques.*

*C'est ce que vient de révéler une étude menée auprès de 33 professionnels du Beth Israel Medical Center de New York et publiée dans Archives of Surgery. Les jeunes chirurgiens qui avaient consacré au moins trois heures par semaine aux jeux vidéos dans le passé ont commis 37% moins d'erreurs, ont opéré 27% plus vite et ont obtenu des scores totaux supérieurs (42%) à ceux de leurs collègues plus expérimentés (10 ans en moyenne) mais sans pratique de la PlayStation, du GameBoy ou de la Xbox.*

## Après le Web 2.0, on parle déjà du Web 3.0

*Alors que l'on commence tout juste à comprendre ce qu'est le Web 2.0, des experts évoquent déjà un Web 3.0 encore davantage centré sur l'utilisateur. A la manière des réseaux P2P, celui-ci serait invité à héberger lui-même ses propres créations.*

*Web 1.0: Les contenus sont produits et hébergés par des entreprises.*

*Web 2.0: Les contenus sont produits par les internautes et hébergés par des entreprises.*

*Web 3.0: Les contenus sont produits et hébergés par les internautes.*

*Cela signifie ne plus héberger son mail sur Gmail, ses photos sur Flickr, etc… Les données sont reçues, stockées et accessibles sur une machine administrée par et physiquement chez l'internaute.*

*En quoi cette nuance technique sur l'hébergement rend-elle ce web 3.0 totalement différent du web 2.0 d'aujourd'hui?*

***1) Sécurité du web**: Aujourd'hui, les internautes hébergent leurs données (mail, site web, photos, etc…) sur des serveurs administrés par des compagnies*

*profitables. En hébergeant eux mêmes leurs données, les internautes peuvent héberger des données plus sensibles/privées. Ce web 3.0 donnerait donc accès à un nouveau type de données et permettrait une réelle ubiquité pour toutes les données.*

***2) Les limites du web:** Aujourd'hui, les hébergeurs proposent des services limités en qualité (ex: 5Mo par photo) et en quantité (ex: 3Go pour le webmail). En hébergeant leurs données chez eux les internautes n'auront plus de limites quantitatives et qualitatives. Ce web 3.0 donnerait donc accès à une quantité et une qualité de données illimitées.*

***3) Liberté et créativité sur le web:** Aujourd'hui, changer d'hébergeur est contraignant. Il faut prévenir ses contacts du changement, récupérer ses photos avant de les mettre chez un autre hébergeur, etc… Ceci favorise l'immobilisme et rend plus difficile l'émergence de nouvelles solutions. Pour changer de solution dans ce web 3.0, il suffirait d'installer un nouveau logiciel permettant d'héberger des données et les services associés (client mail, gestion d'albums photos, etc…). Ce web 3.0, comme les logiciels libres, favoriserait donc la créativité des développeurs et permettrait aux utilisateurs de toujours avoir accès aux meilleures solutions.*

***4) Économie du web:** Pour héberger des données dans ce web 3.0, les internautes utilisent les ressources de leur machine (mémoire, calcul et réseau). En utilisant la technologie peer-to-peer qui permet de mutualiser les ressources de millions de machines, ce web 3.0 pourrait proposer gratuitement des services aujourd'hui coûteux (ex: sauvegarde en ligne) ou sans intérêt commercial.*

*Avec le Web 1.0, les contenus étaient produits et hébergés par les entreprises de façon centralisée et statique. Le Web 2.0 (Wikipedia, MySpace, Flickr...) passa la charge de production de ces contenus aux internautes, tandis que l'hébergement restait toujours à la charge de sociétés à but lucratif. Plusieurs spécialistes évoquent désormais l'avènement prochain "du" Web 3.0 (si tant est qu'il n'y en ait qu'un). Cette-fois ci, ce seront les internautes les producteurs et hébergeurs de leur contenu. C'est du moins ce que prétendent Anh-Tuan Gai, docteur en informatique et co-fondateur du logiciel Peerple avec Fabrice Le Fessant et Laurent Viennot, ou Nova Spivack, fondateur de Radar Networks.*

*Plus qu'une simple évolution dans le stockage des données, le Web 3.0 aurait de réelles implications sur les pratiques de l'Internet. Tout ce qu'a fait l'industrie informatique depuis quelques années tend à transformer l'ordinateur vers une simple interface d'accès à un Internet "tout en un". On héberge nos mails sur Hotmail, nos vidéos sur YouTube, et nos photos sur Flickr. Le Web 3.0 irait alors à l'encontre de cette tendance, remettant l'internaute au centre de l'hébergement de contenu. En hébergeant par exemple lui même ses photos, il ne serait plus contraint par l'espace alloué par Flickr, mais par les capacités de sa propre machine (mémoire, calcul, et réseau) nettement supérieures à celle concédée par le site de photos, surtout avec le développement sans cesse croissant des prouesses de nos machines. Certains projets avaient déjà perçu la puissance considérable que pouvaient avoir un réseau de machines mises bout à bout : le Genome Project pour la recherche génétique, ou Seti pour la recherche de vie extraterrestre. Mais au lieu de consacrer cette puissance au traitement de données scientifiques, elle serait ici dédiée à une multitude de contenus différents.*

*La démocratisation d'outils libres et open-source permettraient d'héberger facilement ces fichiers, aussi facilement qu'avec les outils Web 2.0 actuels. Ces différents facteurs viendraient de la sorte "booster" encore plus qu'elle ne l'est déjà la création de contenus sur Internet. Le Web 3.0 constituerait alors, à l'instar du Peer-to-Peer, un réseau Internet fondé avant tout sur les capacités de stockage des internautes. Sauf qu'il n'agirait pas ici d'échange de contenus déjà existant, mais de création même de propres contenus. Un compromis, en quelque sorte, entre le P2P et le Web 2.0, à l'image de ce que veut proposer Pablo Soto avec avec Omeno. Mais si les hébergeurs Web 2.0 , afin d'éviter toute dérive, ont souvent essayé d'avoir un minimum de contrôle et de censure sur les contenus proposés par les internautes, qu'en serait-t-il si cette vision du Web 3.0 était amenée à se concrétiser.*

## Logiciel de sauvegarde des données personnelles simple à utiliser

*Fab's Autobackup vous permet de sauvegarder et de restaurer des données personnelles comme vos e-mails, documents, favoris Internet...*

*Le dossier "Documents Partagés"*
*Le dossier "Mes Documents"*
*Le bureau Windows (du profil utilisateur)*
*Les favoris de Internet Explorer*
*Les cookies de Internet Explorer (la restauration n'est possible qu'avec BART PE)*
*Les messages et réglages (règles, comptes mails) de Outlook Express*
*Le carnet d'adresses Windows (utilisé par Outlook Express)*
*Les fichiers PST de Office Outlook (contient vos messages, contacts...)*
*Le fichier d'activation de Windows (évite un coup de fil chez Microsoft pour réactiver Windows)*
*Les fichiers d'activation de Office XP/2003*
*Les signets et le cache de Opera*
*Les signets et le cache de Mozilla Firefox*
*Les messages et paramètres de Mozilla Thunderbird*
*Le dossier "Data" de Lotus Notes (Identifiants et paramètres utilisateur)*
*Le fichier Rasphone.pbk (paramètres de connexion internet via modem, excepté logins et mots de passe)*
*Les polices de Windows (utile pour sauvegarder des polices de caractères spéciales)*
*La configuration réseau TCP/IP (uniquement sous Windows XP)*

*Logiciel multilingue dont le français, gratuit, efficace et facile à paramétrer.*

*Site Officiel*

## Près de 500 € d'économisés chaque année sur votre carburant !

*Partons du postulat que vous faites approximativement 15000 kms/an avec votre voiture qui consomme en moyenne 6 L/100 kms. Nous voilà déjà avec une consommation de 900 L de carburant par an.*

*A présent, nous vous invitons à utiliser les comparateurs de carburant que nous avons sélectionnés pour vous :*

***- Zagaz***
*> " http://www.zagaz.com "*

***- Carbeo***
*> " http://www.carbeo.com "*

***- Prix-carburants***
*> " http://www.prix-carburants.gouv.fr "*

*L'idéal est de comparer au moins une fois chacun d'eux pour votre ville. En effet, les résultats peuvent être différents en fonction du nombre de stations présentées sur chaque site.*

*Vous serez certainement surpris de constater la différence de prix pouvant exister entre deux stations. Avec le site Zagaz, nous trouvons pour Gap (Hautes Alpes) un tarif pour le SP98 qui varie de 1.146€ à 1,28€, soit un écart de 0,134€. A Marseille, l'écart est de 0,381€ (1,139 € min / 1,52 □ max).*

*Economie maximum : 0,381€ x 900L = 342€*

## Internet Explorer du bon usage de la molette

***La plupart des Internautes disposent désormais d'une molette sur leur souris. Sur le Web, comme dans un traitement de texte, ce génial accessoire permet de faire défiler un document de haut en bas et de bas en haut, mais, associé à certaines touches du clavier, elle peut remplir trois autres fonctions.***

*En maintenant la touche **CTRL** enfoncée alors que l'on actionne la molette, on peut agrandir ou rétrécir de force la taille d'affichage des textes selon le sens de rotation. Cela équivaut à la commande taille du texte qui se trouve dans le menu Affichage.*

*En pressant la touche **Majuscule** (ou **Shift** si votre clavier est en anglais), vous pourrez revenir aux pages précédentes si vous tournez la molette vers le haut ou aux pages suivantes en l'actionnant vers le bas.*

*En cliquant sur la molette (qui fait aussi office de troisième bouton de la souris) n'importe où sur une page web, vous constaterez qu'un pointeur*

*particulier apparaît à l'écran. Vous pouvez alors déplacer votre souris de haut en bas et de gauche à droite pour faire défiler le contenu de la page dans cette direction.*

## Avec Joost, la télé enfin Net

***Les créateurs de KaZaa et Skype lancent une nouvelle façon de capter des chaînes sur le Web.***

*Avec Joost, leur nouveau projet, ils veulent tout simplement changer la façon de regarder la télé. Zennström le Suédois et Friis le Danois ne sont pas des inconnus sur le Net. Ils ont créé KaZaa, autrefois la star des outils de partage de fichiers, puis Skype, l'outil de téléphonie gratuite revendu à eBay pour 2,6 milliards de dollars. Joost a un concept simple : mélanger les atouts du Net et ceux de la télé. Soit une image de bonne qualité sur ordinateur, mais en plein écran, comme sur une télévision. Et, surtout, avec des interactions avec les programmes :* «L'utilisateur peut laisser des commentaires sur un programme, *explique Eric Clémenceau.* Et tous les téléspectateurs qui regarderont le même programme pourront lire ses remarques et y réagir.» *Une sorte de télé communautaire reprenant les principes du Web 2.0, somme toute.*

***Coût de diffusion nul.*** *Côté contenu, Joost n'a cependant rien à voir avec YouTube, le célèbre site d'hébergement de vidéos. Les programmes de Joost seront fournis uniquement par les professionnels, qui géreront leurs images à leur convenance. Pas question ici de laisser les internautes mettre en ligne du contenu potentiellement piraté. Visiblement, Niklas Zennström et Janus Friis ont retenu la leçon de KaZaa (115 millions de dollars d'amende réglés l'an dernier à l'industrie musicale américaine pour violation de copyright).* «Nous voulons oeuvrer dans le respect le plus parfait de la propriété, *ajoute Eric Clémenceau.* C'est la base de notre *business-model.* » *Du reste, Joost ne se présente pas vraiment comme un clone de YouTube, plutôt comme une nouvelle plateforme de distribution, concurrente du satellite ou du câble. Et, pour rassurer les producteurs de contenu, l'intégralité des vidéos sera protégée. Avant le lancement public, prévu pour début avril, Joost espère signer avec le plus grand nombre possible de chaînes de télé. En faisant miroiter un coût de diffusion nul et des pubs très ciblées. Premier groupe séduit : l'américain Viacom (les studios Paramount et les chaînes MTV, entre autres), actuellement en bisbille avec YouTube. Emissions pour ados et clips à profusion devraient donc être au programme.*

*Côté technique, Joost utilisera, comme KaZaa et Skype, une technologie «P2P»* (peer to peer). *Le téléspectateur recevra ses émissions non pas d'un serveur émetteur central, mais d'une multitude d'autres téléspectateurs regardant la même chose. Et chacun émettra en même temps vers les autres «télénautes». En fait, le programme est fractionné en morceaux de huit secondes. Du coup, aucun internaute n'a jamais la vidéo entière sur son ordinateur, une assurance supplémentaire pour les producteurs. Et, pour l'internaute, aucun délai avant de visionner. De plus, cette technologie présente de nombreux avantages pour Joost :* «Pour nous, les coûts en bande passante n'auront rien à voir avec ceux de services comme YouTube ou Dailymotion», *selon Eric Clémenceau.*

***Listes.*** *Pour regarder la télé sur Joost, le téléspectateur du futur devra suivre un rituel différent de l'actuel. Ni télécommande ni canapé : on se pose devant son ordinateur, on installe un programme (actuellement en test), et des «chaînes» s'affichent à l'écran. Ce sont en fait des listes de programmes télé permettant de regarder ce qu'on veut à tout moment. En clair, dans Joost, pas de diffusion des programmes à horaire fixe. A coups de souris, on peut se faire sa propre petite grille de programmes à mater à son rythme. De la vidéo à la demande, mais gratuite et à grande échelle.*

***Combinaison.*** *Joost n'exclut cependant pas d'appliquer un classique système de* Pay per view *à certains programmes.* «Mais Joost est gratuit à 90 %», *prévient Eric Clémenceau. Evidemment, il y aura de la pub. Après tout, il faut bien manger (et rémunérer les chaînes de télé). Mais Joost promet que la publicité ne sera présente qu'en très petite quantité (de l'ordre d'une minute par heure). Elle sera en revanche très ciblée, personnalisée. Joost devrait ainsi proposer aux téléspectateurs de la pub en fonction des programmes qu'ils ont déjà regardés, ou en rapport avec leur lieu d'habitation. Les créateurs de Joost pensent tenir la combinaison gagnante, qui lassera moins le téléspectateur*

*tout en attirant plus les annonceurs*

## Tirages photo gratuits

*Pourquoi les photographies ne deviendraient-elles pas des supports media comme d'autres ? Une idée de Cyril Bodard, directeur général de mesphotosoffertes.com, et chef d'entreprise investi de longue date dans le développement photographique à travers le laboratoire industriel Flashcolor, notamment. Sur le site mesphotosoffertes.com, il proposera aux internautes, à partir du 21 mars, de développer vingt photos par semaine gratuitement, livraison incluse, en échange de l'affichage d'une bannière publicitaire sous leurs tirages. Celle-ci est séparée de la photo par une ligne blanche et des pointillés, et donc aisément découpable. Les annonceurs intéressés pourront donc y développer des opérations de couponing ou des jeux, ou bien encore rediriger vers leurs sites Internet : "l'objectif de cette offre est d'aider les annonceurs dans leurs opérations de génération de trafic." affirme Cyril Bodard.*

*Alors que la préinscription est ouverte aux futurs utilisateurs depuis 3 mois, mais n'a bénéficié d'aucune promotion, mesphotosoffertes.com aurait déjà récolté au moins 70.000 contacts. Les sites de bons plans tels LesRadins.com se sont en effet chargés de relayer la nouveauté dès qu'ils en ont eu connaissance. Cyril Bodard estime le trafic potentiel de son site à 14 millions de visites par semaine, et vise l'impression de 3.500 photos pour le premier mois d'activité. Toujours selon lui, d'ici à fin mars, le nombre de contacts de sa base pourrait s'élever à plus d'un million. Les 100.000 supports photos seront vendus à 18 cents d'euro le contact aux annonceurs, sur la base d'un tarif dégressif en fonction de la quantité. Sur la base du tarif le plus bas (15 cents d'euro), mesphotosoffertes.com vise donc un chiffre d'affaires de 10 millions d'euros la première année.*

*Quant aux annonceurs, ils seraient nombreux parmi les grands à s'intéresser à l'offre, mais assez frileux : "Les grandes marques ne veulent pas être pionnières afin de ne pas risquer d'écorner leur image au cas où ça ne marcherait pas", explique le président. Une cinquantaine de contrats seraient toutefois signés. Par ailleurs, la société envisage de développer plus tard un service de publicité géolocalisé à destination des plus petits annonceurs, cela, une fois que la base de clients sera assez conséquente. En effet, les formulaires d'inscriptions détaillent à la fois, les goûts des internautes, ainsi que leur situation sociale et professionnelle, dans le but de cibler le plus possible les impressions qui leur sont destinées. Et pour assurer une fraicheur optimale de ses bases, la société vérifiera à chaque commande la validité des coordonnées des utilisateurs.*

*Pour populariser son service, mesphotosoffertes.com prévoit, au moment du lancement officiel, de déployer une campagne d'affichage en partenariat avec un annonceur de la grande consommation : celle-ci devrait toucher au moins 10 millions de français. La cible de la société se situe parmi la tranche d'âge 15-35 ans, dont les revenus ne permettent pas toujours de développer les photos, mais qui stocke, selon les statistiques dont dispose mesphotosoffertes.com, au moins 500 photos dématérialisées sur son ordinateur personnel. Il s'agit en outre d'une cible bien équipée en informatique, avide de nouveautés et moins réfractaire à la publicité, voire même souvent friande d'offres promotionnelles.*
*Mesphotosoffertes.com ne veut pas "casser le marché" des autres acteurs du domaine, avec qui il rentrera en concurrence.*

*Le dirigeant considère en effet que son concept peut être à même de lutter contre l'érosion du marché de l'impression photographique. Au-delà des sept sociétés avec lesquelles il s'est associé pour monter le site en fonds propres (40.000 euros), Cyril Bodard prévoit en effet d'externaliser de nombreux services : de l'impression à la livraison des photos, en passant par la régie media (l'offre aux annonceurs est couplée avec une campagne de bannières sur le site). Il devrait d'ailleurs faire travailler son principal concurrent, l'un des plus grands laboratoires industriels.*

**Le site**
**Mesphotosoffertes.com**

*En effet, depuis l'avènement du numérique, et bien que les sites de développement semblent s'enrichir, les français développeraient en réalité dix fois moins de photos qu'il y a dix ans. Plusieurs grandes marques*

*de papier photo ont d'ailleurs disparu du marché Avec son offre, Cyril Bodard espère retrouver les niveaux de tirage de l'année 2000, soit une pellicule par semaine. Parmi ses projets : intégrer son service directement sur les portails des opérateurs mobile, afin que les utilisateurs de mobile photo puissent y uploader leurs clichés.*

## Veoh de la concurrence pour Google / YouTube

*Alors que Google travaille actuellement sur des solutions pour éviter la diffusion de contenus vidéo piratés sur son service de vidéo en ligne YouTube, racheté il y a quelques mois, la concurrence s'emballe.*

*Parmi la masse de nouveaux services concurrents de YouTube, « Veoh » est sans doute le plus intéressant et celui qui passera le moins inaperçu. Lancé avec l'aide de TimeWarner et de Disney avec un capital de 12,5 millions de dollars US, ce service de vidéo utilise une technologie P2P pour diffuser des vidéos amateurs ou professionnelles dans une très bonne qualité à partir d'un simple lecteur Web Flash. La firme propose aussi un lecteur logiciel à télécharger qui permettra de profiter d'une qualité DVD (photo ci-contre).*

*Veoh propose notamment l'accès aux vidéos des internautes, mais aussi à des séries pré-chargées ou à des chaînes Internet. Veoh et sa technologie P2P devrait être un concurrent sérieux pour Joost qui devrait utiliser une méthode de diffusion similaire. Le service autorise le partage de vidéo via les blogs, les flux RSS ou encore la diffusion sur les baladeurs iPod ou compatibles Windows Media Player.*

*Pour rentabiliser son service, Veoh espère vendre de la publicité et certains contenus (paiement au visionnage ou abonnement mensuel). Veoh affirme être en pourparlers avec plus de 40 fournisseurs de contenus. Concernant le piratage, la société précise qu'elle efface systématiquement les vidéos signalées comme étant illégales et qu'elle planche déjà sur des méthodes plus efficace pour résoudre ce problème commun aux différents sites de diffusion de contenus vidéos ouverts aux internautes.*

## Les clés USB 8 Go se démocratisent

*Alors qu'elles étaient assez rares et relativement onéreuses il y a encore de cela quelques mois, les clés USB associées à une capacité de stockage de 8 Go se démocratisent enfin. Vendues à présent à partir de 68 euros TTC, ces clés offrent un espace de stockage important et certains de ces modèles pourront notamment être utilisés sous Windows Vista pour accélérer le lancement des applications via l'utilisation de la fonction Ready Boost (sachant qu'il est généralement recommandé de réserver 2 à 4 Go pour Ready Boost afin de profiter des meilleures performances qui soient).*

*Aujourd'hui, la plupart des grands fabricants (Corsair, Verbatim, Transcend, Sony...) proposent des clés USB 8 Go. Dans les semaines à venir, les modèles disponibles devraient continuer de se multiplier. PNY a d'ailleurs annoncé aujourd'hui sa nouvelle clé « PNY Attaché 8 Go » qui sera vendue au prix public de 129 euros. Prochaine étape ? Démocratiser les clés USB de 16 Go vendues plus de 160 euros TTC.*

Clé USB PNY Attaché 8 Go

## Gravure HD DVD et Blu-Ray : la course de vitesse est lancée

*Maintenant que les protections des HD DVD et Blu-Ray ont été cassées, le marché du support vierge et des graveurs nouvelle génération va pouvoir s'ouvrir à*

*grande échelle. Et avec lui la traditionnelle course de vitesse sur les procédés de gravure. Le Japonais Nichia Corp. affirme ainsi avoir mis au point une diode laser bleu-violet capable de graver un disque à une vitesse de 10x en double-couche, et 2x sur quatre couches. La diode délivre un rayon laser d'une puissance de 320 mW, contre 130 mW pour les diodes à laser bleu-violet actuelles. La technologie ne devrait cependant pas arriver dans les foyers avant le premier semestre 2008...*

*Le logiciel de copie des HD DVD n'a plus d'hébergeur. La communauté des logiciels libres SourceForge, qui hébergeait le code source du projet, a dû répondre à une mise en demeure et retirer le logiciel. Le jeu du chat et de la souris, auquel le chat finit toujours par perdre, peut commencer...*

*En décembre dernier, un certain Muslix64 faisait trembler Hollywood en annonçant qu'il a trouvé la faille pour copier sur son disque dur et lire les vidéos stockées sur un HD DVD. Les hackers se sont engouffrés dans la faille et très vite les premiers HD DVD piratés puis les premiers Blu-Ray apparaissent sur BitTorrent et sur l'ensemble des réseaux P2P. Début février, un dénommé Arnezami proclame qu'il a trouvé la clé du Saint Graal, qui permet de décoder sans effort l'ensemble des Blu-Ray et HD DVD sortis jusqu'à présent.*

*Les mois d'efforts passés à créer les protections les plus complexes possibles, en dépensant des millions de dollars en recherche et développement, sont déjà ruinés. Le logiciel BackupHDDVD a été repris par la communauté du logiciel libre qui a entrepris de l'améliorer pour le rendre le plus simple possible d'utilisation pour le grand public. C'est très logiquement sur SourceForge.net, le principal site de développement open-source, qu'a été stocké le projet. La bombe était lancée et plus rien ne peut l'arrêter.*

*Pourtant les studios semblent toujours croire qu'elles peuvent arrêter l'écoulement d'une rivière avec leurs mains. Elles ont sommé SourceForge.net de retirer les fichiers de BackHDDVD de leur serveur, alors que le logiciel est déjà disséminé sur le web à grande échelle. Selon nos observations, au moins 800 sites référencés par Google proposent déjà de télécharger le logiciel. La lutte est vaine.*

## Peer-to-peer: le gouvernement précise les sanctions à appliquer

***Une circulaire émanant du ministère de la Justice explique aux magistrats de France comment appliquer la loi Dadvsi et les sanctions pour contrefaçon, en cas de mise à disposition ou de téléchargement de fichiers sur les réseaux peer-to-peer.***

*Après les débats agités qui ont entouré l'adoption de la loi Dadvsi (*) l'année dernière, le gouvernement avait garanti qu'il clarifierait les sanctions encourues par les internautes adeptes des téléchargements illégaux. Car la réforme prévue, censée créer une réponse graduée selon la gravité des actes commis, a été retoquée par le Conseil Constitutionnel. Si bien que les sanctions applicables pour téléchargement illégal sont toujours aussi élevées: trois ans de prison et 300.000 euros d'amende.*

*Renaud Donnedieu de Vabres, le ministre de la Culture, avait promis qu'une circulaire serait envoyée aux magistrats pour éviter que des peines disproportionnées ne soient prononcées à l'encontre des internautes. C'est chose faite depuis le 3 janvier 2007, mais le document a été rendu public il y a quelques jours seulement. Cette circulaire émane en fait des services du ministère de la Justice (consultable sur le site Juriscom.net).*

***Trois niveaux de responsabilités selon la gravité***

*Elle recommande aux juges de distinguer «trois niveaux de responsabilités», notamment selon «la gravité de l'atteinte aux droits protégés». Le premier niveau concerne les éditeurs ou les distributeurs de logiciels peer-to-peer: ceux-ci doivent «faire l'objet de poursuites déterminées, afin de tarir à la source les réseaux d'échanges illégaux». Cette sévérité doit s'appliquer également à toute personne qui fait la publicité de tels logiciels.*

*«Les parquets requerront des peines principales hautement dissuasives, ainsi que des peines complémentaires adaptées», préconise la circulaire. Au-delà des peines d'amende et de prison prévues par la Dadvsi, les juges pourront donc ordonner la confiscation des recettes*

*générées par l'éditeur du logiciel, et s'en servir pour indemniser le plaignant. Ou «interdire d'exercer l'activité d'édition ou de distribution de logiciels» à la société mise en cause.*

***Le téléchargement n'est pas de la copie privée, selon la circulaire***

*Deuxième degré de responsabilité: les internautes qui mettent à disposition des oeuvres protégées par le droit d'auteur. La circulaire distingue plusieurs cas: le plus grave étant la mise à disposition sur un réseau peer-to-peer avant même la sortie officielle de l'oeuvre. Viennent ensuite la diffusion d'oeuvres récentes, «qui interviennent très rapidement après la sortie commerciale de l'oeuvre» ; puis la «participation délibérée à la diffusion illicite d'une oeuvre» plus ancienne.*

*Si les deux premières infractions doivent faire l'objet de sévérité, la circulaire rappelle que «le caractère déjà massif des mises à dispositions illicites peut être pris en compte» dans le dernier cas, pour faire preuve de plus de clémence. Et surtout, le ministère précise que ces sanctions ne peuvent pas s'appliquer à des internautes qui téléchargent illégalement et dont les fichiers sont automatiquement mis à disposition pendant le temps du téléchargement, à cause d'une fonctionnalité spéciale du logiciel peer-to-peer.*

## *France Telecom a perdu 2 millions de clients*

*Avec l'extension du dégroupage, et principalement du dégroupage total, les abonnés à internet peuvent maintenant s'affranchir de l'abonnement téléphonique France Télécom. Depuis le mois de septembre, des offres ADSL nu ont fait leur apparition. Ces offres permettent aux abonnés qui ne se trouvent pas en zone dégroupée d'également s'affranchir de l'abonnement France Télécom. La conséquence de ces offres est une perte our l'opérateur historique de 2,11 millions d'abonnés fin 2006.*

*L'internet Haut Débit représentait à fin 2006 12,7 millions d'abonnés, une progression de 3,2 millions d'abonnés en un an, soit plus 34,4%. Le nombre d'abonnés Haut Débit a été multiplié par six en quatre an.*

*Plus de 16% d'entre eux ont décidé de choisir une offre tout compris, soit 2,11 millions d'abonnés, un nombre qui a été multiplié par quatre sur un an. Le dégroupage partiel est quant à lui en régression, puisqu'il passe de 2,23 millions à 1,81 millions d'abonnés. Une baisse qui s'explique par la migration de ces abonnés d'une offre en dégroupage partiel vers une offre en dégroupage total.*

*Le second accélérateur de la baisse des abonnement FT est consécutif à l'avènement de l'ADSL nu depuis septembre. Cette nouvelle offre, lancée en septembre, s'est développée rapidement et pratiquement tous les fournisseurs d'accès l'ont intégrés dans leur gamme : Free, Neuf, Club Internet, puis Alice et même Orange. Le dernier venu dans les offres ADSL nu est Tele2 qui l'a intégré depuis peu dans ses offres. Ces dernières ont rencontré un franc succès, et représentent à fin 2006 190.000 abonnés en 4 mois.*

*Outils d'aide au choix d'un FAI : Test ADSL - Tarifs ADSL pour vous permettre de mieux comprendre les offres auxquelles vous pouvez vous abonner.*

*Les offres ADSL nu d'Orange sont désormais accessibles à tous les abonnés Orange, même s'ils ne sont pas éligibles à l'option Orange TV. Les offres Net se déclinent donc ainsi :*

- *Net 8 MégaMax : ADSL jusqu'à 8 Mbps + téléphonie illimitée + ligne téléphonique à 39,90€/mois.*
- *Net 18 MégaMax : ADSL jusqu'à 18 Mbps + téléphonie illimitée + ligne téléphonique à 44,90€/mois.*

*La TV Orange est incluse pour les lignes éligibles.*

*Notons également que l'offre 30 € offerts est reconduite sur le mois de mars pour les offres Packs (ADSL + téléphonie illimitée avec engagement de 12 mois). L'offre 8 mégamax bénéficie d'une réduction de 5 € les trois premiers mois.*

*En savoir plus sur les offres Orange*

## *Adobe : un Photoshop en ligne d'ici six mois ?*

*Emboitant le pas à des grands noms du Web comme Microsoft ou Google, Adobe s'apprête à mettre en ligne d'ici environ six mois une version allégée de son célèbre logiciel d'édition d'images, Photoshop. Ce nouveau service sera accessible gratuitement à tous les internautes. Financé par la publicité, il permettra à Adobe de tester de nouvelles sources de revenus, tout en offrant une visibilité accrue à l'un de ses produits emblématiques.*

*« C'est quelque chose auquel nous sommes de plus en plus sensibles, notamment parce que nous observons des boites comme Google qui le font dans différents domaines, et nous voulons être sûrs de nous placer, avant qu'ils y fassent leur entrée, sur nos secteurs de prédilection », explique Bruce Chizen, PDG d'Adobe, au site News.com.*

*Dans un premier temps, le service sera vraisemblablement proposé par l'intermédiaire d'un partenaire. Aujourd'hui, Adobe propose déjà des outils d'édition image et vidéo en ligne, au travers du service Photobucket. Si ces services en ligne généraient suffisamment de revenus, Adobe pourrait toutefois envisager de les héberger directement.*

*Ce Photoshop en ligne ne présentera pas toutes les fonctionnalités de la version logicielle, mais devrait toutefois se révéler bien plus riche que les outils d'édition actuellement proposés en ligne. Bruce Chizen indique qu'il n'a pas l'intention de diluer la marque Photoshop en l'associant à un produit basique qui risquerait, à terme, de porter préjudice à la valeur du produit.*

*Fin 2006, Google lançait officiellement ses outils de bureautique en ligne, Google Docs et Spreadsheets. Dans cette logique de proposer une alternative hébergée aux logiciels courants, on pourrait tout à fait imaginer que le moteur de recherche prépare une version en ligne de son logiciel de retouche et de gestion d'images gratuit, Picasa. Comme Microsoft, les affaires d'Adobe reposent essentiellement sur la vente de logiciels, et les deux éditeurs souhaitent réagir rapidement à cette tendance qui veut que les applications se déportent du poste de travail vers Internet.*