



Internet Gazette

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

15 décembre 2008

Numéro 88

Sommaire

<i>Google sous le feu des Etats Généraux de la Presse française.....</i>	<i>1</i>
<i>Google Chrome 1.0 est arrivé (pourquoi tant de précipitation).....</i>	<i>2</i>
<i>Gmail inclut un nouveau gestionnaire de tâches.....</i>	<i>3</i>
<i>Internet stimule le cerveau.....</i>	<i>3</i>
<i>Enfin de la vraie Haute Definition sur YouTube?.....</i>	<i>4</i>
<i>Les tarifs des actes médicaux consultables sur le Net en 2009.....</i>	<i>4</i>
<i>Quand le téléphone portable se mue en garde du corps.....</i>	<i>5</i>
<i>Ordi2.0.fr : un site web pour donner une seconde vie aux ordinateurs.....</i>	<i>5</i>

Google sous le feu des Etats Généraux de la Presse française

Cette fois il semble que les passions se lâchent: «Il y a encore six mois nous pensions y arriver, mais aujourd'hui, avec la crise actuelle, nous vous considérons comme notre pire ennemi », Pierre Conte, patron de Publiprint (Figaro). Il est clair que Google est désormais dans la ligne de mire des éditeurs français. Les propos sont violents et adressés à Josh Cohen en charge de Google News qui était l'invité du jour.

Cette fois il ne s'agit plus de reprocher à Google la reprise des contenus sur Google news (assumée par tout le monde ou presque depuis le dernier conflit), mais son rôle dans l'effondrement des tarifs

publicitaires. Un débat complexe mais qui prouve que tout le monde a désormais bien identifié la nature du problème qui mine la presse en ligne: l'impossibilité de monétiser correctement l'information. Je ne suis pas sûr que Google soit le seul responsable sur un marché français où les CPM sont depuis longtemps très inférieurs aux voisins. Mais avec un cout pour mille (CPM) largement inférieur à 10 euros sur Youtube et et un Google qui se met à proposer de la publicité vendue à la performance (cout par click ou CPC) dans les formats de type carré ou bannière (le display qui assure l'essentiel des revenus des medias) force est de constater qu'il participe activement à vider la baignoire.

La question du démantèlement de Google se posera nécessairement tôt ou tard, non pour remettre en cause le coeur de son activité mais parce que

sa position dominante à la fois dans la distribution (search) et comme régie publicitaire constitue désormais une aberration économique qu'on n'aurait toléré d'aucun acteur économique dans une économie traditionnelle.

On peut apprécier la puissance du moteur de recherche et sa contribution à l'ouverture de l'économie des savoirs mais il semble que son modèle économique, du fait de sa position outrageusement dominante, relève désormais plus de **la taxation des échanges économiques** plus que des mécanismes du commerce. Google ponctionne la valeur ajoutée du commerce en ligne plus qu'il ne le facilite. On peut comparer cette domination à celle des banquiers Lombards au Moyen-Age: "l'enjeu c'est le pouvoir, celui qui contrôle les routes du commerce, filtre les échanges, les ponctionne, fixe les règles".

En clair parce que Google contrôle les routes du commerce il est en situation de contrôler les mécanismes de fixation des prix. C'est la question.

La tension sur la source principale de revenus (la publicité) est exacerbée par la [récession actuellement vécue par la presse](#): les professionnels du contenu n'acceptent plus "[l'effondrement des cours](#)" de la [publicité](#) en ligne [en partie catalysé par Google](#) qui fait du "pay-per-click" à [98.9%](#) le coeur (officiel - voir [ce graphique](#)) de son modèle de fonctionnement.

Mais, là où Google est incroyablement puissant, ce n'est pas parce qu'il impose des formes contractuelles "désagréables" à ses partenaires dans des négociations tendues mais parce qu'il les fait accepter par le marché, les rend habituels tant aux utilisateurs internautes qu'aux annonceurs:

- il possède une [part de marché colossale](#) (et toujours croissante....) dans l'utilisation des moteurs de recherche: les [dizaines de milliards de requêtes mensuelles](#) sont autant de jalons plantés sur cette route vers le "tout pay-per-click"
- il fait de gros efforts pour devenir lui-même une destination de contenus sur laquelle il pousse son propre modèle publicitaire: [Knol](#), [7 millions de livres scannés sur Google Books](#) maintenant complétés par une première vague (d'autres à suivre, pour

sûr!...) de magazines digitalisés eux-aussi

- son réseau AdSense est [annoncé à plusieurs centaines de milliers de sites](#) partenaires. Il permet une adhésion très simple à son réseau d'affiliation publicitaire en quelques clics. En plus, il ne demande [même plus d'exclusivité](#)....
- son réseau d'annonceurs tant convoité par Microsoft et Yahoo [était déjà estimé à 400.000 annonceurs](#) il y a 30 mois et : vraisemblablement maintenant un chiffre en millions

Donc, sans aucune méthode coercitive mais "par l'exemple", il restructure progressivement le marché publicitaire en l'inondant de la forme unique qu'il veut voir adopter.

La mission officielle de Google, "organiser l'information disponible sur la planète et la rendre accessible" n'est pas du tout aussi innocente et charitable (même [étalée sur 300 ans](#)....) qu'elle pourrait en avoir l'air. Google est le seul à pouvoir mener actuellement un tel chantier et il s'en donne clairement les moyens.

Eh bien, Google pave actuellement très solidement les (ses ?) autoroutes de l'information pour initialement en augmenter la fréquentation afin de mieux en contrôler les flux financiers en y imposant ses propres règles ensuite!

Même si le procès pour position dominante abusive dû au [deal avec Yahoo a été évité à 3 heures près](#), on sent bien qu'il

pourrait en poindre un autre à brève échéance....

Tout ceci se produit en utilisant le contenu généré par d'autres sans payer les coûts de sa création faite par d'autres! Très malin, non ?....

Google Chrome 1.0 est arrivé (pourquoi tant de précipitation)

Une page se tourne. Pendant des années, Google, c'était un peu la [culture de la version beta \(en chantier\) permanente](#). D'ailleurs, la messagerie gmail n'en est toujours pas sortie. En revanche, Chrome, le navigateur open source de Google, arrivé il y a à peine trois mois, [est passé à l'âge adulte jeudi](#). Quoi de neuf pour cette version 1.0? Et surtout, pourquoi une telle précipitation?

[>>> Pour télécharger Chrome, c'est ici](#)

[Pour ses débuts](#), Chrome était déjà épuré, ultra rapide (avec son propre moteur javascript) et présentait un vrai plus: un processus par onglet pour éviter que tout se ferme en cas de problème sur une page. Pourtant [tout n'était pas parfait, loin de là](#). Au cours des 15 mises à jour jusqu'à cette version 1.0, Google n'a pas chômé:

- un bloqueur de pop-up (plutôt efficace à première vue) a été intégré
- l'organisation des favoris, préhistorique, a été améliorée

- Google jure que les problèmes audio/vidéo sur le flash ont été réglés (on a testé sur une dizaine de sites, sans souci, mais [certains affirment toujours rencontrer des difficultés](#))
- Chrome propose davantage de réglages sur la sécurité et la vie privée... Il pourrait être plus généreux malgré tout.

En revanche:

- impossible d'imprimer seulement ce qu'on a sélectionné dans une page
- il faudra du temps pour proposer [autant de plugins que Firefox](#)

Un changement plus marketing que technologique

Passer au 1.0 envoie un message: «On est prêt.» Prêt pour [passer des accords commerciaux avec les fabricants de PC](#) (Dell, HP, Gateway...), comme Google l'a évoqué fin novembre (ce que Mozilla n'a pas les moyens financiers de faire pour Firefox).

Gmail inclut un nouveau gestionnaire de tâches

Nouveauté sur Gmail. Si vous allez dans l'onglet **Labs** (pensez bien à choisir l'anglais comme langue par défaut auparavant), vous trouverez une nouvelle fonctionnalité bien utile, un gestionnaire des tâches. Vous aurez alors la possibilité de planifier et de modifier différentes tâches.

Une fois le service activé, vous trouverez votre liste (vide) sous vos contacts, dans la colonne de gauche. Ensuite, vous pouvez enregistrer des tâches à venir, qui seront alors triées par dates. Vous avez également la possibilité de convertir un e-

mail ne tâche via **Autres actions/Ajouter aux tâches**.

Pour chaque tâche, vous pouvez noter la date et la nature de la tâche en question. Ce type de pense-bête n'a évidemment rien de très original mais vient s'ajouter à de nombreuses nouveautés vues dernièrement sur Gmail il ([des nouveautés sur Gmail](#)) comme par exemple l'arrivée des [thèmes](#).



Internet stimule le cerveau

Des chercheurs de l'Université de Californie à Los Angeles ont constaté dans une [étude très récente](#) que l'activité de recherche sur Internet stimule des centres clés du cerveau qui contrôlent le processus de décision et de raisonnement



complexe. Cette activité sur Internet pourrait même peut-être améliorer les fonctions cérébrales.

Ces chercheurs ont constaté que la stimulation cérébrale donnée par l'Internet est plus forte que celle donnée par la lecture.

Les expériences ont été faites sur des sujets en bonne santé âgés de 55 à 76 ans. L'activité cérébrale a été analysée par résonance magnétique fonctionnelle (IRM fonctionnelle). L'image ci-contre montre en haut l'activité cérébrale lors de la lecture et en bas lors de la recherche sur Internet.

Mais cette intense activité cérébrale n'a été constatée que chez les sujets qui avaient une expérience de la recherche sur la toile.

Comparé à la lecture d'un livre, la recherche sur Internet nécessite de prendre sans arrêt des décisions pour savoir où cliquer pour obtenir d'autres informations. L'absence d'activité cérébrale intense chez les sujets qui n'ont pas l'habitude d'aller sur Internet s'explique par le fait qu'ils font des choix moins complexes.

Un excellent article sur le même sujet :

<http://www.framablog.org/index.php/post/2008/12/07/est-ce-que-google-nous-rend-idiot>

Enfin de la vraie Haute Définition sur YouTube?

Après avoir promis pendant un an l'arrivée de la vidéo "haute définition" qui n'était en fait que de la "haute qualité", il semble que YouTube ait cette fois-ci vraiment fait le pas du moins pour les vidéos qui ont été chargées dans ce format. Depuis un mois déjà il y avait des rumeurs annonçant cette fonctionnalité et depuis hier, de nombreuses personnes en parlent (Peu de temps après l'adoption du format 16:9)

Rien d'officiel sur le blog de YouTube mais beaucoup d'alertes sur [Twitter](#). Et si vous effectuez [une recherche "HD"](#) sur YouTube vous trouverez pas mal de vidéos en haute définition. Ces vidéos présentent en bas à droite une option "watch in HD" (qui remplace le précédent "watch in higher quality,"). L'option HD n'apparaît que sur YouTube et pas sur les vidéos embarquées.

Nous n'avons pas encore vérifié s'il s'agit de HD véritable mais la différence est évidente. Ci-dessus les deux captures d'écran d'une [vidéo](#) de Nicolas Charbonnier, un lecteur qui nous a signalé ce changement.

Je ne recommande pas la lecture en Haute Définition si vous n'êtes pas équipés avec une connexion adéquate. Cela prend énormément de bande passante.

Les tarifs des actes médicaux consultables sur le Net en 2009

Depuis juillet, le [prix moyen de la consultation d'un praticien est disponible sur internet](#) grâce à l'annuaire des professionnels de santé du site de la Sécurité sociale, [Ameli.fr](#). Un service qui a reçu plus de 500 000 visites depuis son lancement. Dès janvier 2009, ce sont les tarifs pratiqués par chaque praticien pour les actes médicaux dits « techniques » qui seront mis en ligne.

Seuls les actes réalisés en cabinet de ville, en clinique privée et en secteur privé à l'hôpital sont concernés, soit 110 millions d'actes par an. La majorité d'entre eux relève de l'imagerie (radio, échographie, IRM...), suivis par les examens de diagnostic (électrocardiogramme, test d'allergie...) et les actes de chirurgie. Seuls les types d'actes les plus fréquents - une centaine - seront référencés. Le taux de remboursement sera aussi disponible.

Les tarifs seront accessibles depuis la fiche de chaque médecin. Pour les praticiens de secteur 1, il s'agira des tarifs fixes imposés par la Sécurité sociale dans le cadre et en dehors du parcours de soins (sans passer par le médecin traitant). Pour les médecins de secteur 2, à honoraires libres, c'est une fourchette de tarifs qui sera indiquée, ainsi que le coût que ces praticiens facturent le plus fréquemment à leurs patients. Pour connaître ce coût, la Sécurité sociale analyse les données de remboursement liées à chaque médecin sur six mois et réactualise cette moyenne tous les trimestres.

Quand le téléphone portable se mue en garde du corps

Une entreprise spécialisée dans la sécurité offre aux Italiens de se faire géolocaliser via leurs téléphones portables

Cela devait arriver. Avec les fonctions de GPS intégrées dans les téléphones portables, les sociétés de sécurité s'engouffrent dans le créneau, et proposent leurs services. A partir de la mi janvier, les italiens pourront s'offrir les services de géosurveillance d'une entreprise privée via leur téléphone portable, annonce le site internet de La Stampa, du 5 décembre.

A l'origine de l'initiative, Securitalia, une société spécialisée dans la sécurité, qui revendique 160 millions d'euros de chiffre d'affaire et 3800 salariés dans la péninsule. Pour faire fonctionner le système, il suffira d'installer un logiciel supplémentaire sur le téléphone. La solution est compatible avec Symbian, Windows mobile, Blackberry, Iphone, à partir de janvier, et, bientôt, Android, annonce le site internet de l'entreprise.

Concrètement, en appuyant sur une touche prédéfinie, le porteur de téléphone alerte la centrale de surveillance, laquelle se met à l'écoute, pour évaluer le danger effectif. Puis, si le danger est confirmé, l'utilisateur est localisé par satellite, et sa position signalée à la police. Il est également possible d'activer une fonction "pré alerte", qui commande à la centrale de rester à l'écoute pour une durée déterminée. Le temps de trouver le téléphone...

La procédure est la même en cas de malaise ou accident de santé. Là, la centrale contacte le 118, le numéro public pour les urgences sanitaires, et envoie sur le téléphone portable de l'abonné une fiche santé, contenant ses données cliniques (groupe sanguin, allergies...). Coût du gardiennage mobile : 40 euros pour l'activation du service et neuf euros d'abonnement mensuel. La société a également mis en place des packs spécialement conçus pour les familles de flippés, qui comptent plusieurs abonnements. Reste à savoir si les situations de crise laissent vraiment le temps aux personnes de chercher leur téléphone au fond de leur sac ou dans leur veste et de pianoter dessus.

Ordi2.0.fr : un site web pour donner une seconde vie aux ordinateurs

En juin dernier, Éric Besson lançait le [programme « Ordi 2.0 »](#), qualifiant une filière nationale de collecte, de reconditionnement et de réemploi d'ordinateurs. L'objectif est de fournir aux écoles et aux personnes qui en ont le plus besoin, une offre bon marché d'équipement et d'accompagnement. Dans la lignée de ce programme, le secrétaire d'État au Développement de l'économie numérique a inauguré le 11 décembre le site destiné à soutenir cette filière nationale. [Ordi2-0.fr](#) est une plate-forme web qui recense et fédère les offres et demandes en matière

de réutilisation d'ordinateurs de seconde main.

L'enjeu est considérable : chaque année, plus de 2,5 millions d'ordinateurs prennent le chemin de la déchèterie. Au moins 50 % d'entre eux fonctionnent encore et pourraient être donnés à des personnes qui ne sont pas encore équipées. Aujourd'hui en France, seuls 55 % des foyers sont équipés en ordinateurs, contre environ 70 % chez nos voisins britanniques et allemands.

Trente nouveaux partenaires au programme

Le programme Ordi 2.0 est « une réponse à cet enjeu essentiel de "l'e-inclusion", prônée par l'Europe mais aussi à l'exigences d'insertion sociétale et de développement durable », a déclaré Éric Besson le 11 décembre lors de sa visite chez Écodair, association qui gère notamment une chaîne de reconditionnement d'ordinateurs.

Trente nouveaux partenaires, en plus des sept entreprises cosignataires de la charte en juin dernier - Bolloré, Areva, La Poste, Laser, Casino et la SNCF - ont rejoint le programme Ordi 2.0. En signant la charte, elles s'engagent soit à donner, soit à revaloriser, soit tout simplement à promouvoir et faciliter la démarche Ordi 2.0.

La visite d'Éric Besson à Écodair et le lancement de la plate-forme web Ordi2.0.fr a été également l'occasion pour trois entreprises de marquer concrètement leur engagement : Microsoft a annoncé un don de 300 ordinateurs à l'association Aviation sans frontières ; [SFR](#) un don de 80 ordinateurs à [Ateliers sans Frontières](#), la

Fondation SNCF un don de 300 ordinateurs en fin de vie à Ecodair et aux Ateliers sans frontières.