

Univ. Grenoble Alpes, 2020-2021 - Licence Pro Métiers du web
Cours Socio-économie du numérique, B. Lafon

Devoir personnel, à renvoyer sous forme numérique (.pdf ou autre), à :
benoit.lafon@univ-grenoble-alpes.fr **avant le 11 janvier 2021**

Mettre en objet du mail : Dossier Socio-Economie du Numérique

Nommer votre fichier : NOM_L3pro.pdf

En vous appuyant sur un ou plusieurs des 11 articles joints ainsi que sur le cours (auxquels vous pouvez ajouter d'autres sources que vous détaillerez), développez en 5 à 6 pages (3500 mots environ) l'un des enjeux socio-économiques suivants induit par les techniques numériques : financiarisation et nécessaire régulation, logiciels libres, nouveaux services bancaires, ubérisation, émergence des plateformes vidéo et réaction des médias historiques, lutte contre les pratiques illégales, essor et évolution de nouveaux marchés tels que le jeu vidéo, les podcasts, etc.

Liste des articles sélectionnés

Cryptomonnaies : les mesures explosives du gouvernement pour durcir la surveillance	2
Comment Orange Bank a gonflé les chiffres de sa base de clients	4
En Californie, victoire cruciale d'Uber pour protéger son modèle économique	7
Quatre éditeurs attaquent une plateforme diffusant 1,4 million d'ebooks.....	10
"On travaille sur des scénarios de séries audio", Ainara Ipas, directrice des contenus d'Audible ..	12
Bababam veut sortir le podcast de sa niche	14
Netflix, Disney et Amazon devraient obtenir une chronologie des médias assouplie	16
Lancement de Salto : la plateforme de streaming promet de révolutionner le PAF	17
Face à Google, les moteurs de recherche alternatifs se rebiffent.....	19
Microsoft, Sony et Nintendo sur la voie de partenariats historiques	21
La Commission européenne "fervent utilisateur des logiciels libres"	23

Cryptomonnaies : les mesures explosives du gouvernement pour durcir la surveillance

<https://www.capital.fr/economie-politique/cryptomonnaies-les-mesures-explosives-du-gouvernement-pour-durcir-la-surveillance-1384532>



[Gregory RAYMOND](#) Publié le 29/10/2020 à 16h18 Mis à jour le 30/10/2020 à 11h37

Deux nouvelles mesures très contraignantes pourraient frapper les plateformes d'échange de cryptomonnaies. La France deviendrait l'un des pays les moins accueillants au monde pour développer une activité dans cette industrie.

“Nous devons renforcer nos dispositifs de surveillance face au financement du terrorisme. Par exemple, les cryptomonnaies doivent être plus encadrées”, [expliquait le 18 octobre](#) Bruno Le Maire, consécutivement à la nouvelle vague d'attentat perpétrée en France. On peut dire que le ministre des Finances a joint l'acte à la parole. Selon nos informations, deux nouvelles mesures pourraient être décrétées dans les toutes prochaines semaines.

Il pourrait être demandé aux plateformes d'échange françaises de réclamer un second moyen d'identification à leurs clients, contre un seul actuellement. Une telle mesure s'explique par la nécessité de compliquer la tâche de certains réseaux illicites, comme celui qui a frauduleusement utilisé des coupons de bitcoins vendus en bureaux de tabac [pour financer deux djihadistes en Syrie](#).

“Il est normal qu'on corrige les failles éventuelles de notre dispositif, mais cela revient à imposer des règles beaucoup plus contraignantes en France qu'ailleurs dans le monde”, explique un professionnel du secteur.

Si cette mesure se confirme, les plateformes françaises seraient désavantagées par rapport à leurs concurrents étrangers contraints par des règles plus souples. Par ailleurs, seuls quelques documents bien précis sont acceptés : un deuxième document d'identité (que tout le monde n'a pas, comme les citoyens américains par exemple) ou un virement bancaire. Or, les plateformes crypto-crypto (qui n'utilisent pas l'euro) ne peuvent, par essence, accepter les monnaies traditionnelles. Il existe également un risque que cela concerne les services utilisant des protocoles de finance décentralisée, l'un des secteurs les plus prometteurs de l'industrie crypto.

KYC dès le premier euro

Deuxième proposition phare, cette nouvelle procédure de double vérification d'identité serait obligatoire dès le premier euro dépensé (contre 1000 euros actuellement). En clair, si vous achetez 10 euros de bitcoins vous serez obligé de fournir une carte d'identité et un passeport. “Cela va trop loin car le client est déjà identifié s'il fait un virement bancaire pour acheter des cryptos, indique un bon connaisseur du secteur, cela revient à rajouter une mesure sur la mesure”. Les plateformes crypto-crypto (sur lesquelles on peut échanger des cryptos seulement contre d'autres cryptos) seraient également concernées, allant bien plus loin que les recommandations du Groupe d'action financière (GAFI), un organisme intergouvernemental de lutte contre le blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

Une telle procédure engendrerait des frais non négligeables pour les entreprises. “La totalité d’une procédure de vérification d’identité d’un utilisateur coûte 10 à 15 euros, une entreprise n’aurait plus intérêt à proposer des petites transactions, poussant alors le client dans les bras d’un concurrent étranger”, explique un professionnel. En outre, certains poids lourds internationaux qui avaient préalablement prévu de s’installer en France pourraient changer d’avis.

Le gouvernement a l’occasion de changer la réglementation sans passer devant le Parlement : des ordonnances de confirmation de la loi Pacte doivent prochainement être adoptées et la nouvelle mouture pourrait s’y glisser discrètement.

Comment Orange Bank a gonflé les chiffres de sa base de clients

<https://www.presse-citron.net/comment-orange-bank-a-gonfle-les-chiffres-de-sa-base-de-clients/>



La banque en ligne côtoie de près ses concurrents avec 1,1 million de clients. En juin dernier pourtant, elle en comptait moitié moins.

30 octobre 2020

[Hadrien Augusto](#)

C'est une base de clients aussi élevée – voire plus – que la banque en ligne ING. Orange Bank, qui vient de publier son bilan du troisième trimestre, annonce avoir atteint les 1,1 million de clients, 100 000 depuis fin juin, et près du double de ce qu'il annonçait au printemps.

En raison : une méthode de calcul différente, que la banque mobile avait commencé à pratiquer dans des documents datant du 30 juin dernier, quelques jours après [une interview du directeur général d'Orange Bank Paul de Leusse](#) pour *Presse-citron*, dans laquelle l'homme revendiquait toujours 500 000 clients. Retour sur cette croissance exponentielle qui mérite des explications.

Du simple au double

Pour comprendre l'augmentation radicale du nombre de clients annoncés par Orange Bank, mieux vaut-il tout d'abord revenir sur les caractéristiques de l'établissement. À l'inverse d'ING que nous citons plus haut, Orange Bank est toute jeune. Son nom est né en [novembre 2017, d'un partenariat](#) entre l'assureur Groupama et l'opérateur Orange.

Son offre rivalise avec [les banques en ligne comme BforBank](#), tout comme des néo-banques comme N26. Contrairement à ces dernières, elle a opté pour un modèle hybride : numérique par sa gestion exclusive via l'application, et physique avec l'appui des boutiques Orange, où les employés sont disponibles en cas de problème. Depuis son lancement, Orange Bank propose un compte courant avec une carte de débit.

Grâce à Groupama, le crédit est entré en jeu pour les clients. Du moins, une proposition de l'assureur offrait la possibilité de contracter un crédit à la consommation. Dans un entretien le 26 juin dernier, Paul de Leusse le rapportait à nouveau : *« le réseau d'agences Orange s'occupe de promouvoir le compte Orange Bank et le financement de terminal mobile, tandis que le réseau d'agences Groupama vend du crédit à la consommation Orange Bank. »*

Jusqu'au 30 juin dernier et la publication des résultats financiers du second trimestre, Orange Bank séparait bien ses deux activités (ses deux offres). Son calcul du nombre de clients Orange Bank prenait aussi soin de ne pas compter les clients d'une offre baptisée Orange Courtage, proposant aux clients de l'opérateur des assurances pour leur smartphone.

Cette offre, plus proche de l'opérateur que du compte bancaire Orange Bank, possédait 600 000 clients au 30 juin. Comprenez 450 000 clients particuliers et 150 000 clients professionnels. Sauf que

depuis ce jour, dans le calcul du nombre de clients total, Orange Bank a choisi d'intégrer ces 600 000 dossiers d'assurance mobile. Un détail loin d'être anodin, que la banque annonçait ainsi :

« En France, Orange Bank a intégré dans son activité Orange Courtage qui propose des assurances pour terminaux mobiles auprès de 450 000 clients particuliers et 150 000 clients professionnels »

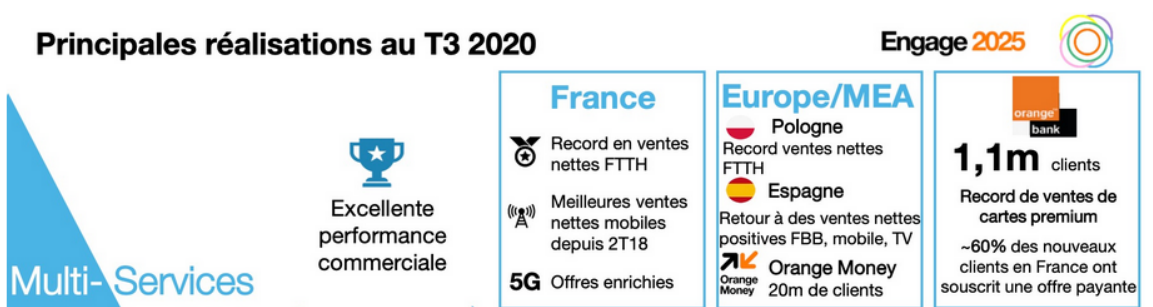
De cette modification du calcul, Orange Bank a ainsi eu la base nécessaire pour pouvoir revendiquer 1 million de clients, puis 1,1 million en cette fin du mois d'octobre.



© Orange Bank

Pas le moindre détail

Maintenant que le calcul a changé, Orange Bank comprend donc les clients de l'offre bancaire et de ses services, en y ajoutant aussi l'offre d'assurance mobile. De quoi tomber sur un autre problème : le dernier bilan publié par l'établissement ne précise pas d'où provient l'augmentation de 100 000 clients en trois mois.



© Orange Bank

La diapositive au sujet d'Orange Bank, en capture d'écran ci-dessus, ne se focalise que sur l'augmentation de 60 % du nombre d'utilisateurs de l'offre bancaire premium à 7,99 € par mois [avec la carte Visa Premium](#). Qu'il s'agisse d'une excellente nouvelle pour la banque qui souffrait de pertes gigantesques suite au coût d'acquisition de ses clients et de l'attractivité de son offre gratuite, malheureusement, rien ne précise si les 100 000 nouveaux clients ont ouvert un compte bancaire ou souscrit à une offre d'assurance téléphonique.

En juin dernier, ce genre d'incertitude au sujet des variations avait déjà posé problème. Le 26 juin, date de publication de notre interview, 500 000 clients Orange Bank étaient déclarés. Les résultats du 30 juin rapportaient quant à eux le nombre de 400 000 clients (par déduction : 600 000 clients Orange Courtage, donc 400 000 clients Orange Bank pour pouvoir revendiquer un total d'un million).

Objectifs manqués

Quoi qu'il en soit de la politique de calcul d'[Orange Bank](#) et de ses fluctuations difficilement compréhensibles, Orange Bank est dans tous les cas loin de ses objectifs initiaux. La banque mobile était d'abord passée à côté des 400 000 clients souhaités fin 2017, puis des [2 millions de clients en cette année 2020](#).

Cela dit, chaque établissement bancaire a subi les conséquences de la crise sanitaire et d'autres établissements comme ING continuent de stagner sur le palier du million de comptes actifs. Pour l'heure, [Boursorama Banque](#) fait la course en tête sur le marché, elle qui déclarait le 23 octobre dernier avoir atteint les 2,5 millions de clients, en hausse de 500 000 depuis septembre 2019.

En Californie, victoire cruciale d'Uber pour protéger son modèle économique

https://www.challenges.fr/monde/en-californie-victoire-cruciale-d-uber-pour-protoger-son-modele-economique_735803

Par Challenges.fr le [04.11.2020 à 11h05](#)

En parallèle de l'élection présidentielle, les Californiens ont voté mardi 3 novembre pour préserver le modèle d'Uber avec ses chauffeurs indépendants.



Uber et d'autres plateformes ont formulé la "proposition 22" pour contrer la loi californienne les obligeant à embaucher des milliers de chauffeurs salariés.

JOSH EDELSON / AFP

La Californie a approuvé mardi la "Proposition 22", formulée par Uber et d'autres sociétés pour préserver leur modèle de plateformes avec des chauffeurs indépendants, lors d'un référendum déterminant pour la "gig economy" (économie à la tâche), suivi dans les Etats-Unis et dans le monde.

Les électeurs de cet Etat américain ont voté "oui" à 58%, alors que 70% des bulletins avaient été comptés à 09H00 GMT mercredi, d'après la presse américaine, qui reprend les chiffres de l'agence Associated Press.

Uber et Lyft, son concurrent américain, refusent d'appliquer la loi de l'Etat, entrée en vigueur en janvier, qui leur impose d'embaucher leurs dizaines de milliers de conducteurs, et donc de leur accorder des avantages sociaux (assurances maladie et chômage, congés payés, heures supplémentaires, etc).

A la place, les deux leaders des plateformes de réservation de voitures avec chauffeur (VTC) ont organisé un référendum sur un compromis.

La "Proposition 22" prévoit que les dizaines de milliers de chauffeurs californiens resteront indépendants mais aussi qu'ils recevront des compensations: un revenu minimum garanti, une contribution à une assurance santé et d'autres assurances, en fonction du nombre d'heures travaillées par semaine.

"Le futur du travail indépendant est mieux assuré désormais, grâce aux nombreux conducteurs comme vous qui se sont fait entendre, et que les électeurs dans tout l'Etat ont écouté", a écrit Dara Khosrowshahi, le patron d'Uber, dans une lettre adressée aux chauffeurs.

Il leur précise que son entreprise va revenir vers eux dans les semaines prochaines pour leur expliquer "à quoi s'attendre" et "comment tirer le meilleur parti de ces nouveaux avantages".

"Dévastés"

Les deux groupes basés à San Francisco, et leurs alliés Postmates, DoorDash et Instacart, ont dépensé plus de 200 millions de dollars pour leur campagne, contre moins de 20 millions du côté des opposants, ce qui en fait l'un des référendums les plus chers de l'histoire de l'Etat.

Il était suivi de près pour voir si la Californie allait parvenir à dompter la "gig economy".

L'avènement des VTC s'est accompagné de tensions politiques et sociales partout dans le monde, notamment avec l'industrie des taxis. En Californie, de nombreux élus démocrates et syndicats accusent Uber et ses homologues de chercher à échapper aux lois du travail et de léser leurs chauffeurs.

"Nous sommes dévastés par ce résultat injuste", a réagi Erica Mighetto, conductrice Uber depuis quatre ans. "Même si je ne devrais pas être surprise par le fait que des firmes milliardaires puissent acheter des moyens d'échapper aux lois".



Elle faisait campagne depuis des semaines pour le "non": "Je pense que la plupart des gens voulaient voter en notre faveur. Mais ils ont vu toutes ces pubs pour les convaincre que nous voulons rester indépendants. Alors qu'en réalité, nous n'avons jamais été indépendants", se désole-t-elle.

Les chauffeurs étaient divisés entre ceux qui voudraient des avantages sociaux comme n'importe quel salariés, faisant valoir que les termes de la relation avec Uber sont de toute façon déterminés par la société, et les adeptes de la flexibilité avant tout, qui veulent pouvoir décider de leurs horaires.

La suite au tribunal

"Les conducteurs veulent et ont besoin d'être indépendants", a indiqué Jan Krueger, un chauffeur de Lyft à la retraite, cité par la campagne du "oui" dans un communiqué. "La Proposition 22 devrait servir de modèle pour les autres Etats et le gouvernement fédéral".

La victoire au référendum ne signifie pas nécessairement que le sujet est réglé.

Les syndicats "ont choisi de garder leurs fonds pour la prochaine étape: remettre en cause la constitutionnalité de la mesure", observait fin octobre David McCuan, professeur de sciences politiques à l'université de Sonoma.

Uber et Lyft sont déjà engagés dans un bras de fer judiciaire avec la Californie, Etat américain le plus peuplé et le plus riche.

Lors d'une audience en octobre, l'avocat d'Uber, Theodore Boutros, avait fait valoir que la société n'était "pas une entité de recrutement" ni "une entreprise de transports" mais une "plateforme multidimensionnelle qui permet de mettre en contact des passagers et des chauffeurs."

Matthew Goldberg, qui défend l'Etat de Californie et les villes de San Francisco, Los Angeles et San Diego, avait rétorqué que les chauffeurs étaient lésés, car ils ne peuvent actuellement pas prétendre à de nombreuses protections sociales, telles que le salaire minimum, le remboursement des frais professionnels ou le congé familial.

(Avec AFP)

Quatre éditeurs attaquent une plateforme diffusant 1,4 million d'ebooks

<https://www.livreshebdo.fr/article/quatre-editeurs-attaquent-une-plateforme-diffusant-14-million-debooks>

Internet Archive is a non-profit
millions of free books, movies, s
music, websites, and more.



Search

Adva

Quatre groupes éditoriaux, dont Hachette, ont porté plainte contre la plateforme Internet Archive, qui a donné accès à un million de livres durant le confinement.

Par [Vincy Thomas](#),

avec AFP,

Créé le 03.06.2020 à 16h52,

Mis à jour le 03.06.2020 à 17h00

Hachette (groupe Lagardère), HarperCollins, John Wiley & Sons et Penguin Random House ont porté plainte lundi 1er juin aux Etats-Unis contre la plateforme Internet Archive (IA), qui donne libre accès à plus d'un million de livres destinés aux lecteurs confinés.

Poursuivie pour violation de droits d'auteur, Internet Archive, organisme à but non lucratif, a créé en mars une "librairie nationale d'urgence" proposant gratuitement 1,4 million de livres numériques, en réponse selon elle à la fermeture des bibliothèques durant la pandémie de coronavirus.

Les quatre groupes éditoriaux ont vu dans cette initiative un acte de piratage opéré sous le prétexte de l'intérêt général.

"Internet Archive met en place et promeut la violation du droit d'auteur à grande échelle", a dénoncé Maria Pallante, présidente de l'association professionnelle des éditeurs américains, dont sont membres les quatre entreprises plaignantes.

"En scannant et en diffusant des oeuvres littéraires au sujet desquelles elle ne peut se prévaloir d'aucun droit légal ou contractuel, IA détourne de façon délibérée les investissements financiers et intellectuels des auteurs et des éditeurs et piétine allègrement les lois sur le droit d'auteur adoptées par le Congrès", a-t-elle poursuivi.

Accès aux livres numériques

Internet Archive, société californienne spécialisée dans l'archivage du web, affirme de son côté avoir consulté des responsables de bibliothèques ainsi que des experts juridiques qui ont conclu que sa librairie d'urgence fonctionnait dans un cadre légal, conciliant l'intérêt du public et celui des bénéficiaires des droits d'auteurs.

John Bergmayer, de l'association de défense des consommateurs Public Knowledge, regrette ainsi le dépôt de plainte. Selon lui, la création de cette librairie numérique gratuite était justifiée durant la pandémie, la plupart des livres imprimés étant de fait inaccessibles.

"Nous appelons les législateurs à oeuvrer une loi clarifiant le droit des bibliothèques à rendre les livres imprimés accessible aux clients de façon électronique, afin qu'elles puissent être utiles aux électeurs dans les moments d'urgence", a expliqué M. Bergmayer.

"Il n'y a pas de différence entre ce que fait Internet Archive et jeter une brique dans la vitrine d'une épicerie, distribuer la nourriture, puis se féliciter d'avoir rendu un service au public", a au contraire assuré Douglas Preston, de l'Authors Guild, organisation professionnelle représentant les auteurs.

"On travaille sur des scénarios de séries audio", Ainara Ipas, directrice des contenus d'Audible

<https://www.ladepeche.fr/2020/10/20/on-travaille-sur-des-scenarios-de-series-audio-ainara-ipas-directrice-des-contenus-daudible-9152138.php>



A la tête des contenus d'Audible, Ainara Ipas était présente au Paris Podcast Festival pour évoquer la création sonore et ses contraintes durant le confinement. Audible

[Télé - médias](#)

Publié le 20/10/2020 à 13:05 , mis à jour à 13:32

(ETX Studio) - **A l'occasion du Paris Podcast Festival 2020, Ainara Ipas, directrice des contenus d'Audible a été invitée pour discuter de la création sonore durant le confinement. Peu médiatisée, la quadragénère dirige et imagine les contenus français de la première plateforme de livres audios et de podcasts au monde. Elle travaille pour élargir ses programmes originaux et ouvrir de nouvelles perspectives au podcast. Portrait.**

"On peut tout dire à l'oreille de quelqu'un qui nous écoute". Cette phrase soufflée par Raphaël Enthoven, Ainara Ipas s'en amuse pour décrire la beauté et la puissance de son métier. Invitée du Paris Podcast Festival vendredi 16 octobre à l'occasion d'une table ronde sur la création de contenus audio durant le confinement, la directrice des contenus d'Audible avoue que son arrivée chez Amazon (qui détient Audible) est un cheminement qu'elle n'avait pas imaginé. "J'ai fait un premier stage chez Disney puis dans la télévision jeunesse. Je ne savais pas vraiment ce que je voulais faire, mais j'étais très attirée par les métiers de l'industrie culturelle", confie-t-elle. Elle rejoint alors la maison d'édition d'Albert-René, créée par Albert Uderzo co-auteur de la bande dessinée Astérix, puis Flammarion. Ainara Ipas baigne alors dans le dessin et les bulles de BD pendant plusieurs années. Entre temps, elle fait un détour chez Paramount Home Entertainment, la branche de diffusion de contenus de la société de production cinématographique de Paramount Pictures avant de se lancer chez Audible ? "J'avais la curiosité de travailler dans le livre audio. C'est une combinaison de deux métiers : l'audiovisuel et la lecture." Ce mélange des deux mondes l'a séduite. "Le son fait passer énormément de choses" ajoute-t-elle et le livre audio est "plus immersif" que les autres supports. Il invite l'auditeur, au même titre qu'un livre à faire marcher son imaginaire, mais amplifie l'expérience grâce à l'ambiance sonore, les bruitages et la musique qui se greffent au récit.

Faire de l'audio une expérience immersive

Le travail du son et de la voix est minutieux et Ainara Ipas veille au gain. Déjà, dans les adaptations de livres, puisqu'une centaine de comédiens et comédiennes viennent poser leurs voix sur les récits de Marc Levy, Stephen King ou encore de JK Rowling, puis dans le travail de silence, de réécriture parfois, et de composition sonore, qui viennent forger l'identité du texte augmenté.

Au delà de cette création sonore, elle réfléchit aux contenus originaux q : "On travaille sur des scénarios de séries audio fictionnelles que l'on pourrait consommer comme des séries que l'on trouve sur les plateformes de streaming", explique-t-elle, "c'est un concept à créer". Sur le grill, des

projets de séries science-fiction dans lesquels quelques idées émergent et sont guidées par la même volonté : "ouvrir des univers qui nous sont fermés". Des projets ambitieux, dont le budget peut s'approcher des grosses productions cinématographiques. Mais qui pourrait trouver aussi de l'originalité dans une simple idée : pourquoi "ne pas poser des micros dans une navette spatiale ?"

Pour l'instant elle garde les pieds sur terre et parle avec fierté de ce qui a déjà été fait : des recettes de cuisine racontées par Cyril Lignac, construites comme si vous étiez un.e chef.ffe en cuisine, et dont la voix vous guide étape par étape "comme [Remy] dans Ratatouille" ; des audios qui mêlent musique et mythologie imaginés par Amélie Nothomb ; mais aussi des captations audio de spectacles de stand up. Tous, ont un point commun : ils sont enregistrés à l'aide de micros binauraux, une technologie qui permet de spatialiser les mots, les bruits et les musiques et transmettre à l'auditeur une expérience au plus près du réel. Une technologie géniale pour des programmes en ASMR (Autonomous Sensory Meridian Response), n'est-ce pas ? Réponse : "Je n'aime pas l'ASMR", dit-elle en rigolant. Elle tempère alors en ajoutant qu'un programme dans le genre a déjà été produit par Audible avec l'une des pionnières françaises, l'artiste ASMR Glow. "Dans le programme, elle visite chaque pièce de son appartement et joue avec les différents objets qu'elle trouve".

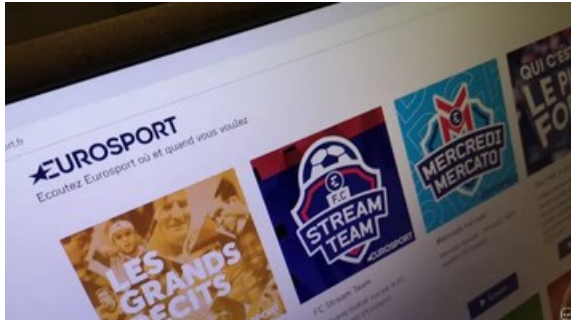
Tapis dans l'ombre

Sur scène, lors de la table ronde, Ainara Ipas parle de la réaction d'Audible durant le confinement, des 15 000 titres dans la bibliothèque Amazon et échange quelques rires avec un confrère sur les programmes jeunesse "qui ont sauvé beaucoup de parents" durant cette période. Pas de superflu, tout semble être jaugé avec justesse et confiance. Derrière son masque sur scène, cette grande brune paraît plus froide qu'il y a quelques heures, lorsque nous la rencontrions dans un café à proximité de la Gaîté Lyrique. Ce même endroit où elle confiait le "besoin de contenus qui intègrent la diversité de la société française" au cours de notre interview Mieux, Différemment, Moins. A regarder ses carnets où gribouillis, notes et mémos cohabitent sur des pages entières...On sent que les idées se bousculent.

Bababam veut sortir le podcast de sa niche

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/bababam-veut-sortir-le-podcast-de-sa-niche-1252516>

L'éditeur de podcasts créé par des anciens du Groupe Cerise a placé son « player » facile d'accès auprès de plus de 200 clients dans le monde. Cet outil l'aide aussi à conquérir des clients dans son activité de conseil aux marques, qui fournit le gros de ses revenus.



Pour démocratiser l'usage des podcasts, Bababam a privilégié l'intégration d'un « player » dans les sites Internet plutôt qu'une application. (Les Echos)

Par [Nicolas Madelaine](#)

Publié le 7 oct. 2020 à 08:41

« Nous voulions nous lancer dans le podcast et nous nous sommes demandé si nous allions créer une énième application pour en écouter, mais ce n'était pas le sujet : notre conviction est qu'il faut démocratiser le son numérique et que cela passe par une consommation facilitée sur toute la Toile. »

C'est ainsi que Pierre Orlac'h, fondateur de Bababam, raconte les débuts il y a dix-huit mois de l'aventure de sa start-up, un éditeur de podcasts à multiples casquettes puisqu'il est aussi le concepteur d'un « player » de contenus sonores à insérer dans des pages Web et baptisé « Podinstall », ainsi que prestataire de conseil pour les marques dans leur stratégie sonore, aujourd'hui sa principale source de revenus.

[La série « Plus belle la vie » lance sa version podcast](#)

Le podcast est très à la mode en ce moment, mais *« il faut qu'il dépasse le périph »*, ajoute Pierre Orlac'h, pour que son marché, notamment publicitaire, décolle vraiment. Pour cela, estime la société, le podcast doit sortir des « applis » spécialisées et être disponible sur tous les carrefours d'audience et donc notamment sur des pages Web. *« Il est vrai que l'écoute de podcasts hors appli est loin d'être négligeable »*, dit un spécialiste.

Podinstall, lancé en janvier, a déjà séduit plus de 200 clients, partout dans le monde, affirme la société. Par rapport à un player classique à insérer dans une page, il recrée sur les pages Web d'un éditeur ou d'une marque l'ergonomie d'une appli et génère un URL par épisode. En plus de générer davantage d'écoutes qu'un player à insérer, l'outil permet une *« captation de données, ce qui est compliqué pour le podcast dont la distribution vient à l'origine des flux RSS »*, explique Pierre Orlac'h. Sur mobile, Podinstall permet au fan d'un podcast de le mettre en « widget » sur son écran d'accueil. S'il y a risque qu'il encombre cet écran, l'accès à l'écoute est facilité pour ceux qu'il a sélectionnés. Des éditeurs [comme Eurosport en France](#) ont en tout cas été séduits. De même que Reworld.

[Sybel, Majelan, Binge Audio... : les « pure players » français du podcast affinent leur modèle économique](#)

Podinstall est une porte d'entrée efficace pour également proposer des services de conseil aux marques pour leur stratégie sonore. Sur cette activité, la start-up française a réussi à séduire le club de Manchester United. « *Nous avons regardé ce qui se faisait aux Etats-Unis et le club a aimé notre approche grand public* », dit Pierre Orlac'h. Allianz et AXA font également appel à ses services. La société vient de recruter en tant qu'associée Nadia Leroy, une ancienne de L'Oréal, qui y a passé sept ans comme directrice digital et média pour 60 marques du groupe en France.

Cette stratégie de démocratisation du podcast, Bababam, dont les développements sont financés par l'équipe à son origine qui vient [du Groupe Cerise vendu à Prisma](#) et a créé le studio de startups Bricks, l'applique en tant qu'éditeur de ses contenus propres. Il a classé 6 de ses podcasts (« Maintenant vous savez », « True story »...), dans les 15 podcasts les plus écoutés en août, selon [l'ACPM qui a commencé à diffuser ce classement](#) en juin.

Nicolas Madelaine

Netflix, Disney et Amazon devraient obtenir une chronologie des médias assouplie

<https://www.journaldugeek.com/2020/10/30/netflix-disney-amazon-creation-francaise/>

Par [Amandine Jonniaux](#) le 30 octobre 2020 à 14h30

La ministre de la Culture, Roselyne Bachelot, souhaite contraindre les géants de la SVOD à investir davantage dans la création française, en échange d'une révision de certaines obligations historiques.



La série française « Dix Pour Cent » aussi diffusée sur Netflix (Crédits : France Télévisions).

L'heure est à la *“révolution”*, a martelé mercredi 28 octobre Roselyne Bachelot, la ministre de la Culture dans un entretien au journal *Les Échos*. Les plateformes de SVOD à l'instar de Netflix, [Disney+](#), Apple TV ou Amazon Prime Video devront désormais investir **20% à 25% de leur chiffre d'affaires en France dans la création** et la production d'œuvres européennes et françaises. En échange de cette obligation d'investissement, dont le décret devrait être signé d'ici le 10 novembre prochain, les différentes plateformes de SVOD devraient ainsi pouvoir bénéficier d'un **assouplissement du régime de la chronologie des médias**, leur permettant ainsi d'intégrer plus rapidement des films à leur catalogue après leur sortie en salle. Le délai est pour le moment fixé à **36 mois minimum**, malgré certaines dérogations récentes rendues possibles par l'état d'urgence sanitaire liée à la crise du COVID-19.

En plus de prévoir un assouplissement de la chronologie des médias pour les plateformes de SVOD, Roselyne Bachelot a également évoqué aux *Échos* sa volonté de réformer les principaux acteurs de la télévision traditionnelle. Eux aussi sont nombreux à demander une **révision des obligations de diffusion**, à l'heure où la concurrence des nouveaux médias en ligne se fait de plus en plus féroce. *“Nous sommes soucieux d'un traitement équitable entre plateformes et chaînes de télévision traditionnelles”*, a ainsi assuré la ministre, tout en promettant une refonte du cadre général de diffusion d'ici l'été 2021. Ce projet pourrait s'avérer *“aussi révolutionnaire et structurant pour le secteur que la loi de 1981 sur le livre”*, espère la ministre. Pour rappel, la mesure aussi connue sous le nom de loi Lang (du nom de son initiateur Jack Lang) avait permis d'instaurer le tarif unique d'un livre en France, rendant ainsi obligatoire l'impression de son prix sur sa quatrième de couverture.

Lancement de Salto : la plateforme de streaming promet de révolutionner le PAF

https://www.francetvinfo.fr/culture/tv/lancement-de-salto-le-20-octobre-la-plateforme-de-streaming-promet-de-revolutionner-le-paf_4142813.html

Le service Salto débarque dans un marché français du streaming déjà très disputé.

France Télévisions Rédaction Culture

Publié le 15/10/2020 17:15 Mis à jour le 20/10/2020 17:00



Lancement de la plateforme de vidéo à la demande Salto (France Télévisions, TF1, M6) le 20 octobre 2020 (RICCARDO MILANI / HANS LUCAS)

Elle fait ses débuts aujourd'hui, le 20 octobre 2020, et promet de révolutionner le PAF : Salto, plateforme de streaming et de télévision sur abonnement créée par France Télévisions, TF1 et M6, ambitionne de devenir un service *"incontournable pour tous les publics"*, selon son dirigeant Thomas Follin.

Accessible dans un premier temps via le site [Salto.fr](https://salto.fr) et des applications dédiées, avant d'intégrer plus tard certains téléviseurs connectés et les box des opérateurs internet, mais aussi la TNT, la plateforme veut séduire les Français grâce à une offre *"sans équivalent"* et à un tarif *"ultra compétitif"*, a affirmé le directeur de Salto, dans un entretien à l'AFP.

Des programmes en avant-première

Elle propose à son lancement 10.000 heures de contenus, puis 15.000 à terme, faisant la part belle à la création française, avec des séries en intégrale, des films du patrimoine, des documentaires, spectacles, magazines, programmes pour enfants, etc, mais aussi des productions *"venues d'ailleurs et jamais diffusées en France"*, plus des séries américaines disponibles dès le lendemain de leur sortie aux Etats-Unis.

Et surtout elle offre en exclusivité des programmes en avant-première issus de ses trois groupes fondateurs, dont des feuilletons hyper populaires comme *Demain nous appartient* (TF1) et *Plus belle la vie* (France 3), ou encore *Scènes de ménages* (M6), *La villa des coeurs brisés* (TFX)...

Mais aussi *"toutes les nouvelles saisons de 'Bull' ou de 'Capitaine Marleau', avant même leur diffusion (sur leurs chaînes habituelles, ndlr) seront sur Salto"*, fait valoir Thomas Follin, tout comme la future série événement de M6 *Ils étaient dix* (adaptation du roman d'Agatha Christie, ex-*Dix petits nègres*) ou *The pier*, nouvelle production des créateurs de *La casa de papel* acquise par TF1...

Une offre "populaire"

A cela s'ajoute l'accès à une vingtaine de chaînes en direct et en replay, qui font de Salto un service très innovant au sein du PAF, mêlant selon son patron le meilleur de la télévision traditionnelle et du streaming. *"Salto, c'est tout, tout de suite, avant tout le monde, et quand je veux, et c'est une vraie révolution"*, affirme-t-il. Car désormais, *"c'est Salto qui aura les exclusivités des chaînes, c'est un changement total de paradigme"*, fait-il valoir.

Il faut déboursier 6,99 euros par mois pour l'offre de base (limitée à un écran), 9,99 pour la formule intermédiaire (deux écrans), et 12,99 pour une offre fonctionnant sur 4 écrans à la fois. Les offres seront toutes sans engagement et incluront un mois gratuit.

Si ce prix de base est identique au tarif de Disney et presque aussi cher que l'abonnement d'entrée de Netflix, les internautes en auront largement pour leur argent, assure-t-il.

"Salto c'est une offre populaire, pensée pour le public français", et avec des recommandations basées non pas sur des algorithmes, mais sur des équipes humaines, avec des catégories reposant par exemple sur des sentiments, les avis des critiques de médias partenaires comme AlloCiné ou Télérama, ou même les signes astrologiques. Et les profils d'utilisateurs s'adapteront au visionnage à plusieurs.

"C'est un tour de force"

Porté par la patronne de France Télévisions Delphine Ernotte, ce service réunissant chaînes privées et service public [a été annoncé en juin 2018](#) mais a mis du temps pour obtenir l'agrément de l'Autorité de la concurrence. Son lancement, prévu à l'origine au premier trimestre, a en plus souffert de la crise sanitaire.

Néanmoins, dans ces circonstances compliquées, *"on a mis neuf mois pour lancer le projet, c'est un tour de force"*, assure Thomas Follin. D'autres chaînes se sont déjà manifestées pour rejoindre l'aventure, mais *"pour le moment on se concentre sur le lancement"*, ajoute-t-il. Le responsable se refuse par ailleurs à fournir des objectifs d'abonnés ou de chiffre d'affaires. *"On est extrêmement confiants, mais c'est prématuré"* d'en parler, dit-il.

Le service, qui débarque dans un marché français du streaming déjà très disputé (Netflix, Amazon, OCS, Mycanal, Disney+, Apple TV+...), s'inspire en partie de Hulu, plateforme créée aux Etats-Unis par des grands réseaux de TV, ou de la britannique Britbox. Mais il est *"sans équivalent en Europe"*, assure son dirigeant.

Face à Google, les moteurs de recherche alternatifs se rebiffent

https://www.lemonde.fr/economie/article/2020/10/28/face-a-google-les-moteurs-de-recherche-alternatifs-se-rebiffent_6057636_3234.html

DuckDuckGo, Ecosia, Lilo, Qwant et Seznam demandent à pouvoir être présents sur l'écran d'accueil des smartphones fonctionnant sous Android, le système d'exploitation de la firme californienne.

Par [Vincent Fagot](#) Publié le 28 octobre 2020 à 09h57



En France, entre 70 % et 80 % des smartphones fonctionnent sous Android, le système d'exploitation de Google. Regis Duvignau / REUTERS

Après l'offensive de l'administration américaine menée le 20 octobre contre Google, la démarche lancée par cinq moteurs de recherche alternatifs (DuckDuckGo, Ecosia, Lilo, Qwant, Seznam) contre le mastodonte américain s'apparente à un coup de griffe. Elle démontre en tout cas une hostilité grandissante à l'égard du géant californien.

Dans une lettre adressée mardi 27 octobre à la vice-présidente de la Commission européenne, Margrethe Vestager, ces acteurs lui enjoignent de convoquer une réunion avec les représentants de la firme de Mountain View. Leur demande : avoir la possibilité d'être présents sur l'écran d'accueil des smartphones fonctionnant sous Android, le système d'exploitation de Google, soit entre 70 % et 80 % des téléphones en France.

Lire aussi [La justice américaine ouvre une procédure contre Google pour abus de position dominante](#)

En 2018, Google a été condamné par la Commission européenne à une amende de 4,3 milliards d'euros pour abus de position dominante, portant notamment sur sa présence hégémonique dans le domaine de la recherche sur Internet. En réaction, la société a accepté, en 2019, d'ouvrir sur le Vieux Continent la porte à d'autres moteurs de recherche sur les appareils fonctionnant sous Android, mais seulement dans le cadre d'enchères qui permettent chaque trimestre à trois de ses concurrents d'offrir leurs services aux consommateurs.

« Payer des amendes »

C'est ce principe que contestent des acteurs français comme Qwant (qui s'est prêté au jeu des enchères) ou Lilo (qui ne l'a pas fait). Pour Sophie Bodin, directrice de Lilo, la solution offerte par Google n'est absolument pas satisfaisante. « Elle favorise ceux qui ont de l'argent », déplore-t-elle, alors que son entreprise reverse déjà 50 % de son chiffre d'affaires à des associations ou des projets.

Lire aussi [Qwant déterminé à « couper les coûts inutiles »](#)

Qwant ne s'y retrouve pas davantage. Pour Jean-Claude Ghinozzi, son patron, le système mis en place par Google revient à « payer des amendes » à la société californienne. Il voudrait que tous les moteurs de recherche soient proposés par défaut sur chaque nouvel appareil Android, et ce sans contrepartie financière. Très critique à l'égard de Google, le dirigeant se réjouit, à l'inverse, de l'accord conclu avec le fabricant chinois de smartphones Huawei, qui propose désormais d'installer Qwant comme moteur de recherche par défaut.

Face à ces demandes, Google campe pour l'heure sur ses positions. Le groupe estime que les concessions faites offrent aux utilisateurs « *encore plus de choix* ». Pour ce qui est des enchères, il y voit un moyen de continuer à « *investir dans le développement et à maintenir à long terme la plateforme open source d'Android* ».

[Vincent Fagot](#)

Microsoft, Sony et Nintendo sur la voie de partenariats historiques

<https://www.affairesinternationales.fr/2020/02/12/microsoft/>



10 h 40 min 12 février 2020

Avec le développement du jeu en ligne et du *cloud gaming*, le jeu vidéo tend naturellement à dépasser les frontières et les barrières physiques pour rassembler des joueurs du monde entier... et plus récemment des multinationales concurrentes. En cela les récentes déclarations de Phil Spencer, responsable de Microsoft Xbox, ont fait l'effet d'une bombe dans l'industrie du jeu vidéo : il ne considère plus Sony Playstation et Nintendo comme ses concurrents principaux, que sont plutôt les géants Google et Amazon. Les partenariats entre les trois acteurs traditionnels du marché s'esquissent à l'heure d'une évolution fondamentale de ce qui peut être considéré comme « *l'industrie culturelle du XXI siècle* ».

Le jeu vidéo est une affaire à la fois divertissante et sérieuse, ce n'est plus une question d'âge ou de culture, et l'activité vidéo-ludique pourrait rassembler dans un avenir proche des milliards de joueurs. C'est du moins l'ambition de Google, nouvel acteur sur le marché depuis 2019. En réaction à cette perspective, le responsable de la division Xbox de Microsoft – du nom de la console – Phil Spencer a pris le devants et porte le regard vers le moyen terme : les acteurs traditionnels du jeu vidéo, s'ils veulent continuer de peser, doivent collaborer pour faire face à la concurrence émergente de géants aux moyens colossaux.

« Nous voyons Amazon et Google comme nos principaux concurrents pour l'avenir, a déclaré Spencer au média en ligne [Protocol](#). Ce n'est pas un manque de respect pour Nintendo et Sony, mais les entreprises traditionnelles de jeux vidéo sont hors-position. Elles pourraient essayer de recréer Azure [les infrastructures de Microsoft pour le cloud], mais nous avons investi des dizaines de milliards de dollars dans le cloud ces dernières années. »

Car en ces années pivots que sont 2019 et 2020, le jeu vidéo n'est plus seulement une question de matériel performant, console ou PC : le « cloud gaming » bouleverse la donne en faisant tourner les jeux sur des serveurs. Le « marché de niche » de la console semble destiné à être dépassé, submergé même, par l'expansion d'une technologie plus ouverte, moins coûteuse pour le consommateur. « *Je ne veux pas me perdre dans une guerre des formats avec eux [Sony et Nintendo] quand Amazon et Google cherchent à proposer du gaming à 7 milliards de gens. A l'arrivée, c'est l'objectif* », a rajouté le patron de Xbox.

Partenariat stratégique et coup de gueule

Phil Spencer propose donc à ses concurrents historiques de se rallier sous le « *cloud* » de Microsoft afin de ne pas perdre temps et argent à tenter de lutter sur un terrain où ils ont beaucoup de retard. Mieux que ça, il leur dit en substance que c'est inéluctable s'ils veulent demeurer dans le « game » ! En cela 2020 prolonge les annonces historiques de 2019, quand Microsoft et Sony ont annoncé leur intention de développer un « *partenariat stratégique* » sur le *cloud* et l'intelligence artificielle. La photo de la poignée de main entre les deux PDG avait fait le tour du monde. N'oublions pas que les constructeurs historiques des Xbox et de Playstation sont toujours concurrents, surtout en 2020, année de sortie de la nouvelle génération de consoles. Mais ça, c'est le court terme.

En juin 2019, Sony, Nintendo et Microsoft s'étaient aussi insurgés dans une lettre commune adressée à Trump contre la hausse des droits de douane sur les produits fabriqués en Chine. C'est le cas d'une grande majorité de consoles et les trois entreprises craignaient des pertes financières importantes (la marge sur les consoles est faible) comme des licenciements dans [une industrie qui pèse 120 milliards de dollars](#) dans le monde en 2019. Malgré la désescalade entre les États-Unis et la Chine sur ce front, grâce à la signature en janvier dernier d'un accord commercial, plusieurs entreprises technologiques envisageraient toujours de transférer une partie de leur production en dehors de Chine. Les noms de HP, Dell, Microsoft, Alphabet (maison mère de Google), Amazon, Sony et Nintendo ont été cités par la presse spécialisée. Toutes ces entreprises semblent partager un même constat : les deux puissances rivales n'ont signé qu'une trêve, de même que les coûts de production en Chine suivent une tendance à la hausse. Vietnam, Thaïlande et Indonésie pourraient être les gagnants de ces évolutions du marché.

Plus d'un milliard de jeux PS4 vendus

Si le business n'est plus dans la vente de consoles selon Spencer, il n'en demeure pas moins que la nouvelle génération de matériel sortira en fin d'année, tandis que l'offre en *streaming* se développera. Les GAFA sont les nouveaux acteurs qui commencent à bouleverser la donne, malgré les débuts décevants du service Stadia de [Google](#). Avec les moyens colossaux dont l'entreprise dispose, nul doute qu'elle proposera mieux bientôt, alors que la néo-concurrence du jeu en streaming s'aligne : le fabricant de processeurs et cartes graphiques Nvidia vient de lancer ce mois-ci GeForce Now... en attendant l'irruption d'Amazon, officiellement annoncée pour cette année. Amazon qui a déjà massivement investi dans le jeu vidéo en rachetant la chaîne Twitch pour un milliard d'euros en 2014, puis en se lançant dans le développement de jeux avec sa filiale Amazon Games Studio.

Tandis que la mue du marché s'effectue, les ventes de jeux se portent à merveille. Sony a annoncé fin janvier avoir vendu 1,15 milliard de jeux PS4 physiques et dématérialisés en l'espace six ans ! La firme japonaise est également celle qui vend le plus grand nombre de consoles, avec 450 millions d'unités écoulées depuis la sortie de la première Playstation en 1994. Des chiffres qui explosent ceux de Nintendo, et surtout de Microsoft. La Xbox se vend beaucoup moins, et on comprend mieux pourquoi Spencer souhaite se concentrer sur l'avenir, le dématérialisé, le *cloud* et les abonnements. Les trois grands constructeurs historiques demeureront concurrents, chacun avec leur personnalité, leur style et leurs exclusivités, mais ils seront peut-être tous bientôt embarqués sur le même nuage.

Gaëtan Mortier

La Commission européenne "fervent utilisateur des logiciels libres"

<https://www.zdnet.fr/blogs/l-esprit-libre/la-commission-europeenne-fervent-utilisateur-des-logiciels-libres-39911923.htm>

Open Source : La Commission européenne "contribue avec enthousiasme" aux logiciels libres et open source, et affirme dans un document sa stratégie 2020-2023 pour aller plus loin

Par Thierry Noisette pour [L'esprit libre](#) | Dimanche 25 Octobre 2020



Le bâtiment Berlaymont, siège de la Commission européenne à Bruxelles, en juin 2015. Photo: Fred Romero / [Wikimedia Commons](#) / CC by

La Commission européenne [a publié](#) cette semaine un document de 16 pages, «Stratégie en matière de logiciels libres 2020-2023» (les fanatiques de la distinction entre les deux termes relèveront qu'en anglais, il s'agit d'une «open source strategy»), sous-titré «l'esprit ouvert». Elle affirme: "La Commission est un fervent utilisateur des logiciels libres et à source ouverte et y contribue avec enthousiasme. La stratégie en matière de logiciels libres 2020-2023 lui permettra de s'impliquer encore davantage."

Service public, interopérabilité, contributions...

Objectifs clés de cette stratégie, indique la Commission (qui fin 2018 avait déjà [clamé sa préférence pour le logiciel libre](#)):

- Progresser vers l'autonomie numérique de l'Europe;
- mettre en œuvre la stratégie numérique de la Commission européenne;
- encourager le partage et la réutilisation des logiciels et des applications, ainsi que des données, informations et connaissances;
- contribuer à la société de la connaissance en partageant le code source de la Commission;
- construire un service public de niveau mondial.

Dans son introduction, le document relève que «le code source ouvert participe de la nature même du service public», notamment car «il s'agit d'un code public qui fait, dès lors, bon usage des fonds publics et favorise la liberté de choix tout en évitant le 'verrouillage technologique'»

La stratégie «reprend un principe clé de la communication relative au cadre d'interopérabilité européen du 23 mars 2017: la suppression des obstacles à un marché unique numérique en Europe. 'Les administrations publiques devraient non seulement utiliser des logiciels open source, mais aussi,

dans la mesure du possible, apporter leur contribution aux communautés de développeurs concernées.’»

Sous licence publique de l'UE de préférence

Elle «s'inscrit dans le droit fil de l'appel à l'action lancé unanimement par les États membres de l'Union européenne dans la déclaration de Tallinn [\[texte\]](#) sur l'administration en ligne (6 octobre 2017): '[Les États membres invitent] la Commission à envisager un renforcement des exigences relatives à l'utilisation de normes et de solutions à code source ouvert lorsque la (re)construction de systèmes et de solutions TIC est effectuée avec un financement de l'UE, notamment par une politique appropriée de licences ouvertes – d'ici à 2020.’»

Le document indique entre autres que «lorsque cela est opportun, la Commission partagera le code source de ses futurs projets informatiques. Pour la publication de ces projets, la licence publique de l'Union européenne [\(EUPL\)](#) sera privilégiée. La Commission concentrera ces efforts sur un référentiel de codes d'administration numérique centré sur l'UE.»

«En plus de partager le code source, la Commission devrait envisager de se joindre aux comités de programme open source, d'élaborer des méthodes systématiques de financement ciblé, de travailler à l'amélioration de la sécurité et à l'élaboration de solutions visant à aider les projets critiques à code source ouvert à s'autofinancer.»

Des exemples de contributions de la Commission

«Parmi les exemples de solutions à code source ouvert partagées par la Commission figurent EUSurvey (un outil de gestion des enquêtes en ligne), LEOS (un éditeur de textes législatifs), les nombreux outils statistiques partagés par Eurostat et les outils scientifiques du JRC, tels que le logiciel de suivi des navires SUMO (la recherche d'objets marins non identifiés). Le projet EU-FOSSA/EU-FOSSA 2 a permis de corriger plusieurs centaines de défauts dans des outils à code source ouvert de grande diffusion, notamment le lecteur multimédia VLC et PuTTY (logiciel d'accès sécurisé aux serveurs distants).

La Commission apporte sa contribution en affectant des contributeurs clés à:

- Drupal, le système de gestion de contenu web utilisé pour la grande majorité des sites internet de la Commission;
- TheHive Project, un logiciel qui permet de répondre plus facilement aux incidents de sécurité informatique; et
- (il y a 20 ans) Apache, le serveur web le plus utilisé au monde.»

Le CNLL (Union des Entreprises du Logiciel Libre et du Numérique Ouvert) [a salué](#) cette nouvelle stratégie, qui «montre que la Commission comprend que le pouvoir de l'Open Source va au-delà du code, car il permet un paradigme ouvert, grâce auquel des organisations entières peuvent être transformées pour 'se connecter de manière transparente au-delà des silos organisationnels et des frontières', y compris avec les écosystèmes d'entreprises du libre que représentent le CNLL et ses partenaires européens.»

«Les engagements pris dans la stratégie indiquent clairement que la réflexion autour de l'open source a mûri au-delà des économies de coûts informatiques, pour la comprendre comme un catalyseur stratégique, y compris par son impact sur la compétitivité et la souveraineté de l'économie européenne.»

Pour le CNLL, mieux que la loi Lemaire

L'organisation, qui participe aux groupes de travail et réunions «organisés par la Commission depuis un an», est membre fondateur [de l'APELL, l'Association professionnelle européenne du logiciel libre](#).

Le CNLL voit dans l'initiative de la Commission «une excellente occasion de montrer l'exemple aux gouvernements des États membres». Il relève que le document européen rejoint des propositions du CNLL formulées «depuis des années auprès des responsables politiques français, parfois avec un succès limité, pour les plus ambitieuses d'entre elles». Ainsi:

- «En indiquant que “les solutions «open source» seront privilégiées lorsqu’elles sont équivalentes en matière de fonctionnalités, de coût total et de cybersécurité”, le texte de la Commission dépasse largement l’article 16 de la loi Lemaire de 2016 qui ne parle que d’“encouragement” à l’utilisation des logiciels libres dans l’administration» (pour mémoire, [sur la loi République numérique](#)).

- «En matière de souveraineté numérique, le texte de la Commission note que “le modèle du code source ouvert a une incidence sur l’autonomie numérique de l’Europe. Il donnera probablement à l’Europe une chance de créer et de maintenir sa propre approche numérique indépendante par rapport aux géants du numérique dans le ‘nuage’ et lui permettra de garder le contrôle de ses processus, de ses informations et de sa technologie”. Ce rôle clef du logiciel libre pour reconquérir l’indépendance de l’économie européenne vis-à-vis des acteurs extra-communautaires et préserver les emplois au sein de l’Union a été souligné maintes fois par le CNLL ces dernières années.»