

# L'ÉCLATERNET OU LA FIN DE L'INTERNET TEL QUE NOUS LE CONNAISSONS ?

LE 19 FÉVRIER 2010 AKA (FRAMASOFT)

[...] Plus on s'avance vers 2010, plus l'idée d'un même Internet « taille unique » pour tous devient un souvenir lointain, à cause de l'arrivée de l'iPhone, du Kindle, du BlackBerry, d'Android, et bien sûr du fameux iPad.[...]



Une fois n'est pas coutume, nous vous proposons aujourd'hui une traduction qui non seulement ne parle pas de logiciel libre mais qui en plus provient de **CNN**, et même pire que cela, de sa section **Money** !

Et pourtant il nous semble pointer du doigt une possible évolution d'Internet, celle de son éclatement sous la pression des smartphones et autres objets connectés tels ces nouvelles liseuses et tablettes dont on vante tant les futurs mérites.

Une évolution possible mais pas forcément souhaitable car c'est alors toute la **neutralité du Net** qui vacille puisque les trois couches qui définissent le réseau **d'après Lessig** se trouvent ensemble impactées.

**l'iPad** ou le Kindle en sont des exemples emblématiques car ce sont des ordinateurs (la couche « physique ») dont Apple et Amazon contrôlent à priori les protocoles et les applications (la couche « logique ») et peuvent filtrer à leur guise les fichiers (la couche des « contenus »).

L'article s'achève sur une note optimiste quant au **HTML5** et au souci d'**interopérabilité**. Encore faudrait-il avoir affaire à des utilisateurs suffisamment sensibilisés sur ces questions<sup>[1]</sup>.

Hier encore on nous demandait : T'es sous quel OS, Windows, Mac ou Linux ? Aujourd'hui ou tout du moins demain cela pourrait être : T'es sous quel navigateur, Firefox, Internet Explorer ou Chrome ?

Et après-demain on se retrouvera à la terrasse des cafés wi-fi, on regardera autour de nous et on constatera, peut-être un peu tard, qu'à chaque objet différent (netbook, smartphone, iPad, Kindle et leurs clones...) correspond un Internet différent !

## LA FIN DE L'INTERNET TEL QUE NOUS LE CONNAISSONS, GRÂCE À L'IPAD ET AUX AUTRES

**End of the Web as we know it, thanks to iPad and others**

*Julianne Pepitone – 3 février 2010 – CNNMoney.com  
(Traduction Framalang : Martin et Goofy)*

Pendant plusieurs années, l'Internet a été relativement simple : tout le monde surfait sur le même réseau.

Plus on s'avance vers 2010, plus l'idée d'un même Internet « taille unique » pour tous devient un souvenir lointain, à cause de l'arrivée de l'iPhone, du Kindle, du BlackBerry, d'Android, et bien sûr du fameux iPad.

La multiplication des gadgets mobiles allant sur Internet s'accompagne à chaque fois d'un contenu spécifique pour chaque appareil. Par exemple, l'application populaire pour mobile **Tweetie** permettant de se connecter à Twitter n'est disponible que pour l'iPhone, alors que l'application officielle pour Gmail ne l'est que pour Android. Et si vous achetez un e-book pour le Kindle d'Amazon, vous ne pourrez pas forcément le lire sur d'autres lecteurs électroniques.

En même temps de plus en plus de contenus en ligne sont protégés par un mot de passe, comme la plupart des comptes sur Facebook et certains articles de journaux.

C'est un Internet emmêlé qui est en train de se tisser. Simplement, le Web que nous connaissions est en train d'éclater en une multitude de fragments. C'est la fin de l'âge d'or, selon l'analyste de Forrester Research Josh Bernoff, qui a récemment formulé le terme de « éclatnet » pour décrire ce phénomène (*NdT : the splinternet*).

« Cela me rappelle au tout début d'Internet la bataille de fournisseurs d'accès entre AOL et CompuServe » dit Don More, du fond de capital risque Updata, une banque d'investissement conseillère dans les technologies émergentes de l'information. « Il y aura des gagnants et des perdants ».

Dans ces premiers temps du Web, les utilisateurs accédaient aux contenus en utilisant des systèmes spécifiques ; ainsi les abonnés de chez AOL ne pouvaient voir que les contenus AOL. Puis le World Wide Web est devenu une plateforme ouverte. Maintenant les appareils nomades sont à nouveau en train de morceler le Web.

D'après Bernoff, « Vous ne pouvez plus recoller les morceaux, la stabilité qui a aidé le Web à prendre forme s'en est allée, et elle ne reviendra plus ».

### **Des angles morts**

Quand les utilisateurs d'appareils mobiles choisissent d'acheter un iPhone, un Motorola avec Android, un BlackBerry ou d'autres, ils sont effectivement en train d'opter pour certains types de contenus ou au contraire d'en abandonner d'autres, puisque toutes les applications ne sont pas disponibles sur tous ces gadgets.

D'après Don More de Updata, ce phénomène est en train de mettre le contenu dans des « communautés fermées ». Les fabricants de ces appareils peuvent (et ils le font) prendre et choisir quelles applications fonctionneront avec leur machine, en rejetant celles qui pourraient être en concurrence avec leurs propres produits, ou bien celles qu'ils estiment n'être pas à la hauteur.

Par exemple, Apple a rejeté l'application **Google Voice** sur l'iPhone, qui aurait permis aux utilisateurs d'envoyer gratuitement des messages et d'appeler à l'étranger à faible coût.

Et les limitations ne s'arrêtent pas seulement aux applications. Une affaire d'actualité : Le nouvel iPad ne prend pas en charge le lecteur Flash d'Adobe, ce qui empêchera les utilisateurs d'accéder à de nombreux sites.

Bernoff ajoute : « bien que (cette tendance) ne soit pas nécessairement mauvaise pour les consommateurs, ils devraient prendre conscience qu'ils sont en train de faire un choix. Quoi qu'ils choisissent, certains contenus ne leur seront pas disponibles ».

### **Des choix difficiles**

Les entreprises qui créent les applications sont maintenant confrontées à des choix difficiles. Quels appareils choisiront-elles de prendre en charge ? Combien d'argent et de temps devront-elles prendre pour que leurs contenus fonctionnent sur ces gadgets ?

Quel que soit le choix des développeurs, il leur manquera toujours une partie des consommateurs qu'ils pouvaient auparavant toucher lorsque le Web était un seul morceau.

Sam Yagan, co-fondateur du site de rencontres **OKCupid.com**, ajoute : « quand nous avons commencé notre projet, jamais nous avons pensé que nous aurions à faire face à un tel problème. Réécrire un programme pour un téléphone différent c'est une perte de temps, d'argent, et c'est un vrai casse-tête ».

D'après Yagan, OkCupid emploie 14 personnes, et son application pour l'iPhone a nécessité 6 mois de travail pour être développée. L'entreprise envisage de créer une application pour Android, ce qui prendra environ 2 mois.

« C'est un énorme problème de répartition des ressources, surtout pour les petites entreprises », explique Yagan, « Nous n'avons tout simplement pas assez de ressources pour mettre 5 personnes sur chaque appareil qui sort ».

Chris Fagan, co-fondateur de **Froglroid**, une société qui propose un comparateur pour le

commerce électronique, dit que son entreprise a choisi de se spécialiser sur Android, car il marche avec plusieurs téléphones comme le **Droid**, **Eris**, ou **G1**.

Selon Fagan « les consommateurs sont en train de perdre des choix possibles, et les entreprises sont en train de souffrir de ces coûts supplémentaires ». Mais il ajoute que la popularité en plein essor des applications signifie que les entreprises continueront à en concevoir malgré leur coût.

### Et après ?

Comme un Internet plus fragmenté devient chose courante, Bernoff de Forrester pense qu'il y aura un contrecoup : une avancée pour rendre le contenu sur mobile plus uniforme et interopérable.

La solution pourrait bien être la nouvelle version du langage Web qui arrive à point nommé, le **HTML5**, qui d'après Bernoff pourrait devenir un standard sur les appareils nomades dans quelques années. Par exemple, le HTML5 permet de faire fonctionner des animations sur les sites Web sans utiliser le Flash.

Mais l'arrivée de n'importe quelle nouvelle technologie déclenchera une lutte pour la contrôler. Don More de Updata s'attend à voir « une bataille sans merci entre les entreprises (pas seulement Apple et Google, mais aussi **Comcast**, Disney et tous ceux qui s'occupent des contenus). Que ce soit les applications, les publicités, les appareils... tout le monde est en train d'essayer de contrôler ces technologies émergentes ».

Évidemment, personne ne peut prévoir le futur du Web. Mais Bernoff est au moins sûr d'une chose.

« Nous ne connaissons pas ce que seront les tous nouveaux appareils en 2011. Mais ce qui est certain, c'est que l'Internet ne fonctionnera plus comme on l'a connu. »

### Notes

[1] Crédit photo : **Raúl A.** (Creative Commons By)



**> Article initialement publié sur Framablog**

**> Image de une Franck Chicot sur Flickr**

