

INVITÉ SPÉCIAL : JEREMY RIFKIN « VERS UNE CIVILISATION DE L'EMPATHIE »

CHRONIQUES : LA RÉVOLUTION DE L'INTIME / L'ARTISANAT NUMÉRIQUE

MA VIE NUMÉRIQUE : CHRISTIAN VANIZETTE 100% DANS LE CLOUD



ON PARTAGE?

NOUVELLE CONSO, NOUVELLE VIE

PLAYERS

RACHEL
BOTSMAN



Rachel Botsman est experte en innovation sociale et le fer de lance du mouvement de la consommation collaborative. Ancienne directrice à la Fondation Clinton, elle a créé l'agence Collaborative Lab et a coécrit le livre de référence sur le sujet : *What's Mine is Yours : The Rise of Collaborative Consumption* (Ed. HarperBusiness).

Brian X. Chen est reconnu pour sa fine critique de l'impact social des technologies. Il signe les pages dédiées à Apple et Microsoft pour le site Wired.com, après un poste de rédacteur en chef adjoint au magazine *Macworld*. Son premier livre, *Always On*, (Ed. Da Capo Press) est sorti aux États-Unis en juin 2011.

BRIAN X.
CHEN



JEREMY
RIFKIN



Jeremy Rifkin est un essayiste américain, spécialiste de prospective économique et scientifique. Il est fondateur et président de la Fondation pour les tendances économiques à Washington. Auteur prolifique, son dernier livre, *Une nouvelle conscience pour un monde en crise. Vers une civilisation de l'empathie*, (Ed. Les liens qui libèrent) vient de sortir en français.

Romancier et essayiste, Antoine Buéno travaille sur l'utopie et la prospective. Son dernier ouvrage, *Le petit livre bleu* (Ed. Hors Collection), sorti en juin 2011, suscite un véritable buzz. Antoine Buéno est aussi chroniqueur télé, chargé d'études au Sénat et chargé d'enseignement à Sciences po. Il a également créé un prix littéraire, le Prix du Style.

ANTOINE
BUÉNO



ROBIN
CHASE



Classée par le magazine *Time* en 2009 parmi les 100 personnes les plus influentes au monde, Robin Chase a fondé trois entreprises-clés dans le domaine de la consommation collaborative : Zipcar, le premier réseau de partage de voitures au monde, GoLoco (covoiturage) et aujourd'hui Buzzcar, qui propose la location de voitures entre particuliers.

Annina Svensson est la *country manager* France de Spotify, un service de musique qui permet de découvrir, gérer et partager toute la musique, n'importe où et à tout moment. Annina a ouvert le bureau français de Spotify au printemps 2009, après une carrière internationale dans le domaine des télécoms, des start-ups et de la musique en ligne.

ANNINA
SVENSSON



OLIVIER
DESMOULIN



Olivier Desmoulin explore le Web et le mobile avec la volonté de faire émerger de nouveaux modes d'interaction entre les individus. Il a lancé la start-up Supermarmite en octobre 2010, un concept original qui recrée du lien social de proximité autour de plats préparés par les internautes, tout en évitant le gaspillage.

Nathan Stern est concepteur de réseaux sociaux. Il a notamment créé Peuplade.fr, premier site dédié au partage de l'information, aux petits services et à la convivialité entre voisins, Voisin-age.com, un site de rencontres inter-générationnel et Alter-ego.com, un réseau social téléphonique dédié au partage d'expériences.

NATHAN
STERN



DIRECTEUR DE LA PUBLICATION : JULIEN VILLERET. DIRECTEUR DE LA RÉDACTION : JÉRÔME RICHEZ. RÉDACTION EN CHEF, DIRECTION CRÉATIVE : CLAIRE CAILLAUD, ABDEL BOUNANE. DIRECTION ARTISTIQUE : ALICE LITSCHER. MAQUETTE : JULIE ASPERTI-BOURSIN. RÉDACTION : ANTONIN LÉONARD, LÉO BOURDIN, CHLOÉ RHYS. STYLISME : JULIE ALLARD, VANESSA PERROUD. PHOTOGRAPHIE : MATTHIEU DELUC, PHILIPPE JARRIGEON, ALEXIS RAIMBAULT. ILLUSTRATION : SCHÉHÉRAZADE ABDELILAH, PLASTIC BIONIC, JEAN LEBLANC, FLORENT GUERLAIN, JEANNE DETALLANTE, JAN FELIKS. RETOUCHE : PIXUS. PHOTOGRAVURE : JOUVE. IMPRESSION : STIPA.

CRÉDITS PHOTO : COUVERTURE : ALEXIS RAIMBAULT. « CONNECTE UNE CHOSE » : JOHN ZICH/AFP C/O GETTY IMAGES. P36-37 : « CONCERT AUGMENTÉ » : MATTHIEU DELUC. « TRAFIC FLUIDE » : HAMED SABER. « CORPS BIONIQUE » : DARPA/JHUAPL/HDT ENGINEERING SERVICES. MERCI A : SARAH-JANE BOARDMAN, RUBEN GERARD, GAELLE MANCINA, JONAYD CHERAFI, THOMAS RENAUX, ALICIA LEINOT. SHOPPING : A.P.C, NIKE, H&M, COSTUME NATIONAL, JC/D.C.

SOUS LES CLAVIERS, LE PARTAGE!

On passe en mode collaboratif?

Comme des millions d'internautes, nous aimons partager. Et cela tombe bien, car des services d'un nouveau genre redéfinissent la consommation sur le Net. Partage d'autos, échange d'appartements, location d'objets de la vie courante ou encore prêts d'argent entre pairs : bienvenue dans l'ère de la consommation collaborative!

Cette tendance de fond profite des avantages d'Internet (mobilité, instantanéité, réseaux sociaux et *cloud computing*) et semble dire au revoir à la consommation traditionnelle. D'une économie pyramidale et d'accumulation matérielle – celle de l'ère industrielle – nous passons à un modèle de l'usage... L'ère qui s'ouvre à nous? Ces nouveaux services réaniment quelques valeurs, parmi lesquelles le partage, la confiance, l'empathie. De quoi sérieusement envisager un bouleversement de nos modes de vie. Un phénomène quasi-révolutionnaire, donc, que SFR PLAYER vous fait découvrir dans ce numéro... à partager! •



SFR PLAYER

CONNECTÉS

Nettoyez votre écran tactile : SFR PLAYER vous propose une veille acidulée des dernières tendances Web, geek et high-tech.



MOT DU WEB

À chaque numéro, SFR PLAYER vous fait découvrir un nouveau mot. Ce mois-ci...

CAPTCHART :

C'est en fait la contraction de deux mots : CAPTCHA et ART. Le tout pour désigner ce jeu viral sur Internet, qui consiste à détourner le sens des mots présents dans un CAPTCHA (ce petit formulaire qu'il vous est parfois demandé de remplir pour vérifier que vous êtes bien une personne physique et non un spam) et de les illustrer avec une image équivoque. Décalage garanti. •

CAROTTES 2.0



Vous connaissiez sûrement FarmVille, ce petit jeu addictif sur Internet qui invite les joueurs à s'occuper d'une ferme virtuelle et à partager leur expérience de fermier 2.0 avec leurs amis. MyFarm Project s'en est inspiré pour créer la « première FarmVille réelle ». C'est ainsi que 10000 internautes pourront s'investir, « pour de vrai » cette fois-ci, dans la gérance d'une ferme établie au fin fond de la campagne anglaise. Votre mission de fermier virtuel, si vous l'acceptez, consistera à prendre des initiatives pour améliorer les rendements, débattre et voter pour les décisions-clés tout en contribuant à rapprocher les gens de ce qu'ils ont dans leur assiette. Attention, on ne peut pas recommencer la partie à zéro! • my-farm.org.uk



L'INTERNET DU CŒUR

WeAreVisible.com est un site à vocation humanitaire qui vise à aider les sans-abris et les laissés pour compte à rétablir du lien social sur Internet. Le but ? Les rendre « visibles » sur la Toile quand ils ne le sont plus forcément dans la vie de tous les jours, les aider à remplir des formulaires en ligne ou encore à créer un blog ou un compte Twitter pour renouer avec la société numérique, comme premier pas. Cette initiative solidaire prend encore un peu plus de sens quand on sait que Mark Horvath, le fondateur de WeAreVisible, a eu l'idée de mettre en place ce service alors qu'il se trouvait lui-même dans la rue.



Ce projet est tiré d'un livre tout juste édité par SFR, *Faisons du Numérique une Chance*. Cet ouvrage regroupe 100 projets, personnalités ou initiatives, sélectionnés pour montrer que le numérique n'est pas seulement une technologie mais aussi une chance historique de transformer la société. Une chance de créer ou recréer du lien social, d'imaginer des formes nouvelles d'entraide et de solidarité, d'agir contre les exclusions et pour l'environnement. • *A lire en ligne sur sfr.com/nos-engagements/notre-vision/faisons-du-numerique-une-chance*

VERSUS LES ANONYMOUS, UN CONTRE-POUVOIR ? DEUX PERSONNALITÉS OPPOSÉES ANALYSENT L'IMPACT POLITIQUE DE CES ACTIVISTES



OUI - Gabriella Coleman est professeur d'anthropologie à l'Université de New York. Elle analyse les phénomènes relatifs aux nouvelles formes d'activisme politique. C'est une spécialiste des Anonymos. « Oui, car bon nombre de leurs déclarations expriment clairement une motivation qui fait partie d'un plan politique plus global. Sur beaucoup de points, les « Anons » commencent à ressembler de plus en plus à un groupe de militants politiques chevronnés qui débattent, via le Net, sur les mérites ou les désavantages de cibles ou d'actions, préconisant par exemple de ne jamais s'attaquer aux médias traditionnels. »

NON - Paul Sop, directeur technique général de Prolexic, une des plus grandes sociétés spécialisées dans la sécurité informatique. « Je ne pense pas que l'on puisse vraiment parler de contre-pouvoir pour les Anonymos, car même si l'on sait que les attaques de « déni de service (DDoS) » peuvent avoir des répercussions économiques, je pense que la plupart de ses membres ne mesurent même pas l'ampleur des dégâts causés par leurs attaques. Par ailleurs, même s'ils sont motivés par des idéaux politiques, c'est un mouvement disparate et hétéroclite. » •

NICKEL CHROME

Samsung lance le premier ordinateur portable à bénéficier du système d'exploitation de Google, Chrome OS. Son nom ? Chromebook Série 5. Son atout majeur ? L'essentiel de vos données, applications et documents, sont stockés dans le cloud, c'est-à-dire sur des serveurs, pour une meilleure protection et un ordinateur moins surchargé ! Le Chromebook sera d'ailleurs commercialisé en avant-première par SFR avec une carte SIM SFR embarquée, qui offre 3 jours de connexion, puis 1 Go offert, à utiliser dans les 60 jours suivant l'activation. • sfr.fr

CONNECTE UNE CHOSE

Avec itizen, c'est un pas de plus dans la course folle à « l'Internet des objets », cette nouvelle tendance qui connecte les objets du quotidien et leur donne une vie virtuelle. Le site nous permet entre autres d'attribuer un flashcode personnalisé à nos objets, d'écrire une anecdote à leur sujet ou de compléter une fiche produit. Une fois le flashcode imprimé, il suffira de « tagger » votre objet pour lui donner une nouvelle existence... sur Internet. Les autres utilisateurs d'itizen.com pourront ensuite, grâce à vous, en savoir un peu plus sur l'objet fraîchement digitalisé (ses caractéristiques matérielles, le lieu d'achat ou encore des anecdotes amusantes sur sa vie d'objet aux côtés de son propriétaire). • itizen.com



CONSUMER GOODS



CUSTOM BAR CODES



SHARED PERSONAL EXPERIENCES



OBJECTS WITH MEMORIES

LAB

DesignTheFutureNow.org est une plateforme collaborative qui tend à promouvoir l'émergence de projets ouverts et innovants. Nous en avons sélectionné trois parmi les plus originaux.



FUTURLAB

Cette initiative a pour but de faire émerger 50 idées pour améliorer notre vie de tous les jours. Sur le format collaboratif, chaque citoyen est invité à faire parler son imaginaire sur le site dédié pour donner naissance, en bout de chaîne, à 4 prototypes (services et dispositifs) concrets.

LE RÊVOIR

Racontez ici vos rêves, des plus poétiques aux plus sombres, des plus loufoques aux plus ingénieux. N'importe qui peut contribuer, et cette matière textuelle édulcorée sert de terreau et de point de départ à des artistes qui les mettront en forme sur des supports multimédias.

MON QUARTIER EST BAVARD

Mettre à la disposition des acteurs de l'espace public (riverains, commerçants, associations, etc.) des moyens de communication techniques et méthodologiques afin de leur faire produire et réaliser des contenus multimédias : c'est l'ambition principale de cette initiative, qui renforce le lien social et a déjà fait parler bon nombre d'habitants sur la Canebière, à Marseille.

ROBOT SENTIMENTAL



Il faut aussi parfois un peu de poésie dans un monde surdigitalisé. Les TweenBots sont de petits robots motorisés au look sympa, sans intelligence artificielle aucune, qui ont été abandonnés dans les rues de New York. Pour rejoindre leur destination du jour, ils comptent sur le côté « humain » des passants, qui choisissent (ou pas) de les remettre dans la bonne direction. Prochaine étape : Paris? • tweenbots.com

MOBILETÉ!

*Pour partir en vacances bien équipé,
SFR PLAYER vous propose sa sélection conso'mobile,
aussi utile que rafraîchissante.*

Philippe
Jarrigeon
Photographie



LA POCHE ROSE OU VERTE POUR SMARTPHONE

Des étuis pour smartphone, aux tons rose ou vert selon l'envie du moment, pour donner un look estival à votre outil de communication personnel préféré.

**Disponible
en Expérience stores
SFR**

RADIO LEXON JAUNE OU BLEUE

Trouvez la bonne fréquence tout en restant dans la juste tendance grâce à cette radio portable Lexon (jaune ou bleue) au look minimal mais original.

**Disponible
dans le commerce**

CASQUE ROUGE DR. DRE

Le casque Beats by Dr. Dre est devenu un incontournable pour tous les amoureux des grosses basses et des rythmiques BPM chaloupées. À écouter en deux mots : au soleil!

**Disponible au Studio
SFR Paris Madeleine**

SAMSUNG GALAXY S II

Le Samsung Galaxy S II est tout simplement le plus *smart* des phones disponibles aujourd'hui sur le marché. Il fonctionne maintenant sous Android Froyo 2.3 et il n'attend plus que vous... enfin, vos pouces et vos oreilles.

**Disponible dans
tous les espace SFR**

MONTRE NOOKA

Les montres Nooka donnent une heure universelle à lire dans un format codé. À vous de le déchiffrer et à votre poignet de la porter.

**Disponible
dans le commerce**

100% DANS LE CLOUD

Christian Vanizette est un parisien qui mène une vie 100% en flux tendu grâce aux services collaboratifs. Nous l'avons suivi pendant une journée au rythme de son activité, entre consommation de biens et services d'échange sur Internet... Comme dans la vraie vie.

« EN VOYAGE, MON SMARTPHONE, C'EST MON MEILLEUR GUIDE. »

MakeSense est une start-up qui a pour but de rassembler les entrepreneurs sociaux du monde entier et de dynamiser la réalisation de leurs projets en leur permettant d'interagir facilement et en temps réel avec les différents acteurs de l'économie numérique. La dernière opération de MakeSense? Un « hold-up créatif » à l'Appart SFR pour trouver 100 idées et concepts autour de 7 « défis », le tout en 2 heures. makesense.org, sfr.com/lappart-sfr

Moi c'est Christian, j'ai 24 ans et j'ai décidé de faire le tour du monde avec mon iPhone pour rencontrer des entrepreneurs sociaux. L'objectif de MakeSense consiste à fabriquer du lien et relier les entrepreneurs du monde entier avec quiconque peut leur venir en aide

sur des défis précis. C'est pour ça que je ne quitte jamais mon smartphone, une greffe électronique de ma main droite tant il devient indispensable ! Quand je voyage en mode start-up, mon

smartphone, c'est mon meilleur guide. Une journée type? Cela donne à peu près ça :

Je commence par une petite veille sur le blog de la Mutinerie pour prendre des nouvelles de cette tribu de travailleurs freelance, qui trouvent les meilleurs troquets pour travailler et organisent des « Jellies », des événements spéciaux pour faire du co-working. Après tout, ces nouvelles manières nomades de travailler, je suis en plein dedans, non? Pour trouver un bon café entre deux rendez-vous, je cherche les meilleurs tips sur l'application sociale de géolocalisation Foursquare. La fonction « agora » de Foursquare me dit même quelle personne je dois rencontrer dans le lieu où je me trouve... Peut-être qu'un jour, je trouverai l'âme sœur de cette manière, qui sait? En ce moment, je prépare mon prochain voyage à San Francisco. Toujours sur mon smartphone, je regarde les chambres disponibles sur Airbnb (un genre de couchsurfing payant). Tiens, il y a Lola Valentine, du quartier hippie de SF qui peut m'héberger avec un pote dans son salon, moyennant 40 euros par nuit! C'est moins cher que l'auberge de jeunesse, c'est dingue, je mets une option. Il faut maintenant que l'on trouve 1000 euros pour financer notre voyage. J'organise une réunion dans un café parisien pour préparer la mise en ligne



de notre projet sur Kickstarter, un site de crowdfunding où chacun peut investir de 1 à 100 euros dans un projet créatif de son choix. J'espère que l'on nous fera confiance et que certaines personnes croiront en notre projet. Ma journée se termine gentiment, j'ai été productif à 95%! En rentrant, je n'ai plus le temps de me préparer à manger et plutôt que de passer au McDo, je jette un coup d'oeil sur l'application Supermarmite pour voir s'il n'y a pas des petits plats fabriqués par d'autres qui mijotent chez des voisins. C'est quand même plus sain qu'un Big mac, sans rire. Dernier réflexe avant de dormir : je mets en ligne une petite vidéo pour dire bonne nuit et surtout prévenir tout le monde que demain je commence mon déménagement et qu'il faut absolument que je trouve un nouvel appartement très vite. Le lendemain matin, ça n'a pas manqué : cinq amis m'ont répondu sur Facebook pour m'annoncer que leurs apparts sont disponibles. Génial, je suis fin prêt à m'envoler. Bon, je vais quand même devoir délester mes valises de quelques bibelots qui ne me servent à rien en les troquant sur MyRecycleStuff. Absent de la liste de troc : mon smartphone – mais vous l'aviez deviné! ■

ON PARTAGE? NOUVELLE CONSO NOUVELLE VIE



Et si le Net allait changer (encore une fois) nos habitudes de consommation? Bienvenue dans l'ère de la consommation collaborative, où les mots « partage » et « échange » prennent un tout nouveau sens. Bienvenue, en réalité, dans votre nouvelle vie.

Alexis
Raimbault
Photographie

« DES SMARTPHONES AU CLOUD COMPUTING EN PASSANT PAR LE SUCCÈS DES RÉSEAUX SOCIAUX, INTERNET OFFRE LE TERREAU ESSENTIEL POUR QUE FLEURISSE LA NOUVELLE CONSO. »

« consommation collaborative ou participative », un terme qui désigne une réalité très simple : et si grâce au Net, on partageait au lieu de tout acheter?

TENDANCE LOURDE

Des centaines de nouveaux sites répondent à ces questions chaque jour... Un nouveau type d'entrepreneurs émerge, très connecté – ni bobo, ni baba. Parmi eux, les créateurs de Zipcar, leader de l'auto-partage, Couchsurfing ou Airbnb, sites référents dans le domaine du partage d'appartements à travers la planète. Les sites de co-working, d'échange de biens et de talents se démocratisent, le partage de produits quotidiens, la location et le troc explosent via le Net... Et même les entreprises traditionnelles s'y mettent. Comme en témoigne le guide distribué avec ce magazine, nous avons à

Saviez-vous qu'une voiture reste inutilisée 92% du temps? Qu'une perceuse ne sert que 12 minutes en moyenne à son propriétaire? Un hôtel est-il réellement plus confortable que l'appartement inoccupé d'un internaute à l'autre bout du monde? Peut-on vivre aussi bien en possédant moins? Le consommateur peut-il devenir vendeur? Ces questions sont au cœur de l'émergence du phénomène de la consommation collaborative sur Internet. La

faire à une tendance lourde, qui n'en est qu'à ses débuts.

Nous verrons dans ce dossier pourquoi tout cela arrive en 2011, pratiquement au même moment. Premièrement, les technologies sont matures : des smartphones au *cloud computing* en passant par le succès des réseaux sociaux, Internet offre le terreau essentiel pour que fleurisse la nouvelle conso. Et aussi, le terrain socio-économique est favorable : la crise s'installe, l'idéal écologique gagne du terrain, un changement de mentalité modifie imperceptiblement nos habitudes de consommation. « Pourquoi acheter seuls, quand nous pouvons profiter d'une voiture, un appartement ou une tondeuse à gazon à partager sur Internet? » semblent demander en chœur des millions d'utilisateurs de ces services à travers le monde.

EMPATHIE

Qui sont ces nouveaux consommateurs? Sur quel business model reposent ces nouvelles activités? Au delà de la pure consommation, ce retour des valeurs de partage et de confiance ne préfigure-t-il pas une modification profonde de nos modes de vie? Voire, comme l'appelle de ses vœux Jeremy Rifkin, « *un changement de civilisation* » qui deviendrait, dès lors, plus empathique. Des premiers théoriciens de ce phénomène de société, comme Rachel Botsman (*lire page 8*), aux start-uppers déjà en partance vers ce nouvel eldorado du Web, les prochaines pages SFR PLAYER vous immergent dans votre vie future de consommateur. Et pas seulement pour vous expliquer comment tirer profit de cette perceuse à 200 euros qui dort dans le placard... ■

LA CULTURE DU « NOUS »

Rachel Botsman est un des fers de lance du mouvement de la consommation collaborative. Entretien avec l'experte incontestée du phénomène que TIME Magazine a récemment classé comme l'une des « 10 idées qui changent le monde ».

Chloe Rhys
Interview

Coauteur en 2010 de l'ouvrage de référence en la matière, *What's Mine is Yours : The Rise of Collaborative Consumption* [Ce qui est à moi est à toi : la montée de la consommation collaborative], Rachel Botsman est rapidement devenue le visage de ce mouvement. Intervenante charismatique et source d'inspiration, elle se consacre aujourd'hui à comprendre, théoriser et mesurer l'impact de la consommation collaborative, que ce soit sur l'économie, l'environnement, ou les mentalités. Dans cet entretien avec SFR PLAYER, Rachel Botsman nous parle de la montée en puissance de ce phénomène, qu'elle décrit comme une nouvelle force économique et culturelle puissante, qui ne réinvente pas seulement ce que l'on consomme, mais la manière dont on consomme.

• **Quand avez-vous compris que la consommation collaborative était une nouvelle tendance ?**

La consommation collaborative est vraiment devenue une évidence pour moi il y a environ 4 ou 5 ans. Ce qui me fascinait le plus, c'était ces nouveaux comportements de partage entre pairs et la façon dont la technologie les a rendus possibles. Juste avant la crise économique, a eu lieu le début d'un grand changement dans la perception qu'ont les consommateurs vis-à-vis des marques. De simples acheteurs, nous devenons acteurs et créateurs du marché, le commerce n'est plus réservé aux grands monopoles.

• **D'ailleurs, selon vous, cette tendance n'a rien d'un phénomène underground. Vous dites que la consommation collaborative est « plus branchée que hippie » ! De nos jours, pour qu'une start-up puisse**

devenir un succès, elle doit contenir des valeurs qui la rendent attachante. Bien sûr, il est important d'être « vert » et d'avoir une conscience sociale, mais ces entreprises doivent aussi être porteuses de sens pour leurs utilisateurs. C'est ainsi que la consommation collaborative, qui aurait pu rester un concept très académique, a pu devenir un mouvement grand public. En ce qui concerne le facteur « cool » de la consommation collaborative, je pense que notre participation à des plateformes communautaires et sur les réseaux sociaux est en train de définir la façon dont nous nous exprimons, au delà des produits physiques que nous possédons. Nous sortons de la culture de l'hyper-individualisme pour aller vers le partage. C'est ce que j'appelle le passage de la culture du « moi » à la culture du « nous ».

• **Existe-t-il un profil type de ceux qui s'intéressent à la consommation collaborative ?**

Les études réalisées sur ce sujet sont très intéressantes et les résultats m'ont totalement bluffée. Certainement, les membres de la « génération Y » sont en quelque sorte les petits soldats du mouvement, parce que la technologie est très intuitive pour eux. Par contre, sur beaucoup de sites, le groupe d'âge des 40 à 50 ans est celui qui est en plus forte croissance. Mais tout le monde – des mères au foyer jusqu'aux retraités – commence à participer aux plateformes de consommation collaborative, avec des motivations très différentes. La raison pour laquelle beaucoup de personnes plus âgées ont commencé à s'intéresser à la consommation collaborative est souvent due à des sites comme eBay et Etsy [site de revente d'objets fabriqués maison. NDLR] : ils utilisent ces sites pour devenir des sortes de micro-entrepreneurs et se lancer dans une activité secondaire basée sur leurs passe-temps.

• **Pouvez-vous nous parler des conséquences économiques de ce commerce entre pairs ?**

Si vous me demandez : « Qui doit le plus s'inquiéter de la montée de la consommation collaborative ? Est-ce que ce sont les grandes entreprises ? » Non ! Je dirais que ce devrait être les services fiscaux ! Tout d'abord, les gens ne pensent pas à déclarer les revenus



qu'ils perçoivent grâce à des plateformes de commerce entre pairs. Ils ont simplement l'impression d'avoir un réflexe débrouillard. Aujourd'hui, un New-Yorkais moyen peut gagner jusqu'à 1500 dollars par mois en louant une chambre sur Airbnb, il s'agit donc de revenus non négligeables pour certaines personnes. Il y a aussi la question de la monnaie virtuelle, les systèmes de troc, qui sont encore plus difficile à mesurer et à taxer.

• **Pour l'instant, vous nous avez parlé uniquement de start-ups, mais qu'en est-il des grosses entreprises traditionnelles ?**

Un changement s'est produit au cours des dernières années. Les grandes entreprises voient maintenant la consommation collaborative comme une opportunité et non plus une menace, et elles réagissent de différentes manières. On voit des entreprises qui réinventent leur business model. Si nous regardons l'industrie automobile, dans les deux dernières années, BMW, Peugeot, VW, Hertz, Avis, se sont tous lancés dans des services de covoiturage et de voitures en libre-service. Dans les dix prochaines années nous allons voir beaucoup d'acteurs évoluer d'un business model basé sur la vente de produits, vers un modèle construit autour de plateformes de services. L'économie de tout cela signifie que les marques devront passer d'un modèle basé sur l'unité vendue vers l'unité utilisée – ce qui peut aussi être très rentable.

• **Il semble également que la consommation collaborative tende plus vers la création de liens à l'échelle locale...**

La technologie n'est plus uniquement un réseau mondial, mais devient un outil

local. La façon dont nous définissons l'idée de « voisin » est ainsi en train de changer, se basant d'avantage sur des centres d'intérêts et des systèmes de valeurs que la géographie. La puissance de la technologie au niveau social repose sur sa capacité à connecter des personnes mais aussi à permettre aux gens de former des groupes d'intérêts de niche et de s'exprimer autrement. Cela signifie pour nous qu'il ne s'agit plus seulement d'avoir accès à tout, n'importe quand, n'importe où, mais de pouvoir y avoir accès grâce à des gens qui vivent près de nous, ou par l'intermédiaire des fournisseurs de services basés dans notre quartier. ■

« NOUS SORTONS DE LA CULTURE DE L'HYPER-INDIVIDUALISME POUR ALLER VERS LE PARTAGE. »

What's Mine is Yours: The Rise of Collaborative Consumption
Ed. HarperBusiness
HarperCollins Publishers, 2010



CONSOMMACTEURS

Super débrouillards ou surconnectés, carrément mobiles ou avec la tête dans le cloud, une chose est sûre : la consommation en partage génère de nouveaux modes de vie... en passe de se généraliser. SFR PLAYER s'est amusé à en décrypter les différentes typologies. Vous vous reconnaissez?

Alexis Raimbault
Photographie



POUR POUVOIR LES MONTRER OÙ IL VEUT, QUAND IL VEUT, RÉMI TÉLÉCHARGE SUR PICASA LES 435 PHOTOS DE SON ANNIVERSAIRE. ET HOP DANS LE CLOUD!

L'HYPER-VIRTUEL

Son mode de vie : L'hyper-virtuel ne possède presque plus rien de physique, puisque tous ses souvenirs sont sur les plateformes de réseaux sociaux, son compte en banque est en ligne, sa collection de CD est digitalisée. La cerise sur le laptop : il passe ses soirées à jouer à des jeux multijoueurs en ligne.

Ses services préférés : Spotify (pour écouter de la musique sur son mobile), Boursorama (un service bancaire exclusivement sur Internet), Picasa (qui permet de stocker et partager ses photos en ligne) et des jeux multijoueurs en streaming sur SFR neufbox (Golf Pro, Morhun kart, Tower blox...).

Ça lui sert à : stocker des informations dans le cloud, appréhender la vie sous un angle virtuel.

Son credo : « Sans open source, pas d'Internet. Sans Internet, pas de Facebook ni de Twitter ». L'hyper-virtuel trouve son compte dans la consommation et le partage de ressources immatérielles. •

« COUCOU! OUI, C'EST BIEN MOI SARAH_MIAOU. » SARAH MONTRE SON TICKET VIRTUEL ZIPCAR, LEADER DE L'AUTOPARTAGE ET RENCONTRE POUR LA PREMIÈRE FOIS CAHUETTE75.



L'HYPER-NOMADE

Son mode de vie : L'hyper-nomade de la vie en streaming appréhende les services collaboratifs sur Internet comme de véritables moyens d'échange et de voyages. Elle passe le plus clair de son temps en vadrouille à l'étranger et partage toutes ses photos, ses contacts et ses bonnes adresses.

Ses services préférés : Zipcar (autopartage), Airbnb (location de logements entre particuliers), Couchsurfing (dormir chez l'habitant en voyage), Tripadvisor (site participatif pour préparer ses vacances), location de vélos en libre-service (Vélib'...), Instagram (pour prendre de belles photos de ses vacances sur son mobile et les partager)

Ça lui sert à : Communiquer, voyager et faire de nouvelles rencontres.

Son credo : « Partager et faire de nouvelles expériences ». L'hyper-nomade n'a pas de limites et embrasse les principes de l'économie collaborative à 100% et à 360°. •

L'HYPER-CONNECTÉ

Son mode de vie : Si l'hyper-connecté de la vie en streaming est tout le temps dans la consommation de liens, c'est probablement parce que 70% des interactions de sa vie sociale et professionnelle s'y concentrent. Toujours en ligne, il suit et partage l'actualité en temps réel, échange des données avec ses pairs et participe activement à plusieurs communautés virtuelles.

Ses services préférés : Twitter (pour partager rapidement et en direct avec son réseau d'amis), LinkedIn (réseau social professionnel), Foursquare (réseau social de géolocalisation), Kickstarter (pour financer des projets créatifs), Trove (agrégateur d'actualités), Delicious (service de marque-pages sociaux), Getglue (le réseau social affinitaire autour du divertissement)

Ça lui sert à : Entretenir son réseau professionnel et personnel, s'informer et partager des centres d'intérêts.

Son credo : « Surfer collaboratif ». Son hyper-connectivité lui permet d'avoir une activité pertinente et enrichissante sur la Toile, tout en tissant du lien social.

RUBEN, START-UPPER MULTITÂCHE : FILS TWITTER, DÉPÔT D'UN PROJET SUR KICKSTARTER ET WEBCONF' AVEC UN PROSPECT.

RETROUVEZ
L'INTERVIEW
DE SABRINA DISTINGUIN
BUREAUX À PARTAGER SUR
SFRPLAYER.COM



GAELE VIENT DE RECEVOIR DES ARTICLES ENVOYÉS PAR SES AMIES DE VESTIAIREDECOPINES.COM, « LE SITE D'ÉCHANGE DE VÊTEMENTS QUI DORMENT DANS LES PLACARDS ».

L'HYPER-DÉBROUILLARDE

Son mode de vie : Pour l'hyper-débrouillarde de la vie en streaming, la fin peut parfois justifier les moyens! Elle sait profiter des avantages économiques et sociaux apportés par l'ensemble des services relatifs à la consommation collaborative. Toujours dans les bons plans, elle embrasse un mode de vie basé sur le partage.

Ses services préférés : Supermarmite (acheter des petits plats à des cuisiniers amateurs), Zilok (système de prêts entre particuliers), MyRecycleStuff (troc d'objets inutilisés), Vestiaire de Copines (troc et vente de vêtements), Buzzcar (site de location de voitures entre particuliers).

Ça lui sert à : Alléger ses finances et rencontrer des gens.

Son credo : « Malin plus que radin ». Elle réussit à tirer le meilleur parti de la vie en streaming... Et elle aurait tort de s'en priver.

RETROUVEZ
L'INTERVIEW
DE MARION CARRETTE
ZILOK SUR
SFRPLAYER.COM



AUX RACINES DU COLLABORATIF

Nous avons retrouvé l'arbre généalogique de la consommation collaborative! En voici la représentation, de ses origines sociales jusqu'aux tout premiers fruits numériques...

Antonin Léonard
Nathan Stern
Analyse

4. LES PREMIÈRES BRANCHES DE SERVICES

■ Location entre particuliers (P2P renting)

Le principe : louer des biens à son voisin.

■ Crowdfunding

Le principe : faire financer son projet par la foule des internautes.

■ Prêt entre particuliers (P2P lending)

Le principe : prêter de l'argent et emprunter à des personnes réelles à des taux plus intéressants que certaines banques.

■ Covoiturage (Ridesharing)

Le principe : le concept du stop à grande échelle : partager un trajet et les coûts associés.

■ Autopartage : Le principe : utiliser une voiture en fonction de ses besoins.

■ Autopartage entre particuliers (P2P carsharing) Le principe : louer la voiture de son voisin.

■ Troc de livres (Bookswapping) Le principe : généraliser une pratique courante entre amis ou collègues grâce aux systèmes peer-to-peer.

■ Troc de vêtements Le principe : troquer des vêtements qu'on ne met plus, en chiner de nouveaux.

2. LES PHÉNOMÈNES PRÉNUMÉRIQUES

■ Les AMAP (Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne) Le principe : créer un lien direct entre paysans et consommateurs, qui s'engagent à acheter la production de celui-ci à un prix équitable et en payant par avance.

■ Le vélo-partage (bikesharing) Le principe : des vélos accessibles via une location de courte durée. Présent aujourd'hui dans la plupart des mégapoles mondiales, le vélo-partage est le mode de transport qui connaît la plus forte croissance.

1. LES DYNAMIQUES FONDAMENTALES

■ La crise et la montée des coûts : du pétrole, de l'immobilier, des matières premières.

■ Relocalisation : de la mondialisation à la réinscription dans la sphère locale.

■ Dématérialisation : du désir de détenir un produit au désir de bénéficier d'un service.

■ Déconsommation : de la surabondance à la sélection des produits.

■ Désintermédiation : de la distribution de masse au circuit court (lien direct producteur consommateur).

■ Mutualisation : de la propriété individuelle à la propriété collective.

3. LES DÉCLENCHEURS NUMÉRIQUES

■ Craigslist.com (depuis 1979) Cet ancêtre – toujours vivant – des forums de discussions a montré que le goût de l'échange désintéressé, de la coopération et de l'entraide sont beaucoup plus répandus qu'on ne le croit!

■ Mouvement du logiciel libre (depuis les années 1980) Le partage et la gratuité des logiciels, des outils et des langages de développement ont fourni des modèles viables et pérennes.

■ San Francisco Avec la consommation collaborative, c'est l'esprit de San Francisco qui règne sur le monde. San Francisco a fourni le terreau le plus propice à cette nouvelle ruée vers l'or que devient l'économie du partage : la tolérance sur le plan des mœurs, l'hospitalité à l'égard des minorités, la bienveillance à l'égard de la culture Hippie, et bien sûr la Silicon Valley : Apple, Yahoo, eBay, Google, Facebook, y ont leur siège.

■ Colocation : Le principe : partager un logement, partager les frais.

■ Coworking : Le principe : travailler seul, mais à plusieurs.

■ Partage de jardins : Le principe : louer ou partager son espace de terre disponible.

5. LES FRUITS SYMBOLIQUES

■ Couchsurfing.com (depuis 2004) Héberger des inconnus chez soi, en toute confiance et gratuitement.

■ FreeCycle.org (depuis 2003) Agrégateur de listes de diffusion locales dédiées au don.

■ eBay.com (depuis 1995) Une place de marché internationale.

■ Facebook.com (depuis 2004) Pour avoir rendu absolument incontournable l'idée que le Web était intrinsèquement social, Facebook l'a rapproché de la vraie vie et créé un sentiment de proximité avec les gens que nous ne connaissions pas.

■ Airbnb.com (depuis 2008) Louer un espace unique et design chez des particuliers, pour vos vacances dans le monde entier.

ÉCOANALYSE

Non contente d'être le moteur de styles de vie émergents, la consommation collaborative est aussi un des nouveaux eldorados du Web. Pour autant, cette économie basée sur le partage ne ressemble pas à tous les autres Net-business.

Antonin
Léonard

Texte

PlasticBionic
Image

Consommation collaborative, économie du partage, streaming, économie de fonctionnalité : des expressions qu'on entend dans tous les coins du Web. Mais concrètement, cela veut dire quoi? Cristallisant le bouleversement économique en cours, le terme de consommation collaborative désigne un mouvement dont la stratège britannique Rachel Botsman a décrit les fondements et proposé la première définition : « *La croissance exponentielle des formes de revente, de location, de partage, de troc, d'échange, permise par les nouvelles technologies et notamment les technologies peer-to-peer* ». Cette nouvelle économie et les nouveaux rapports sociaux qu'elle détermine sont notamment décryptés par le magazine Web américain Shareable.net, dont le siège est à San Francisco. De par la maturité de ses usages des nouvelles technologies et des applications mobiles, San Francisco est à la pointe de cette nouvelle économie.

Pour Neal Gorenflo, fondateur et rédacteur en chef de Shareable.net, « *il devient clair que ce mouvement n'est pas qu'une tendance passagère. Les publications se multiplient, les consultants commencent à s'intéresser au phénomène, les politiques envisagent de nouvelles lois pour favoriser le développement de cette économie du partage, les start-ups font des levées de fonds impressionnantes : tout nous fait dire qu'une nouvelle économie est vraiment en train d'émerger.* »

CHAMPIONS

Et comme tout nouveau secteur économique, le business du partage a ses champions. Parmi ces têtes de gondoles virtuelles : Couchsurfing, le site de partage de canapé pour les voyageurs (plus de 3 millions de personnes dans 235 pays ont déjà posé bagages et valises chez un inconnu grâce à ce service), qui permet de vivre ses voyages en flux

tendu, d'appartement en appartement, sans contrainte matérielle. Autre phénomène : le vélo en libre-service, qui représente plus de 2,2 millions de trajets chaque mois dans le monde. Airbnb, autre site emblématique de cette nouvelle économie, propose quant à lui de louer un espace disponible pour une nuit ou plus à un particulier, et annonçait il y a quelques mois avoir dépassé le million de nuits réservées sur son site. En France, c'est Covoiturage.fr qui a récemment franchi la barre du million de membres inscrits. Enfin, Etsy, la plateforme de référence pour vendre ses créations originales et artisanales, diffuse ses statistiques chaque mois : 40 millions de biens vendus pour les 3 premiers mois de l'année, soit 77% de plus par rapport à 2010 et presque 400 000 nouveaux membres chaque mois.

Parmi les secteurs les plus en vogue de cette nouvelle économie, le partage de voitures entre particuliers. Aux Etats-Unis, le pionnier RelayRides a récemment été boosté par un investissement de plus de 5 millions de dollars de Google. En France, cinq acteurs sont déjà positionnés : Voiturelib (avec tout de même un volume d'affaires de 250 000 euros depuis son lancement), Deways, Livop, Cityzenicar et le dernier arrivé Buzzcar, lancé en mai, avec à sa tête Robin Chase (fondatrice et ex-PDG de Zipcar, leader mondial de l'autopartage et classée parmi les 100 personnalités les plus influentes par *TIME* en 2009). Clairement, un nouveau business est né, et ce n'est pas près de s'arrêter.

LAMES DE FOND ET LEVÉES DE FOND

De plus en plus de fonds d'investissements ont repéré l'opportunité et misent sur cette économie aux Etats-Unis. Alors que le secteur du prêt entre particuliers vient d'y atteindre la somme de 500 millions de dollars, les start-ups du partage enchaînent les levées de fond. Un véritable big-bang : 7 millions pour Thredup, site de troc de vêtements et jouets pour enfants ; 1,2 million pour Gobble, qui permet de réserver et d'acheter des plats faits maison près de chez soi ; 1,6 million pour Grubwithus, qui propose un service de colunching et « diners sociaux », mélange de Meetic et de Groupon. Et surtout, Airbnb, qui a récemment annoncé une levée de fond de 100 millions de dollars pour une valorisation stratosphérique d'1 milliard de dollars. En termes de business models, le streaming



présente plusieurs opportunités. Pour les sociétés spécialisées dans la vente ou location de biens entre particuliers, les revenus sont générés grâce à la prise de commission sur ces échanges, souvent aux alentours de 5 à 10% du montant perçu par le vendeur ; c'est le cas pour Airbnb, de Buzzcar et eBay. Pour les entreprises basées sur le streaming de biens culturels, la tendance est à la limitation du gratuit afin de convertir les utilisateurs gratuits en abonnés payants aux offres premiums. Il est également commun pour ces sites de compléter ces revenus avec la vente d'espaces publicitaires. Et, fait significatif, cette culture du partage intéresse également de nombreuses sociétés traditionnelles à l'image des acteurs du monde de l'automobile qui créent des systèmes de covoiturage et de location (Hertz, BMW).

VALEURS BOURSIÈRES VERSUS VALEURS MORALES

Si des start-ups semblent devenir de véritables cash-machines, le fait pour elles de se positionner sur l'économie du partage implique de témoigner certaines valeurs. Les valeurs dégagées par les start-ups emblématiques sont d'ailleurs volontairement à des années lumière des pratiques

traditionnelles : un sens inné de la communauté et des façons plus humaines d'interagir avec les clients, les partenaires, les concurrents (notamment grâce aux réseaux sociaux), font que ces entreprises jouissent aujourd'hui d'un capital confiance incomparable. « *Travel like a human* » est ainsi le credo d'Airbnb. En France on citera Supermarmite, le réseau social basé sur le partage de cuisine et de petits plats mijotés entre voisins, La Ruhe qui Dit Oui, qui organise des achats groupés permettant aux consommateurs de bénéficier de meilleurs prix sur les produits frais de leur région ou Deways, le pionnier français du partage de voitures.

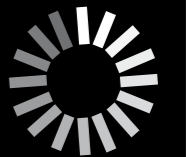
La question des valeurs partagées par ces entreprises est un point fondamental, qui pourra jouer dans l'émergence de certaines start-ups plutôt que d'autres. Alexandre Grandremy, fondateur de Deways, affirme : « *Il ne s'agit plus seulement de mettre en avant son service ou son offre mais de contribuer à un changement majeur de société* ». ■

« CES ENTREPRISES JOUISSENT AUJOURD'HUI D'UN CAPITAL CONFIANCE INCOMPARABLE. »

RETROUVEZ
L'INTERVIEW
DE ROBIN CHASE
ZIPCAR SUR
SFRPLAYER.COM



RETROUVEZ
L'INTERVIEW
D'OLIVIER DESMOULIN
SUPERMARMITE SUR
SFRPLAYER.COM



HOMO EMPATHICUS

Interview exclusive de Jeremy Rifkin, économiste, conseiller auprès de l'Union européenne et des chefs d'état du monde entier, président-fondateur de la Fondation sur les tendances économiques. Spécialiste de prospective économique et scientifique Rifkin a anticipé dans ses nombreux best-sellers (Le rêve européen, La fin du travail et L'âge de l'accès) les plus grandes mutations de notre société et notamment celles induites par l'Internet. Discussion en pair-à-pair avec un des plus grands penseurs du numérique.

Chloe Rhys
Interview

Jeremy Rifkin est un hyperactif de la propagation d'idées. Penseur américain décrit comme « un prophète social et éthique », par le *New York Times*, il est classé parmi les 150 personnes ayant le plus d'influence sur la politique américaine par le *National Journal*. Le cœur de sa réflexion? Ce qu'il appelle la troisième révolution industrielle, celle qui est en train de bouleverser notre quotidien à l'ère du numérique, de l'Internet et du participatif. Dans cet entretien, Jeremy Rifkin nous ouvre les yeux sur les principaux signes de cette révolution. Il nous présente également son nouveau livre, *Une nouvelle conscience pour un monde en crise : la civilisation de l'empathie*. Une réflexion douce-amère sur le choix de civilisation qui s'offre aujourd'hui à l'homme.

« POUR LA PREMIÈRE FOIS DANS L'HISTOIRE, CETTE RÉVOLUTION DES COMMUNICATIONS PERMET UN POUVOIR PAIR-À-PAIR. »

Le plus marquant dans cette révolution Internet, c'est, à la fin du XX^e siècle, le passage d'une infrastructure de communication centralisée sur le modèle de la radio et de la télévision, à un modèle distribué – un réseau. Aujourd'hui, l'Internet est distribué, collaboratif et horizontal, ce qui signifie qu'en moins de 15 ans, nous sommes

• Selon vous, comment Internet a-t-il révolutionné notre société? Internet a non seulement changé la manière dont les gens organisent leurs relations personnelles et professionnelles, mais aussi modifié leurs modes de pensée.

• Il y a dix ans, vous affirmiez que nous nous étions en train d'entrer dans une ère nouvelle, « l'âge de l'accès », où l'usage primerait sur la détention. Ne peut-on considérer que nous y sommes parvenus pour de bon?

Oui, tout à fait, nous basculons d'une ère de la possession à une ère de l'usage; d'une focalisation sur la propriété à une focalisation sur l'expérience : vers la fin des XIX^e et XX^e siècles, à l'époque de la seconde révolution industrielle, nos transactions économiques étaient basées sur des vendeurs et des acheteurs qui échangeaient des biens. Aujourd'hui, les biens ont toujours leur importance, mais dans une certaine mesure, ils restent physiquement chez le fournisseur. L'acheteur y accède à travers des partages temporaires, des locations. Nous observons ce phénomène dans toutes les industries. Par exemple, dans l'automobile. Avec le covoiturage ou l'auto-

passés à une situation où 2 milliards de personnes sur la planète ont le pouvoir de communiquer les unes avec les autres à la vitesse de la lumière. Quand vous pensez au pouvoir, vous pensez à une hiérarchie, du haut vers le bas, centralisée, mais ici, pour la première fois dans l'histoire, cette révolution des communications permet un pouvoir « de pair-à-pair », d'égal à égal. Et cela change tout : les relations sociales, les modèles économiques, les formes d'organisation. Cela finira par changer notre paysage politique, notre manière de gouverner. C'est une avancée fondamentale dans l'histoire, c'est une révolution qui bouscule les mœurs et qui va avoir des répercussions sur le long terme. Une fois qu'Internet se sera affirmé comme outil de gestion de cette énergie globale, distributive et collaborative, nous aurons posé les bases pour une civilisation entièrement nouvelle.

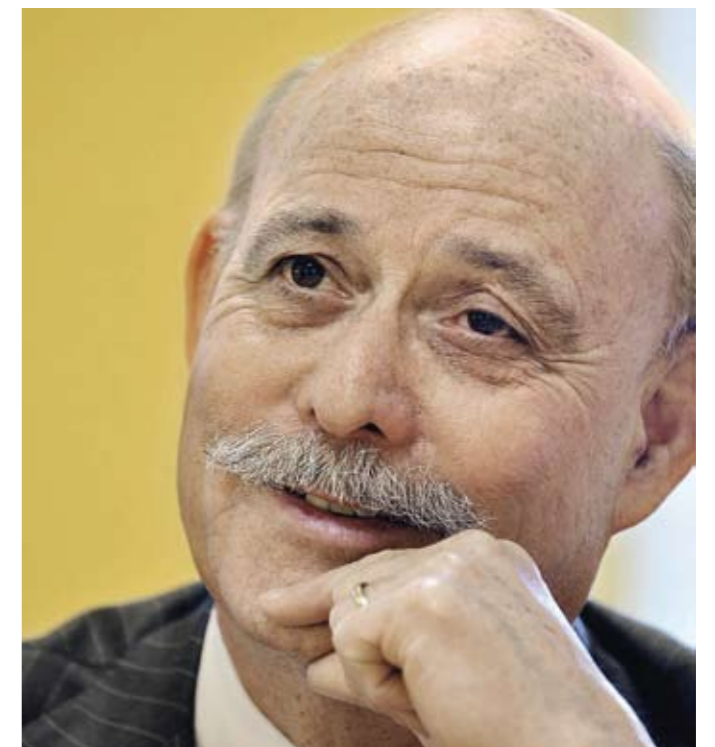
partage, de plus en plus de gens ont accès à la mobilité sans avoir à posséder de voiture.

• Dans quels autres domaines peut-on voir se manifester cet âge de l'accès?

La troisième révolution industrielle dont je vous parle, bâtie sur l'accès, s'exprime déjà dans le champ politique. Comme vous le savez, partout dans le monde, de jeunes gens se battent pour accéder librement au réseau dans sa globalité, en s'appuyant notamment sur les médias sociaux. Et la possibilité d'accéder et de participer librement au réseau mondial joue un rôle de plus en plus important dans l'image que ces jeunes gens se font de leur condition. Nous avons vu cela en Chine, quand Google s'est opposé au gouvernement chinois et a dit « *Nous ne pouvons pas soumettre notre moteur de recherche à la censure* ». Toute une génération de Chinois n'a pas accès au réseau mondial, de même au Moyen-Orient. Et que s'est-il passé au Moyen-Orient? Les gens ont montré qu'ils utilisent Google, Facebook et Twitter pour remettre en cause l'autorité patriarcale, verticale, des anciens régimes. Cela se produit partout dans le monde. On assiste à une révolution où des jeunes bousculent l'autorité centralisée des grands médias : les journaux, les télévisions d'Etat, etc. Cela avait d'une certaine manière commencé avec le partage de fichiers musicaux, cela s'est poursuivi avec les blogs, etc... L'accès devient au XXI^e siècle un droit aussi élémentaire et inaliénable que la propriété privée l'était au XIX^e ou au XX^e siècle : cette évolution a bien sûr un impact sur la façon dont on conçoit sa participation à l'activité économique.

• Pensez-vous que l'essor de la consommation collaborative est une manifestation cette révolution?

Cet âge de l'accès, dans lequel nous vivons désormais, ne se résume pas à un simple phénomène de société. Ce modèle collaboratif et distributif est également en train de changer la manière dont nous faisons des affaires. Il suffit de voir le succès fulgurant de sociétés comme Etsy, Zipcar, le Huffington Post ou Facebook. De nouveaux modèles économiques voient le jour, car le marché est de plus en plus accessible à tous : de plus en plus d'entrepreneurs peuvent s'y engager et y développer leur activité. Ces entrepreneurs sont parfois des professionnels, bien sûr, mais aussi des gens comme vous et moi. C'est l'exemple du particulier qui peut créer sa propre boutique sur eBay. Dans cette économie, l'entreprise n'intervient plus comme producteur mais comme interface entre un vendeur et un acheteur. Cette tendance à l'usage plutôt qu'à la possession d'objets influe donc aussi sur le paysage économique. Quand nous examinons la troisième révolution industrielle, nous constatons qu'un modèle basé sur l'accès est beaucoup



moins dispendieux que le modèle classique basé sur la détention. Sa généralisation dans le champ économique va bouleverser le marché. On peut faire le parallèle avec l'énergie. Les ressources comme le soleil et le vent sont fondamentalement gratuites. De ce fait, lorsqu'on s'en sert pour produire de l'énergie propre, on ne paie que le prix des transactions.

• Dans votre dernier livre, *Une nouvelle conscience pour un monde en crise : la civilisation de l'empathie*, vous parlez du caractère inné de l'empathie chez l'homme. Comment Internet contribue-t-il à révéler cette faculté?

Ces dix dernières années, certains de nos meilleurs biologistes et scientifiques spécialistes des sciences cognitives ont mis en lumière de nouveaux aspects de la nature humaine. Leurs études nous aident à comprendre les racines des comportements coopératifs que l'on observe. Beaucoup de primates, et en particulier les humains, sont en fait prédisposés biologiquement à ressentir empathiquement la détresse d'autrui, sa joie, sa douleur, son plaisir, comme si nous les ressentions nous-mêmes. Toutes les découvertes de ces chercheurs témoignent que notre première inclination est d'ordre social :

« NOUS SOMMES PASSÉS À UNE SITUATION OÙ DEUX MILLIARDS DE PERSONNES SUR LA PLANÈTE ONT LE POUVOIR DE COMMUNIQUER LES UNES AVEC LES AUTRES À LA VITESSE DE LA LUMIÈRE. »

« ON JUGE DE PLUS EN PLUS LA QUALITÉ DE VIE PAR LA MANIÈRE DONT ON A ACCÈS AUX RÉSEAUX. »

elle est de trouver un groupe auquel appartenir, afin de vivre en empathie avec ses membres. Et si ce besoin n'est pas satisfait, du fait d'un contexte familial défavorable, d'un manque d'éducation ou d'une société violente,

alors d'autres inclinations prennent le dessus, comme le narcissisme, l'agressivité et la violence. Nous sommes l'espèce la plus sociable de la Terre et cela a des conséquences extrêmement importantes sur notre façon de vivre ensemble. A l'heure d'Internet et des réseaux sociaux, des milliards de personnes s'instruisent et découvrent comment vivent leurs voisins, tandis que la quasi totalité des recherches scientifiques, des créations artistiques, des livres, du matériel politique deviennent accessibles. La mondialisation, tant décriée, est d'abord celle de l'accès à la connaissance. La révolution de l'Internet a réussi à connecter deux milliards de personnes. En quelques secondes, grâce aux réseaux sociaux comme Facebook ou Twitter, le monde entier peut être informé de ce qui se passe ailleurs en temps réel, comme les récentes catastrophes naturelles au Japon et en Haïti. Cette transparence et fluidité d'échange d'informations renforce notre empathie vis à vis de l'autre, on le voit à travers les élans de solidarité qui dépassent les frontières des pays. Grace aux apports d'Internet, on voit notre empathie s'étendre à l'espèce humaine entière et non plus être cantonnée aux liens de sang ou de nationalité. Mais je reconnais qu'Internet peut réduire, autant qu'augmenter, la capacité d'attention de chacun : c'est une source ininterrompue de stimulation mais aussi de dispersion, et l'empathie a besoin de profondeur et d'attention. L'absurdité douce-amère de cette situation est qu'au moment même où nous commençons à nous voir comme une seule grande famille, notre civilisation nous emmène vers l'extinction. Pour la pérennisation de l'espèce humaine, une production d'énergie différente, organisée en réseaux, va devoir s'imposer.

• **Pouvez-vous nous en dire davantage sur le lien qui existe selon vous entre la révolution numérique et les nouvelles formes de distribution de l'énergie ?**

La thèse principale de mon livre est qu'on accède à un niveau de conscience supérieur quand on passe d'un régime de production énergétique et d'un régime de communication à un autre. Chaque nouvelle source d'énergie nous a permis de faire évoluer notre environnement social – en favorisant par exemple l'essor des grandes villes et du modèle industriel – mais toute nouvelle

organisation exige une infrastructure de communication adaptée. Quand les deux se combinent, c'est tout notre rapport à l'espace et au temps qui est remis en question, et un nouveau modèle de civilisation qui s'impose. Les principes et les technologies qui ont permis à Internet d'émerger, seront mis à profit pour reconfigurer les réseaux électriques : nous allons passer d'un modèle pyramidal et très centralisé – basé sur l'utilisation du pétrole et de l'uranium – à un modèle horizontal avec un maillage en « toiles d'araignées », où chacun va pouvoir produire à son niveau une énergie renouvelable à partager avec ses pairs. A l'image de l'information que nous produisons et partageons actuellement sur Internet, l'énergie va pouvoir être produite et partagée sur un réseau décentralisé et intelligent. On peut envisager un avenir où des millions d'individus pourront collecter, produire, stocker et partager une énergie renouvelable, chez eux, au bureau, dans les usines, dans leurs véhicules. Les gros producteurs devront s'en accommoder, comme cela a été le cas pour les producteurs de musique avec la montée en puissance de l'échange de musique en peer-to-peer. La résistance sera sans doute forte mais cette convergence entre les formes d'énergie et de communication est inéluctable. Et souhaitable puisque notre espèce n'a pas d'avenir en dehors d'une telle convergence.

• **Est-ce dans ce contexte que notre civilisation deviendra réellement empathique ?**

Oui. Nous sommes entrés dans une ère où nous sommes connectés à l'échelle globale. Nous pouvons nous affranchir des vieilles identifications, et devenir d'authentiques Homo Empathicus, représentants de l'espèce humaine, qui est unique. A mesure que notre civilisation devient plus complexe et que nous mettons en place de nouveaux moyens de communication, nous nous ouvrons à une plus grande diversité. Dans ce cadre, nous pouvons donc cultiver l'empathie, la sociabilité et la confiance. Mais nos besoins en énergie croissent avec la complexification de notre civilisation, ce qui entraîne un vrai désordre, géopolitique notamment. Nous nous engageons ainsi dans une civilisation à la fois interdépendante et interconnectée. Nous n'avons pas d'autre choix que d'aligner son fonctionnement et ses valeurs sur ceux de l'Internet. ■

Bibliographie, ouvrages-clés de Jeremy Rifkin :



Une nouvelle conscience pour un monde en crise. Vers une civilisation de l'empathie
Ed. Les Liens qui libèrent, 2011

Le rêve européen
Ed. Fayard, 2005

L'âge de l'accès : la vérité sur la nouvelle économie
Ed. La Découverte, 2000

La Fin du travail
Ed. La Découverte, 1996

L'AUTOMOBILE EN PREMIÈRE LIGNE

L'industrie des transports est aujourd'hui aux avant-postes du partage. Les besoins et les perceptions des usagers sont en train de changer et l'Internet nous ouvre de nouvelles possibilités pour réduire nos émissions carbone et nos frais! Petit panorama visuel des mutations en cours.

Le covoiturage est l'utilisation conjointe et organisée (à la différence de l'autostop) d'un véhicule par un conducteur non professionnel et un ou plusieurs tiers passagers, dans le but d'effectuer un trajet commun.

L'auto-partage est un système dans lequel une société, une agence publique, ou même un groupe d'individus, met à la disposition des clients ou membres du service un ou plusieurs véhicules en location pendant de courtes durées.



5 609 €

5 609 euros par an, c'est ce que coûte la possession d'une voiture en France, soit 1.92 € pour 10 minutes de voiture.



Chaque voiture partagée permet d'en retirer 15 de la route.

40 millions de tonnes

Le potentiel d'économies en émissions de CO₂ par an dans le monde grâce à la mise en place de l'auto-partage.

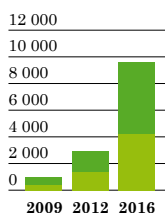
1 million

C'est le nombre de membres inscrits sur le site français covoiturage.fr (avril 2011).

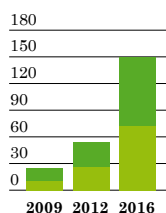
37 millions

Le marché potentiel de l'auto-partage aux États-Unis serait de 37 millions d'utilisateurs et 10 milliards de dollars de revenus (2010).

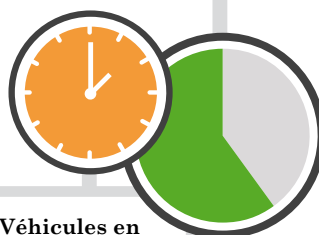
Membres de l'auto-partage (en milliers)



Véhicules en auto-partage (en milliers)



● Europe ● États-Unis



60%

C'est le pourcentage des membres de services d'auto-partage qui n'achèteront pas de voiture.

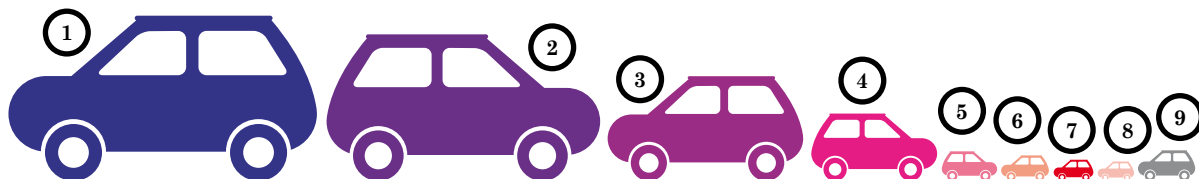


92%

92% du temps, une voiture n'est pas utilisée.

AUTO-PARTAGE : LA FRANCE LOIN DERRIÈRE L'ALLEMAGNE.

1. Allemagne : 28%, 2. Suisse : 25%, 3. Pays-Bas : 18%, 4. Royaume-Uni : 11%, 5. Autriche : 5%, 6. Italie : 4%, 7. France : 3%, 8. Belgique : 2%, 9. Reste de l'Europe : 4%.



Sources : Etude du « San Francisco City CarShare program »; Ipsos Marketing pour Marketing Magazine; Frost & Sullivan; L'Automobile Club; Association Française des Automobilistes; Zipcar.com.

COCKTAIL COLLABORATIF

Quels sont les composés technologiques de la consommation collaborative? Nous avons demandé à plusieurs spécialistes du secteur – Antonin Léonard, Nicolas Le Douarec et Chipper Boulas – la liste des ingrédients. En voici la recette.

[37%] LES APPLICATIONS MOBILES, LA GÉOLOCALISATION

« La révolution de l'Internet mobile, c'est la connexion permanente et en temps réel. Ce lien permanent entre ma condition physique (là où je suis, ce que je fais, ce dont j'ai besoin) et une connexion toujours disponible, ça change vraiment tout. »

[21%] LE CLOUD COMPUTING

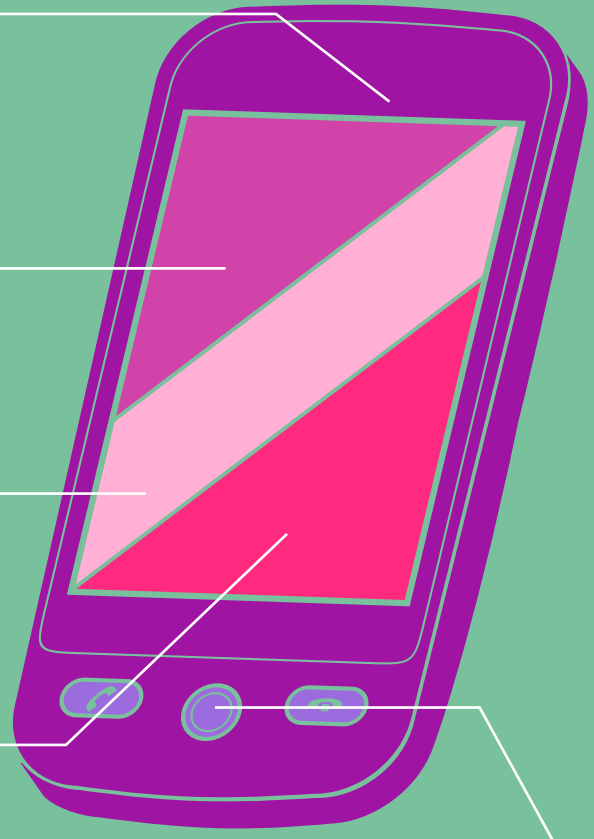
« Certainement une des technologies fondatrices de l'économie du streaming. La plupart des applications sont désormais accessibles à distance (hébergées dans les nuages), sans téléchargement ce qui accélère considérablement l'usage de ces services. »

[20%] LE RÉSEAU INTERNET

« Cisco estime que le trafic sur Internet devrait être d'environ 667 milliards de gigas en 2013, soit cinq fois plus qu'en 2009. Un tiers de la planète est désormais connectée, ce qui représente une masse critique pour les nouveaux services de consommation collaborative. »

[17%] LES RÉSEAUX SOCIAUX ET LES SYSTÈMES DE RÉPUTATIONS

Par leur adoption massive, les réseaux sociaux ont accéléré la confiance nécessaire au bon fonctionnement des systèmes de partage entre particuliers. Du partage d'informations sur les réseaux au partage de biens, il n'y a qu'un pas. La logique, c'est : « je partage avec un autre, donc je ne passe plus par les intermédiaires classiques ». Donc... Tout va plus vite!



[6%] LE LIBRE ET L'OPEN-SOURCE

« Ces modèles ont joué un rôle d'accélérateur en permettant à des internautes de contribuer collectivement à des projets de développement de logiciels, ou encore de plateformes d'échange et de partage. Des logiques qui ont boosté de nouvelles start-ups. »

TROIS INGRÉDIENTS À VENIR

1. L'INTERNET DES OBJETS

« Au-delà de la mise en relation « humaine », Internet nous permet aujourd'hui de connecter nos maisons, nos voitures et d'autres appareils. L'Internet des objets représente l'extension d'Internet à des choses et à des lieux dans notre vie courante. Des technologies embryonnaires mais qui vont accélérer les flux entre notre quotidien et les services en ligne... »

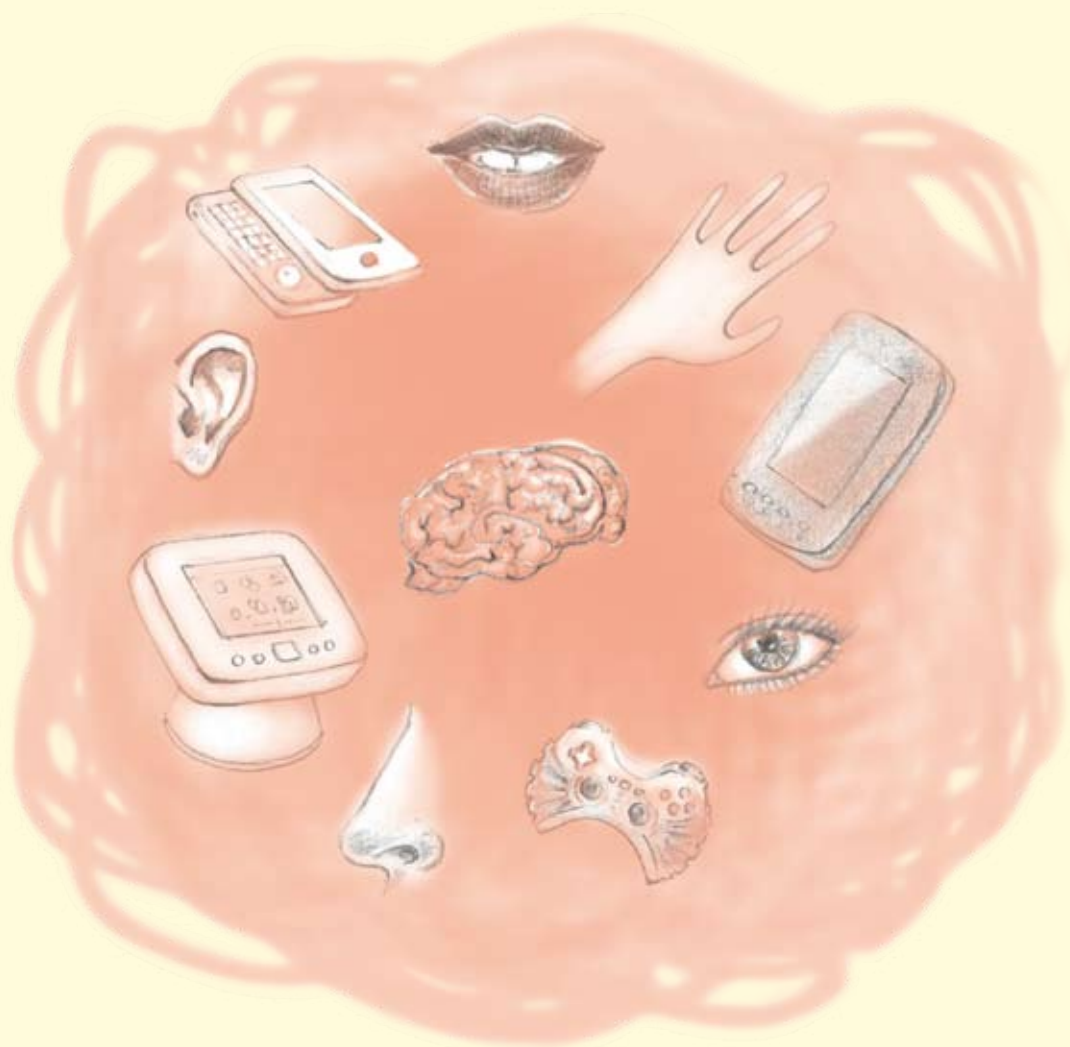
2. LA GAMIFICATION

« Ce concept désigne le transfert de mécanismes du jeu aux sites Internet et aux réseaux sociaux. Cette technique permet, en ajoutant une dimension ludique à son service, de fidéliser les internautes : elle a accéléré le développement de nombreuses start-ups positionnées sur les échanges entre particuliers, tel ThredUp (échange de vêtements pour enfants) aux États-Unis. »

3. LES MONNAIES VIRTUELLES

« Les monnaies virtuelles pourraient devenir un vrai sujet. Ces monnaies complémentaires et libres apparaissent de plus en plus crédibles. Bitcoin (une monnaie peer-to-peer) est un des exemples dont on a le plus parlé ces derniers mois. Si ce genre de technologies émerge vraiment, cela pourrait accélérer encore plus nos modes de vie. »

Antonin Léonard,
auteur du blog
de la consommation
collaborative.
Nicolas Le Douarec,
fondateur
de Cityzencar (P2P
car sharing)
et Chipper Boulas,
ancien vice-président
de la stratégie d'eBay.



#PERSO : CHRONIQUES LIBRES

*Ils pensent, ils agissent, SFR PLAYER leur donne la parole.
Aujourd'hui, pour analyser le numérique, c'est mieux
de le pratiquer. Bienvenue dans « #perso »,
le fil des chroniques très personnelles de SFR PLAYER.*

DIGITARTISAN

Quand la fabrication de produits numériques rejoint celle d'objets personnels et sur mesure, cela donne une nouvelle profession : l'artisan numérique. Chronique sur une tendance qui adapte la technologie à l'humain... Pour des chefs-d'œuvre à venir.



Yves-Armel Martin
Chronique
Jeanne Detallante
Illustration

Jusqu'ici, entre le bidouilleur et l'industriel, il n'y avait pas grand-chose. Il semblerait que ce vide soit en train de disparaître avec l'apparition d'une nouvelle discipline : l'artisanat numérique. L'artisan numérique n'est pas un amateur. C'est un véritable professionnel avec des compétences pointues et multiples. Dans la lignée du *do it yourself* qui commence à prendre ses lettres de noblesse et des *fablabs* qui se multiplient pour interroger de nouvelles méthodes de production, les artisans numériques créent des produits sur mesure pour un projet ou un client unique. Ainsi, Yann Nguema,

Elle vient davantage du détournement et de l'usage que de la technologie elle-même. Par ailleurs, les projets portés par des individus se développent à une échelle plus petite et donc plus proche, plus adaptée aux spécificités de chacun et sans doute plus humaine. Ils ouvrent une ère de la personnalisation des produits ou des services qui ne sont plus basés sur les seules capacités de la technologie mais sur le savoir-faire et la sensibilité de concepteurs en relation directe avec leur client.

DES ENJEUX POUR LE SYSTÈME ÉDUCATIF

Ce nouveau métier est appelé à durer, même s'ils prendra des formes sans cesse réinventées. Les artisans numériques seront rapidement indispensables sur des projets qui demandent adaptation, réactivité, expertise et proximité. Ce dernier point est important car ce sont des compétences qui généreront localement de l'emploi et de la valeur.

Forte technicité en développement, graphisme, design, modélisation ou électronique, ouverture à d'autres disciplines, capacités humaines transversales pour la conduite de projet, la relation commerciale, la perception des attentes de l'autre, créativité... Ces profils inclassables et encore si difficiles à trouver sont un véritable enjeu pour notre système éducatif. Comment former à des métiers émergents, comment valoriser toutes les compétences de la personne, y compris celles aussi subtiles que l'empathie, la créativité? Peut-être que de nouvelles formes de compagnonnage sont à inventer pour l'ère numérique en s'appuyant sur la dynamique des réseaux sociaux...

Avec l'artisan numérique, on voit comment le numérique réinvestit le local et des traditions profondément ancrées. ■

« PEUT-ÊTRE DE NOUVELLES FORMES DE COMPAGNONNAGE SONT-ELLES À INVENTER ? »

Yves-Armel Martin a fondé et dirige depuis 13 ans le centre d'innovations numériques Erasme. Avec son équipe, il explore pour le compte du département du Rhône les nouveaux usages du numérique dans les champs de la culture et des politiques sociales en mettant en œuvre des démarches d'innovation ouverte et de coconception.

membre du groupe artistique Ez3kiel, a mobilisé ses compétences de graphiste et musicien mais également de programmeur, électronicien, bricoleur, pour produire les objets numériques de l'exposition *Mécaniques poétiques* : cage à musique électronique, orgue sensoriel, vélo activant des images vidéos... Un nouveau métier vous dis-je!

TRANS-TALENTS

Une des particularités de l'artisan numérique est de réunir des savoir-faire issus de domaines que l'on oppose souvent : artistique, technique, voire commercial et sociologique. Par sa capacité à toucher tous les champs de l'activité humaine, le numérique décloisonne et bouleverse ces domaines d'activité.

Alors qu'il faut des équipes pluridisciplinaires pour conduire des projets industriels, les outils technologiques actuels mettent à portée de l'individu en réseau des capacités de réalisation nouvelles et dans des temps très courts. Il en ressort une créativité et une réactivité qui semblent parfois explosives, tant les bonnes idées et de belles réalisations débordent. L'innovation n'est pas réservée aux laboratoires de recherche ou aux grands

RÉVOLUTION DE L'INTIME

À l'heure où le numérique a infiltré chacun des interstices de notre vie personnelle, une question se pose : que reste-t-il de notre intimité?



Jean-Louis Servan-Schreiber
Chronique

Jeanne Detallante
Illustration

Envoyer un SMS, franchir un péage autoroutier, acheter un DVD en ligne... : aujourd'hui, beaucoup de nos activités, même les plus banales, laissent une trace électronique archivée à notre insu dans un ordinateur lointain. Des traces de ce genre, nous en produisons toute la journée, sur les réseaux sociaux où nous affichons nos états d'âme, via nos cartes de crédit pour faire du shopping, ou avec nos téléphones portables qui ne nous lâchent plus. Peu à peu, notre vie



Entière se retrouve sur une sorte de disque dur, universel qui porte désormais le nom poétique de « nuage. » Mais un nuage peut-être, nous le savons, menaçant. Les limites du secret et du domaine privé sont sans cesse repoussées, et nous assistons à une véritable révolution de l'intime : « Dans cette nouvelle culture, chacun a le désir de placer sa distinction là où il le veut, m'a un jour expliqué Serge Tisseron, psychiatre et psychanalyste. *Mon intimité, c'est là où je veux, quand je veux.* » Une récente étude de l'Institut Médiascopie de janvier 2011 nous montre que les utilisateurs des réseaux sociaux accordent une grande importance à la protection de leurs données personnelles. Un des enjeux de l'avenir sera donc de savoir maîtriser la technologie qui permet de nous dévoiler. Une forme d'alphabétisation qu'il sera bientôt impensable de refuser : quel recruteur, demain, nous remarquera si nous n'apparaissions nulle part en ligne? « *Les individus savent ce qu'ils ont à perdre sur Internet, mais ce qu'ils ont à y gagner leur semble bien plus important encore. Il faut donc les aider à être libres et autonomes et leur donner les outils pour mieux se présenter* », estime à juste titre Daniel Kaplan, directeur de la Fondation Internet nouvelle génération.



« NOUS ASSISTONS À UNE VÉRITABLE RÉVOLUTION DE L'INTIME. »

La technologie n'a pas fini de façonner nos comportements et de faire évoluer notre vie privée! Pour surnager dans ce monde hyper-connecté, c'est sur nous-mêmes qu'il faut maintenant travailler; sur nos attitudes et nos valeurs. Chacun devra être au clair sur ce qui mérite d'être connu sur lui et, parallèlement sur ce qu'il doit ne réserver qu'au cercle restreint des vrais intimes. Il y en a si peu.

C'est pourquoi le prochain magazine CLÉS consacre son article de couverture à la profonde mutation de notre vie privée. A découvrir sur Cles.com, entre deux envois de statuts Facebook! ■

LA BRÈVE HISTOIRE DE MYGOUV.FR

Et si une (vraie) démocratie participative aidée par les outils numériques était possible? Entre rêve éclairé, utopie fictionnelle et réalité, présentation de myGouv.fr. Bientôt disponible sur le Net.



Nathan Stern & Sarah Hirschmuller
Fiction

Jeanne Detallante
Illustration

Annoncée en juin 2011 par un article publié dans *SFR PLAYER*, la naissance de *myGouv.fr* passa relativement inaperçue. Au départ, ce n'était qu'un projet monté à la hâte autour d'une idée simple : et si on appliquait à la politique l'approche collaborative qui commençait à bouleverser le monde de la consommation, du travail, de l'information? Dans le sillage de Wikipedia et des sites de partage, cette initiative partait du constat qu'en politique aussi, l'intelligence collective pourrait être mise à contribution. La plateforme fournit des outils collaboratifs qui encadrèrent les premiers débats. Laborieux, ces débats permirent à une poignée de pionniers d'accoucher, non sans douleur, de quelques mesures hétéroclites répondant à des préoccupations sociales urgentes. Les propositions furent adressées au gouvernement. Simples, consensuelles et pleines de bon sens, elles charmèrent les ministres : que perdraient-ils à essayer? Certaines furent mises en application. Des résultats positifs furent rapidement constatés.

LES FOULES AU TRAVAIL

Aussitôt, tout s'accéléra. Des centaines de mesures furent conçues et affinées par une communauté de contributeurs toujours plus nombreuse, passionnée et compétente. De la plus humble à la plus ambitieuse, toute idée se frayait son chemin : refonte radicale des procédures d'attribution de la nationalité, idées pour la prise en charge des personnes âgées dépendantes, solutions cocasses aux problèmes de nuisance sonore. Chacune résultait d'après débats mobilisant en ligne des citoyens de toutes origines, de tous milieux : mères célibataires, entrepreneurs exaltés, infirmières à bout, syndicalistes, sociologues... Certes, les contributeurs n'étaient qu'une poignée, une infime minorité, mais c'était bien assez pour lancer une dynamique d'intelligence collective et de créativité politique sans précédent. Très tôt, on fit une place aux plus radicaux : royalistes, anarchistes, révolutionnaires, personne ne

devait être exclu sur la base de ses idées. Ce n'était pas tâche facile, mais c'était la règle. Les membres les plus endurants les écoutèrent, s'intéressèrent à leurs idées et conçurent avec eux des dispositifs à même de mettre à profit leur révolte et d'apaiser leur amertume sans nuire à quiconque. Ainsi, même eux parvinrent à trouver leur place dans le projet sans se renier ni déclencher l'hostilité générale, et à faire valoir leur point de vue singulier. Incarnant la voix de tous, *myGouv.fr* devint une base de réflexion incontournable pour les professionnels de la politique : ils constataient qu'une fois mises en œuvre, les mesures *made in myGouv.fr* étaient mieux accueillies que celles conçues dans le secret des cabinets ministériels.

CULTIVER SON JARDIN

Les premières années, on traitait surtout des « grands » problèmes : rôle des institutions, complexité des règles fiscales, inéquités du système social... Mais bien vite, les questions dites nationales furent peu à peu désertées. Une culture politique moins partisane naissait, son territoire était local : se battre pour la mise en place d'un trottoir accessible aux personnes en fauteuil roulant dans sa rue, changer les règles scolaires dans l'école de son quartier, remettre en cause les horaires de son bus quotidien... Chacun commençait à exercer son pouvoir et sa responsabilité sur son propre environnement. Les projets, humbles, très ciblés, s'accumulaient sur la plateforme, et les élus locaux n'avaient plus qu'à choisir et tester. Certaines innovations rencontraient un tel succès qu'elles étaient aussitôt reprises ailleurs dans le pays, parfois au-delà. Le mouvement amorçait un tournant décisif : l'hyper-localisation de la vie politique, solidaire d'une hyper-mutualisation – à l'échelle mondiale.

LA MÉTHODE

À l'époque, obtenir un esprit de consensus dans un pays si structuré par les clivages partisans semblait relever du miracle. Pas de miracle pourtant, seulement le respect

scrupuleux de cinq principes : **simplicité** – une mesure difficile à comprendre sera difficile à mettre en œuvre; **nécessité** – toute mesure devait répondre à un vrai besoin; **efficacité** – une efficacité au moins mesurable, sinon déjà constatée sur le terrain; **économie** – « moins ça coûte, mieux ça marche, plus ça dure »; et enfin : **consensus** – la bonne mesure était celle qui mettait le maximum de gens d'accord. Oui, il avait fallu des siècles aux hommes pour comprendre que vouloir s'accorder sur le terrain des convictions, c'est mener une guerre vaine, bien souvent dangereuse, alors que les accords concrets et pragmatiques obtenus sur le terrain de l'action étaient durables : l'énergie dépensée à débattre en valait enfin le coût.

LA MAJORITÉ SILENCIEUSE REPREND LA PAROLE

À l'époque, beaucoup voyaient dans la politique un spectacle lassant : des hommes de pouvoir s'affrontant au nom de partis qui ne représentaient plus grand monde. On s'en désintéressait, on votait sans conviction. Mais la majorité n'était devenue silencieuse que parce qu'on n'avait jamais pris la peine de lui donner la parole : *myGouv.fr* fit entendre sa voix. Elle n'était ni de droite ni de gauche, mais fraternelle. En elle s'exprimait l'ambition politique profonde de tout homme, de toute femme : choisir et maîtriser son destin, pour de bon. Alors le pouvoir cessa de s'incarner dans des personnes. Il devint évident que seuls des arguments solides, minutieusement débattus, pouvaient prétendre à un quelconque pouvoir. On renonça au fantasme de se trouver un chef infaillible. Les candidats aux élections n'étaient plus sélectionnés pour leur autorité charismatique ou leur âpreté au combat, mais pour leur empathie à l'égard des citoyens, de tous les citoyens. De ce fait, nombre de candidats furent remplacés par des candidates. La politique devenait un métier de femmes. Au fil de l'eau, les élu(e)s s'équipèrent de dispositifs toujours plus adaptés pour recueillir la parole des citoyens, répondre à leur envie d'agir,



garantir l'indépendance et la neutralité des outils collaboratifs mis à leur disposition. Plus les élus nouèrent une relation directe avec les habitants, plus l'audience et l'activité de la plateforme déclinèrent. En 2019, *myGouv.fr* ferma ses portes et devint un musée virtuel, que l'on peut toujours visiter. La politique elle-même était devenue collaborative. ■

—
PS : Ça, c'est une utopie. L'histoire vérifiable, c'est vous qui l'écrirez. Rendez-vous sur myGouv.fr.

« ET SI ON APPLIQUAIT À LA POLITIQUE L'APPROCHE COLLABORATIVE QUI COMMENÇAIT À BOULEVERSER LE MONDE DE LA CONSOMMATION, DU TRAVAIL, DE L'INFORMATION ? »

Nathan Stern est ingénieur social et concepteur des plateformes de liens *Peuplade.fr*, *Voisin-age.com* et *Alter-ego.com*.

C'EST POUR VOUS !

De la sécurité de votre mobile jusqu'au cinéma en ligne, tour d'horizon des innovations chez SFR et ses partenaires.

Jean Leblanc
Illustration



FORMULES AU CARRÉ

Vous faire économiser sur votre forfait tout en vous proposant des offres adaptées à votre consommation? C'est la grande nouveauté chez SFR avec l'arrivée des « formules carrées ». Le gros avantage de ces nouvelles formules est que vous allez pouvoir réduire votre facture considérablement si vous décidez de garder votre ancien mobile et de ne pas changer de téléphone (jusqu'à 45% avec l'offre dite « Multi-packs »). « Comme on considère qu'au bout de la période d'engagement le terminal est payé, il est normal que l'abonnement baisse », précise Patrick Asdagh, directeur marketing chez SFR.

« Autre nouveauté, le client est désormais réellement remercié pour sa fidélité : à la fin de 24 mois d'engagement, s'il souhaite renouveler son mobile, on le lui propose aux conditions avantageuses dont bénéficient habituellement les nouveaux clients. ». Encore un autre chamboulement : on vous laisse le choix de l'engagement, c'est vous qui décidez désormais si vous en voulez ou pas et qui choisissez la manière dont vous allez consommer votre abonnement... Pour une plus grande liberté! Du « Carré Bloqué » au « Carré Absolu » en passant par le « Carré Connect », chaque formule s'adapte à vos besoins. Sans compter l'ajout de nouveaux services tels le « Carré Spotify » (la musique où vous voulez, quand vous voulez, à tarif avantageux) et « Multisurf » (pour connecter votre ordinateur ou votre tablette en plus de votre smartphone à prix très préférentiel). Avec tout cela, on est certain que vous serez carrément convaincus. •

Tous les détails sur sfr.fr/mobile

« VOUS FAIRE ÉCONOMISER SUR VOTRE FORFAIT TOUT EN VOUS PROPOSANT DES OFFRES ADAPTÉES À VOTRE CONSOMMATION ? »

SPOTIFYZEZ-VOUS!

« À VOUS LES JOIES DE LA MUSIQUE EN ILLIMITÉ SUR VOTRE TÉLÉPHONE MOBILE MÊME SANS ACCÈS INTERNET OU DANS UNE ZONE HORS RÉSEAU. »



Spotify, le leader européen de la musique en ligne, arrive chez SFR le 5 juillet et c'est la première bonne nouvelle de l'été. À vous les joies de la musique en illimité sur votre téléphone mobile grâce aux nouveaux forfaits musicaux spécialement conçus pour vous, les mélomanes du mobile. Trois formules seront mises en place : les formules Carré Connect Spotify avec 2h et 3h de voix, à partir de 29€ TTC/mois et 39€ TTC/mois et la formule Carré Web Spotify 2h, à partir de 42€ TTC/mois avec appels voix illimités. Le service permet d'accéder à différentes fonctionnalités musicales, comme l'écoute sur téléphone mobile, l'accès à des contenus exclusifs, une qualité sonore améliorée, le partage simplifié de playlists via les réseaux sociaux. Disponible sur mobile et sur PC, la musique synchronisée peut s'écouter même sans accès Internet ou dans une zone hors réseau. A ce jour, Spotify compte 13 millions de titres à son catalogue. Pour Julien Vin-Ramarony, directeur des contenus chez SFR, « la force de cette alliance avec Spotify est de permettre à nos clients de profiter à un prix attractif et où qu'ils soient des avantages d'un compte Spotify Premium, à savoir de la musique en illimité 24/24h et 7/7j ». Vous savez ce qu'il vous reste à faire? Étendre votre plus belle serviette de plage et streamer votre meilleure playlist de vacances en dessous d'un beau ciel bleu. • sfr.fr



VIDEO SEARCH

L'une des dernières évolutions de service pour les abonnés neufbox chez SFR est à observer à la loupe... Car c'est la refonte de la fonction « moteur de recherche » de vidéos. Réalisé en partenariat avec Google, c'est le système du géant de la recherche sur Internet qui est utilisé. La pertinence des résultats s'affine à mesure que vous cherchez parmi plus de 100 000 entrées, entre vidéo à la demande (12 000 vidéos) et rediffusion de programmes TV (80 000 programmes). Mieux, « le client bénéficie de tout le savoir-faire de Google pour trouver simplement tous les programmes TV sur 14 jours et toutes les VOD du catalogue avec la saisie d'un simple mot-clé », nous confie Eric Coffre, responsable TV chez SFR. Alors à vos vidéos... prêts? Cliquez! • tv.sfr.fr

« BÉNÉFICIEZ DE TOUT LE SAVOIR-FAIRE DE GOOGLE POUR TROUVER SIMPLEMENT LES PROGRAMMES TV SUR 14 JOURS ET TOUTES LES VOD DU CATALOGUE. »

« AVEC UN SUIVI DE SES PESÉES DANS LA DURÉE, ON N'EST PLUS SEUL FACE À LA REPRISE DE POIDS. »



OBJECTIF FORME

S'il y a quelque chose d'agréable et de rassurant quand on fait un régime ou que l'on surveille son poids, c'est d'avoir quelqu'un qui vous accompagne et vous aide à tenir une feuille de route. E-forme est une application Web développée par SFR qui fait tout ça à la fois. En expérimentation sur l'atelier SFR, nous avons testé E-forme, le service de balance connectée. Idéal si vous suivez un régime avant de partir sur les plages cet été, E-forme vous aide à garder une trace de votre poids, de votre Indice de masse corporelle (ICM) et de votre masse grasseuse. « Avec un suivi de ses pesées dans la durée, on n'est plus seul face à la reprise de poids. Il est possible d'être alerté et coaché dès qu'un écart est objectivement constaté », explique Fabien Berlioz, responsable des projets sécurité/domotique pour la maison connectée chez SFR. Quotidiennement, un SMS contenant les informations de vos mesures vous est envoyé et vous pouvez ainsi garder un œil expert sur votre ligne. Le plus? La possibilité de consulter des graphiques et des mesures sur le site dédié ou directement depuis votre mobile. Un petit creux? • atelier.sfr.fr/beta-tests/e-forme

FNAC × SFR

Bonne nouvelle, vous allez bientôt pouvoir retrouver l'étendue des services SFR dans les allées de la Fnac! L'enseigne que vous connaissez bien a en effet choisi SFR pour l'accompagner dans les télécoms et la vente de contenus numériques. « Cette alliance nous donne une opportunité d'investir ce secteur et d'en faire un véritable relais de croissance pour notre enseigne », confiait Alexandre Bompard, PDG de la Fnac. Pas mal de projets pour l'avenir, avec notamment, dans la lignée du Fnacbook, des projets communs de musique et de SVOD. • sfr.com

« RETROUVEZ TOUT SFR À LA FNAC »

SIMPLE COMME UNE APPLI

« TÉLÉCHARGEZ LES APPLICATIONS SMARTPHONES QUI VOUS CORRESPONDENT LE PLUS... ET DONT VOUS ALLEZ RAFFOLER! »

Appliscope est un service mis au point par SFR qui vous aide à faire le focus pour télécharger les applications smartphones qui vous correspondent le plus... et dont vous allez raffoler! Vous possédez un webphone sous Android et avez parfois du mal à vous y retrouver parmi les 150 000 applications disponibles sur l'Android Market? Pas de panique, les équipes SFR viennent de mettre au point « Appliscope » pour aider les débutants à faire le tri. Ce nouveau service éditorial développé par SFR sélectionne les applications incontournables sur le marché Android, débusque les bons plans et les promotions temporaires afin de vous apporter la meilleure expérience d'utilisation possible à ce jour et ce en temps réel grâce au système de notification « push ». Alors vous êtes encore là? Vous n'avez pas des applications à aller télécharger? • appliscope.sfr.fr



IDÉES LIFTÉES

« Soyez radical! », c'est le slogan du prochain événement LIFT, le rendez-vous incontournable du monde de l'innovation, qui se déroule à Marseille du 6 au 8 juillet. Au programme, des réflexions sur « l'innovation de rupture » et cette idée que les nouveaux moyens technologiques contribuent à transformer durablement les métiers, la nature, les besoins, voire même les modèles économiques. SFR s'est associé à l'événement et a proposé de porter sa pierre à l'édifice en coorganisant avec la Fing (Fondation Internet nouvelle génération) une réplique parisienne, Re : Lift, le 16 septembre à l'Appart SFR. L'objectif de cette journée est de poursuivre et d'enrichir la discussion « Nous souhaitons faire connaître la richesse de LIFT à tous ceux qui ne l'ont pas encore découvert et prolonger sa dynamique en approfondissant les projets les plus porteurs », précise Nathalie Ricard-Deffontaine, responsable communication innovation et interactif chez SFR. Une initiative qui laisse

« VISIONNEZ UNE SÉRIE DE DÉBATS NUMÉRIQUES PASSIONNANTS AU CŒUR DE LA RENTRÉE. »

présager d'une série de débats passionnants et l'ébullition des participants au cœur de la rentrée! • liftconference.com
sfr.com/lappart-sfr

3G INDOOR

Avez-vous déjà entendu parler de la réception en « Indoor profond »? C'est un terme technique qui désigne la volonté d'assurer une couverture optimale à votre domicile et ce, quelle que soit l'épaisseur de vos murs ou la présence de matériaux très isolants. Et bien, sachez que SFR Home 3G en est la parfaite illustration. Il s'agit d'un petit boîtier bourré de technologies que vous branchez directement sur votre SFR neufbox ou toute autre box du marché et qui permet de booster considérablement la réception du signal 3G au sein de votre maison ou appartement. Cette technologie, appelée « Femtocell », consiste à installer chez un particulier une cellule résidentielle 3G de très faible puissance reliée à une box ADSL afin de vous assurer un confort optimal de communication et de surf sur Internet. Un nouveau boîtier plus performant et plus intégré à la SFR neufbox EVOLUTION a été testé auprès de 300 clients et verra le jour très prochainement. Cette exclusivité était attendue par de nombreux utilisateurs, comme nous le confirme Blandine de Ruy, chef de produit chez SFR : « Il y a une grosse attente de nos clients qui se retrouvent parfois dans des configurations telles qu'ils ne peuvent pas capter un réseau 3G optimal. SFR Home 3G est la solution qu'ils attendaient ». •

Accessoire compatible neufbox, neufbox EVOLUTION et autres box F.A.I. sfr.fr/vos-services/equipements/innovations/sfr-home-3g/



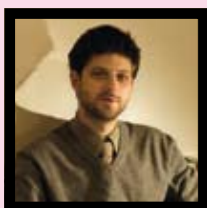
« BRANCHEZ LE BOÎTIER SUR VOTRE SFR NEUFBOX ET BOOSTEZ CONSIDÉRABLEMENT LA RÉCEPTION DU SIGNAL 3G AU SEIN DE VOTRE MAISON. »

LES MISÉRABLES EN FLUX TENDU

Comme tous les matins depuis qu'il avait débarqué à Paris, François descendit tout nu dans la rue. Il était douché et rasé de près, mais nu. Un doux rayon de soleil l'enveloppa : il faisait beau et chaud sous la chape micro-climatiquement régulée de la capitale. Il fit quelques pas, la tête dans le coton, et croisa d'autres Streamers De Fond (SDF) tout aussi dénudés que lui.

Antoine Bueno
Fiction

Jeanne
Detallante
Illustration



Romancier et essayiste, Antoine Bueno travaille sur l'utopie et la prospective. Sa dernière œuvre, *Le petit livre bleu*, sortie en juin 2011, suscite un buzz mondial. Antoine Bueno est aussi chroniqueur télé, chargé d'études au Sénat et d'enseignement à Sciences po. Il a également créé un prix littéraire, le Prix du Style.

Les choses avaient bien changé depuis la fin des années 10, quand les gens avaient encore de la pudeur et que les banques de vêtements en ligne commençaient tout juste à émerger. Les anciens s'étaient offusqués à la vue des premiers SDF en tenue d'Adam sur la place publique. Il avait bien fallu leur expliquer que, quand on met ses fringues en partage, à un moment ou à un autre, on se retrouve effeuillé. Le phénomène avait fait débat. Et puis c'était passé. Comme tout le reste. Comme toute la culture « bo-bo on the go » [devenue bobonzego. NDLR].

Pour l'heure il fallait pour François replonger dans « le flux ». Autrement dit trouver du boulot. Enfin consommer du temps de travail pour gagner quelques crédits quoi.

François ne savait même plus exactement où il était. Depuis six mois, il n'avait pas passé plus de deux nuits sur le même clic-clac. Niveau psycho-géographie, ça déphase. Une petite géoloc s'imposait. Il ferma les yeux et consulta son iPhone implantatoire. Instantanément, la Mappy se dessina sur l'écran rosi par le soleil de ses paupières closes. Un point bleu clignotait du côté de Voltaire. Ça tombait bien, il y avait, place Léon Blum, une borne CafLib. Un bon Lutespresso, rien de tel pour le remettre d'équerre. Mais nom d'un bug! – une queue de dix mètres! François s'y inséra et en profita pour checker ses méls et alertes mentales. Un fait divers atroce attira son attention : un groupe de spéléologues était tombé dans une crevasse sur *Fourth life*, impossible de réanimer les joueurs. Face à l'émotion suscitée par la nouvelle dans l'opinion, le gouvernement avait immédiatement réagi par le dépôt d'un projet de loi réglementant les sports virtuels de l'extrême. Réveille-toi dude! François bloquait la queue

de la borne CafLib. Il pouvait maintenant accéder à son Lutespresso. Il approcha sa pupille de la borne. Elle le scanna. Bip bup, un voyant rouge s'alluma! Saloperie! Ça marchait jamais! François recommença. Bip bap, c'était bon!

Les idées un peu plus claires, François se posa à la terrasse de fortune contiguë à la borne. Il s'ambiança un peu la tête en se branchant sur *Spotify next generation* et se connecta au portail de son agence d'intérim. Enfin, agence de « travail en flux tendu », comme on disait maintenant. Ouais, l'intérim, c'était son truc. Pas savoir un jour ce qu'il ferait le lendemain, changer tout le temps, apprendre chaque jour, partager le boulot, comme il partageait son lit, comme il partageait son café..., c'était comme ça que François avait choisi de vivre. Et ça lui réussissait plutôt bien. François n'était jamais allé à l'école. A quoi bon apprendre? Tout était sur le Net! Alors, chaque matin, François repartait « from scratch ». Chaque matin, il pouvait se redéfinir une identité, une fonction, presque une personnalité. Chaque matin, c'était la même quête : le taf du jour, les fringues qui lui correspondraient, un nouveau canapé pour la nuit...

Et ce matin-là, encore nu comme un ver sur sa terrasse de fortune, au centre du rond-point de la place Voltaire, un Lutespresso infect dans l'estomac, les yeux fermés au monde réel mais bien ouverts sur le portail d'une grande boîte d'intérim, une annonce d'emploi arrêta net le regard expert de François. On recherchait, pour aujourd'hui même, un caissier! Rien que cela aurait suffi à l'interpeller. La caisse, l'un des jobs préférés de François. Rarissime depuis l'automatisation du métier. Et, surtout, du flux tendu à l'état brut! Du « À emporter » en mode sauvage! Wild

quoi. Presque aussi sympa que l'usinage à la chaîne (lui aussi une rareté...). Plus « peace », évidemment. Mais, en plus, là, ça n'était pas n'importe quelle caisse, c'était celle du Félix Potin *reloaded*, sans doute le dernier Félix Potin du monde! Probablement même de l'univers! THE magasin vintage qui faisait redécouvrir au consommateur hygiéniste moderne toute la valeur gustative de l'alimentation chimique traditionnelle. Certes, le boulot n'était proposé que pour quelques heures, mais il n'en fallait pas plus à François qui, l'un dans l'autre, n'avait pas de gros besoins.

Quelques centaines d'euros pour renouveler les abonnements multiples qui constituaient la charpente de sa vie et il était le plus heureux des gars. Ni une ni deux, François postula. Ni une ni deux, il décrocha le poste. Maintenant, son identité vestimentaire du jour coulait de source : François se détermina immédiatement pour un petit look magasinier streetwear. Il se rua au Relais le plus proche, celui de l'église Saint-Ambroise. Le Relais, qui avait quelque peu changé la nature de ses activités, étant devenu la plus grande bourse de fringues du pays.

Ainsi équipé, il courut au Félix Potin. François y passa une après-midi délicieuse. Entre les pains de mie gonflés en matières grasses hydrogénées et enrichies en sucre, la pâte à tartiner saturé d'huile aromatisée cacao, et les steaks hachés de synthèse composés de protéines de soja réhydratées. L'urgence le rattrapa en fin de journée, à la sortie du magasin : où dormir?

En fait, ce soir, François éprouvait moins le besoin de dormir que de se blottir. Comme toujours, la solution était sur l'écran de ses paupières. Et la solution s'appelait SurfingLoveCouch.com, leader mondial du sentiment à la carte. Oui, ce soir, ce serait un plan canapé romantique. Ce soir, François serait amoureux.

Après quelques appels avortés, toujours à une terrasse de CafLib, il accrocha avec Nadia. Elle aussi voulait être amoureuse ce soir. Trente-cinq minutes plus tard, François et Nadia s'aimaient sur la mezzanine de Chez



« CHAQUE MATIN, FRANÇOIS POUVAIT SE REDÉFINIR UNE IDENTITÉ, UNE FONCTION, PRESQUE UNE PERSONNALITÉ. »

Papa, le resto collaboratif où tout un chacun était invité à cuisiner pour les autres. François et Nadia s'aimaient devant une salade Giant, à l'ombre d'un écran plasma. Sur l'écran, des politiques s'écharpaient. L'un d'eux hurlait, il était écarlate, au point que François et Nadia arrêtaient de s'aimer un instant pour l'écouter : « *Les Streamers De Fond? La décadence! La décrépitude! La misère sous le voile de la techno oui! Regardez les choses en face! Ils n'ont ni toit, ni formation, ni travail! Des néo-misérables! Tout ce que la société a voulu bannir pour toujours! Et vous en faites un mode de vie! Ils ne possèdent rien et mettent tout en partage! Mais c'est le triomphe du plus pur communisme! La victoire de Marx!* »

– Marx, qui est-ce? pouffa Nadia. ■

TOUJOURS, CONNECTÉS

Brian Chen, rédacteur pour le magazine Wired, explore dans son premier livre les particularités de notre société toujours connectée. Pour sa démonstration, il utilise un exemple inattendu : celui des Amish, une communauté semi-déconnectée.

Brian X. Chen
Texte

L'Université du Maryland a conduit l'étude la plus reconnue à ce jour sur le sujet, intitulée « Unplugged » [Débranché]. L'école a lancé le défi à 200 étudiants d'abandonner complètement les nouveaux médias : ni Twitter, ni Facebook, ni messagerie instantanée, pas de navigation Web, ou de télévision durant 24 heures. Puis elle leur a demandé de raconter leur expérience. Après seulement une journée de déconnexion, la majorité d'entre eux a rapporté des symptômes de sevrage comparables à ceux d'une dépendance à une drogue chimique hautement addictive :

« Bien qu'ayant débuté la journée en me sentant bien, j'ai remarqué que mon humeur a commencé à changer vers midi. J'ai commencé à me sentir isolé et seul. J'ai reçu plusieurs appels téléphoniques auxquels je ne pouvais pas répondre », a écrit un des étudiants.

« À 14 heures, j'ai commencé à sentir un besoin urgent de vérifier mes emails, et j'ai pensé à un million de raisons pour lesquelles je devais le faire. Je me sentais seul sur une île déserte ».

Mais pourquoi les gens sentent-ils ce besoin d'être en communication constante avec les autres ? Les sites de réseaux sociaux, couplés à une connexion Internet en permanence partout où nous allons, nous confortent dans notre nécessité d'appartenir à une communauté. Certaines recherches ont montré que l'exclusion des réseaux sociaux et des SMS peut réduire ce sentiment d'appartenance et envoyer des signaux de douleur au cerveau.

Ainsi, beaucoup d'entre nous envoient un grand nombre de SMS, emails et messages instantanés uniquement car ne plus envoyer c'est ne plus recevoir, et que le vide créé nous remplit d'incertitude, de peur et de solitude.

LIFE HACKERS

En 2009, Kevin Kelly, le fondateur de *Wired*, est sorti de sa zone de confort pour une visite approfondie d'une communauté amish dans l'Etat de Pennsylvanie. Ce techno-visionnaire y a passé plusieurs jours afin de comprendre leur style de vie « déconnecté ». Ses conclusions sur la technologie sont assez frappantes et contredisent le stéréotype selon lequel les Amish sont des luddistes. En fait, Kelly les décrit comme des hackers méticuleux. Selon lui, bien que les Amish soient lents à adopter les nouvelles technologies, ils ne fuient pas totalement ces gadgets. Ils se « hackent » un chemin autour de la technologie afin de l'intégrer dans leur vie de façon lente et prudente, s'assurant ainsi qu'elle ne nuit pas à leurs convictions religieuses ni aux liens forts unissant leur communauté.

Certains Amish, par exemple, ont leur propre téléphone portable. Ils s'en servent pour appeler les pompiers, par exemple, ou bien pour communiquer avec des personnes vivant en dehors de la communauté immédiate. Par ailleurs, les Amish semblent établir une distinction claire entre la propriété et l'accès. Ils ne passeront pas leur permis de conduire et n'achèteront pas de voitures, mais ne voient pas de mal à appeler un taxi ou embaucher des chauffeurs pour faire leurs trajets quotidiens. Cette distinction entre la propriété et l'accès est de loin ce qui me fascine le plus dans cette communauté. En ne possédant pas de voitures ni de connexion aux services publics d'électricité, de gaz ou d'eau, les Amish se désengagent eux-mêmes des problèmes quotidiens que nous vivons, comme les factures coûteuses, et la paperasserie administrative. Pourtant, ils profitent des avantages de ces technologies. Par ailleurs, ils sont encore capables d'intégrer une sélection de technologies dans leur vie d'une manière non intrusive et strictement utilitaire. Globalement, les Amish

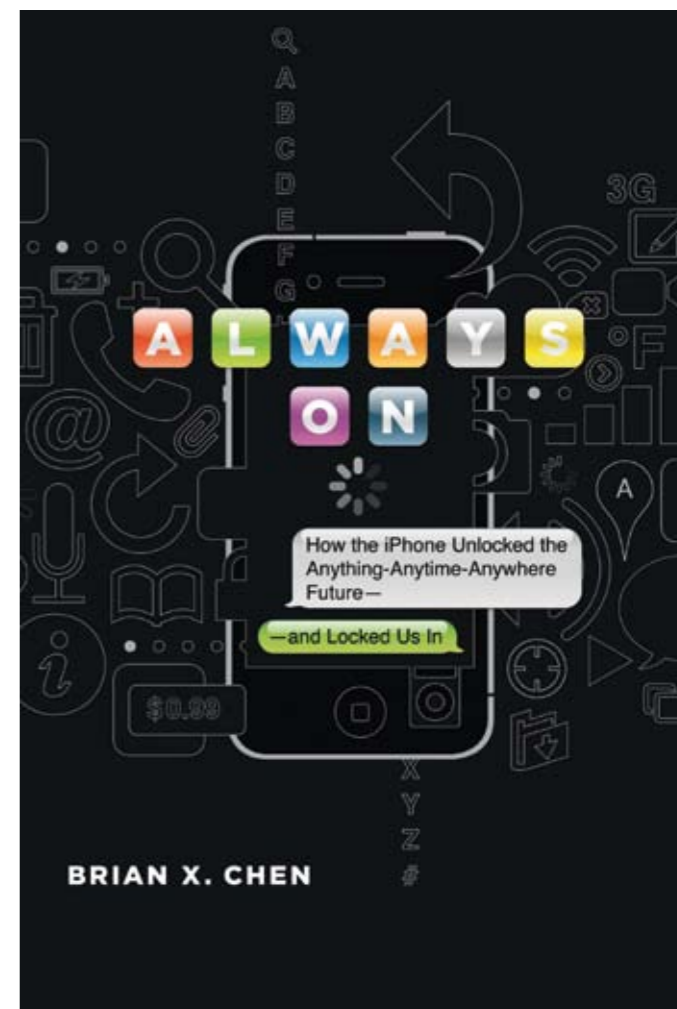
ont effectivement organisé leur mode de vie afin que la technologie présente des solutions plutôt que des problèmes.

Kelly souligne tout de même que les Amish ne sont pas complètement autonomes : « Ils ne produisent pas le métal avec lequel ils construisent leurs tondeuses. Ils ne fabriquent pas les panneaux solaires qui sont sur leurs toits », et ainsi de suite. En d'autres termes, si tout le monde choisissait la mode de vie amish, notre société ne serait pas tenable. En effet, plus personne ne produirait ce dont nous avons besoin, pas même le strict minimum. Se « débrancher » complètement ne semble pas être une option. Mais nous pouvons apprendre des Amish et leur mode de vie minimaliste. Ils évaluent soigneusement si une technologie présente des avantages ou des inconvénients avant de l'adopter ; en conséquence, ils interdisent des technologies plus souvent qu'ils ne les adoptent. Peut-être dans notre société « toujours connectée » pouvons-nous envisager d'utiliser nos gadgets d'une manière saine et constructive tout en combattant les comportements qui affectent négativement notre santé et nos relations.

MASQUES SUR TWITTER

Il y a longtemps que j'ai arrêté de créer des pseudonymes et faire semblant d'être un autre dans les salles de chat. Depuis, je suis entré en contact avec des milliers de personnes grâce à Internet, en adaptant subtilement ma personnalité pour me connecter intimement avec chacun d'entre eux. Je porte des masques différents dans différents contextes : sur Twitter, j'ai 8000 fidèles qui voient mon personnage public et partiellement professionnel. Sur Facebook, il n'y a qu'à mes amis que je me présente comme l'aventurier sardonique qu'ils connaissent si bien.

Mais il se peut qu'avec Kristen j'ai poussé ces altérations d'identité un peu trop loin. A travers nos conversations, j'ai changé mes habitudes de vie et mon apparence pour devenir quelqu'un que je n'étais pas, afin d'être avec elle. Alors, quand elle m'a quitté, mon identité s'en est trouvée désordonnée. Certainement parce que je ne suis tout simplement pas une seule personne, mais plutôt un catalogue de la psyché humaine en expansion, déchiré par le chaos de l'Internet. Il doit y avoir beaucoup de gens plus jeunes que moi, grandissant dans notre culture connectée qui sont comme moi : complexes et socialement habilités, mais chaotiques et instables. L'omniprésence des nouveaux médias peut offrir de nombreux avantages psychologiques, mais c'est aussi une drogue puissante qui devrait nous rendre méfiants dans la manière dont nous nous comportons quand nous avons accès à tellement de données partout où nous allons. ■



**« MAIS POURQUOI
LES GENS
SENTENT-ILS CE
BESOIN D'ÊTRE EN
COMMUNICATION
CONSTANTE AVEC
LES AUTRES? »**

Always On (c) 2011 by Brian X.Chen.
Reproduction autorisée par l'éditeur
Da Capo Press, membre
de Perseus Books Group

AVANCE-RAPIDE

*Tout droit sortis des labos,
les technologies et services de demain.*



SHOW MUST GO ON : CONCERT AUGMENTÉ

Comment vivrons-nous à travers la musique dans le futur? Tour d'horizon musical et prospectif des concerts de demain, entre interactivité, streaming et scènes dématérialisées. Mélomanes de tous pays, réjouissez-vous! Car la physiologie du concert live, boostée par les nouvelles technologies, est en train de changer et il y a fort à parier que vous vivrez de nouvelles expériences musicales dans les prochaines années à venir. Notamment celle proposée par l'Institut de Recherche et Coordination Musique Acoustique (IRCAM), à Paris, qui, entre deux projets de recherche sur la musique du futur, révolutionne la façon d'écouter la musique. Sa salle de concert, tantôt virtuelle, tantôt physique, est conçue de telle sorte que son acoustique soit variable, plaçant l'auditeur dans une bulle et jouant avec la perception de ses sens. Si vous n'avez pas la chance de vivre ces expériences dites de « live augmenté », vous pourrez toujours assister aux concerts du monde entier depuis votre canapé. Avec Internet et l'évolution des moyens de diffusion, c'est un Woodstock géant qui s'invite tout les soirs dans votre salon. Sur Arte Live Web, par exemple, la plate forme de concerts en streaming d'Arte mise sur l'interactivité et le « concert de l'instant ». Et si vous avez raté le coche, il vous restera AWDIO, la première communauté online de diffusion, d'échange et de promotion de contenu vidéo de concerts live, pour vous refaire le flux sans transpirer.

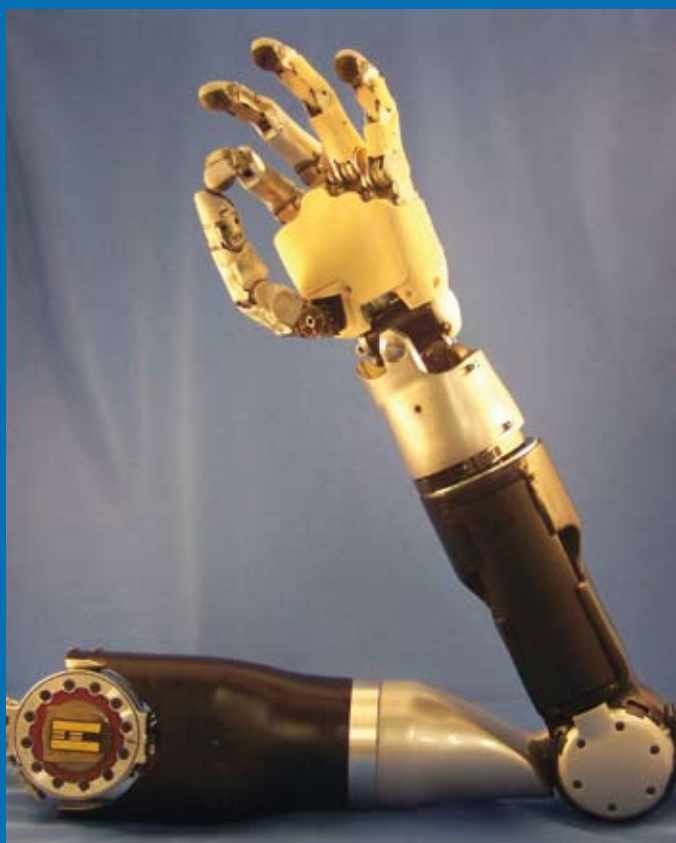
On se retrouve au prochain concert de Lady Gaga, sur le chat? •

ircam.fr/concerts_spectacles.html – liveweb.arte.tv – awdio.com

PATRIMOINE DÉMATÉRIALISÉ

Et si demain, les ressources immatérielles qui diffusent la connaissance sur Internet devenaient aussi importantes aux yeux du monde que le Machu Picchu ou l'Acropole d'Athènes? C'est peut-être une réalité à laquelle il va falloir s'habituer, puisque Wikipédia vient de formuler une demande pour être inscrit au Patrimoine mondial de l'humanité. Du coup, la Fondation Wikimedia lance une pétition d'envergure sur Internet pour convaincre l'Unesco. Quoi qu'il en soit, si Wikipédia réussit son pari, ce serait une première pour une construction de type immatériel. Le futur nous apprendrait que les avancées technologiques ayant permis à l'Homme d'inventer des nouvelles façons de diffuser son savoir méritent, elles aussi, leur place au panthéon. •

UN ESPRIT SAIN DANS UN CORPS BIONIQUE



Jusqu'à présent, l'homme bionique relevait surtout du domaine des films de science-fiction, et personne n'était probablement prêt à voir déambuler des gens aux allures de Robocop à chaque coin de rue. Pourtant, la science évolue et les mentalités suivent. À tel point que les scientifiques des laboratoires de physique appliquée de l'Université du Maryland viennent de s'associer pour créer un membre-prothèse capable d'être contrôlé par la pensée. Principalement destiné aux personnes amputées, le Modular Prosthetic Limb (MPL) est une prothèse bionique qui adopte les comportements des membres du corps humain et répond à des commandes envoyées, tenez-vous bien, par le cerveau. Michael McLoughlin, responsable du projet, explique que « *le MPL réalise des performances proches de la dextérité humaine. Le cerveau continue à croire que le membre manquant (ici, un bras) est toujours présent* ». « Un esprit sain dans un corps bionique » : on touche peut-être maintenant l'idée du bout des doigts. • goo.gl/VAPYC



TRAFIC FLUIDE

Combattre les bouchons avant même qu'ils n'existent? C'est le rêve de pratiquement tous les automobilistes qui vivent l'enfer des routes congestionnées. The Smarter Traveler Research Initiative pourrait en soulager plus d'un, puisqu'il vient de mettre au point un système capable de prédire



l'état des embouteillages et ce, au moins 40 minutes à l'avance. Leur recette miracle? Prédire la circulation à venir en se basant sur les occurrences statistiques d'embouteillages enregistrées par le passé. Le mode opératoire consiste à équiper des automobilistes témoins avec des capteurs GPS adaptés et à installer des senseurs sur les routes pour enregistrer les fluctuations du trafic. Le recoupement des données est ensuite analysé en temps réel et permet d'anticiper n'importe quel probable scénario à venir, pour un même lieu et une même tranche horaire. Alors, si c'est bien une avancée incroyable dans la résolution des problèmes de circulation, c'est aussi une excuse en moins pour arriver en retard à dîner chez vos beaux-parents... • goo.gl/3zGrn

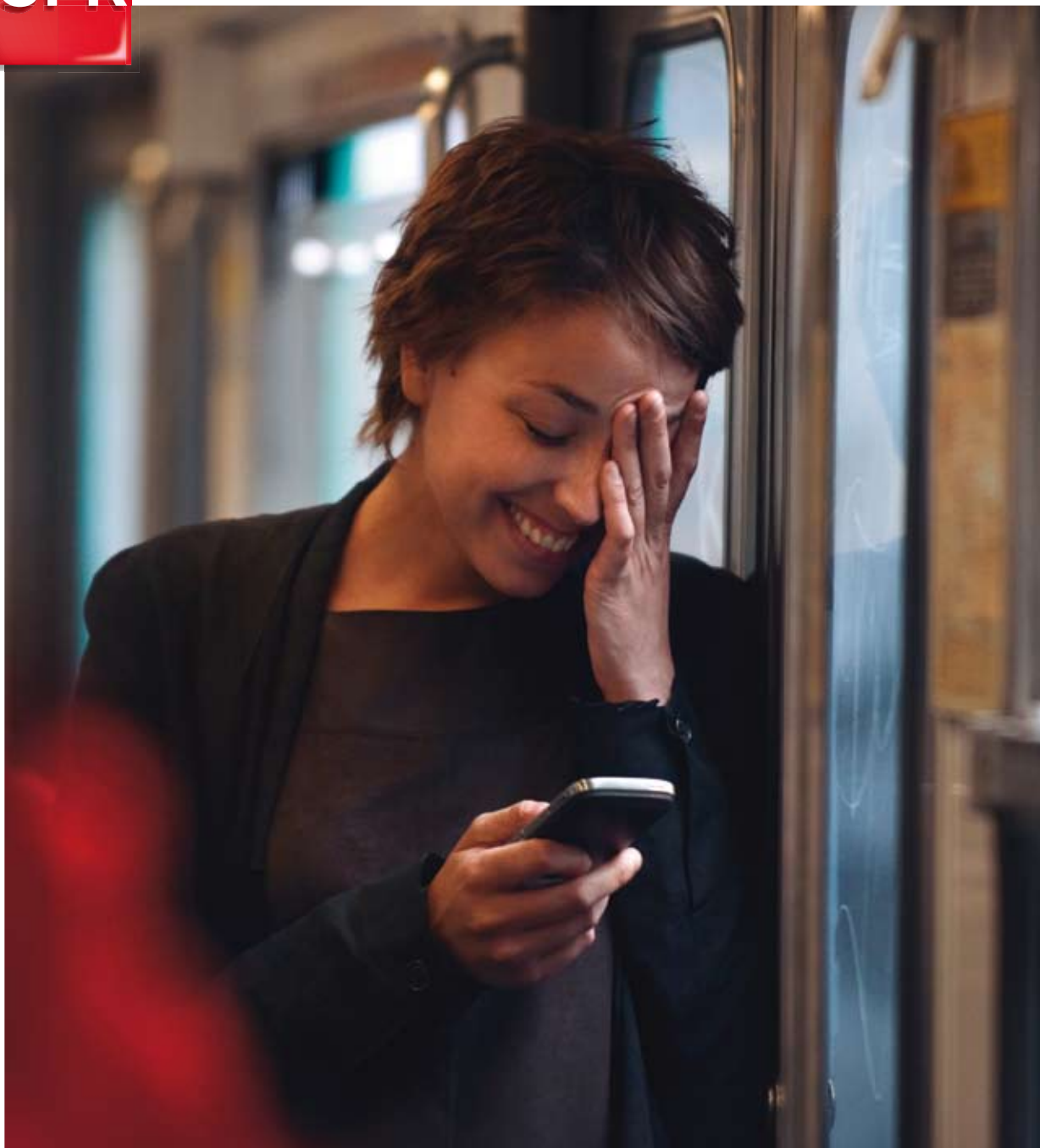
HOME SWEET HOME

Imaginez un service d'un nouveau genre qui viendrait révolutionner la manière dont vous avez l'habitude de piloter votre logement. Votre maison serait prise en charge par « SFR Home Commande » : une solution innovante de « foyer connecté » actuellement en développement chez SFR. Le principe? Mettre à votre disposition un boîtier connecté qui permettra de gérer quatre types de services de manière interactive : Sécurité, Énergie, Domotique et Chauffage. Plus précisément, il sera possible de piloter sa maison de chez soi ou à distance : système anti-intrusion, mesure et analyse de la consommation d'électricité, éclairages, ouvrants électriques et chauffage.

« SFR Home Commande » sera disponible depuis le Web, sur le mobile et par une application (Android et iOS). Résultat : des économies d'énergie, un confort accru et une sécurité à toute épreuve. La cerise sur votre toit? La simplicité, qui sera « *un des axes d'innovation essentiel, car nous avons cherché à simplifier tout le processus d'installation et d'usage* », nous confie Yann Le Bihan, responsable du projet chez SFR. En phase de test sur la plateforme de l'Atelier SFR. • atelier.sfr.fr

SFR

Carrément vous.



Les formules Carrées

On part de vous et ça change tout.