

POINT DE VUE

# Les Américains au cœur de la Toile

par **Louis Pouzin**, association Eurolinc (\*)

Qui gouverne l'Internet ? C'est la question que doit se poser la France, et le reste du monde non américain, avant de négocier, fin septembre à Genève, les accords qui seront officialisés lors du sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) en novembre à Tunis.

Avant le début des travaux du SMSI, en 2002, personne ne se souciait de savoir qui dirigeait l'Internet. Il était couramment admis que tout venait d'Amérique et tout le monde s'en accommodait, ou presque. Aujourd'hui, les enjeux de ces négociations sont colossaux, car on constate que la politique des États-Unis vise à dissoudre les pouvoirs des autres États au profit d'un espace mondial marchand contrôlé par eux seuls.

Il y a d'abord un enjeu culturel. Les lettres accentuées sont bannies du répertoire Internet. Les Français s'appellent « François » et les villes d'Alençon ou de Briançon ont pour adresse Alencon.fr et Briancon.com. Pourtant, rien n'interdit techniquement d'utiliser des lettres accentuées ou d'autres caractères. Pour acheminer les informations, les noms des sites Web et les adresses e-mails sont tous traduits en numéros, comme en téléphonie. Mais les Américains, qui contrôlent la traduction de ces noms, ont choisi de restreindre les caractères utilisables à ceux de leur alphabet. Conclusion : les autres pays sont privés de leur liberté linguistique.

**L'annuaire du réseau.** Il y a ensuite des enjeux stratégiques. Pour qu'un courriel parvienne à une adresse comme `secret@defense.gouv.fr`, il faut que le département du Commerce américain donne son accord. C'est lui qui décide, ou non, de mettre le domaine « FR » dans l'an-



nuaire du réseau. Il délègue ensuite cette opération à une société privée américaine. Le département du Commerce pourrait donner l'instruction de supprimer « FR », ce qui ferait disparaître du réseau tous les sites Web et les adresses e-mails terminés par « .fr », comme c'est arrivé en 2003 pour tous les sites Web et adresses e-mails du domaine « IQ » (pour Iraq).

Il y a enfin des enjeux économiques. La tranche de l'annuaire correspondant au domaine « FR » est gérée par l'Afnic, un organisme français sous contrôle public. Mais d'autres domaines de pays ont été délégués par les États-Unis à des personnes ou des sociétés privées sans rapport avec les pays concernés. Récemment, la Libye n'avait pas réussi à récupérer « LY », revendiqué par deux sociétés basées à Londres. De même, l'île Maurice n'a pas le contrôle de son domaine « MU » tombé dans l'escarcelle d'un éditeur

de musique aux États-Unis. Ces cas sont loin d'être des exceptions. Quant aux numéros correspondant aux adresses Internet, les États-Unis s'en sont appropriés plus de 60 %, ce qui crée une pénurie dans le reste du monde, plus particulièrement dans les pays servis plus tardivement, notamment en Asie.

**Avantage concurrentiel.** L'annuaire effectuant la traduction des noms de domaine en numéros est un système physiquement réparti dans le monde, mais asservi à une « racine » gérée par une filiale de Science Applications International Corporation (Saic), une société privée de San Diego dont les clients sont essentiellement des administrations américaines, en particulier l'armée, qui lui sous-traite de nombreuses missions de recherche.

Saic, qui doit bientôt s'introduire en Bourse pour une valeur estimée de 10 milliards de dollars, a vu son chiffre d'affaires doubler en trois ans grâce à l'augmentation des budgets de sécurité décidée par le gouvernement Bush après l'attentat du World Trade Center. Une situation idéale pour observer, et au besoin détourner, les échanges sur Internet. Ce qui constitue un avantage concurrentiel sans précédent dans l'histoire économique. Même la domination des mers, l'invention de la poudre ou du téléphone n'avaient jamais permis à aucune puissance mondiale de s'assurer une hégémonie aussi universelle et rentable à si peu de frais.

En théorie, les normes techniques de l'Internet sont établies par un forum international ouvert à tous, à

condition d'avoir les moyens d'aller aux réunions, et de bien parler anglais. En pratique, de 75 % à 80 % des normes sont rédigées par des sociétés américaines, ce qui permet de préserver leur dominance industrielle. Et les personnes, les entreprises ou les États n'ont quasiment pas de moyens juridiques pour se défendre s'ils sont lésés par les choix américains. Il est souvent impossible d'appliquer à l'Internet les législations nationales car l'absence de frontières techniques et la rapidité des échanges rendent les actions en justice inextricables. Cette situation permet aux États-Unis d'imposer dans les faits leur version de la légalité, qu'elle soit laxiste (spam, diffamation) ou coercitive (brevets, sécurité).

Alors que les contours de la société de l'information se précisent, l'information devient une matière première vitale, au moins autant que le pétrole, d'un point de vue économique et stratégique. Pour s'assurer la domination de cette ressource, il suffit aux Américains de contrôler le réseau international d'échange et de distribution de l'information, c'est-à-dire l'Internet. Si les États-Unis défendent si bien leurs intérêts dans les négociations du SMSI, c'est qu'ils savent ce qu'ils ont à y gagner. Si la France et les autres pays ne revendiquent pas suffisamment leurs droits, c'est qu'ils n'ont pas encore compris ce qu'ils ont à y perdre.

(\*) Louis Pouzin a créé en France le réseau Cyclades, où ont été inventés les protocoles que Robert Kahn et Vinton Cerf ont introduits ensuite dans la norme Internet du réseau mondial. Il participe, via l'association Eurolinc, aux travaux préparatoires du sommet mondial sur la société de l'information (SMSI) qui se tient, sous l'égide de l'ONU, à Tunis, en novembre.

L'INFORMATION  
DEVIENT, AU  
MOINS  
AUTANT QUE  
LE PÉTROLE,  
UNE MATIÈRE  
PREMIÈRE  
VITALE D'UN  
POINT DE VUE  
ÉCONOMIQUE  
ET  
STRATÉGIQUE.

## carnet

### Aziza Bouster, directrice de la communication du groupe Galeries Lafayette



Directement rattachée à Philippe Houzé, président du directoire, elle dirige également la communication de la branche grands magasins, Galeries Lafayette et BHV, sous l'autorité de Paul Delaoutre. Elle sera membre du comité exécutif des deux magasins. 51 ans, 3<sup>e</sup> cycle de management et communication, Aziza Bouster a été directrice de la communication de Seat France (1988-1992), du groupe Moulinex (1993-1997) et de Redcats (1999-2005).

**CFAO ▶ Patricia Rosiod**  
Précédemment directeur de l'UniverCité et DRH du siège du groupe PPR, elle devient DRH et membre du comité exécutif de CFAO. 47 ans, ingénieur de l'ENS de chimie de Montpellier, Patricia Rosiod a été DRH du site IBM à Corbeil-Essonnes puis directeur compensation & benefits

chez IBM France. Elle a intégré la DRH de la Fnac en 2000, puis le siège de PPR en 2002.

**NEOPOST FRANCE ▶ Bertrand Dumazy**  
Directeur du marketing et de la stratégie depuis 2002, il devient PDG de l'éditeur de solutions de gestion et de traitement de courrier. ESCP, MBA Harvard Business School, il a travaillé chez BC Partners, fonds d'investissement européen spécialisé dans les opérations de LBO, avant de créer en 2000 la société Constructeo, spécialisée dans la gestion électronique de documents dans le secteur de la construction.

**ID LOGISTICS ▶ François Raynal**  
Il prend le poste nouvellement créé de directeur commercial groupe. 38 ans, ESC Troyes, MBA Essec, il était depuis 2002 directeur du développement international de FM Logistics. François Raynal a auparavant passé huit ans chez le néerlandais Frans Maas puis six ans chez P&O où il fut directeur commercial France de l'ensemble P&O Trans European, le holding qui regroupe toutes les activités de transport, de logistique terrestre et fluviale du groupe en Europe.

**BUSINESS INTERACTIF ▶ Antoine Dubois**  
Directeur associé, il prend en charge les activités e-marketing et médias de l'agence-conseil spécialisée dans le marketing interactif et les solutions digitales. 34 ans, diplômé en marketing et communication de la Thames Valley University, à Londres, il était DGA de Carat Multimédia, où il s'occupait du pôle interactif d'Aegis Media.

**AJILON ▶ Philippe Roncati**  
Il rejoint le groupe spécialisé dans le conseil et l'externalisation des services en qualité de directeur commercial international. Diplômé ISG, il a été directeur du développement d'IBM Global Services pour l'Europe de l'Ouest puis DGA, chargé de la direction commerciale et du développement à CS Communication & Systèmes.

**PROUDFOOT CONSULTING ▶ Jean Baron-Mazloumian**  
Entré dans le cabinet de conseil en management en 2003 pour en diriger les activités en France, il en devient senior VP Southern Europe. MBA Insead, il a auparavant effectué sa carrière successivement au sein d'IBM, chez Bain & Company, puis au Boston Consulting Group, en France, en

Belgique, au Royaume-Uni, aux États-Unis et en Europe de l'Est.

**AFB ▶ Lucas Willemys**  
Président du directoire de Fortis Banque France, il a été élu président du Groupe des banques étrangères. Il succède à Jean Garbois, vice-PDG d'OBC, qui a occupé la fonction pendant huit ans.

**BIGNON LEBRAY ▶ Alain Vamour**  
Avocat au barreau de Lille, spécialisé en droit public et droit de l'environnement, précédemment directeur chez EY Law, il rejoint Bignon Lebray en qualité d'associé. 40 ans, Alain Vamour intervient auprès d'une clientèle de collectivités territoriales, d'aménageurs et d'investisseurs pour des missions de conseil, d'audit juridique et de montages d'opérations immobilières complexes, et dans le cadre de due diligence. Il les assiste également dans le droit de la commande publique.

**RESPONSABLE**  
fdegan@latribune.fr  
FAX : 01.44.82.16.18  
TÉL. : 01.44.82.17.70