



Revue « Science & Technologies de l'Information et de la Communication » Etats-Unis

N°3 – Décembre 2005

© MINEFI/DGTPÉ MAE/MS&T

Internet

Auteurs de l'article

sebastien.morbieu@ambafrance-us.org

jean-philippe.lagrange@ambafrance-us.org

Pour en savoir plus :



Partenariat Google-NASA :

http://www.nasa.gov/centers/ames/news/releases/2005/05_50AR.html

Hébergement de Wikipedia :

http://meta.wikimedia.org/wiki/Wikipedia:partners_and_hosts

Google : un moteur de recherche qui se développe tous azimuts

Un point de départ technique très focalisé

Google, fondée en 1998, compterait actuellement 5000 employés et a réussi à associer un succès technique à un succès commercial. Le succès de Google repose initialement sur un moteur de recherche efficace couplé à un système de publicités ciblées. L'efficacité du moteur de recherche tient essentiellement en son système *PageRank*, qui permet de classer les sites en fonction de leur popularité calculée selon les liens pointant vers un site, ainsi qu'à un système efficace de calcul distribué. A l'époque, les autres moteurs de recherche tenaient plutôt compte du nombre d'occurrence des termes recherchés dans la page, l'approche de Google a mieux rencontré les attentes des utilisateurs. Parmi les autres attraits significatifs par rapport à la concurrence, on peut aussi citer la copie par Google de certaines pages permettant de les consulter alors qu'elles ne sont plus disponibles sur le site original, et un indexage non limité aux pages HTML, mais prenant aussi en compte les documents bureautiques Word, Powerpoint, les fichiers PostScript et PDF, etc.

L'approche originale de l'architecture technique, tenant en la mise en réseau de PC basiques, avec des données réparties et redondantes et une distribution des requêtes entre ces PC, a certainement permis d'optimiser les investissements initiaux, de faciliter les évolutions, et d'acquérir une expertise applicable à d'autres domaines. Gmail (2004) repose vraisemblablement sur la même approche (mais c'est un cluster différent de celui utilisé pour la recherche sur le web qui est utilisé) ; le récent partenariat avec la NASA (2005) n'est sûrement pas étranger à l'expertise développée au sein de Google pouvant s'appliquer à d'autres domaines.

D'un moteur de recherche à un « portail » à contenu

On peut observer que d'un simple indexage de contenus disponibles sur Internet, au fur et à mesure, Google évolue en ajoutant l'hébergement de contenus : acquisition en février 2001 de dejanews.com, moteur de recherche qui archive des groupes de discussions, à la base du service actuel Google Groups ; acquisition en février 2003 de blogger.com, hébergeur de blogs ; livres numérisés dans le cadre du programme Google Print (service Google Book Search) lancé en 2004 ; en février 2005 Google propose une offre d'hébergement, restée pour l'instant sans suite, de l'encyclopédie collaborative Wikipedia. L'avantage d'héberger du contenu peut être double : d'une part, cela permet de faciliter l'indexation dans le moteur de recherche pour les contenus considérés et, d'autre part, d'attirer les utilisateurs vers le « portail » Google pour certains contenus exclusifs. Dans la même veine, Google met actuellement en ligne Google Base, c'est-à-dire un hébergement de fichiers ou documents qui seront indexés par un moteur de recherche. En offrant des catégories pour classer la nature du document, il ressemble fortement à un portail dont le contenu (vente de véhicules, annonces d'événements, recettes de cuisine ...) viendrait des utilisateurs et serait accessible par recherche. La démarche conduit clairement à faire de Google le

point de passage pour accéder à tout un ensemble de contenus. En ce qui concerne la recherche dans les livres numérisés, elle n'est pas extrêmement originale. Ebrary (qui existe depuis 1999) offre sans doute une interface plus riche, Microsoft lancera début 2006 un service pour l'heure dénommé ... *MSN Book Search*, enfin Amazon (qui propose le moteur de recherche A9, motorisé par ... Google) a aussi entrepris la numérisation de livres et propose ainsi avec « *Search Inside* » des recherches dans le contenu de certains livres en vente, qui font apparaître des extraits. On peut relever qu'en réaction à l'action lancée par Google, Yahoo s'est allié à Adobe, HP et tout un ensemble d'universités et d'institutions culturelles pour former l'*Open Content Alliance* (OCA), annoncée en octobre 2005 (à laquelle Microsoft a annoncé se joindre, en promettant d'apporter le portail d'accès obligatoire : les contenus seront également accessible via le portail d'OCA, certains pourront être réutilisés librement (alors que les documents numérisés dans le cadre du programme Google Print ne seront accessibles que via le portail Google). L'approche de l'OCA n'est, elle, pas controversée car il s'agit de numériser des livres avec l'accord des ayant droit ou dont le droit d'auteur est expiré, la numérisation étant prise en charge par le projet Internet Archive, tout en laissant un accès assez large au contenu. Microsoft dispose par ailleurs sur son portail de l'encyclopédie Encarta, comme contenu exclusif, et développera pour partie en propre le contenu de *MSN Book Search*. Les 3 acteurs semblent lancés dans une course aux partenariats avec les bibliothèques. Le dernier projet en date qui a été beaucoup médiatisé est celui de la *World Digital Library*, à l'initiative de la bibliothèque du Congrès. Google en est le premier contributeur privé et espère certainement apprendre énormément de ce partenariat (la bibliothèque du Congrès a une quinzaine d'années d'expérience dans le domaine de la numérisation et du catalogage de livres numériques). Le défi technologique dans le domaine est multiple : les appareils de numérisation doivent tenir compte des œuvres fragiles, les œuvres numérisées doivent l'être dans un format facilitant l'accès et la conservation. Si l'offre de Google d'hébergement de Wikipedia est pour l'instant restée sans suite, Yahoo a offert certains de ses serveurs en Asie pour l'hébergement ; Wikipedia (ainsi que d'autres contenus, principalement d'origine gouvernementale, académique et d'associations à but non lucratif, dans le cadre du programme *Yahoo Content Acquisition Program*) apparaissent de façon particulière dans les résultats des recherches effectuées sur Yahoo.

Open Content Alliance :

<http://www.opencontentalliance.org>

Annonce de *MSN Book Search* :

<http://www.microsoft.com/presspass/press/2005/oct05/10-25MSNBookSearchPR.msp>

"*Yahoo Content Acquisition Program*" :

<http://docs.yahoo.com/docs/pr/release1144.html>

"*NIST 2005 Machine Translation Evaluation Official Results*" :

http://www.nist.gov/speech/tests/mt/mt05eval_official_results_release_20050801_v3.html

Microsoft Virtual Earth

(concurrent de Google Local) :

<http://virtualearth.msn.com>

Telcontar :

<http://www.telcontar.com>

Rich Map Format:

http://www.telcontar.com/products/services/data_rmf.html

[http://www.gis-](http://www.gis-news.de/news/what_is_rich_map_format.htm)

[news.de/news/what_is_rich_map_format.htm](http://www.gis-news.de/news/what_is_rich_map_format.htm)

Une multiplication des services proposés

Google semble vouloir fournir l'ensemble des services les plus utilisés sur Internet. En rendant disponibles ces services, même si le contenu est fourni par des tiers, l'objectif serait de fédérer les utilisateurs. Beaucoup sont issus de projets personnels des employés (ils y consacrent 20% de leur temps) ou - plus classiquement - d'acquisitions. Parmi les nombreux services actuellement disponibles, beaucoup sont en version bêta, certains n'apportent aucune nouveauté par rapport à la concurrence, mais permettent d'occuper le terrain et de capter les utilisateurs : il n'ont que peu besoin de sortir de l'environnement Google. Certains services sont sous-traités : l'outil de traduction utilisé actuellement par Google est ainsi fourni par Systran, cependant, en parallèle, Google travaille sur son propre logiciel de traduction, un logiciel de traduction statistique, couronné par les tests *NIST 2005 Machine Translation Evaluation* (pour la traduction du chinois et de l'arabe vers l'anglais). Google fournit aussi une information géolocalisée, Google Local. C'est le fournisseur de données Navteq qui est utilisé pour Google Local, mais Tele Atlas pour l'API Google Maps. Le moteur SIG est celui de Telcontar, qui est aussi utilisé par Yahoo et Ask Jeeves. Telcontar utilise un format binaire de données propriétaire et breveté, RMF (*Rich Map Format*), compressé et optimisé (indexation spatiale) pour les requêtes géographiques. Google Maps (lancé en bêta en février 2005) utilise AJAX (*Asynchronous JavaScript and XML*) sur le navigateur,



Google Desktop

Partenariat Google Sun :
<http://www.sun.com/2005-1004/feature>



Google Talk

permettant d'effectuer des requêtes asynchrones au serveur HTTP, pour éviter un blocage de l'interaction de l'utilisateur comme lors du rafraîchissement du page. Il se distinguait ainsi de ses concurrents par le confort, l'utilisation, puis par l'intégration d'images satellite (avril 2005) et du mode hybride (juillet 2005) et, bien sûr, la mise à disposition assez rapide de son API. La fusion avec Google Local a été effectuée en octobre 2005. Son concurrent Yahoo Maps, dans sa nouvelle version, encore en bêta, utilise AJAX ou Macromedia Flash. Les accès par téléphone mobile intéressent aussi Google. Proposé comme moteur de recherche par les principaux opérateurs de téléphonie mobile américains (Sprint, Cingular, AT&T), offrant par ailleurs un service d'interrogation par SMS, Google propose maintenant une application Java de géolocalisation Google Local pour les téléphones mobiles. On peut observer qu'un nombre considérable de services (souvent encore de type prototype ou relevant de la page personnelle) ont été mis en ligne qui reposent sur Google Local. Cette « Google Map mania » est remarquable en ce sens qu'elle n'a pas encore d'équivalent avec les outils MSN ou Yahoo. Compte tenu du rôle que peuvent jouer les données géolocalisées dans les systèmes d'information des entreprises et de l'attrait pour les utilisateurs des présentations que permet l'API de Google, il s'agit peut-être là d'une belle réussite pour Google.

Un rapprochement web-bureau déjà réel

On peut déjà observer l'amorçage d'une fusion du web et du bureau (au sens de l'ordinateur de bureau). Le webmail Gmail (lancé en février 2005) tire efficacement partie des technologies intégrées aux navigateurs web récents (Javascript) pour offrir le même confort qu'une application classique de messagerie installée sur un ordinateur. Google propose par ailleurs déjà une barre d'outil pour navigateur Google Toolbar, ainsi que Google Desktop, une application qui s'installe sur le PC et fournit un contenu (météo, actualités personnalisées ...) provenant de services Internet. Le développement par Google d'applications ou *plug-ins* destinées à s'installer sur le PC client permet d'exploiter de façon plus efficace les services Internet qu'avec un navigateur web. Picasa (un logiciel de gestion de photos numériques, acquis en juillet 2004) et Google Earth (consécutif à l'acquisition de Keyhole en octobre 2004) sont d'autres exemples d'applications Google destinées à être installées sur un PC et pour disposer de services Internet fournis par Google. Enfin, le partenariat avec Sun prévoit une collaboration sur OpenOffice.org, qui pourrait aller également dans le sens du rapprochement web-bureau. La même évolution est perceptible chez Microsoft : sa suite bureautique Office intègre déjà des fonctionnalités qui font appel à des services web (consultation de l'encyclopédie en ligne Encarta, traduction ...) et, maintenant, Microsoft propose une première version de Windows Live et annonce Office Live (voir article suivant).

Une intégration des services encore assez peu avancée mais qui pourrait être prometteuse

L'idée sous-jacente à Microsoft Passport, qui consiste à rassembler les données personnelles et les préférences des utilisateurs pour plusieurs services avec une même authentification, utilisée pour l'ensemble des services MSN (notamment messagerie Hotmail, et messagerie instantanée Messenger), mais aussi pensée pour le paiement électronique, a fait des émules. Ainsi, une même authentification sert pour tous les services Google (email, messagerie instantanée, recherches personnalisées, page d'accueil personnalisée), les contacts de Gmail sont réutilisés dans Google Talk. Cependant, les services fonctionnent de manière bien séparée. Ainsi, les données des emails ne sont pas utilisées, ni pour améliorer les résultats d'une recherche sur le web personnalisée, ni pour cibler les publicités dans d'autres services. Par ailleurs, au niveau de l'infrastructure, ce sont des nœuds différents qui sont utilisés pour la recherche sur le web et pour le service Gmail. L'intégration des différents services en un portail cohérent aurait avoir

des avantages évidents pour l'utilisateur en lui fournissant un environnement homogène. Pour Google, une intégration qui s'accompagne de la mise en commun des ressources matérielles pourrait permettre d'optimiser l'emploi de ses équipements (alors que l'on sait que le problème classique des infrastructures est la sous-utilisation en moyenne des serveurs). De même, un regroupement des données collectées sur un utilisateur permettrait une meilleure connaissance de celui-ci et donc d'améliorer pour lui les résultats des requêtes ... tandis que Google pourrait améliorer le ciblage des publicités.

Il est difficile de prédire le rythme d'évolution dans la direction qui se dessine, d'autant que se posent très vite des questions de confidentialité, de respect de la vie privée, liées à la convergence web/bureau, délocalisation sur le web de services plus personnalisés, sans parler des copyrights. Cependant la stratégie technique et industrielle de Google semble aller dans cette direction. C'est au demeurant conforme avec la mission que l'entreprise s'est donnée, pour le moins globalisante et centralisatrice : «Google's mission is to organize the world's information and make it universally accessible and useful». (MS&T)

Économie

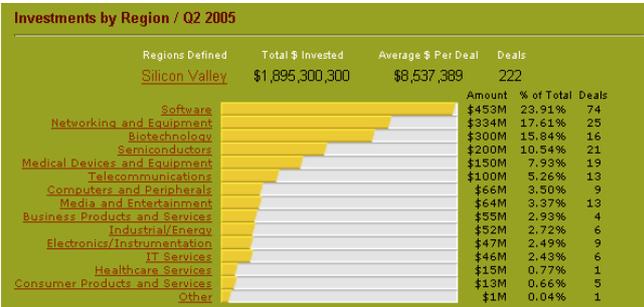
Auteur de l'article

christophe.lerouge@consulfrance-sanfrancisco.org

Le capital risque toujours en croissance pour soutenir l'activité des TIC

Alors que l'éclatement de la bulle Internet avait sérieusement remis en cause la pérennité du capital risque, celui-ci semble retrouver une certaine vigueur aux Etats-Unis et en particulier dans la Silicon Valley. Le capital risque (*venture capital* ou VC) est "une activité consistant à financer en capitaux propres des entreprises nouvellement créées et à fort potentiel de croissance." Il constitue une source de financement externe indispensable aux jeunes entreprises technologiques. Cette activité soutient l'innovation (en particulier les innovations de rupture) et permet un développement rapide des entreprises.

L'étude *Venture Impact 2004* (Global Insight) chiffre à 10 millions les emplois directs créés aux Etats-Unis grâce à l'investissement des VC (soit environ 9,4% du nombre total d'emplois aux Etats-Unis). La Californie arrive largement en tête avec 2,5 millions d'emplois créés par les capitaux risqueurs, soit environ 25% de l'ensemble des emplois créés par le capital risque sur l'ensemble du territoire américain. Entre 2000 et 2003, l'emploi a ainsi progressé de 6,5% pour les activités soutenues par les VC alors qu'il a diminué de 2,3% aux Etats-Unis sur la même période. Même après l'éclatement de la bulle, les VC ont eu une importance croissante dans le financement de l'économie américaine (2 milliards de dollars investis en 1991, 12 milliards en 1996 et 21 milliards en 2004).



© 2005 PricewaterhouseCooper/Venture Economics/NVCA MoneyTree Survey

Lorsque l'on souhaite analyser l'activité du capital risque, on peut retenir plusieurs critères (nombre de capitaux risqueurs, nombre de deals/an, quantités totales investies/an en dollars...). Pour chacun de ces indicateurs d'activité, on observe que la Silicon Valley domine le secteur du capital risque aux Etats-Unis avec environ 1/3 des activités. Ainsi, la part des investissements des VC dans la Silicon Valley atteint 35% aux Etats-Unis en 2004 (soit 7,5 milliards de dollars sur un total national de 21,5 milliards) en progression de 28% depuis 1995.

Ces chiffres correspondent à une très forte reprise dans la Silicon Valley au niveau des quantités investies par les VC avec +17% de croissance en 2004 par rapport à l'année précédente. Les investissements y reprennent plus rapidement qu'ailleurs aux Etats-Unis. Après l'éclatement de la bulle Internet, ces investissements sont même repartis fortement à la hausse dès 2002 (base 100 en 1995 : 380 dans la SV et 275 aux Etats-Unis en 2002 contre 415 dans la SV et 275 aux Etats-Unis en 2005). Par ailleurs, la région conserve encore

L'étude complète de la Mission pour la Science et la Technologie sur le sujet : <http://www.adit.fr>

un fort pouvoir d'attraction des capitaux extérieurs, avec environ 12 % du nombre d'investissements effectué par des fonds implantés dans d'autres états.

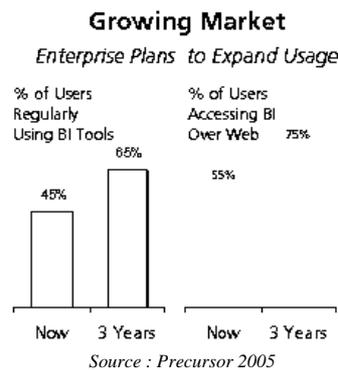
D'après une récente étude menée par PricewaterhouseCooper/Venture Economics/NVCA MoneyTree Survey, aux Etats-Unis, l'industrie des TIC reste majoritaire avec 54% des investissements des VC. Les sciences de la vie (biotechnologie/santé) prennent une place de plus en plus importante avec 25% des investissements reçus au niveau national. La Silicon Valley n'a pas de spécificité en ce qui concerne le secteur biotechnologie/santé (24% des fonds investis), elle est en revanche singulière pour les TIC dans la mesure où les capitaux risqués investissent 66% de leur fonds dans cette zone. L'industrie du logiciel continue à être le premier choix d'investissement avec 1,3 milliard de dollars (231 opérations) de fonds investis au 2nd trimestre 2005 aux Etats-Unis (5,8 milliards investis au total, soit 22% à lui seul). Enfin, l'industrie des TIC dans son ensemble a reçu 3,1 milliards de dollars sur les 5,8 milliards investis ce même trimestre, soit 54%. Pour la Silicon Valley, les chiffres sont de 450 millions investis dans l'industrie du logiciel et de 1,25 milliard pour l'industrie des TIC dans son ensemble. (MS&T)

Industrie

Le marché du Business Intelligence aux Etats-Unis

Auteur de l'article

magali.voisin-ratelle@missioneco.org



<http://www.businessobjects.com>



<http://www.microsoft.com/office/previous/default.aspx>

Etude « Marché et Distribution des logiciels aux Etats-Unis » éditée par la ME de San Francisco :

http://www.missioneco.org/etatsunis/documents_new.asp?V=7_PDF_94691

Le segment des solutions de *Business Intelligence* (BI) constitue un élément clef de la gestion de l'information dans les entreprises avec le segment des outils *Knowledge Management* (KM). Les logiciels de BI permettent de rassembler, stocker, analyser et accéder à des données afin de faciliter la prise de décision. Ainsi, le BI englobe les outils qui permettent l'accès aux informations stratégiques de l'entreprise et leur partage, dans le but de fournir aux responsables de l'entreprise une aide à la décision. Le marché du BI ne cesse de se développer ces dernières années. Selon IDC, le *Business Intelligence* connaît une croissance annuelle de 17 % depuis dix ans pour générer aujourd'hui un revenu annuel de 4,3 milliards de dollars.

Business Objects, leader mondial de l'édition de logiciels de BI, bénéficie de plus de 30 000 clients à travers le monde dont plus de 80% des entreprises classées au Fortune 500. La plate forme de BI proposée par le groupe, BusinessObjects™ XI, constitue la solution la plus avancée et la plus complète du marché en matière de *reporting*, d'interrogation et analyse, de gestion des performances et d'intégration des données. Business Object vient d'annoncer la disponibilité BusinessObjects™ XI Release 2. Cette nouvelle version apporte plus de simplicité aux utilisateurs finaux, une meilleure fiabilité de l'information et la capacité pour ses clients de standardiser facilement l'ensemble des services sur une seule plate-forme de BI. Elle inclut également, la première solution du marché qui permet à chacun de poser des questions métiers de façon intuitive.

Déjà présent sur le marché des outils de décisionnel avec Excel (outil décisionnel de base), Microsoft a récemment présenté un nouveau module pour son tableur qui sera inclus dans la suite bureautique Office 12 prévue pour 2006. En effet, cette suite bureautique comportera un module additionnel baptisé « Excel Services » qui permet de gérer et stocker les feuilles de calculs Excel sur un serveur central dédié. En attendant, Microsoft propose depuis le 1^{er} novembre dernier un outil décisionnel : *Business Scorecard Manager 2005*, une application qui permet de partager sur le réseau de l'entreprise des tableaux de bord et indicateurs (*scorecards*), système qui fonctionne avec le logiciel de gestion de bases de données SQL Server. Cette application est vendue au prix de 5000 dollars par serveur auxquels s'ajoutent 175 dollars par utilisateur et cible ainsi le marché des PME.

De leur côté, SAP et IBM ont annoncé en septembre dernier leur intention de commercialiser une offre de *Business Intelligence* packagée s'appuyant sur les serveurs BladeCenter et les solutions de stockage TotalStorage DS4300 d'IBM

ainsi que sur les logiciels SAP *Business Information Warehouse* et SAP *NetWeaver Business Intelligence*. Dans ce cadre, IBM devrait proposer plusieurs offres « prêtes à l'emploi » s'appuyant sur ses solutions matérielles et sur les logiciels de SAP. L'objectif est d'abaisser le coût et d'accroître les performances des solutions de *Business Intelligence*. IBM et SAP collaborent déjà dans ce domaine au travers d'Ascential (intégration de données), racheté en mars dernier par IBM et partenaire important de SAP. (ME)

Microsoft présente deux services logiciels en ligne

Le secteur des services de logiciels en ligne est en pleine évolution et voit l'apparition de nouveaux entrants importants. Ainsi, face à la concurrence accrue de Google, Yahoo ou encore OpenOffice, Microsoft a récemment présenté un regroupement de ses services logiciels sur un portail dédié, qui seront accessibles par l'ensemble des internautes (particuliers et entreprises). En effet, le géant du logiciel a récemment présenté deux services logiciels accessibles en ligne : *Windows Live* destiné aux particuliers et *Office Live* destiné aux entreprises.

Auteur de l'article

magali.voisin-ratelle@missioneco.org

Pour en savoir plus :

Revue TIC n°106 :
Voir Archives.

<http://www.microsoft.com>

Windows live en version bêta :

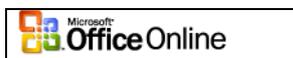
<http://www.live.com>



La fiche de synthèse sur le marché des logiciels aux Etats-Unis éditée par la ME de San Francisco :
http://www.missioneco.org/etatsunis/documents_new.asp?V=7_PDF_104357

Office Live :

<http://www.microsoft.com/office/office/live/default.aspx>



La fiche de synthèse sur la conférence RSA éditée par la ME de San Francisco :
<http://www.missioneco.org/documents/38/101167.pdf>

Windows live

Windows Live, est une plate-forme de services en ligne permettant à l'internaute de se bâtir un Internet à la carte. Disponible en version bêta, cette plate-forme permet à l'internaute de personnaliser sa page d'accueil à l'aide de services proposés par Microsoft ou de contenus produits par les partenaires. Ainsi, l'outil intègre des technologies tels les flux RSS ou encore AJAX (développement d'applications web utilisant Javascript et XML). L'internaute a également accès à une messagerie *webmail* (baptisée Live mail), relativement proche de Hotmail et dont l'interface est quasi similaire à celle d'Outlook. Enfin, Windows Live propose également un outil de messagerie instantanée baptisé Live Messenger (compatible avec MSN Messenger) et devrait fournir de nouvelles fonctions en matière de partage de dossiers.

Office live

Office Live est un ensemble de services Internet conçus pour aider les très petites et moyennes entreprises à créer et développer une activité commerciale en ligne. Le service Office Live sera disponible au premier trimestre 2006 et sera proposé en trois versions : « **Basics** » (gratuit) qui comprend un nom de domaine personnalisé, un espace de stockage de 30 Mo pour l'hébergement d'un site Internet, des outils de conception et d'analyse du trafic des pages Internet et cinq boîtes emails reprenant l'interface de Windows Live Mail ; « **Essentials** » (payant) qui, en plus de l'offre de base, comprend 50 boîtes emails, le support d'extension Frontpage et l'accès à 20 applications en ligne incluant des modules de comptabilité, de gestion de projet ou encore de gestion relation client (CRM) et enfin « **Collaboration** » (payant) propose l'outil de collaboration Mojo (communication et partage des documents en temps réel des collaborateurs internes ou externes à l'entreprise). Cependant, la grande majorité des services live de Microsoft restent gratuits pour l'utilisateur car ils sont financés par les revenus de la publicité en ligne, à l'instar du modèle économique utilisé par Google et en partie par Yahoo. Cette plate-forme de logiciels accessibles à distance en mode ASP (*Application Service Provider*) sera basée sur la technologie « *SharePoint Services* » de Microsoft, déjà utilisée dans des produits de l'éditeur pour la création de sites intranet, le partage d'informations et le travail collaboratif. Ces deux services sont fortement liés à la sécurité et intègrent ainsi des solutions pour lutter contre les virus et autres logiciels espions. Deux solutions seront disponibles en ligne courant 2006 : *Windows Live Safety Center* (gratuit), axé sur la recherche de virus et les problèmes liés à la sécurité, et *Windows OneCare* (payant) axé sur la protection, en continu, des intrusions des virus et autres logiciels espions. (ME)

En bref

Auteur de l'article

michel.combot@missioneco.org

Pour en savoir plus :

Décision de la FCC sur les fusions SBC/AT&T et Verizon/MCI :
http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/DOC-261936A1.doc

L'analyse complète des évolutions récentes dans le secteur des télécommunications dans la revue «Convergences Numériques et Audiovisuel» éditée par la Mission Economique de San Francisco :
http://www.missioneco.org/etatsunis/documents_new.asp?V=7_PDF_113864



Le nouveau logo de SBC / AT&T

Fusion dans le secteur des télécommunications

Le *Department of Justice* (DoJ) et la *Federal Communications Commission* (FCC) ont donné au début du mois de novembre 2005 leur accord conditionnel aux deux projets de fusion dans le secteur des télécommunications, AT&T / SBC et Verizon / MCI. Si le rachat d'AT&T par SBC, pour un montant de 16 milliards de dollars en février 2005, fut amical, Verizon et Qwest se sont affrontés pendant plusieurs mois pour le rachat de MCI, bataille finalement remportée en mai 2005 par Verizon pour un montant de 8,4 milliards de dollars. Si le DoJ a été relativement clément, en imposant seulement de céder un certain nombre de clients entreprises dans des zones où la concurrence n'était pas estimée suffisante, les conditions imposées par la FCC ont été plus importantes. En effet, Kevin Martin, le Président républicain de la Commission, a dû négocier avec les deux *Commissionners* démocrates, pour faire voter cette décision. Les deux mesures les plus importantes sont : (1) L'engagement de SBC et de Verizon de fournir d'ici à 12 mois et pour une durée maximum de deux ans la possibilité à leurs clients résidentiels de s'abonner uniquement au service d'accès haut débit DSL sans obligation de s'abonner au service téléphonique (« *naked DSL* ») ; (2) L'engagement de SBC et Verizon de figer, pour une durée de 30 mois, les prix des services de transmission de données à fort volume de trafic (« *special access services* »). Outre l'accord des deux agences fédérales, Verizon et SBC ont dû obtenir l'accord des Etats fédérés. SBC a pu ainsi annoncer le 18 novembre 2005 la mise en place de la nouvelle société combinée, qui prendra le nom d'AT&T, après l'accord de l'Etat de Californie. A l'issue de ces fusions, Verizon et AT&T opérateurs contrôleront plus de 80% du marché entreprises. (ME)

Qualcomm poursuit le développement de sa plateforme MediaFlo

Dans le cadre du développement de sa plateforme de diffusion de contenu audiovisuel sur réseaux mobiles « MediaFLO », Qualcomm a mis en place en juillet 2005 un groupe chargé de définir les standards d'utilisation autour de cette plateforme, le « FLO Forum ». Chargé *de facto* de créer une norme concurrente du DVB-H ou du DMB, le « FLO Forum » vient de ratifier le standard lié à l'interface de diffusion hertzienne, la « FLO Air Interface ». Alors que jusqu'à présent Qualcomm n'avait réuni qu'une poignée de fournisseurs, Verizon Wireless a annoncé avoir conclu au début du mois de décembre 2005 un accord avec Qualcomm pour l'utilisation de la plateforme « MediaFLO ». L'opérateur compte lancer dans le courant de l'année 2006 une version « *broadcast* » de son service de télévision sur mobile « VCast », via des terminaux mixtes EVDO/FLO, alors qu'un accord semblait avoir été conclu avec la plateforme concurrente, développée par Crown Castle autour du DVB-H (voir compte-rendu CTIA Wireless IT). (ME)

Auteur de l'article

michel.combot@missioneco.org

Pour en savoir plus :

Le « FLO Forum » :
<http://www.floforum.org>

Le compte-rendu détaillé du salon CTIA Wireless IT édité par la Mission Economique de San Francisco :
http://www.missioneco.org/etatsunis/documents_new.asp?V=7_PDF_112427

Copyright

Tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation expresse du comité de rédaction.

Clause de non-responsabilité

Les services de l'Ambassade de France aux Etats-Unis s'efforcent de diffuser des informations exactes et à jour, et corrigeront, dans la mesure du possible, les erreurs qui leur seront signalées. Toutefois, ils ne peuvent en aucun cas être tenus responsables de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer des conseils personnalisés qui supposent l'étude et l'analyse de cas particuliers.

Éditeur : Ambassade de France aux Etats-Unis
4101 Reservoir Road NW – Washington, DC 20007-2173 – USA



Rédacteurs en chef :

Michel Combot - Réseau des Missions Economiques
Jean-Philippe Lagrange - Mission pour la Science et la Technologie

Rédacteurs :

Réseau des Missions Economiques (ME)
Jean-Philippe Lagrange – Tél.: +1 415 781 09 86 – Fax: +1 415 781 47 50
Email : michel.combot@missioneco.org
Magali Voisin-Ratelle – Tél.: +1 415 781 09 86 – Fax: +1 415 781 47 50
Email : magali.voisin-ratelle@missioneco.org
Mission pour la Science et la Technologie (MS&T)
Jean-Philippe Lagrange – Tél.: +1 202 944 6237 – Fax: +1 202 944 6244
Email : jean-philippe.lagrange@ambafrance-us.org
Christophe Lerouge – Tél. : +1 415 397 4440 – Fax : +1 415 397 9947
Email : christophe.lerouge@consulfrance-sanfrancisco.org
Sébastien Morbieu – Tél. : +1 202 944 6582 – Fax : +1 202 944 6244
Email : sebastien.morbieu@ambafrance-us.org

Date de parution : 6 décembre 2005