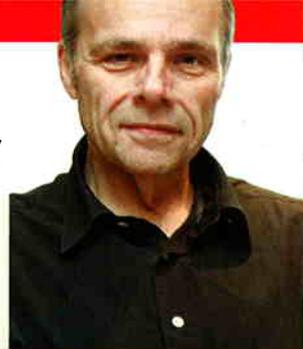


Télé moustique

Marc Ysaye

Les 20 ans des *Classiques*

Actu - Culture - Télé:
tous les rendez-vous 2008



- Info pour tous ■ Réseaux sociaux
- Liberté d'expression ■ Commerce en ligne



Programmes TV-radio
Du samedi 5 au vendredi 11 janvier
Hebdo 11 4275 / 02-01-08 / 1,05 €



www.telemoustique.be





Internet On faisait comment, avant?

Malgré ses excès, il est devenu l'outil de connaissance, de travail et de contact par excellence. **Un immense marché**, aussi.

Google, eBay, Facebook, Amazon, Myspace, Skype, YouTube, Wikipédia: il y a quinze ans, rien de cela n'existait. En 1992, l'internet entrait progressivement dans les foyers. On ne le savait pas encore, mais ça allait complètement modifier nos manières de travailler, de communiquer, de consommer, de vivre.

Une révolution qui a débuté il y a plus d'un siècle dans le cerveau d'un Belge, auteur de la première réflexion "Internet": Paul Otlet, le père

de la classification décimale universelle. En 1895, il écrivait: *"On peut imaginer le télescope électrique, permettant de lire de chez soi des livres exposés dans la salle teleg (télégramme - NDLR) des grandes bibliothèques, aux pages demandées d'avance. Ce sera le livre téléphonique"*. En clair, Otlet rêvait de pouvoir consulter en un endroit précis n'importe quel livre de n'importe quelle bibliothèque. Cent ans plus tard, le rêve d'Otlet se réalisait. En partant d'une idée: connecter ensemble les ordinateurs de la planète. C'est ça le Web, la Toile, le

Réseau. Et à partir de là, tout était permis: le courrier électronique, la messagerie instantanée ou l'échange de fichiers d'ordinateur à ordinateur jusqu'à l'autre bout de la terre.

Hier, il fallait être "branché". Aujourd'hui, il faut être "connecté". Et si vous l'êtes, il est désormais possible en un clic de connaître l'heure du prochain train, la météo de demain ou le trajet Bruxelles-Montpellier. D'acheter un disque, un bouquin, ses vacances ou une voiture. De vendre sa maison sans intermédiaire ou d'assouvir sa passion de brocanteur sans bouger de chez soi. De comparer les prix ou de savoir comment soigner l'oiseau trouvé dans le jardin. Le Web a réponse à toutes nos questions. Mais surtout, il nous permet de participer au débat et ainsi de ne plus être seuls. Il nous propose d'appartenir à des communautés, de retrouver nos amis d'enfance et d'avoir accès à l'information mondiale.

Consulter un livre en Inde, téléphoner pour rien au Pérou, échanger de la musique ou jouer aux échecs avec un Japonais, vendre en Ukraine, acheter au Vietnam. Tout est possible!

Le Net a changé notre vie de manière pratique. Mais aussi, plus profondément, nos comportements sociaux. C'est donc à la fois un outil de travail et un animal de compagnie. C'est un incroyable outil de connaissance utilisé par les êtres humains qui y distillent leurs passions mais aussi leurs excès et leurs vices. Depuis juillet dernier, il y a sur notre petite Terre un milliard d'internautes. Ils échangent des propos, achètent, vendent, créent et consultent de

l'information, se divertissent. Certains même s'enrichissent.

Pour essayer de disséquer l'avant et l'après-Internet, nous avons demandé l'aide de Denis Balencourt. Il est conseiller en stratégie Web (www.balencourt.com). Ce "blogueur" très influent répertorie huit principaux changements dus à Internet qui ont bouleversé notre vie de tous les jours.

1 L'ACCÈS TOTAL À L'INFORMATION

DENIS BALENCOURT. - Le rêve d'Otlet, c'est ce qu'Internet nous propose aujourd'hui: l'accès quasi total à l'information, qui n'est plus gardée dans d'austères bibliothèques. Avant, on devait acheter dix revues, trois quotidiens et deux livres pour cerner un sujet. Maintenant, elle est proche, rapide et nettement moins coûteuse. Mieux: en plus du texte, on accède à des documents photographiques ou filmiques. Et l'information est livrée au monde de façon instantanée. On peut la rechercher via Google mais aussi aller sur les sites des institutions universitaires, des grandes bibliothèques ou des institutions audiovisuelles. L'information est partout car il y a une règle sur Internet: quelle que soit la question que vous vous posez, il y a toujours quelqu'un avant vous qui se l'est posée et qui a pris le temps d'y répondre ou d'en débattre.

2 LE LIEN SOCIAL DÉMULTIPLIÉ

D.B. - Avant, l'être humain avait l'obligation de faire partie de réseaux sociaux formalisés. C'était le règne du "Loin des yeux, loin du cœur". C'est désormais fini grâce à MSN Messenger, au carnet d'adresses de son e-mail ou aux réseaux sociaux, comme Facebook ou LinkedIn. Aujourd'hui, le lien social peut perdurer malgré la distance qui peut survenir dans une relation. Je dis souvent qu'un gamin de 20 ans a plus de relations qu'un homme de 65 ans du Lion's Club. On dit que les "amis" de l'internet ne sont pas de vrais amis et que l'intensité des relations n'est pas la même que dans la vraie vie. Je ne suis pas d'accord, car nous fonctionnons maintenant par petits cercles d'amitiés. Avec certains, je parle de choses que je n'ose pas aborder avec mes vrais amis, avec d'autres de mon chanteur préféré, de technologie, de construction de maison ou de mes problèmes de cœur. On peut aussi aborder le cas de MSN. Avant, les enfants se voyaient à l'école et ensuite rentraient dans la cellule familiale. Aujourd'hui, ils sont en permanence connectés à la messagerie instantanée et ne sont plus jamais totalement à la maison seuls avec les parents.

3 LE VRAI DIVERTISSEMENT DE MASSE

D.B. - D'abord il y a eu Napster, le grand défricheur: on pouvait s'échanger des fichiers musicale de poste à poste, d'ordinateur à ordinateur. La musique a commencé à circuler gratuitement, ensuite les jeux vidéo et les films. Ainsi, d'immenses industries ont été mises à mal. →

La Terre compte aujourd'hui un milliard d'internautes.

→ La distribution de support de divertissement à des prix fixés par l'industrie est un modèle qu'Internet a fait exploser. MP3, Napster, eMule, Bittorrent, vidéo à la demande, partage et découverte sont les maîtres mots des nouvelles générations. On ne veut plus payer chacun dans son coin, on veut découvrir et partager. A l'industrie de trouver des parades.

4 LES COMMUNICATIONS PRESQUE GRATUITES

D.B. - Aujourd'hui, téléphoner au Brésil ou établir une vidéoconférence avec l'Asie ne coûte plus rien du tout. Internet abolit le coût de la distance. L'arrivée de Skype, Voip Buster ou MSN Messenger a été un grand pas dans l'internet moderne. Aujourd'hui, il y a une alternative au modèle payant. On peut, en étant simplement connecté, s'affranchir du coût de la communication et donc communiquer en prenant son temps. Et si les minutes de communication de téléphone fixe à mobile sont parfois si basses, c'est parce qu'une partie de l'information passe par le Web.

5 LA LIBRE EXPRESSION FACILITÉE

D.B. - Aujourd'hui, chacun peut participer au débat. On peut créer un blog, un fanzine ou même un organe de presse sans aucun budget. L'internet est un diffuseur d'information qui n'a pas besoin de rotatives. Le Réseau sert au témoignage (comme dans le cas du jeune tueur de Virginia Tech, qui avait pris le soin d'enregistrer ses mémoires). Avant, l'information était livrée par les grosses sociétés de médias. Aujourd'hui, sans infrastructure, tout le monde est à la fois acteur, témoin et diffuseur. Au mieux nous faisons du journalisme citoyen, au pire du paparazzisme délateur. Parce qu'il y a aussi le côté sombre. Avant, les snuff movies étaient une légende. Maintenant, de façon banale, on peut voir sur Internet des types se faire décapiter ou Saddam Hussein se faire pendre. Alors que les médias bloquaient des images par déontologie, elles trouvent toujours aujourd'hui via le Net un canal pour passer. Il permet de s'exprimer au niveau mondial. C'est comme cela que les nébuleuses d'al-Qaida parviennent à communiquer entre elles. *(Et proposent, bientôt, de "chatter" en direct avec des membres de l'organisation terroriste. - NDLR)*

“**Tout possesseur d'un GSM est un paparazzi et toute connerie devient éternelle.**”

Le cas eBay

Une entreprise de 430.000 "travailleurs"

Créé en 1995 par Pierre Omidyar, eBay compte aujourd'hui plus de 200 millions de membres. Vaste fourre-tout à ses débuts, le site d'enchères est devenu un univers organisé où chacun a le droit de tenter sa chance au jeu de la brocante universelle. eBay est en effet un lieu idéal pour développer son petit business. Les frais de mise en vente sont minimes, les visiteurs sont nombreux, c'est ouvert 24 h/24 et les moteurs de recherche sont précis. En janvier 2006, une étude menée par ACNielsen Research dévoilait une étonnante vérité: 430.000 personnes dans le monde vivent entièrement ou partiellement de leurs ventes sur la plateforme (avec une fourchette annuelle de 8.000 à 13.000 euros).

En Belgique, eBay compte un million d'utilisateurs occasionnels. Officiellement, deux mille d'entre eux vivent de leur activité d'eBayeur. En réalité, le chiffre est bien plus élevé. Il y a aussi les autres, non déclarés, qui évitent l'impôt et la TVA. Un eBayeur prévient sur un forum: "Si tu fais du black, le problème de eBay, c'est que ça laisse des traces". Le fisc belge utilise un logiciel qui balaye eBay et repère les ventes anormales (trop de ventes du même objet). Mais des pros d'eBay ont trouvé la faille: "Il suffit de s'inscrire sous différents pseudos. Toutes les semaines, tu changes".

Jean est un eBayeur belge. Fonctionnaire dans la région de Liège, il est passionné de beaux livres. Depuis quatre

ans, il consacre "entre deux et trois heures par jour" à son commerce sur eBay. Ce qui, chaque année, lui rapporte entre 15.000 et 25.000 euros. Nets d'impôt. "Je vendais des bouquins sur les brocantes. Un jour, pour essayer, j'ai mis les plus beaux livres sur eBay. Ils sont partis de suite. Le prix moyen d'un livre que je vends sur eBay se situe entre 25 et 50 euros et il m'est arrivé de vendre un livre 1.200 euros. Mais il faut être bien organisé et avoir bonne réputation. Passer beaucoup de temps pour donner une description exacte de l'objet, noter chaque défaut, l'envoyer dans des délais courts. Être irréprochable et honnête, sinon vous êtes brûlé." Jean vend aujourd'hui deux à trois livres par jour. Et il les envoie jusqu'aux Etats-Unis...

6 LES BONNES AFFAIRES POUR TOUS

D.B. - eBay ou Kelkoo sont des aubaines pour les consommateurs. Avant, on comparait les prix entre l'épicier et la grande surface. Aujourd'hui, cette comparaison peut se faire en un clic à l'échelle mondiale. Il suffit d'entrer le type de téléphone portable qu'on désire acheter dans un site comparatif comme Kelkoo.com et il donne en quelques secondes les meilleures offres du marché. C'est par ce genre de mécanisme qu'Internet impose la dictature du prix bas. Le consommateur a repris ses droits. Dans un autre registre, des sites comme eBay sont une aubaine pour les accros de bonnes affaires (voir encadré).

7 L'INTIMITÉ BAFOUÉE

D.B. - Pour illustrer cette perte d'intimité, il suffit de voir que la gaffe d'Ophélie Fontana au JT avec la fameuse "fracture du col de l'utérus du roi Albert" est encore sur YouTube. Avant, cette petite bourde aurait déjà été oubliée. Il n'y a plus d'obsolescence. Avant, les médias gardaient les images pour les ressortir une fois par an. Maintenant, les bêtisiers sont disponi-

bles 24 h/24. Il y a un véritable "Big Brother social", on garde nos mauvaises réputations. Votre nom dans un moteur de recherche va donner des informations sur vous et pas nécessairement celles que vous voudriez mettre en avant. Désormais, les traces restent. Le temps n'efface plus rien, tout est stocké dans des bases de données Google. Tout possesseur d'un GSM est un paparazzi et toute connerie est éternelle.

8 LE FORMATAGE UNIVERSEL

D.B. - On l'a vu en cette fin d'année, la mode est aux listes, aux Top 10 en tout genre. Le but de la méthode est d'être facilement lisible par tous. C'est une nouvelle manière d'aborder l'information. L'internet cultive le zapping, l'information doit y être brève, forte et clairement organisée. L'internet a mis le zapping au cœur de la pratique et de la production de contenu. Dès lors, on assiste à un formatage dû au mode de consommation. On produit bref et pas cher. Avant, il y avait l'humour juif et l'humour belge, le Web est en train de lisser tout cela en faisant une culture internationale et donc sans trop de nuances.

e-commerce LES ASTUCES

Il y a différentes manières d'arrondir ses fins de mois avec son blog ou son site personnel.

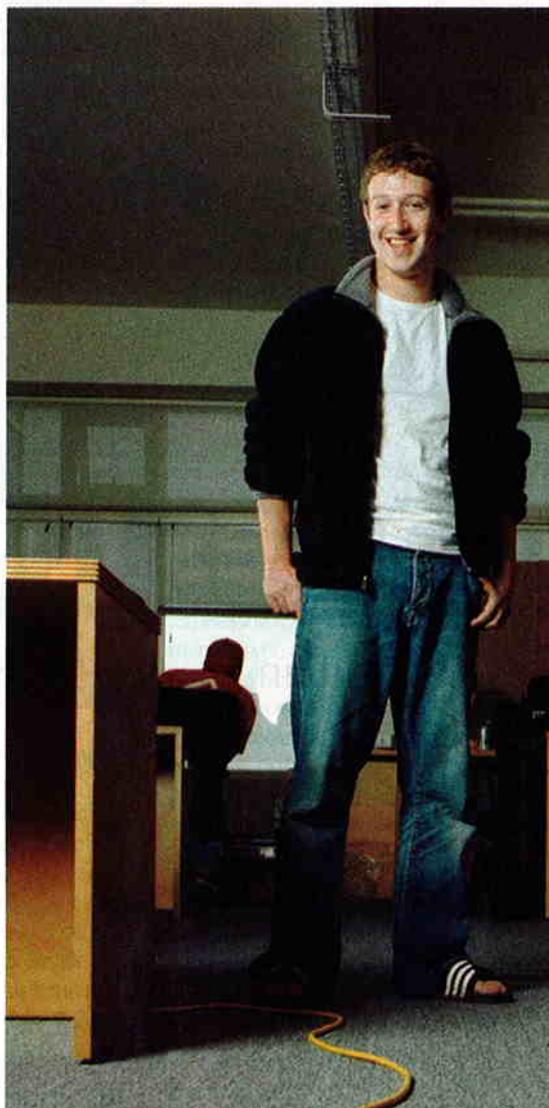
■ **L'intégration** de publicité est un premier pas. Les fameuses "Google ads" affichent automatiquement des messages publicitaires textuels et ciblés sur votre site et son contenu.

■ **L'affiliation** en est un autre: il s'agit ici de créer un lien commercial. Un blog/site parlant de musique renvoie les internautes vers un site de vente de musique en ligne (amazon, itunes, emusic...). Si la vente a lieu, le blogueur reçoit une rémunération. Il en va de même pour les livres, les films et tout ce qui se vend en ligne.

■ **Si vous avez du temps** à perdre, vous pouvez être rémunéré pour appuyer sur des bannières de pub, répondre à des sondages ou donner votre avis sur un film. www.argentmania.com est un des nombreux sites qui vous expliquent les marches à suivre.



RESEAUX SOCIAUX LE PHENOMENE FACEBOOK



Mark Zuckerberg, 24 ans,
concepteur de Facebook

On se fabrique
une nouvelle
"famille".

Myspace, Hi5, Badoo, Second Life, Facebook... Sur Internet, le réseau social est devenu roi. Il permet aux internautes de se créer un tissu social, de "faire partie d'un groupe". Le principe est toujours le même: on s'inscrit, on se crée un profil (données personnelles, photos, centres d'intérêt) et on part à la chasse aux amis. Le phénomène est immense. Et, quel que soit votre centre d'intérêt, il y a un réseau pour vous: Asmallworld pour les jet-setteurs, Betobe pour les passionnés de bénévolat en ONG, Myspace pour les fans de musique, LinkedIn pour pousser sa carrière, Golfink pour les passionnés de golf, Motortopia pour les fous de sports moteurs. Il y en a aussi pour les écolos, les fans de foot ou ceux qui ont eu recours à la chirurgie esthétique. Qui que vous soyez, le Net vous propose donc de vous fabriquer "une nouvelle famille".

Sur le coup, le grand vainqueur de l'année 2007 est Facebook. Créé en 2004 par Mark Zuckerberg, Facebook compte 60 millions de membres (dont 150.000 en Belgique). Pour certains, il sert "à retrouver des amis d'enfance, à entretenir des relations que l'on n'a pas le temps d'entretenir dans la vraie vie". Pour d'autres "il ne sert à rien". Car ce qui fait la particularité (et probablement le succès) de Facebook, ce sont ses milliers de petites applications aussi inutiles que ludiques. Ainsi, vous pouvez rejoindre un groupe de discussion sur un sujet sensible (l'avenir de la Belgique) ou ridicule (non aux cons qui accélèrent quand on veut les dépasser), envoyer des fleurs, offrir une bière ou embrasser un ami (une amie?) sous le gui. Sa recette: flatter l'ego des internautes. Avec Facebook, chacun peut avoir un grand nombre d'amis ou connaître son quart d'heure de gloire.

Fort de ses 60 millions d'adhérents, Facebook a aussi créé la controverse en dévoilant une offre publicitaire donnant aux annonceurs accès aux profils des soixante millions de membres et à la multitude de données privées. Mark Zuckerberg déclarant aux grands patrons présents: "Nous allons aider vos marques à faire partie des conversations quotidiennes". Le programme recoupe en effet vos données personnelles pour envoyer des publicités ciblées. Pire, Facebook souligne dans sa charte qu'il peut "utiliser vos données personnelles avec des personnes tierces, en ce compris des sociétés commerciales". Récemment, la valeur de Facebook a été estimée à quinze milliards de dollars. Et pourtant, il ne sert finalement à rien.



Petites et grosses fortunes

Si l'internet a révolutionné notre quotidien, il est aussi devenu un immense marché. Où certains sont devenus riches. Très riches...

Sur Internet, il existe des milliers de messages comme celui-ci, laissé par un jeune Belge de 17 ans: "Savez-vous comment je peux gagner de l'argent avec Internet? J'en ai marre de l'école..." Aujourd'hui, on ne rêve plus d'être médecin, on rêve de faire fortune sur le Net.

C'est que les chiffres sont éloquentes. Le commerce en ligne a explosé cette année, dépassant aux Etats-Unis la barre symbolique des 100 milliards de dollars (il atteindrait 225 milliards en 2011). En Belgique, le chiffre d'affaires de l'e-commerce est passé de 339 millions en 2005 à 675 millions en 2006. Et les résultats devraient doubler en 2007. Les investissements publicitaires sur le Web ont bondi de 40 % lors des douze derniers mois: 30 millions d'euros ont été investis dans notre pays (3 % de la manne publicitaire globale). Et le tableau n'est pas complet. Le Net bâtit des empires en un temps record. Bill Gates est aujourd'hui assis sur la première fortune mondiale. Mais il est loin d'être le seul à palper. En 1997, Larry Page et Sergey Brin, deux étudiants de l'université de Stanford se lancent dans le développement d'un nouveau moteur de recherche. Leur théorie est simple: l'accès à l'information sera meilleur si un moteur de re-

cherche tient compte des liens qui arrivent sur un site. Plus de liens arrivent vers un site, plus il est pertinent. Google naît le 7 septembre 1998 dans un garage de la Silicon Valley. Aujourd'hui, il indexe 24 milliards de pages, emploie 12.000 personnes et affiche une valeur boursière de 160 milliards de dollars! Larry Page et Sergey Brin occupent le Top 30 des personnalités les plus riches de la planète.

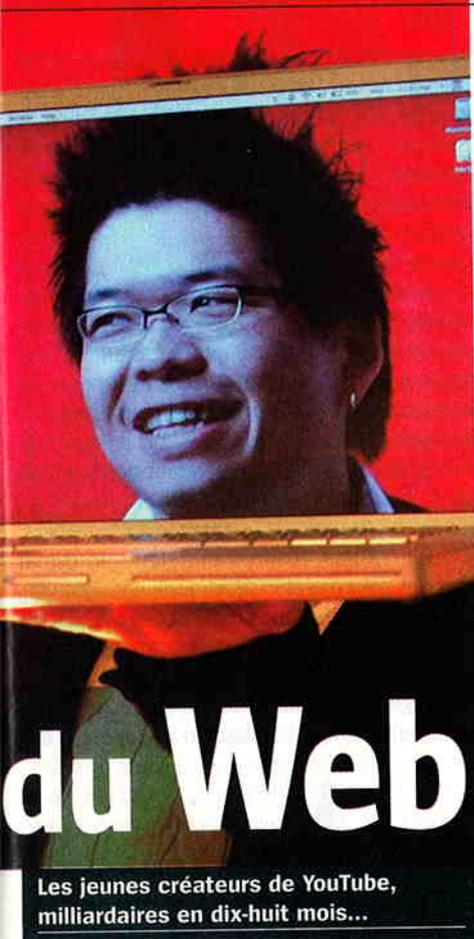
YouTube, le site de partage de vidéos, est LE gros succès du Web 2.0. Dix-huit mois après l'avoir créé, les jeunes Chad Hurley et Steve Chen de YouTube revendaient leur société à Google pour 1,65 milliard de dollars! Mais le phénomène 2007 est sans conteste le réseau social Facebook, créé il y a trois ans (voir encadré p. 7). En octobre, Microsoft achetait 1,6 % de Facebook pour 240 millions. Et son créateur n'a que 23 ans... Les fortunes sont rapides, les fortunés très jeunes. Ce sont eux qui créent le mythe de l'internet nouveau où tout est possible. "Le Net remet en question les règles du jeu, affirme Brice Leblevenec, patron de l'agence Web Emakina. Il fait va-

iller les géants et laisse place pour créer quelque chose de nouveau." Sur le Net, tout est à inventer et chacun peut tenter sa chance en partant de rien.

Pourtant, on n'y croyait plus. De 1998 à 2000, l'internet a vécu son premier âge d'or. Mais les promesses de croissance sans limite et de richesse pour tous ne sont pas tenues. En Bourse, la "bulle Internet" éclate. Parce que cette "bulle" spéculative était fondée sur la potentialité de croissance des nouvelles entreprises, et non la réalité. Résultat: trois milliards de dollars évapo-

"Pour réussir sur le Net, il suffit d'un ordinateur et d'une bonne idée."

rés au Nasdaq, 500 sociétés en faillite et un demi-million d'emplois perdus. Et pourtant, sept ans plus tard, le Net est plus que jamais un immense marché, impossible à dissocier de la logique de capital. "A ce titre, il répond aux mêmes règles d'économie que tout autre marché, affirme Brice Leblevenec. On y trouve les quatre mêmes



du Web

Les jeunes créateurs de YouTube, milliardaires en dix-huit mois...

sources de revenus: les services, le commerce, la publicité et le contenu." L'éclatement de la bulle oublié, le Net est entré dans l'ère dite "2.0". Les "capital-risqueurs" investissent à nouveau des sommes folles et de nouveaux pionniers ont pris la place de leurs aînés. Un second souffle dû à l'arrivée du haut débit et à l'accès massif du grand public au Réseau.

Sa cure de jouvence, le Web la doit aux blogs, aux wikis (système qui rend les pages Web modifiables par tous, comme l'encyclopédie Wikipedia), au peer to peer (poste à poste), aux réseaux sociaux, au flux RSS, à la vidéo... Hier, Internet était aux mains des pros et des boursicoteurs. Aujourd'hui, il est aux mains des utilisateurs: nous. "Le Net est le plus court chemin entre une idée et sa réalisation, affirme Benoît Lips, directeur de l'agence LBi. Tout le monde peut démarrer sa petite affaire. Pas besoin de capital de départ comme pour créer une marque de vêtements ou ouvrir un magasin. Il faut juste un ordinateur, une connexion et une bonne idée." Les bonnes idées, voilà la clé du succès. "Il faut comprendre qu'il y a trois types d'argent sur le Net, précise Benoît Lips. Le premier est l'argent spéculatif: on crée un site que l'on vend ou que l'on fait entrer en Bourse. Le second est lié au chiffre d'affaires que l'on peut tirer d'une activité que l'on fait sur Internet. Enfin, le dernier est plus anecdotique: monétiser le temps que l'on passe sur le Net avec un million de petites astuces."

Il suffit de taper "Gagner de l'argent sur Internet" dans un moteur de recherche pour comprendre l'ampleur du phénomène. Google à lui seul propose 1.460.000 réponses à cette requête. Des milliers de sites vous conseillent sur la façon d'arrondir vos fins de mois en surfant de chez vous. "Sans rien faire", disent-ils. Vous serez ainsi rémunérés pour envoyer des mails, cliquer sur des pubs, donner votre avis. Vous pouvez également jouer gratuitement à la loterie, déposer vos créations vidéo sur des sites de partage (comme www.metacafe.com qui vous reverse 5 dollars pour mille visionnages), participer à des tonnes de concours. Mais vous ne ferez jamais que suivre le troupeau (voir encadré "Astuces" p. 7). Sur le Net, seuls les aventuriers gagnent gros. Comme Alex Tew, étudiant britannique qui créa en 2005 la "Million Dollar Homepage" pour financer ses études. Son idée: diviser sa page en un million de pixels et les revendre chacun un dollar sous forme d'espace publicitaire. Alex a gagné 1.037.100 dollars! Il n'est finalement pas retourné à l'université. Les possibilités sont infinies. Chaque personne possédant un petit blog peut s'amuser à le monétiser. A condition de générer un trafic honorable.

En Belgique, Laurent Goffin a créé les blogs www.epicurien.be et www.blog-appetit.be à destination des gastronomes. Chaque mois, 450.000 personnes visitent ses sites. En y plaçant la pub automatique de Google (adsense), cela lui rapporte 25.000 euros par an. "Je viens aussi d'installer d'autres publicités via une régie publicitaire traditionnelle. Ça me rapportera 25.000 euros de plus. Plus il y a de visites sur les sites, plus il y a de probabilités que les gens cliquent sur la pub." Et chaque personne cliquant sur une publicité à partir du blog de Laurent lui rapporte au minimum 10 cents (certains clics valent 3 dollars).

Dans un autre style, le coiffeur du coin crée un site pour agrandir sa clientèle et le petit commerçant, fatigué d'être tributaire du passage devant son étalage, s'offre une vitrine sur le monde en vendant son stock en ligne. "Pour Monsieur Tout-le-monde, la façon la plus simple de gagner de l'argent sur Internet reste le bon vieux principe de brocante, ajoute Benoît Lips. Le site d'enchères eBay, par exemple, vous donne l'occasion de valoriser votre fond de grenier." eBay permet en réalité bien plus que cela (voir encadré p. 6).

Contrairement à l'idée reçue, l'internet n'est pas un nouvel eldorado. Certes, la chance est donnée à tout le monde d'y gagner sa vie. Mais, comme dans toute entreprise, cela demande de bonnes idées, beaucoup de travail et de la chance. L'argent n'étant pas une fin en soi, nous pouvons aussi simplement considérer le Net comme un endroit de détente, de partage, de passion, de connaissance et de rencontres. C'est déjà énorme! - Dossier réalisé par Jérôme Colin.

Les mythes du Web 2.0

Leurs noms ne vous disent rien. Ils sont souvent très jeunes et ont créé un site à succès. Comme les créateurs de YouTube ou de Facebook, ils ont fait fortune avec une bonne idée...

Catelina Fake (Flickr) - Site de diffusion et de partage de photographies, organisé de la même façon qu'une communauté virtuelle.

Joshua Schachter (Del.ici.ous) - Site permettant de sauvegarder et partager ses favoris. Le grand défi du Web est aujourd'hui d'affiner les recherches. Del.ici.ous vous dirige vers les favoris des gens plutôt que vers n'importe quel site.

Kevin Rose (Digg) - Site de hiérarchisation de l'information. Les internautes soumettent des articles de presse ou de blogs qui méritent d'être lus ou vus. La "news" se met en attente et ce sont les utilisateurs du site qui vont voter (digger) et ainsi faire arriver la nouvelle à la une.

David L. Sifry (Technorati) - Moteur de recherche spécialisé dans le domaine des blogs. Il en indexe plus de 50 millions.

Tariq Qrim (Netvibes) - Seul projet français dans la liste: un portail Web personnalisable. Il ne propose aucun contenu propre mais permet de créer sa propre page d'accueil, composée de différents modules. Une page qui regroupe tous vos centres d'intérêt.

Jimmy Wales (Wikipedia) - Encyclopédie libre, universelle et multilingue écrite de façon collaborative sur Internet. Une encyclopédie citoyenne, modifiable à souhait, en constante évolution.



Martin Skitsel (Last.fm) et Tim Westergren (Pandora) - A la fois radios et sites Internet, ils proposent un système de recommandation de musique du type "Si tu écoutes ça, tu devrais aimer ça!". Les radios de demain.