

Table ronde du 4 février 2010 à l'occasion de la parution de la revue TELECOM n° 156 WEB 2.0 : opportunités pour l'entreprise

WEB 2.0 et de demain

Cette manifestation était organisée en prolongement de la parution de la revue TELECOM n° 156 consacrée au thème "Web 2.0 : opportunités pour l'entreprise".

La table ronde a été animée par **David Fayon (93)**, expert reconnu du Web 2.0, auteur de plusieurs ouvrages de référence.

Les participants sont venus débattre du Web désormais 2.0, de ses évolutions, de ses perspectives, de ses impacts techniques, organisationnels et humains pour l'entreprise, avec notamment la question des réseaux sociaux et du travail collaboratif.

La soirée réunissait les conférenciers suivants :

Introduction et perspectives :

- **Joël de Rosnay**, Prospectiviste (www.pronetaire.com et www.scenarios2020.com)

La table ronde comprenait :

- **Pierre-Olivier Chotard**, Directeur marketing Europe du Sud de Salesforce
- **Florence Devouard**, Ancienne présidente de la Wikimedia foundation
- **Olivier Mathiot**, Directeur marketing et co-fondateur de PriceMinister (www.priceminister.com)
- **Louis Naugès**, Président de Revevol (www.revevol.eu et <http://nauges.typepad.com>)
- **Jean-François Ruiz**, Co-fondateur de PowerOn et Blogueur sur Webdeux.info

Pierre Cayale, Directeur de la Rédaction de la Revue TELECOM, a remercié les participants venus nombreux à cette soirée et les conférenciers venus témoigner du Web 2.0.

Il a annoncé la soirée du 4 octobre 2010 qui sera consacrée à la Relation Client.

David Fayon présente Joël de Rosnay, à l'origine biologiste, ayant fait évoluer ses recherches vers les nouvelles technologies, puis la futurologie. Il est par ailleurs créateur d'Agoravox et des sites thématiques dérivés.

Joël de Rosnay, en qualité de futurologue, prédit les évolutions du Web, sous leurs aspects constructifs plutôt que négatifs afin de rééquilibrer les critiques généralement abordées dans la presse classique.

Au-delà de l'interactivité du Web 1, le Web 2 a apporté l'inter-créativité. Les contenus en ligne sont créés par les internautes, à travers blogs, forums et sites collaboratifs, tels les journaux citoyens.

Le Web 3 est le Web sémantique, introduit par Tim Berners-Lee. Intuitif, il anticipe et tient compte du profil de l'utilisateur, de ses requêtes antérieures et du contexte dans lequel il fait ses recherches. Le Web 3.0 c'est aussi les "user generated networks" (UGN). Les mobiles vont jouer le rôle de noeuds de réseaux autoconfigurables et spontanés, analogues à ceux utilisés aux Etats-Unis par policiers, pompiers, militaires. (Mesh Networks). Le monde compte désormais 5,5 milliards de mobiles, plus que TV et ordinateurs fixes réunis.

Le Web 4 introduit un "écosystème informationnel", représenté par le "Cloud", l'informatique ubiquitaire, et un environnement 'cliquable' généralisé. Un environnement multidimensionnel par opposition à la toile plate 2D. Avec identification, localisation, détection des mouvements des personnes, l'environnement "cliquable", émerge dans la vie courante. Par extension c'est la réalité augmentée (RA), complémentaire de la réalité virtuelle (RV). On peut voir des démonstrations de RA à la cité des Sciences et de l'Industrie dans l'exposition "Ma Terre première".

Joël de Rosnay explique aussi comment les 3 "couches" du cerveau se retrouvent projetées dans les évolutions du Web : l'intelligence connective, collaborative, et collective. Les exemples actuels en sont Wikipédia, les logiciels libres, les réseaux sociaux, une généralisation du partage des connaissances. Trois étapes successives dans la "prise de conscience" du Web : "Je sais", "nous savons ensemble", "nous savons aussi ce que les autres savent".

Le Web 5 ou X, qu'il baptise Symbio-net, est une fusion de plus en plus étroite entre les hommes et les machines, dans le cadre d'une conscience planétaire émergente, qu'il appelle le Cybionte (Cyb de cybernétique et bios, de biologie), avec une importante mutation (théorie de la singularité) à prévoir entre 2030 et 2050. Avec, à la clé, la question : le réseau global pourra-t-il prendre conscience de lui même ?

Pierre-Olivier Chotard explique le succès de Salesforce à proposer des solutions très simples de Relation Client, avec Reporting instantané, interaction directe avec les clients, leurs besoins, leurs avis. Les entreprises devront imposer les réseaux sociaux en utilisation professionnelle comme elles l'ont fait pour le mél, les intranets.

Olivier Mathiot explique la philosophie sociale de PriceMinister, qui se veut le « Wikipédia champion de la Consommation ».

Jean François Ruiz souligne les risques criminels liés à l'e-réputation, c'est devenu un débat national. Par exemple, la fausse mauvaise presse, le Ranking manipulable.

Florence Devouard fait part de son expérience des Wikis (Wikipédia, XWiki notamment). Elle indique qu'il existe essentiellement deux wikis professionnels sur le marché, Confluence et XWiki. Elle souligne également la réticence humaine à partager réellement des documents dans l'entreprise. Pour une véritable écriture collaborative, la pratique reste à développer, encore réduite à 4 % malgré un taux d'équipement de 20 %.

Louis Naugès préconise un passage à fond des entreprises au Cloud, ou la Participatique, pour augmenter considérablement la productivité d'un facteur 10 par rapport à une bureautique traditionnelle, qui est devenue « ringarde et anachronique », et au mél classique. Le bureau est désormais le Web, le Cloud. Les documents deviendront des liens, que des liens.

Il est rassuré par les réseaux à très haut débit (Gbit/s), en contenus comme en tuyaux, la migration vers IP V6 à chaud, mais il déplore l'accumulation de retards en Europe.

Les conférenciers s'accordent sur le pouvoir grandissant et le risque potentiel d'hégémonie de Google qui assoit son pouvoir en Big Brother à travers ses solutions unanimement performantes telles que Gmail/Wave (même si pour Wave les participants s'interrogent encore sur ses possibles utilisations), au-delà de son moteur de recherche, de plus en plus intrusif avec liens sponsorisés AdWords/AdSense et la SEO (Search Engine Optimization).