

LA MONTEE EN PUISSANCE D'INTERNET DANS LES SITUATIONS DE CRISE

octobre 00

AUTOUR DE TROIS QUESTIONS

- De quoi est faite cette montée en puissance ?
- Quelle influence d'Internet sur la nature et le développement des crises ?
- Quels enjeux pour les institutions et les industriels ?

1 - DE QUOI EST FAITE CETTE MONTEE EN PUISSANCE ?

octobre 00

UN ENSEMBLE DE PHENOMENES TRES RECENTS

- Qui s'additionnent et s'intriquent
- Qui vont beaucoup évoluer à court terme

LA CROISSANCE DU NOMBRE D'INTERNAUTES EST EXPONENTIELLE

- 1990 : 1 million
- 1998 : 130 millions
- Septembre 1999 : 201 millions
- Juillet 2000 : 359,8 millions

Source : NUA

octobre 00

LE TOP 15 DES PAYS AVEC LE NOMBRE LE PLUS IMPORTANT D'INTERNAUTES EN 1999

Source : Computer Industry Almanach

Rang	Pays	Nombre d'internautes (en millions)	Population totale (en millions)	% de la population en ligne
1	Etats-Unis	110,8	273	40,6
2	Japon	18,2	126	14,4
3	U.K.	13,9	59	23,6
4	Canada	13,3	31	42,9
5	Allemagne	15,8	82	15
6	Australie	6,8	19	35,8
7	Brésil	6,8	172	4
8	Chine	6,3	1 247	0,5
9	France	5,7	59	9,7
10	Corée du Sud	5,7	47	12,1
11	Taiwan	4,8	22	21,8
12	Italie	4,7	57	8,4
13	Suède	3,9	9	43,3
14	Pays-Bas	2,9	16	18,1
15	Espagne	2,9	39	7,4

octobre 00

REPARTITION DE LA POPULATION MONDIALE DES INTERNAUTES PAR ZONE GEOGRAPHIQUE – juillet 2000

Zone géographique	Nombre d'internautes (en millions)
Etats-Unis/Canada	157,24
Europe	94,22
Asie/Pacifique	89,43
Amérique latine	13,4
Afrique	3,11
Moyen-orient	2,40
Total	359,8

Source : NUA

octobre 00

REPARTITION DE LA POPULATION DES INTERNAUTES PAR ZONE GEOGRAPHIQUE 2000 – 2005

Zone géographique	Part des internautes en 2000	Part des internautes en 2005
Etats-Unis/Canada	43,2%	30,2%
Europe de l'Ouest	25,1%	27,9%
Asie/pacifique	20 ,6%	24,8%
Amérique latine	5,6%	7,3%
Europe de l'Est	3,1%	5,9%
Moyen-orient/Afrique	2,3%	3,8%
Total	100%	100%

octobre 00

Web user behavior at work vs at home

January 2000

Category	*At-Work Reach %	At-Work Time per Person (minutes)	At-Home Reach %	At-Home Time per Person (minutes)
Travel	35.9	11	22.4	8
Electronics & S/W	68.0	9	48.5	7
News & Information	69.8	16	52.3	10
Finance	37.2	33	28.4	17
Shopping	59.8	14	50.5	9
Search Engine	96.0	21	90.1	12
Sports	17.5	16	16.6	11
Entertainment	53.6	14	54.7	11
Adult	12.1	4	22.7	4

*:% d'utilisateurs qui ont été au moins une fois sur la catégorie, parmi ceux qui accèdent à Internet uniquement au travail

LA PROGRESSION DES SITES

- **Triplement du nombre de sites accessibles à tous en 2 ans :**
en juin 1999, sur 3.6 millions de sites recensés, 2.2 millions sont publics (contre 800 000 en juin 97)
- **50% des pages de la totalité des sites accessibles se trouvent sur 25 000 « mégasites »**

Source : OCLC Office of Research

octobre 00

2 - QUELLE INFLUENCE D'INTERNET SUR LA NATURE ET LE DEVELOPPEMENT DES CRISES ?

octobre 00

INTERNET AMPLIFIE CONSIDERABLEMENT LA MEDIATISATION

- **Tous les grands médias (Agences, TV, radios, journaux)**
 - Sont sur Internet en temps réel
 - Sont accessibles dans le monde entier
- **Les grands portails, très rapidement :**
 - Reprennent
 - Regroupent
 - Créent des dossiers spéciaux
 - Proposent des liens

L'INTERNAUTE A DESORMAIS ACCES :

- A pratiquement toute l'information technique, scientifique et administrative « officielle » (études, avis, rapports...)
- Peut accéder aussi facilement à une masse d'informations « non officielles » (portails et domaines alternatifs, sites citoyens, sites individuels, groupes de discussion, forums...)

ONG, ASSOCIATIONS ET CITOYENS ONT APPRIS A REAGIR VITE SUR INTERNET

- **Communiqués et dossiers en ligne sur leurs sites**
- **Création de sites par des collectifs citoyens (de protestation mais aussi de mobilisation)**
- **Création de sites individuels**
- **Mise en ligne :**
 - D'images
 - De pétitions
 - D'appels au boycott
 - D'avis d'experts
 - De conseils pratiques pour l'action sur le terrain
- **Expression libre et échange d'idées**

octobre 00

LE COURRIER ELECTRONIQUE

- **Accessible à tous les internautes, gratuitement**
- **Utilisable de partout et à tout moment**
- **Permet :**
 - La diffusion massive d'informations officielles ou « parallèles », de rumeurs, d'images détournées...
 - L'interpellation des sociétés, des professionnels, des actionnaires, des autorités, des politiques...
 - Le regroupement et la prise de parole des individus

QUELLE INFLUENCE SUR LA NATURE ET LE DEVELOPPEMENT DES CRISES ?

- **Accélération et amplification :**

Du déferlement médiatique émotionnel au niveau individuel et mondial

Des mises en cause et des polémiques

Du poids des antécédents, des phénomènes d'amalgames et de globalisation

INFLUENCE D'INTERNET

- Il contribue de plus en plus à la formation de l'opinion publique
- Il incite à réagir les milieux administratifs, politiques, financiers, professionnels et juridiques

INTERNET PERMET :

- **La diffusion massive de désinformations et d'actions malveillantes**
- **La création de mouvements de pression organisés et ciblés de la part des « victimes »**

LA REACTIVITE DES ACTEURS SUR INTERNET EST DESEQUILIBREE :

- +++ Médias, associations, collectifs
- - Industriels et institutionnels

LES PREMIERS JOURS SONT DETERMINANTS

INTERNET C'EST SURTOUT :

- **L'expression de toutes les individualités contre la pensée unique**
- **Un espace incontrôlable**
- **Un espace où chacun peut :**
 - S'exprimer
 - Faire valoir son point de vue
- **Une opportunité si l'on sait s'en servir**
- **Un danger si on l'ignore**

3 - QUELS ENJEUX POUR LES INSTITUTIONNELS ET LES INDUSTRIELS ?

octobre 00

LES ENJEUX SONT AUSSI DES OPPORTUNITES

- Voir et analyser en temps réel en situation de crise
- Etre rapidement :
 - Présent
 - Lisible
 - Crédible
- Anticiper

octobre 00