

Le web'09



Internet, 6 années de tendances (John&Tim)

- **2004 : L'internet Chinois** – Grande opportunité
- **2005 : La bande passante** – Devient un enjeu majeur / accélérateur de croissance dans les communications – Développement de l'UGC (User Generated Content)
- **2006 : Vidéo Online** – Elan de développement
- **2007 : Réseaux sociaux** – Prolifération / forces directrices de changement
- **2008 : Récession économique** – Créateur de nouveaux enjeux et d'opportunités
- **2009 : Internet mobile & temps réel** – Est, et sera plus important que ce que l'on avait prédit

La conférence LeWeb09 est une des plus grosses conférences mondiales liée aux technologies et au business du net. Organisée par Géraldine et Loïc Le Meur, blogueur influent et entrepreneur, la conférence a tenu en haleine pendant 2 jours plus de 2000 participants au '104' à Paris. L'objectif d'un tel évènement étant bel est bien de rivaliser avec la Silicon Valley, le berceau historique du web.

« La conférence LeWeb est bel est bien le premier rassemblement des acteurs du web au monde – Michael Arrington, TechCrunch(2009) ».

Les états Unis règnent en quasi maîtres en termes de succès. Il suffit de se pencher sur les plus gros poids lourds tels que Google, Yahoo, Facebook, Twitter, Ebay ou encore Amazon. L'Europe quant à elle est également puissante et pleine d'avenir et c'est ce que l'on cherche à prouver à LeWeb.

Après de nombreux contacts avec des participants initiés aux précédentes éditions, il semble que la conférence de cette année était très réussie. (Qualité des conférences, présences de nombreux décideurs de l'industrie, niveau pointu des participants de même que le confort : Wifi parfait, superbes buffets et Nespressos à volonté).

Le couple Le Meur a donné le tempo en soulignant l'essor du « web temps réel ». Chaque minute, une masse d'information phénoménale est mise en ligne sur la toile. Avec autant de données sur ce que font nos amis, comment évoluent nos business et centres d'intérêts, nos affaires courantes, et ce qui se déroule dans le monde, l'information est d'autant plus omniprésente et riche en supports (Photos, Vidéos, blogs, Articles...). (A titre indicatif, 20 heures de vidéos sont uploadées sur Youtube toutes les minutes a indiqué Chad Hurley, CEO de Youtube).

On peut souligner que la conférence s'est tenue en quasi simultanéité de l'annonce de Google du lancement de l'indexation de l'information provenant de Twitter et Facebook (Les géniteurs du temps réel). Désormais les utilisateurs de Google peuvent bénéficier dans leurs résultats de recherche de ce qui se dit en temps réel sur Twitter sur le terme recherché. (Accessible Google.com sur les 'Hot Trends', autrement dit les sujets hot discutés sur Twitter)

Bien que l'innovation web est en accélération constante et qu'il est difficile de prévoir les tendances de demain, le temps réel est effectivement à l'ordre du jour (Thème définis par les organisateurs depuis 6 mois).

En complément de cette notion d'information "temps réel", l'accent a été mis sur quatre tendances très importantes :

- **La géolocalisation** (Phénomène de l'Iphone + technologies GPS)
- **Les communautés**
- **L'interopérabilité entre le réel et le virtuel** (Entendons par là la connectivité des objets qui nous entourent et leur communication sans aucune contrainte)
- **Hyper- personnalisation** de la consommation d'information online

'Twitter' La célèbre plateforme de micro blogging ou plutôt d'information partagée temps réel était au cœur des discussions pendant ces deux jours. Plus de 50 000 applications tierces utilisent les informations de Twitter, qui revendique plus de 20 millions d'utilisateurs actifs et une croissance phénoménale. Twitter est utilisé à la fois pour partager des informations à titre personnel, faire de la vieille d'information mais aussi du E-Marketing et de l'information temps réel UGC (user generated content) – nb. Croissance de Twitter en 1 an : plus de 1000 % !



Jack Dorsey (Twitter founder & CEO)
with Loic Lemeur

L'effet 'microcosme' explique également le succès de Twitter : Jack Dorsey, CEO, a d'ailleurs modestement affirmé : « Cela ne nous dérange pas que d'autres acteurs et applications tierces utilisent nos informations et notre moteur de recherche, c'est grâce à eux que Twitter est aujourd'hui un succès » (Voir l'API Développeur de Twitter)

Voici une analyse très intéressante sur Twitter et les différentes stratégies que peuvent adopter les professionnels: <http://www.horsepigcow.com/2008/04/tweeting-for-companies-101/>

'Square' Le CEO de Twitter, Jack Dorsey a également profité de l'occasion pour dévoiler en avant première son nouveau projet « Square » ; Comme bon nombre d'innovations, Jack entend résoudre un problème de la vie courante ; En effet s'il est aujourd'hui très facile de procéder à un paiement bancaire, il est néanmoins assez difficile de pouvoir en recevoir. Et c'est le grand public qu'il vise dans son projet de lecteur de carte bancaire portatif. Le fonctionnement de l'outil est relativement simple : Un petit boîtier qui se branche sur les ports jack (audio) de l'Iphone ou d'un PC. Il suffit ensuite de glisser la carte de crédit dans la fente et de signer avec son doigt. Ce nouveau service vient tout de même de bénéficier d'une levée de fond de 10 Millions de Dollars, ce qui en dit long sur l'engouement dont il bénéficie. Il a joliment terminé son intervention par le conseil suivant : « Le plus compliqué lorsque l'on a une belle idée c'est de s'y mettre ! ».

La vidéo de l'intervention de Jack Dorsey : <http://www.ustream.tv/recorded/2747998>

Analyse du concept sur le blog viadeo : <http://blog.viadeo.com/fr/sur-leweb09-limites-et-merites-du-square-de-jack-dorsey/2009/12/09/>

‘Communauté’ ‘Un passionné de la communauté, Chris Pirillo, un geek décomplexé a créé différentes communautés sur Internet et il nous explique des choses simples qu’on a tendance à oublier. Son excellente intervention :

<http://www.ustream.tv/recorded/2752312>

En quelques phrases:

- *Community isn't about a company, it's about culture*
- *Community isn't already there, inside everyone*
- *Community is becoming increasingly distributed*
- *Community requires tools that can't be built*
- *Community is no longer defined by physical boundaries*



‘Youtube, Chad Hurley - CEO’ « Beaucoup de gens publient des vidéos sur Youtube, mais que les plus populaires peuvent rapporter jusqu’à un million de dollars par an à leur créateur » ;
« Chaque minute, plus de 20 heures de vidéos sont postés sur Youtube »

Transcript: ‘Fireside Chat with Chad Hurley, Co-Founder & CEO, YouTube & Loic Le Meur, Founder, Le Web’ Video: <http://www.ustream.tv/recorded/2755065>

What is your audience? *YouTube has created a large audience over 1 billion videos a day*

Can we talk about revenues? *Revenues are increasing very fast even though I cannot tell you, and even with the economic environment.*

How did you get the idea of YouTube? *We simply wanted to make video easy to deal with, to share with friend, to make a great experience for users, and keep it very simple. Also the network effect, that people can put videos on their sites and drive traffic to it. We also didn't want user to think about the format of the videos they were using, but just put it online, and we do all the work, re-encoding onto flash ect...and we wanted to associate it to a brand people could remember.*

Percentage of people putting videos online, creators is a very small percentage (a few percents). There are more consumers than participants like in all media sites, and like on twitter actually.

We always want more and more videos and people to share on the site for people to get the most choice as possible. We are receiving 24h of video every minute, which make more and more difficult to find what you are looking for. So we are currently focusing on how we could make search relevant, we need a better search solution on YouTube and build relevancy according to your past navigation on the internet and on YouTube.

How do you make a video that has millions views on YouTube, how do you make it viral?

Obviously something shocking would make a lot of view but there is no magical recipes. And You Tube is not about how to make a hit but about everyone can participate and share in opposition to the traditional view of distribution, everyone has a chance to be seen. But if you provide a great video people can find you.

What is the product news? *We need to do better job on discovery, and how we can make it a better experience on the site, and beyond videos, individuals, how do you connect with someone, how do you find someone and follow his videos.*

So is YouTube is a social software? *I think we leverage the social service, you can connect with Twitter and Facebook ect... but primarily we are a video platform. We are going to continue to build the social network as rating, notify your contact but we stay a content provider.*

We also have a few partner who want to share their content with everyone through our platform and we decide that it was time to gain revenues with advertizing and share it with those partners. We also have users earning a lot of money every year with video ad sense, introducing some pre roll and advertizing on the pages. We will continue this advertizing management to support as much as possible our partners to make them concentrate in making more and better quality videos.



Chad Hurley (YouTube Founder & CEO) with Loïc Lemeur

How many users to do you have who make more than 1 million revenue/year? *A handful but actually quite a few, I cannot tell you exactly*

What about mobile, how is it going? What percentage of traffic is on mobile? *It's growing really well, but we keep concentrating on the user's experience, on a daily basis. We have uploading capabilities straight from the Iphone but we need to make it better. As we do a lot of integration with Twitter and FB we think there are more opportunities on the mobile space for us.*

You are also on Apple TV, what is your goal exactly? *We hope that YT can be a platform which could be implemented on all devices, in all geographic parts of the world, with all models. About the TV experience I think there a tremendous opportunity there. But when we compare, we compare people watching hours versus people watching minutes but our vision of the TV in the future is all about : a box, and internet connexion and that all. It's going toward on demand service and customization and your TV will be able to access all the videos online.*

What about Live on YT? *Are you going to make streaming possible for live events on YT like we did with YT concert in LA with half a million people watching at the time. We are thinking about integrating a third party like a partner to integrate the live diffusion. But we are already busy with all the upload processes, it is going to take time...But it is part of the real time web evolution, and you're gaining more data, it's also about location and where are people. We operate like a real time service and have a long way to go with service and products especially in the video industry, just improve and expand.*

‘Future of Video Panel’

Moderated by: Rodrigo Sepulveda, Co-Founder & CEO, vpod.tv

Video can be watch on : <http://www.ustream.tv/recorded/2832114>

Panelists: Justin Kan, Founder & President, **Justin.tv** - Axel Schmiegelow, CEO, **sevenload GmbH**

Justin TV: *“Today we’re streaming 47 million hours of video to 33 million people worldwide. We focus on how delivering live content and how we can make it interesting to interact with broadcaster.”*

What kind of video do you have? Justin TV:

“everything from people stream for and from television to social chat and even people streaming themselves playing video games”



Sevenload: *“We operates in 22 countries. We are working on online videos but because we came a bit too late in that market we decided to focus on how we could make a business model in online video market. The problem we were trying to solve is the problem for 2 industries: the content industry and the advertizing industry. Sevenloads has different channels on its websites and make possible to extract those videos into other websites with widgets they control with advertizing. The business is based in having quality content regularly that could make viewers loyal and then creating an audience that match well with content and then at that point advertisers are much more interested in paying us.*

We are earning more than 39 \$ /cpm (26 Euros) with advertizing that allow us to have 26 million dollars revenues for this year which is almost the same as Dailymotion. Our secret is not to focus on Traffic but on quality, we can afford to have less traffic but with a higher revenue/cpm. Instead of spamming people we help companies to reach their audience and they pay us for making a campaign and enabler to attract their target (Ex: BMW client)”.

Justin.tv: *“we haven’t found our business model yet and how to make sense for consumers and advertisers”*

Sevenload: *“we have pre-roll but long in relation with the length of the video, users are not ready to wait 1-2minutes of ad for a short video but between 8 to 10 sec for pre roll seem correct. Also pre rolls are chosen according to the topic of the video, if you watch golf you will have a golf ad and the viewer will accept to watch it because he will find in interesting*

Where are we going now? *After creating premium content and only 5 years before Flash format wasn’t even a standard, every device is becoming interactive. Everyone is working on IPTV enablers to make all devices interconnecting, the future is connectiveness.*

The question is who is going to be the dominant player. Is TV dead? Well television as we know is dead, the audience has been going down massively those last years and watching online allows you to watch while you work on your computer and chat on your phone, and this interactivity make the users experience much more interesting. We do think that as twitter make instant communication; live streaming will contribute to make the video market very exciting.

‘Fireside Chat with Marissa Mayer’, Vice Présidente, recherche produit et expérience utilisateur, Google

Une des interventions phare de la conférence était celle de Marissa Mayer, vice présidente de Google. Marissa est connue pour donner des speeches très convaincants mais sans jamais donner d’informations juteuses. Lors de cette intervention, Marissa a répondu à Michael Arrington, éditorialiste spécialisé et fondateur du site ‘TechCrunch.com’, lui-même connu pour poser les bonnes questions (ce qui a bien entendu donné lieu à une discussion pertinente sur l’avenir de la recherche et des nouvelles problématiques liés à l’abondance de l’information rich média et du temps réel).

Peu après son intervention Marissa Mayer répondait à des participants sur des sujets pointilleux tel que celui de News Corporation et de son **CEO Rupert Murdoch** qui a récemment émis la possibilité de supprimer le contenu de l’index de Google. Elle a prudemment répondu que Google respectait les droits d’usage et pense qu’il serait dommage que Murdoch retire son contenu. Marissa n’a pas répondu à l’éventualité de rémunérer les fournisseurs de contenus (dont les agences de presse) mais a nettement détourné la conversation vers la question des différentes stratégies de monétisation possibles pour ces derniers. (cf. Lien MediaWatch : http://rossdawsonblog.com/weblog/archives/2009/12/creating_the_fu_2.html)



Marissa Mayer, VP Google

Marissa Mayer nous a également fait part d’une anecdote qui rationalise les nouveaux projets de Google en matière de temps réel. Elle utilisait donc Twitter pour des informations sur l’état de la neige lors de ses vacances au ski en utilisant le moteur de recherche Twitter-search car les sources officielles ne donnaient pas ce genre d’information. Elle a également précisé que d’ordinaire, les gens ne mentaient pas pour ce genre de chose.

L’intégration du contenu Twitter est donc au programme dans cette optique de partage d’information temps réel.

"If you combine real time and social search, you can actually search the web your way. The perfect search engine would be credentialed as you, crawl the web as you, and show you that content. That's a long way away."

Son intervention vivement recommandée: <http://www.ustream.tv/recorded/2759667>

‘Rania Al Abdullah, Reine de Jordanie’



- **Rania Al Abdullah de Jordanie**, invitée d’honneur de la conférence LeWeb cette année a abordé le sujet des médias sociaux pour « changer » le monde. Elle a expliqué qu’elle considère le web plus humain et qu’il existe de nombreux outils en ligne qui permettent de discuter et partager de l’info avec plein de monde et pas juste avec des gens proches.

Une femme experte qui maîtrise très bien les outils comme Twitter ou Facebook pour communiquer.

“To be honest, it’s hard to connect with people when you are Queen” “The human race in the digital space”.

« You can help with Internet ! »

Pour voir son magnifique speech: <http://www.ustream.tv/recorded/2839524>

‘Start-up competition’

Il y a aussi la compétition des startups et bonne nouvelle les français sont en forme. Voici les 3 finalistes

- **Stribe** (stribecom.com) : un service de communauté directement et facilement intégrable dans un site web actuel. C’est le gagnant de cette compétition, l’outil semble vraiment pertinent, efficace et prometteur.

- **TigerLily** (tigerlilyapp.com) : un système très pratique pour personnaliser sa brand page sur Facebook (FPMS).

- **CloudSplit** (cloudsplit.com) : un moyen d’optimiser les coûts en cloud computing.




Autres :

- « La valeur de la musique réside aujourd’hui dans l’accès, pas dans un support. » (Fondateur de Deezer)

- Le speech du créateur de **Zappos** sur le bonheur en entreprise. Son modèle sort vraiment des classiques qu’on peut voir dans les entreprises françaises. Zappos vient tout juste d’être racheté par Amazon pour un montant de 880 millions de dollars. Zappos est un distributeur online spécialisé dans les chaussures, sacs à main et vêtements (1500 employés, fondé en 1999). Son intervention ici : <http://www.ustream.tv/recorded/2832830> (Zappos : \$1M de revenus par semaine sur AdWords !)

- « Si vous voulez battre un acteur américain, il vous faut d'abord réussir dans vingt pays. L'Américain n'a besoin de réussir que dans un seul » (Marc **Simoncini**, Fondateur de Meetic qui dans son intervention rappelle la difficulté des start up Européennes face aux traditionnelles Américaines

Liste des intervenants:

	Her Majesty Queen Rania Al Abdullah Her Majesty Queen Rania Al Abdullah		Eric Archambeau Wellington Partners General Partner Wellington Partners		Michael Arrington TechCrunch Editor TechCrunch
	Rabea Ataya Founder & CEO Bayt.com		Catherine Barba Founder & CEO Malinea		Ethan Beard Facebook Director, Facebook Developer Platform Facebook
	Osama Bedier Paypal Vice President of PayPal Platform and Emerging Technology PayPal		Richard Binhammer Dell Senior Manager, Corporate Affairs, Involved with Dell's Social Media Efforts Dell		Violet Blue Author, Columnist, American blogger and sex futurist
	danah boyd Researcher at Microsoft Research New England and a Fellow at the Harvard University Berkman Center for Internet and Society		Chris Brogan President, New Marketing Labs and Author, Trust Agents		Mike Butcher Editor TechCrunch Europe
	Paul Carr British Writer & Columnist		Bernard Charles Dassault Systemes President & CEO Dassault Systèmes		Jeff Clavier SoftTech VC Founder & Managing Partner SoftTech VC
	Thomas Crampton Asia-Pacific Director 360 Digital Influence, Ogilvy Public Relations Worldwide		Cristian Cussen Director of Business Development Ning		Iain Dodsworth Founder & CEO TweetDeck, Inc.
	Jack Dorsey Twitter Inventor, Founder and Chairman of Twitter Twitter		Brandon Duncan Director of Platform Engineering LinkedIn		Timothy Ferriss Author nominated as one of Fast Company's "Most Innovative Business People of 2007" "The 4-Hour Workweek"
	Andrew Fisher Shazam CEO Shazam Entertainment		Laura Fitton Founder Pistachio Consulting & oneforty		Christophe Francois Vice President, Mobile Multimedia Products & Services Orange
	Lukasz Gadowski Co-Founder & Partner Team Europe Ventures		Steve Gillmor TechCrunchIT Editor TechCrunchIT		Louis Gray Managing Director Paladin Advisors Group
	Fabrice Grinda Co-CEO OLX, Inc.		Barak Hachamov Founder & Chairman My6sense		Habib Haddad Founder Yamli



[David Hornik](#)
August Capital



[Joi Ito](#) Creative Commons
CEO
Creative Commons



[Mike Jones](#)
MySpace
COO
MySpace



[Andrew Keen](#)
Author of Cult of the Amateur



[Erik Lammerding](#)
National Board Member
Not for Sale Campaign to End Slavery



[Alfred Lin](#)
COO & CFO
Zappos.com



[Tony Hsieh](#)
Zappos.com
CEO
Zappos



[Michael Jackson](#)
General Partner
Mangrove Capital Partners



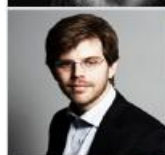
[Marco Kaiser](#)
Seismic
Director of Engineering
Seismic



[Tariq Krim](#)
Founder & CEO
Jolicloud



[Patrice Lamothe](#)
Pearltrees
Inventor & CEO of Pearltrees
Pearltrees



[Mattias Ljungman](#)
Partner
Atomico Ventures



[Chad Hurley](#)
YouTube, Inc.
Co-founder & CEO
YouTube, Inc.



[David Jacobs](#)
Vice President
SixApart, Inc.



[Justin Kan](#) Justin.tv
Founder & President
Justin.tv



[Andrew Lacy](#)
Tapulous
Co-Founder & COO
Tapulous



[Dan Lewin](#) Microsoft Corporation
Corporate Vice President, Strategic and Emerging Business Development
Microsoft Corporation



[Matthias Lufkens](#)
Associate Director, Media
World Economic Forum



Bernard Lukey
CEO
OZON.ru



Dave McClure
Startup Investor &
TroubleMaker



Mario Menti
TwitterFeed
Founder
Twitterfeed.com



Freddy Mini
CEO
Netvibes



Ouriel Ohayon
Co-Founder
Appsfire



Sean Percival
**MySpace and
MobileRoadie**



Om Malik
Founder
GigaOM Networks



Sean McCullough
Founder & CEO
Ping.fm, Inc.



Ben Metcalfe
Founder & CEO
Swordfish Corp.



Jean-Louis Missika
Deputy major of Paris in
charge of Innovation,
Research and Higher
Education



Jeremiah Owyang
Partner
Altimeter Group



Chris Pirillo
Founder
Locker gnome



Marissa Mayer
Google
Vice President, Search
Products & User
Experience
Google



Daryll McDade
Platform Strategy Advisor
Microsoft Corporation



Marten Mickos
Entrepreneur in
Residence
Benchmark Capital



Jack Moffitt
CTO
Collecta



Tobias Peggs
General Manager
OneRiot



Sherwin Pischevar
SGN
Founder & CEO
**Social Gaming
Network, SGN**

Evolution de cette tendance « Real Time »

1. Connexion temps réel :

Connexion d'où l'on se trouve, sans difficulté, sans rupture entre nos différents écrans (ordinateur de bureau, ordinateur mobile, Smartphone) > c'est l'héritage du Wifi ou du Bluetooth

2. Production temps réel :

Accès à des progiciels, des plateformes collaboratives nous permettant de travailler d'où l'on se trouve et d'impacter notre activité (gestion, pilotage, contrôle) > l'héritage des web services.

3. Echange temps réel :

Nous nous déplaçons en permanence avec notre communauté personnelle et professionnelle sur des plateformes privées et/ou des réseaux sociaux en ligne.

Quelques citations

Gary Vaynerchuk, host Wine Library TV et auteur CrushIT (Top des ventes Amazon)

- "Word of mouth converts 80%, classic adverts 12%"
- "The less you bull**** ... the more upside you have as a company."
- "The internet platform is just 15 years' old, hasn't even had sex yet and is dominating us!!"
- "Over the last 36 months with Twitter and Facebook, we are being connected where word of mouth explodes."
- "If you don't care about customers and care about delivering for them, you're going to lose them."
- "I vomit in my mouth when people come to me and say, 'Here's my three-year plan.'"

Ryan Sarver, Directeur de plateforme chez Twitter.

"Twitter needs to invest in its ecosystem to make sure it is a healthy and successful company."

Niklas Zennström, créateur et cofondateur de Skype, Kazaa, and Joost.

"If you want to be successful in business, you have to have an unshakeable belief in your product or service."

"You cannot tell if something will be successful in advance - if you believe in it, you just have to go for it."