# SÉANCE 4

Reprise des externalités negatives (algorithms secrets biaisés, self-fullfilling prophecies), des connaissances… (cf diapositive avant « pilier 1 : connaissance »), de la non-existence de mécanismes punitifs (fake news…), connaissance des missions, de soi, des autres etc…

Un être humain peut gérer 150 personnes en relationnel. Un humain est plus fort dans un groupe. L’altruisme n’est qu’un mécanisme rationnel, individualiste, survivaliste de sauvegarde du génome, en fait. On survole ça mais des comportements pro-sociaux, de confiance, ce n’est pas incompatible avec des comportements individualistes etc…

L’idée est qu’on fait confiance à des étrangers, qu’on ne rencontrera peut-être jamais : encapsulé dans la notion de « trusting strangers » par exemple. Il y a des enjeux de confiance énorme dans des transactions numériques. Il y a des arnaques sur internet oui, mais lorsqu’il n’y a pas de confiance, il n’y a pas de transaction. Mais l’économie du numérique existe bel et bien.

Point sur la collusion et sur les monopoles, sur les « accords tacites ». Le résultat est que, si on a un cadre institutionnel assez fort, le seul équilibre qui existe est celui de la collaboration, de la confiance, l’équilibre de monopole. Le jeu du dictateur ne permet pas de voir les mécanismes de collaboration. Il n’est pas répété. Mais comportements réciproque + infiniment de répétitions = confiance est optimale.

Facebook n’existe pas sans nous. Idem pour youtube et pour twitter. Les termes de la transaction ne sont pas équitables. Ces plateformes n’existent pas sans leurs clients, sans leurs créateurs de contenu. 2.5% du chiffre d’affaire c’est autorisé par le TGPD. Avant, des gens étaient contents de mettre des amendes de 50K€ à Google. Yay !

Histoire de la RGPD : sous Sarcozy, fichier des gens honnêtes. Et avant l’idée était de faire un fichier recensant les citoyens français fin des années 70. Tollé à l’époque, connu sous le nom de l’affaire Safari, retour à l’étoile jaune… Loi votée contre cela. La loi information et liberté permet de définir ce qu’est une donnée personnelle, le droit à l’effacement, ce en quoi consiste la traque, la collecte de donnée, l’identification*.* Si le coût d’indentification (micros, super-semelles etc…) est trop élevé, évidemment qu’on ne le considèrera pas. MAIS pour des cookies, c’est trivialement simple.

# Loi informatique et liberté 1978 –

**Données à caractère personnel : Responsable du traitement, finalité, droit à la rectification, à l’effacement, pas de traitement complètement automatique…**

Exemple avec Uber : la société du futur. Employé automatiquement, viré automatiquement, prix automatiquement… Problématique de la déconnexion. Courses intempestives. Impossible de contrôler les usagers, les missions, d’un bout à l’autre de la chaîne etc… Le droit à la déconnexion et le licenciement plus qu’abusif (déconnexion abusive de la plateforme = plus de taf etc…) permet en fait aux abusés d’attaquer Uber par rapport non pas au droit du travail (même pas clair) mais directement au droit d’utilisation des données.

Si on protège trop les données, est-ce que ça empêche la concurrence et l’optimisation des marchés ? Si on réduit les données que peut percevoir / utiliser Google, Facebook… Eh bien leur chiffre d’affaires risque également d’y passer.

# General Data Protection Regulation (GDPR, ou RGPD en français)

Nouveautés : Territorialité, Portabilité, Accountability, Sanctions augmentées, Partage des responsabilités avec les sous-traitants. Le droit existant a été renforcé justement ! Contre les américains, l’école de Washington, Google Spain (droit au déréférencement) a été un scandale qui a permis d’obtenir gain de cause à cette personne qui ne voulait plus être associée à un certain truc. MAIS on a de nouveaux droits et libertés par rapport à nos données personnelles.

Pourquoi est-ce autant un enjeu encore une fois ? On monétise quelque chose qu’on produit nous-même. Mais aussi, il y a des centaines de milliers de bulles de centaines de millions de personnes qui se font voler leurs centaines de milliers de données. Des données financières, de consommation, des adresses… De plus, en plus de nous avoir piqué nos données, il fallait payer pour savoir si on était breached ou non. (Outil twitter : World’s Biggest Data Breaches & Hacks)

Dans le monde réel, lorsqu’il y a une faille, eh bien la perte de confiance que ça entraîne est un coût beaucuop plus significatif que ce qu’on pense. 25% environ du chiffre d’affaire.

Economie de Winners-take-all : même si certaines personnes quittent la plateforme à cause du scandale, le nombre qui restera suffira pour faire continuer la plateforme. Trump était ainsi désespéré d’être ban de Twitter. Parce que même en lançant sa propre plateforme, il savait que ça ne suffirait pas. Que l’on ne réduirait pas Twitter au silence. Facebook s’en fout de payer 5 milliards.

Pourquoi autant de failles de sécurité ? Simplement le rapport bénéfice coût. (cf diaporama) Même les entreprises ne sont pas toujours compliant au niveau de retour de données.

# La sécurité comme bien économique

Si on confie la sécurité au privé, il y aura sous-investissement (cf moyen-âge, châteaux-forts, non rentabilité de protéger ce qui se trouve loin des villes). La police, aujourd’hui, est nationale. Et dans le numérique ?

C’est pourtant une question absolument indispensable : tout le monde peut mettre des petits mouchards, des Analytics, des Cookies… Les outils développés par les grands groupes leur rapporteront de toute façon des infos… Et il faut qu’on se protège nous-mêmes ! Les pare-feu, c’est à nous de les protéger. Idem pour les anti-virus, les anti-malwares, les nettoyeurs de mouchards, de trojan… Le phishing c’est encore pire pour certains. Comme la cybersécurité individuelle a été laissée au privé, personne n’a investi ! Il n’est pas dans l’intérêt du secteur privé de vouloir que ce soit sécurisé. AU CONTRAIRE ils veulent que ça soit la jungle, le moins sécurisé, le plus gris, le moins régulé possible. Vendre notre adresse mail sur internet ben c’est finito quoi ça tombe sur le darknet et c’est finito. C’est exactement ce que les bulles précédentes signifiaient. Les données sont perçues sans trop faire gaffe (ça ne coûte rien de collecter beaucoup plus beaucoup trop de données). Et après ces données sont lâchées dans la nature et atterrissent dans les mains de personnes qui veulent du profit etc…

Mais ça personnellement je le sentais déjà.

Pour revenir sur la faille de sécurité de Twitter qui n’a pas entraîné sa chute : l’économie du numérique fonctionne selon le principe du gagnant remporte tout. La sécurité des systèmes informatiques d’une entreprise ne sera pas le facteur déterminant de son succès ou de son échec. C’est la taille de sa base d’utilisateurs qui lui assurera une position dominante sur le marché. Conséquence : tipping point, imposition du standard, consommateur comme bêta-testeur.

Bill Gates expliquait par exemple « Windows Everywhere » en autorisant les contrefaçons pour permettre la diffusion de son produit à la plus large échelle.

Revente de données : pourquoi ?

* Revenus du numérique directement liés à l’exploitation et à la vente des données
* Intérêt à en collecter le plus grand nombre possible
* Imperfections en cybersécurité (exemple de cyberpunk2077 et de google et des contrefaçons)

Partie II post-pause : dispersion des prix

Le consommateur clique sur les 7 premiers liens. Que ce soit sur l’apple store, sur google play, amazon, n’importe quel moteur de recherche… Certaines personnes se sont amusées à calculer la chute de revenu lorsqu’on recule d’une seule place sur le classement des liens dans un moteur de recherche.

Notre question est sur la dispersion des prix sur Amazon. Le sujet : capture d’écran d’un DVD d’un film sorti il y a longtemps. Amazon, un vendeur reconnu par la plateforme et ses clients (parce que c’est la plateforme, et si quelqu’un lui fait confiance en tant que revendeur, ce même quelqu’un lui fera aussi confiance en tant que vendeur), met un prix légèrement supérieur à d’autres. Pourtant c’est très facile de monitorer, de voir ce que la concurrence met comme prix.

Amazon et Apple montent comme taxes sur la marketplace : 30% du prix du produit. L’état ne prend que 20%. Par la TVA. Voir le dossier EPIC GAMES vs APPLE. Epic Games dit : je fais un service qui permet de faire payer ailleurs, sur une autre place que sur Apple. Apple dit : vous utilisez mon service, vous me donnez ma commission, vous n’avez pas le droit à un moyen de paiement alternatif. Apple bloque Epic Games. Ce dossier montre quelque chose d’impressionnant : la force des commissions. Être mis sur le devant des recherches, devoir payer pour être sur la marketplace…

Pourquoi Amazon se met en concurrence avec les autres ? Parce que dans tous les cas, ils sont gagnants. Aujourd’hui, ce n’est pas très légal et ils se font attaque en justice somewhat. Et les vendeurs indépendants aussi attaquent Amazon.

Débat sur la notion de marque blanche : carrefour vs nom chinois à côté : carrefour va passer. Sur le numérique : nom bizarre vs amazon : amazon va passer. Carrefour vs coca-cola ou kelloggs, ce n’est pas la marque blanche carrefour qui va gagner. Amazon utilise les données des vendeurs indépendants pour les dominer sur la marketplace, en plus de leur voler les commissions.

Défense : tout le monde le fait ! (Mais dans le monde numérique, grosses asymétries d’information)

Recherche du meilleur prix, lien avec la réputation, coûts de recherche, hoax d’amazon pour l’idée de livrer partout en même temps en un temps instantané. Coûts de livraison, coûts d’entrepôt (TRES IMPORTANTS LES COUTS DE STOCKAGE), coûts de changer les prix, ça coûte cher de modifier les prix. Inertie des prix. On étudie le coût de la recherche en ligne pour expliquer le coût des produits.

Si de toute façon les gens préfèrent aller chez le vendeur 5\*, le vendeur 3\* peut peut-être proposer un prix plus bas, le plus souvent cela ne changera rien.

Parfois, les vendeurs font une chose différente que de la concurrence. Ils s’arrangent entre eux pour obfusquer l’objectif, et ne pas donner au consommateur ce qu’il recherche tout de suite.

Un exemple dans la vie réelle : équilibre, osmose entre les petits vendeurs, les petites boutiques contre les grosses enseignes type carrefour, Fnac à v2… Finalement ce n’est peut-être pas ce produit qui m’intéresse, et puis aussi ça fait visionner plus de publicité. Cela AUGMENTE l’EXPOSITION. Concurrence en prix moins dure : les prix peuvent descendre un peu…

Argument de Chris Andersen : The Long Tail.

Conséquence : Théorie des superstars (niche de Rosen 1972 :) 99% vaut et capte plus que le 1%. Le sport par exemple est fait d’une économie de superstars. Messi capte plus que 1000 footballers randoms. Plusieurs hypothèses :

* 1h de Beyoncé vs 1h de 1000 chanteurs randoms, cela ne marche pas.
* 1 excellent contre 1000 très bons !
* C’est ce qu’on appelle **la distribution non homogène des talents**.
* **Théorie o-ring de Michael Kremer** (Il a été prix Nobel récemment, en partie pour ça. O-ring : petite soupape qui assurait l’étanchéité d’une partie à l’intérieur de la navette Challenger dans les TV dans les années 80s, mais à cause des températures extrêmement froides de la navette, l’étanchéité n’était plus assurée. Les normes de sécurité ne suffisaient plus. Les responsables étaient alertés, mais.) Un seul composant suffit que cela déconne. Idem pour la gestion d’un pays. Agriculture + Eau + Education + Télécom… tout cela est en fait critique. Les pays en développement RESTENT en développement, ils n’en finissent pas. Théorie critique. Loi de Pareto : pourquoi 1% des gens gagnent 99% des revenus. Théorie des superstars.
* **Nous mettrons la prochaine fois le numérique à l’épreuve de ces critères.**

Noms de l’arène : le nom classique est la Zone S

Holobariscas

Aranae

Oronoan

Uruna

Irin

Ern