

SOPHIE BRAMLY • PASCAL GAYAT • FABIEN SOYEZ

LE
WEB
FRANÇAIS

Histoire d'une épopée
et de ses pionniers

DUNOD

Éditorial : Delphine Levêque, Roxane Vincent

Fabrication : Bertrand Thévenot

Mise en page : Belle Page

Conception de couverture : Nicolas Wiel (Studio Dunod)

Maquette : Nicolas Wiel, Florie Baudin

NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :



Nos livres sont imprimés sur des papiers certifiés pour réduire notre impact sur l'environnement.



Le format de nos ouvrages est pensé afin d'optimiser l'utilisation du papier.



Depuis plus de 30 ans, nous imprimons 70 % de nos livres en France et 25 % en Europe et nous mettons tout en œuvre pour augmenter cet engagement auprès des imprimeurs français.



Nous limitons l'utilisation du plastique sur nos ouvrages (film sur les couvertures et les livres).

©Dunod, 2023

11, rue Paul Bert, 92240 Malakoff
www.dunod.com

ISBN 978-2-10-085608-4

SOMMAIRE

AVANT-PROPOS..... 5

PAR PASCAL GAYAT

PARTIE I

QUAND SE TISSE LA TOILE FRANÇAISE 9

PAR FABIEN SOYEZ

1991-1995 : Les premiers pas et la découverte du Web 10

1995-1997 : Les débuts de la Net euphorie 22

1997-2000 : De la Net euphorie à l'éclatement de la bulle 45

2000-2005 : De la traversée du désert à la « remontada » 58

Sept entreprises résilientes du Web français 69

PAR SOPHIE BRAMLY

PARTIE II

PORTRAITS DES PIONNIERS DU DIGITAL..... 93

PAR SOPHIE BRAMLY

PARTIE III

LA FÉCONDITÉ DU DEVENIR..... 329

PAR SOPHIE BRAMLY

POSTFACE..... 349

PAR PASCAL GAYAT



AVANT-PROPOS

Né en 1989 à Genève dans un laboratoire du Cern, le World Wide Web a été rendu public en avril 1993. Trois décennies après la découverte de ce « système de gestion décentralisée de l'information » imaginé par Tim Berners-Lee, « surfer sur la Toile » est devenu banal. Effectuer des achats sur un site d'e-commerce, perdre plusieurs heures sur les réseaux sociaux, lire des articles de presse en ligne, regarder des vidéos ou écouter de la musique en streaming, faire des recherches sur un moteur de recherche, visualiser des publicités en ligne, discuter en visioconférence ou par messagerie instantanée, partir à la recherche de l'âme sœur ou draguer en virtuel : ces gestes nous semblent anodins. Ils n'ont pourtant pas toujours existé. Si vous êtes né avant les années 2000 et que vous le découvrez, vous avez peut-être tout simplement fini par l'oublier.

En 2023, le numérique est partout. Il nous accompagne à chaque instant de notre vie. Il est également présent dans tous les secteurs de l'économie. En France, la « French Tech » est en ébullition. Créé en 2013 pour rassembler les start-up françaises du numérique, ce mouvement est devenu un label, une marque. Les jeunes pousses tricolores battent chaque année des records de financements : 1,8 milliard d'euros de fonds ont été levés en 2015, puis 2,2 milliards en 2016, suivis de 2,6 milliards en 2017 et de 3,6 milliards en 2018. L'euphorie s'est ensuite poursuivie en 2019, avec 5 milliards d'euros levés, contre 11,6 milliards en 2021. L'effervescence autour de l'innovation technologique et de ses entrepreneurs ne date pas d'hier. Si elle ne semble pas prête de retomber à l'heure où nous écrivons ces lignes, les investisseurs commencent toutefois à lever le pied. « Finies les levées de fonds magiques aux valorisations extravagantes, place à la consolidation et aux acquisitions », écrivait ainsi *Les Echos* en novembre 2022¹.

Ce scénario, provoqué ici par la crise du Covid-19, s'est déjà produit à plusieurs reprises dans l'histoire du numérique hexagonal. Votre mémoire vous joue peut-être encore une fois des tours, mais la première fois que des entrepreneurs français se sont réveillés avec la gueule de bois remonte aux débuts du Web. En effet, c'est en 2000 que ce que la presse de l'époque appelait la « Net euphorie » a cédé la place à l'explosion de la « bulle Internet ».

Le développement du numérique en France n'a rien d'un long fleuve tranquille. Il s'est construit par tâtonnements, le long d'un chemin sinueux fait d'espoirs, de rêves, de déceptions et d'obstacles à relever. Quand il tente de se souvenir des débuts du Web, le grand public semble comme pris d'amnésie. Il se remémore facilement la montée en puissance de l'e-commerce et de l'avènement ►►

¹ Charlie PERREAU, « Faute de financement, les start-up cherchent à se vendre », *lesechos.fr*, 2 novembre 2022.

des réseaux sociaux entre 2005 et 2007. Mais avant cette période, rien. Le néant. Un peu comme si rien n'existait avant Google, Facebook et Amazon.

Parfois, l'internaute lambda parvient à se souvenir de la date de l'invention du Web (1989, Cern, Genève, Suisse) – peut-être parce que l'image de quelques génies de l'informatique accolés à des ordinateurs d'un autre âge lui paraît romanesque. Il oublie pourtant que c'est quelques années plus tard, et bien avant la montée des GAFAM, que le numérique français est né. La démocratisation du Web, la partie « commerciale » de son histoire, a débuté en 1995, avec l'émergence des premiers fournisseurs d'accès grand public, comme Club Internet, FranceNet, Wanadoo, Magic Online et Infonie.

La pandémie de Covid-19, entre 2020 et 2022, nous aura permis de prendre conscience de l'importance du numérique dans nos vies. Mais nous semblons avoir oublié qu'il existe grâce aux efforts de quelques centaines de professionnels, décideurs et entrepreneurs. Des pionniers, qui ont cru au Web et à son potentiel à une époque où la « Toile » restait encore à remplir. Ce livre a pour objectif de rendre leur travail à nouveau visible. Afin que chacun puisse prendre conscience que la « French Tech » que nous connaissons aujourd'hui n'est pas tombée du ciel.

Sa vitalité, le numérique français la doit aux prises de risques, aux rêves, aux remises en question et aux innovations d'une poignée de visionnaires – dont les parcours sont tout sauf linéaires.

Si certains « pionniers » du Web français continuent d'investir et d'innover dans le numérique, la plupart se trouvent aujourd'hui sous les radars. Les entreprises les identifient peu et ne se reposent que rarement sur leur expérience et leur recul, alors qu'elles pourraient bénéficier de conseils avertis. Nombre de ces créateurs ne se soucient guère d'être reconnus. S'ils ont été « oubliés », c'est parce qu'ils sont passés d'une aventure à une autre, absorbés par leur passion ; oubliant de cultiver leur notoriété et leur figure de pionniers chevronnés.

Pourquoi consacrer ce livre au Web français, plutôt qu'au Web tout court ? Parce que si la Toile dont nous héritons aujourd'hui est mondiale, elle n'en demeure pas moins dominée par des acteurs anglo-saxons, pour ne pas dire américains. Certes, la France dispose de son propre numérique. Mais ce numérique aurait sans doute pu être plus important, et plus autonome, si nous avions tiré les leçons de ses débuts, entre 1995 et 2005.

L'objectif de ce livre est donc de vous raconter les dix premières années du Web français : comment elles se sont bâties, comment la Net euphorie s'est arrêtée après l'explosion de la bulle, et comment tout a été relancé... au prix d'une certaine amnésie collective. Sans cette amnésie, qui s'est développée entre 2001 et 2005, certains acteurs comme Facebook auraient peut-être rencontré des difficultés à s'implanter en France. Des marques comme Multimania, Nomade, iFrance ou Caramail, davantage proches du public français sur le plan culturel, auraient sans doute pu bénéficier d'une bonne audience aujourd'hui. Leur

disparition nous aura malheureusement ôté la possibilité de dimensionner et de faire grandir des acteurs français grand public de poids.

L'histoire du Web français ne peut être retracée grâce à des sources écrites : celles-ci sont trop rares, ou trop clairsemées, pour permettre de retracer une saga si récente. Quelques livres abordent, bien sûr, cette période unique et passionnante. Mais outre quelques ouvrages revenant sur des *success stories* aujourd'hui oubliées, comme celles d'Orianne Garcia avec Caramail¹ et de Pierre Chappaz avec Kelkoo², la majorité des écrits sur le sujet abordent cette histoire sous son angle technique³, quand ils ne se focalisent pas que sur l'épisode de la bulle⁴. Dans *En construction*⁵, l'historienne d'Internet Valérie Schafer remarque avec raison que s'il existe un début de littérature portant sur les débuts du Web français, peu d'écrits proviennent de ceux qui l'ont vécu et développé. Notre ouvrage contribuera, espérons-le, à répondre aux interrogations des chercheurs du Web.

L'occasion était trop importante pour ne pas la saisir. « C'est la première fois que nous avons la possibilité de participer à une histoire et de pouvoir en parler pendant qu'elle est encore en activité, avec des personnes encore suffisamment actives pour témoigner et apporter leur éclairage (à condition qu'elles prennent un peu de recul sur leur parcours). Mais personne ne le fait, parce que nous sommes tous le nez dans le guidon ! », pensais-je avant de me lancer dans ce livre, avec Fabien Soyez et Sophie Bramly. Désormais, nous participons à raconter une histoire dont les pages continuent de s'écrire.

Vous découvrirez dans ce livre les témoignages d'une centaine de pionniers qui n'ont rien perdu de leur enthousiasme. Fiers de ce qu'ils ont commencé à bâtir dans les années 1990-2000, tous ou presque ont continué leur carrière dans le numérique. Ils ont ensuite assisté, bien malgré eux, au cataclysme de 2000-2001, quand l'explosion de la bulle et la guerre contre le terrorisme ont marqué la fin du Web 1.0, et l'avènement d'une Toile beaucoup moins ouverte, beaucoup plus surveillante.

Vous découvrirez aussi les parcours singuliers de ces pionniers. Génies, visionnaires ou inconscients ? Peu importe : ils se sont tous intéressés à un Web qui n'existait pas encore. Alors que personne ne croyait au potentiel de cette surcouche d'Internet, bien trop proche du Minitel national, ils ont eu l'audace de croire qu'il était possible pour eux de jouer un rôle dans son développement.

Mon expérience au sein des premières régies publicitaires sur Internet en France, je la dois au discours tenu par mon professeur d'économie, lorsque j'étudiais à l'université Paris-Nanterre en licence Information et Communication. ►►

1 Orianne GARCIA, *Comment je suis devenue millionnaire grâce au Net sans rien y comprendre*, Albin Michel, 2011.

2 Julien CODORNIU et Vinvin, *Ils ont réussi leur start-up ! La success story de Kelkoo*, Pearson, 2005.

3 Valérie SCHAFER, « En construction : la fabrique française d'Internet et du Web dans les années 1990 », INA, 2018 ; Serge SOUDOPLATOFF, *Le monde avec Internet*, FYP Éditions, 2012.

4 Laurent MAURIAC, *Les Flingueurs du Net - Comment la finance a tué la nouvelle économie*, Calmann-Lévy, 2002.

5 Valérie SCHAFER, 2018, *op. cit.*

« En 2000, les entreprises les mieux valorisées n'appartiendront plus à l'industrie, mais feront partie du monde de la communication et des nouvelles technologies. Si ton projet de vie est bien de faire quelque chose que personne n'a fait avant toi, tu sais vers quoi te tourner. » C'est grâce à ce conseil que j'ai eu l'intuition et le courage de contacter le tout jeune moteur de recherche AltaVista pour lui proposer d'y commercialiser des espaces publicitaires. Tout comme d'autres pionniers du Web français, j'ai moi aussi connu la Net euphorie, cette période où beaucoup d'entreprises sont montées en puissance, dans une atmosphère d'irrationalité frôlant la folie. Une euphorie qui a débouché sur l'explosion de la bulle Internet, fin 2000. Nombre de nouveaux entrants sont repartis aussi vite qu'ils étaient venus, mais ceux qui sont restés dans la barque ont continué à travailler et à entreprendre. Tous ces pionniers ont investi le Web parce qu'ils ont eu une vision sur le long terme, et ils y sont restés malgré les crises parce qu'ils y croyaient encore. C'est la parole de ces cent entrepreneurs passionnés et passionnants, dont certains font partie des premiers « retraités » du Web français, que vous retrouverez dans les chapitres qui suivent.

À la fin de ce livre, vous comprendrez que ce que nous vivons aujourd'hui avec le numérique n'est pas un hasard, et qu'il s'est bâti en seulement trente ans. Vous découvrirez comment ceux qui ont débuté dans ce domaine ont contribué à bâtir les fondements du numérique français d'aujourd'hui. Vous en apprendrez beaucoup sur l'écosystème qui existait entre 1995 et 2000, et qui semble avoir été, à tort, oublié.

Quand et comment avons-nous raté le coche ? Pourquoi nous sommes-nous laissé submerger par les GAFAM ? Alors que le Web3 se tisse, que devrions-nous mettre en place pour être, cette fois-ci, réellement autonomes ? Gageons finalement que vous trouverez un début de réponse à ces questions dans notre ouvrage.

PARTIE I

QUAND
SE TISSE
LA TOILE
FRANÇAISE



1991-1995

LES PREMIERS PAS
ET LA DÉCOUVERTE
DU WEB

Pour le grand public, souvent, les termes « Internet » et « Web » sont synonymes. Il s'agit pourtant de deux systèmes bien différents, qu'il convient de distinguer avant de pouvoir retracer l'histoire du Web français.

D'un côté, « l'inter-network » est un « réseau de réseaux » : il « interconnecte » des millions de réseaux informatiques physiques (publics, privés, universitaires, commerciaux et gouvernementaux), reliant ainsi une multitude d'ordinateurs et de bases de données. Mais pendant longtemps, l'utilisation d'Internet, créé dans les années 1980 pour succéder à Arpanet, s'est limitée à l'envoi de fichiers et à la correspondance par courrier électronique, sans que les données puissent être stockées à un endroit précis et consultables par tous.

Arpanet est un réseau de données développé entre 1969 et 1971 par l'ARPA (département de la Défense américain). L'objectif était de relier des centres universitaires de recherche et des installations militaires, afin de permettre aux chercheurs de partager leurs ressources. Au début des années 1980, l'ARPA décide de séparer Arpanet en deux, entre un réseau civil pour servir les universités, et un réseau proprement militaire. Comme nous l'explique Pierre-Éric Mounier-Kuhn, historien de l'informatique, « le réseau purement civil mis à disposition des universitaires et de l'ensemble de l'écosystème en -net qui existait alors aux USA (Ethernet, CSNET, BITNET et Usenet, des réseaux développés par les universités qui n'étaient pas liés à l'ARPA) a alors été repris par les entreprises commerciales américaines, qui ont commencé à développer des systèmes de vente et de publicité. Jusqu'à ce que tous ces réseaux de communication inter-chercheurs, Arpanet et ses clones, soient reliés en 1993 dans un seul "réseau des réseaux", ouvert au commerce : Internet. »

« Il fallait maîtriser les lignes de code et posséder un certain bagage technique pour utiliser Internet. C'est pour cette raison que le réseau des réseaux n'a été utilisé, pendant plus de dix ans, que par des chercheurs et des geeks amateurs, qui possédaient des connaissances informatiques poussées, ou qui faisaient preuve d'une très grande persévérance », se souvient Hervé Le Crosnier, enseignant-chercheur en informatique à l'université de Caen et historien du Web¹.

De l'autre côté, on trouve le Web, ou « World Wide Web », qui n'est qu'une des applications d'Internet, mais qui est sans doute celle qui a fait entrer le « réseau des réseaux » dans une autre dimension. Le « Web » (« toile d'araignée », en anglais) est un système inventé au Cern² par le physicien anglais Tim Berners-Lee entre 1989 et 1991³, qui permet de relier des documents « universels » et de les visualiser sur des « sites » accessibles à tous par des

1 Entretien avec Hervé Le Crosnier, 4 mai 2022.

2 Basé en Suisse, le Cern (Organisation européenne pour la recherche nucléaire) est l'un des plus grands centres de physique des particules du monde.

3 C'est en mars 1989 que le physicien Tim Berners-Lee imagine un système universel de gestion de l'information qui utiliserait l'hypertexte pour relier des informations, et les associerait à Internet. L'objectif, au départ, était de permettre aux 8 000 chercheurs du Cern de mieux communiquer entre eux, partout à travers le monde, en rendant leurs informations plus facilement accessibles, sur ce que l'on appellera bientôt des « pages » et des « sites » Web.

liens hypertextes. Les deux premières années du Web, 1991 et 1992, voient la naissance de Erwise (Unix), MidasWWW (Unix) et Samba (Mac) : des « navigateurs » permettant de mieux s’y retrouver dans la « Toile » (la traduction française de « Web »)¹. Leurs interfaces utilisateurs graphiques sont toutefois austères, et ils n’affichent que du texte. Mais en février 1993, deux chercheurs américains, Marc Andreessen et Eric Bina, mettent en ligne Mosaic, un navigateur qu’ils ont développé au National Centre for Supercomputing Applications (NCSA) de l’université de l’Illinois, et qui permet pour la première fois d’afficher des images et du texte sur le même écran. « C’est là que le Web a commencé à intéresser les utilisateurs et les producteurs de contenus », explique Hervé Le Crosnier. Pour un autre historien, le conservateur du Smithsonian’s National Air and Space Museum de Washington, Paul E. Ceruzzi, le World Wide Web n’est finalement que « le chaînon manquant » qui a permis le succès d’Internet. Il s’agit du « *software* » qui a démocratisé le « *hardware* » du Net auprès du grand public.

Soudain, Internet suscite l’intérêt de tous, aux États-Unis comme en France. « Un beau jour, le Web est arrivé, et avec lui les premières images, les premiers outils de navigation à la souris, les premiers liens hypertextes. Ce qui n’était, à mes yeux, qu’un décor en trompe-l’œil, semblait enfin provoquer chez mes amis un frémissement. Les mêmes qui se moquaient de moi quand je leur montrais l’ébauche d’un dictionnaire mis en ligne par des bénévoles, ou qui me regardaient comme si je débarquais d’une autre planète quand je leur parlais d’Internet, s’ébahissaient tout à coup devant des reproductions infâmes de tableaux de maîtres sur un écran minuscule », relate Laurent Chemla, informaticien et développeur qui cofondera le fournisseur de nom de domaine Gandi en 1999².

Dans le documentaire « Quand Internet fait des bulles » en 2007, et dans une interview vidéo donnée à FrenchWeb en 2015, Christophe Agnus, fondateur et rédacteur en chef du magazine bimédia *Transfert.net* entre 1998 et 2001, raconte à peu près la même histoire. « Ma première rencontre avec le Web, en 1993, était magique. J’étais devant un ordinateur, c’était très lent, il n’y avait pas d’images, mais soudain, je me retrouvais connecté à la bibliothèque de Stanford, depuis Paris. J’ai ressenti un choc plus fort encore en 1994, quand Mosaic est sorti : cette fois, il y avait des images avec le texte, des photos du Louvre. À ce moment-là, je me suis dit : « C’est parti. » Car brusquement, n’importe qui pouvait cliquer sur un lien, sans avoir besoin d’entrer des lignes de code, puis voir des images arriver de partout, et accéder à des sites du monde entier », se rappelle-t-il³. « C’était quelque chose d’énorme. À l’époque, il n’y avait sur le Web que quelques milliers de personnes en France. Mais en découvrant ce que pouvait faire un navigateur comme Mosaic, j’ai compris la puissance future du

1 Jay HOFFMANN, « Before the Wars, Browsers Were Everywhere », *thehistoryoftheweb.com*, 21 avril 2020.

2 Laurent CHEMLA, *Confessions d’un voleur. Internet : la liberté confisquée*, Denoël, 2002.

3 Benjamin RASSAT, « Quand Internet fait des bulles », 13ème Rue - La Générale de Production, 2007.

Web : des images, mais aussi la possibilité prochaine de diffuser des vidéos et des sons.¹ »

C'est à cette période que la majorité des futurs entrepreneurs du Web, ceux que l'on baptisera plus tard les « pionniers », entrevoit le potentiel de cette nouvelle technologie.

En janvier 1994, Patrick Robin, précédemment éditeur de livres d'art et de presse magazine, est alors le président-fondateur de Suite1024, un important centre serveur télématique spécialisé dans les jeux : « Je fournissais en mots croisés et autres jeux de lettres, les services télématiques de Libération, Skyrock, Europe 2, Fun Radio, ou encore Télé-Poche », raconte-t-il. Alors qu'il est de passage à Cannes, il se retrouve un peu par hasard au salon du Milia, le « marché international des programmes interactifs² ». Une visite qui sera décisive pour la suite. Il y découvre pour la première fois les CD-ROM et décide en quelques heures qu'il ne peut demeurer absent de cette « révolution » technologique. Trois mois après, presque jour pour jour, il lance *CD-Media*, le premier magazine consacré au multimédia, qui est rapidement un succès auprès du grand public mais aussi des annonceurs. Puis il décide en septembre 1994 de lancer un second magazine, *Internet Reporter*, qui porte sur la cyberculture et l'actualité du Web. Échec cuisant : « J'avais juste oublié les bases. À l'époque il n'y avait que très peu de Français connectés à Internet, alors pourquoi achèteraient-ils un mensuel sur ce thème ! À l'époque, il y avait deux fournisseurs d'accès grand public : Worldnet, de Sébastien Socchard et Xavier Niel, et FranceNet, de rafi Haladjian, lancés respectivement en avril et février 1994. Ils venaient comme moi d'une culture Minitel³ et facturaient à l'heure de connexion. L'un facturait quarante francs (six euros) de l'heure, à peine moins cher que le Minitel, et l'autre quatre-vingts francs (douze euros) de l'heure. Je n'avais pas le choix, pour vendre plus de magazines, il fallait qu'avec mes petits bras, ma prétention et mon inconscience, je démocratiser l'accès Internet en France.⁴ » En janvier 1995, un an précisément après sa découverte du Web à Cannes, Patrick Robin lance ImagiNet, le premier fournisseur d'accès à proposer une offre forfaitaire à cent cinquante francs (vingt-deux euros), heures de connexion illimitées. « Ce fut un prix de référence pendant des années, qui correspond à peu près aux vingt-neuf euros d'Internet illimité d'aujourd'hui », note l'entrepreneur. Le succès, cette fois, est au rendez-vous : « Cette offre a fait un carton. On a tout de suite décollé, et ImagiNet est devenu à la fois un FAI⁵, une agence Web et un centre d'hébergement. Et on faisait aussi du B2B : on vendait des LS (lignes spécialisées). On faisait feu de tout bois, parce qu'il fallait tout inventer, et que de toute façon, malgré le succès, nous étions au bord du dépôt de bilan tous les mois, et qu'il fallait prendre l'argent là où on pouvait en prendre. » C'est aussi

1 FRENCHWEB, « FrenchWeb Story : Christophe Agnus, président de Sopixi », *dailymotion.com*, 21 août 2015.

2 « Le premier MILIA à Cannes. L'édition électronique fait son marché », *Le Monde*, 15 janvier 1994.

3 Minitel, acronyme de Médium interactif par numérisation d'information téléphonique.

4 Entretien avec Patrick Robin, 10 juin 2022.

5 FAI : fournisseur d'accès à Internet.

à cette époque que le serial entrepreneur lance ROL - Régie On Line, la première régie publicitaire Internet en France.

De son côté, rafi Haladjian lance FranceNet en juin 1994, sept mois avant Patrick Robin et ImagiNet. À la tête de la société Bottin Sysmark, avec qui il développe des services d'annuaire, de jeux et de petites annonces d'emploi pour le Minitel, il découvre Mosaic en 1993, au Québec. « Je connaissais déjà Internet, et je trouvais ce réseau génial. Mais il était très compliqué d'y accéder, et il fallait savoir programmer pour s'en servir. Si je pensais que le Minitel avait fait son temps et qu'il fallait penser à ce qui viendrait après, je voyais difficilement comment il serait possible de créer des services grand public avec Internet. Mais quand un ingénieur m'a fait découvrir Mosaic, le premier navigateur Web, ce fut une révélation. Soudain, on ne tapait plus du code, il n'y avait plus de caractères blancs sur fond noir, mais du texte mis en forme, des images, et même du son. C'était Star Trek. Le futur. C'est là que j'ai vu le potentiel du Web », relate-t-il¹.

À l'époque, en 1994, Gilles Ghesquière, cofondateur de Nomade, le tout premier annuaire et portail français, n'est de son côté âgé que de trente ans, mais il a déjà derrière lui un parcours de plus de dix ans dans la vente d'informations en ligne à distance. « Au début des années 1980, bien avant les débuts d'Internet, j'ai travaillé en tant qu'ingénieur commercial chez Télésystèmes Questel, une filiale de France Telecom, où se trouvait le seul serveur de bases de données en ligne français. Puis je suis parti à Boston faire un master de communication et de business, où j'ai découvert CompuServe et AOL (America Online) et où j'ai réalisé un mémoire de recherche sur l'expérience du Minitel en France et ses potentialités pour le marché américain. À mon retour en France, j'ai rejoint Carte Expert, une entreprise qui développait une passerelle d'information en ligne pour les PME, puis MG2, une société de serveurs vocaux et vidéotex. J'étais donc déjà dans le *online*, mais j'avais envie de créer ma propre activité », se souvient-il². « Et en 1994, quand le Web s'est développé et qu'il est devenu possible de développer des applications avec une interface graphique simple, ainsi qu'un accès à l'information via des liens hypertextes, je me suis dit que j'avais sous les yeux le réseau de données international et commercial à même de s'imposer demain, dans la durée. Il me fallait trouver, très vite, une idée business. »

Avec son ancien collègue de Télésystèmes Questel, Jean Postaire, Gilles Ghesquière s'inspire de Yahoo!. Créée en 1994 à l'université de Stanford par deux étudiants en génie informatique, David Filo et Jerry Yang, cette jeune start-up américaine propose un « moteur de recherche », plus précisément un « annuaire Web », qui répertorie des sites catalogués par des éditeurs humains. « Notre idée était de créer un annuaire du même type, mais meilleur en termes d'informations fournies », explique Gilles Ghesquière. « À l'époque, Internet n'en était qu'à ses balbutiements dans l'Hexagone, et il n'existait pas d'annuaire pour les sites francophones. Ce qui existait était américain et n'était pas

1 Entretien avec rafi Haladjian, 15 août 2022.

2 Entretien avec Gilles Ghesquière, 28 juin 2022.

adapté pour la France. Les seuls outils de recherche destinés aux francophones étaient québécois. On a alors cherché à faire mieux, en partant de l'idée qu'il y avait vraiment une place à prendre », ajoute-t-il. En 1999 déjà, dans *Libération*, il racontait, au lendemain du rachat de Nomade par Liberty Surf : « Je savais que les Américains allaient débarquer. Qu'il fallait faire un produit différent et le faire vite.¹ » En 1995 naît la startup Objectif Net, puis le site Nomade un an plus tard. Un service qui deviendra vite l'un des fleurons du Web français.

Dans le documentaire « Quand Internet fait des bulles », Pierre Chappaz, ancien président de Yahoo! Europe et à l'origine de Kelkoo et Wikio, se souvient de son côté de sa première rencontre avec le Web, qui s'est transformée, là aussi, en « idée business ». « C'était un choc, comme si on avait découvert un nouveau continent. J'ai vu tout de suite que ça correspondait à ce que j'attendais depuis vingt ans, c'est-à-dire une révolution qui allait nous permettre de créer des tas de choses nouvelles.² »

Pendant quatre ans, Pierre Chappaz s'interroge sur ce qu'il pourrait créer d'original et de porteur. Avec Mauricio Lopez, Christophe Odin et Rémi Amouroux, trois chercheurs de l'Inria qui ont développé dans le cadre d'un partenariat R&D avec Bull « un système de requête permettant d'aller chercher l'information partout dans le réseau et d'en rendre le résultat de manière simple et rapide à celui qui l'a demandé », il a l'idée de créer un comparateur de prix sur Internet, un *shopbot*. En 1999, il quitte la direction marketing d'IBM en Europe de l'Ouest, et fonde une start-up : Kelkoo. « C'était un moteur de recherche spécialisé dans l'e-commerce qui répondait à un vrai besoin, parce que les internautes étaient à la recherche d'un moyen de trouver les marchands susceptibles de leur vendre les produits au meilleur prix. Le potentiel était là aussi : c'étaient les marchands qui paieraient l'audience, soit le trafic généré sur leur site, le chiffre d'affaires généré par les consommateurs », résume-t-il. Dans « Ils ont réussi leur start-up ! », il raconte que « ce service qui a débuté comme comparateur de prix est rapidement devenu le moteur de recherche préféré des consommateurs européens (...), avec une croissance météorique³ ».

La façon dont une autre pionnière française du secteur, Oriane Garcia, fondatrice de Lokace et Caramail, décrit sa découverte du Web est assez cocasse, mais elle rejoint les témoignages précédents : « Non mais, qu'est-ce que c'est que ce bruit atroce ? Dites-moi que je suis dans un cauchemar et que je vais me réveiller ! Ouf, ça y est, je me réveille. Mais le bruit est toujours là... en dix fois pire ! J'ouvre un œil pour aviser Alexandre, accroupi devant notre ordinateur, au milieu d'un fouillis de câbles. Il me regarde, l'air radieux. « J'installe Internet ! », lance-t-il solennellement. Nous sommes en août 1994. (...) Le Web d'alors n'est pas très rigolo. Les sites sont assez sommaires et, n'ayons pas peur

1 « Deux garçons dans le vent du Net. Liberty Surf rachète Nomade, une « *success story* » française », *Libération*, 10 juillet 1999.

2 Benjamin RASSAT, 2007, *op. cit.*

3 Julien CODORNIU et VINVIN, 2005, *op. cit.*

de le dire, plutôt moches. (...) Mais je passe rapidement des heures à surfer, allant de liens hypertextes en liens hypertextes. J'éprouve en permanence cette sensation bizarre de ne pas être à l'abri d'une bonne surprise. (...) C'est ainsi que je me retrouve systématiquement deux heures plus tard, ayant consulté des tas de pages, sans plus savoir ce que je cherchais au départ. (...) Ni moi ni Alex ne soupçonnons, à ce moment-là, l'ampleur que prendra notre aventure. Nous sommes juste persuadés de vivre une révolution, de la même ampleur que celles déclenchées par l'invention de la machine à vapeur ou de l'électricité. (...) Nous avons la certitude que, d'ici quelques années, tout le monde utilisera Internet comme on décroche son téléphone. On se dit que c'est, certes, de la technologie, mais que bientôt, les gens ne s'en rendront même plus compte tant cela fera partie de leur vie quotidienne.¹ »

Avec l'informaticien Alexandre Roos², son compagnon de l'époque, Orianne Garcia se souvient qu'en France, ils n'étaient alors « qu'une poignée à pressentir la révolution numérique qui se préparait ». Et que même si « seuls 5 % des dix mille sites et groupes de discussion que compte le Web sont en langue française » en 1994, le plus important est alors qu'ensemble, ils ont « une vision, et surtout, la foi » en Internet et dans la « révolution en marche ». Le couple s'associe à un ami informaticien, Christophe Schaming³, et fonde en novembre 1994 (soit à peine trois mois après la découverte du Web par Orianne Garcia), une société de FAI : Internet Plus. « Nous sommes tous d'accord pour dire que nous avons envie de créer quelque chose dans Internet, mais quoi ? Notre première idée est basique. Autant commencer par le commencement pour que ce réseau devienne populaire, il faut en encourager l'accès. Nous choisissons donc le seul métier véritablement porteur, à l'époque, dans cette industrie en devenir, celui de fournisseur d'accès. Comme les garçons ont déjà leurs entreprises, nous essayons naturellement de monter notre business en nous aidant des moyens et des infrastructures existants, sans rien demander à personne, surtout pas des financements. Et nous voilà donc accumulant les modems, que nous finançons nous-mêmes, dans un petit bureau du troisième arrondissement parisien », se souvient-elle. Les débuts sont difficiles. Orianne Garcia décrit dans son autobiographie *Comment je suis devenue millionnaire grâce au net... sans rien y comprendre*⁴ l'incompréhension de leur entourage, la méconnaissance d'Internet par les entreprises et un travail acharné, poursuivi souvent « jusqu'au cœur de la nuit ».

Contrairement aux exemples de Patrick Robin et Gilles Ghesquière, le succès n'est hélas pas au rendez-vous. « Trop petits, nous ne parviendrons jamais à

1 Orianne GARCIA, 2011, *op. cit.*

2 En 2014, Alexandre Roos, cofondateur (avec Orianne Garcia et Christophe Schaming) d'Internet Plus, Lokace et Caramail, a vingt-quatre ans. Sorti à peine deux ans plus tôt de Centrale Supélec, il dirige alors sa propre SSII, une société de services informatiques : AS/TECH.

3 Après des études d'informatique en DESS Système et Réseaux à l'université de Strasbourg, Christophe Schaming est en 1994 le directeur général d'AS/TECH, la SSII d'Alexandre Roo). Avec ce dernier et Orianne Garcia, il sera ensuite le cofondateur de Lokace et de Caramail. Avec ses comparses, il dirigera aussi Lycos France entre 2002 et 2003, puis créera Winamax en 2005, et Lentillesmoinscheres.com en 2006.

4 Orianne GARCIA, 2011, *op. cit.*

prendre une place significative sur le marché de la fourniture d'accès, face à des poids lourds comme France Télécom et quelques autres, qui finiront bien par nous écraser un jour ou l'autre. Pour grandir sur ce créneau, il faut d'importants moyens qui nous paraissent inaccessibles. Et il faut surtout proposer et assurer un support client de qualité pour pallier les incessants soucis de kits de connexion défectueux, de boîte mail encombrée, de modem qui n'accroche encore et toujours pas la porteuse... service client bien évidemment disponible 24 heures sur 24, comme Internet... Autant dire que c'est impossible pour nous, hors de portée matériellement, et pas très rigolo à faire pour tout avouer. Il nous faut donc trouver autre chose, ou bien tout arrêter », relate Orianne Garcia. C'est ainsi qu'en novembre 1995, le trio Garcia-Roos-Schaming se lance dans la création du tout premier moteur de recherche français : Lokace.

« Après avoir essayé les plâtres avec ce que nous considérons comme la base d'Internet, à savoir la fourniture d'accès, nous avons la sagesse de nous pencher sur les usages du Web. L'infrastructure, ce n'est pas pour nous, on a certainement mieux à faire dans les services. C'est ainsi que nous nous rendons assez rapidement compte que nous n'utilisons que des outils de recherche américains, comme Yahoo! ou AltaVista, et pour cause : il n'en existe pas en français ! Mais oui, c'est évident, c'est ce genre de service qu'il faut proposer ! Lokace n'a rien à voir avec Yahoo! et sa base de données enrichie à la main : notre outil, lui, est au-to-ma-ti-que », décrit Orianne Garcia dans son livre. Sur le modèle d'AltaVista, un robot, ou *crawler*, arpente le Web en permanence en suivant les liens hypertextes des pages, puis indexe toutes les pages trouvées, afin de répondre le plus finement possible aux requêtes des internautes. Cette fois, le succès est au rendez-vous... même si au départ, il a surtout lieu au Québec. « En France, l'emballage met un peu plus de temps à se produire. Mais l'audience progresse, c'est l'essentiel. (...) Au tout début, Lokace tourne sur deux ordinateurs à vingt mille francs pièce (quatre mille deux cents euros), hébergés dans nos bureaux. Notre grande fierté, c'est que Lokace a des temps de réponse comparables à ceux d'AltaVista, qui devient le grand moteur de recherche international dès sa sortie, le 15 décembre 1995, et dont le succès sera immédiat. Lokace est donc, sous bien des aspects, un pionnier. »

De son côté, c'est un peu plus tardivement que les autres, fin 1996, que Marie-Christine Levet, ancienne PDG de Lycos France puis de Club Internet, découvre le Web. « J'avais suivi un parcours classique de marketing et stratégie, de HEC jusqu'au conseil chez Accenture, en passant par des entreprises américaines comme Pepsi et Disney. J'étais passionnée par la presse et je voulais rejoindre un groupe de médias ou d'édition. Je n'étais pas du tout geek. C'est un ami qui rentrait des États-Unis qui m'a montré à quoi ressemblait le Web, et j'ai tout de suite trouvé ça génial. Même si à l'époque, je n'entrevois pas toutes ses possibilités, et malgré la lenteur des connexions grésillantes de l'époque et le bruit infernal que faisait le modem, j'ai immédiatement pensé que ce médium allait révolutionner notre façon de nous informer, de communiquer,

de se cultiver, d'acheter et de consommer¹ », raconte-t-elle. Ses amis et collègues tentent de la dissuader de se lancer dans ce domaine : « Ils me disaient de ne pas y aller et de rester dans des boîtes plus classiques, car selon eux, le Web ne décollerait jamais. Mais j'ai eu envie de vivre l'aventure Internet. Une aventure, parce qu'en 1997, il n'y avait vraiment pas grand-chose en France. Très peu de gens y étaient connectés », relate-t-elle en souriant. Attirée par le côté « entrepreneurial » de ce « nouveau secteur où tout restait à construire », elle tombe un beau jour de mai 1997 sur une dépêche publiée par Yahoo!, à propos de Lycos.

Lycos est développé à l'université Carnegie-Mellon à partir de mai 1994 par une équipe de recherche dirigée par Michael L. Mauldin, informaticien et chercheur en intelligence artificielle. Le financement initial de la société est de 2 millions de dollars. La société ne sera pas dirigée par le créateur du moteur, qui intervient uniquement comme directeur scientifique. La propriété intellectuelle est répartie de façon égale entre l'université Carnegie-Mellon et les inventeurs – rare équité. Le *business model* est supporté par la publicité. La croissance de sa couverture est très rapide : elle passe de 1,5 million de documents indexés en janvier 1995 à 60 millions en novembre 1996. Lycos a ainsi l'indexation la plus étendue à la fin de 1996 et c'est alors le moteur le plus utilisé sur le navigateur Internet Netscape, bien qu'il ne soit pas son moteur de recherche proposé par défaut.

« Comme Altavista à l'époque, ce moteur de recherche voulait entrer en Europe. Pour cela, l'entreprise comptait former une *joint-venture* avec le groupe de médias Bertelsmann. Moi qui rêvais de me lancer dans une aventure davantage entrepreneuriale, je me suis dit que c'était ma chance. J'ai réussi à contacter quelqu'un de Lycos, par e-mail, et quelques semaines plus tard, je lançais Lycos France », se souvient-elle.

Avec Lycos, AltaVista est l'un des premiers moteurs de recherche pour le Web. Il a été créé par le constructeur d'ordinateurs Digital Equipment Corporation (DEC), dans son laboratoire de Palo Alto, lors de l'été 1995. À cette époque, la seule façon de trouver une information consistait à utiliser un annuaire tel que Yahoo!. Mais les annuaires étaient potentiellement limités par le fait qu'ils étaient créés « à la main ». Dans les laboratoires de Digital, une équipe dirigée par un Français, Louis Monnier, fut chargée de créer un « moteur d'indexation » du Web. Elle produisit un programme « robot » ayant pour mission d'explorer le Web et de décortiquer chaque page mot à mot, en analysant son contenu. Digital créa ainsi un gigantesque index spécifiant, pour chaque mot, la page Web dans laquelle il se trouvait. Après

deux mois de test, à l'automne 1995, le robot fureteur avait déjà catalogué 16 millions de pages, et produit le plus grand index existant. C'est à partir d'un tel index que fut réalisé le moteur de recherche AltaVista. Le 15 décembre 1995, AltaVista fut mis à la disposition du public. Au bout de trois semaines, il traitait deux millions de requêtes par jour. Sa rapidité de réaction était appréciable : la réponse à la plupart des requêtes était donnée en moins d'une seconde. AltaVista est demeuré le moteur de recherche le plus utilisé au monde, avant de céder la première place à Google à partir de la fin des années 1990. Il rencontre des difficultés financières en 2002 à la suite d'un ralentissement du marché de la publicité sur le Web. Racheté par Yahoo!, il finit par être abandonné et ferme en 2013.

Au départ, Marie-Christine Levet est la seule représentante de l'entreprise américaine en France : « J'ai débuté toute seule dans mon bureau, avec zéro chiffre d'affaires. Puis j'ai commencé à vendre mes premières pubs sur Internet, mes premières bannières, et j'ai fini par réunir une équipe d'une vingtaine de personnes autour de moi. » La pionnière du Net se souvient que la technologie utilisée par le portail Lycos, qui proposait au départ des guides de contenus et des annuaires pour « aider les gens à naviguer sur le Web », était « exactement la même » que celle développée entre 1995 et 1997 à Stanford par les fondateurs de Google, Larry Page et Sergey Brin. « Conçu en 1994-1995 à l'université Carnegie Mellon par l'informaticien Michael « Fuzzy » Mauldin, le moteur de recherche de Lycos scrawlait lui aussi le Web pour recenser les différentes URL qui existaient à l'époque¹. Il avait indexé plus de 60 millions de documents en 1997. C'était alors le plus puissant de tous les moteurs de recherche. Le potentiel technologique et commercial de Lycos était colossal ! »

La future PDG de Club Internet se souvient d'une « expérience très formatrice et enrichissante », vécue notamment auprès d'autres entrepreneurs du Web : « Il y avait surtout des gens qui étaient un peu geeks, ou qui venaient des médias, comme Patrick Robin et Christophe Agnus. Des personnes très ouvertes, avec qui on pouvait passer très facilement des partenariats. La plupart de ces pionniers du Web français étaient là pour l'aventure. Certains sont devenus très riches, mais leur motivation première n'était pas l'argent ou la réussite. Ils voulaient vivre une aventure ».

Le flair est important, mais il n'explique pas toutes les *success stories* du Web français. Patrick Robin, Gilles Ghesquière et Oriane Garcia font figure de visionnaires, certes. Mais si Pierre Chappaz, Marie-Christine Levet, ainsi que plusieurs dizaines d'autres entrepreneurs français du Web des débuts, se sont

1 Courtney CHIN, « Lycos Creator Discusses Career », *thetartan.org*, 21 novembre 2011.

lancés aussi vite à partir de 1995, c'est avant tout parce qu'ils avaient en tête la réussite de certaines startups américaines. Le 9 août 1995, Netscape, une version « commerciale » de Mosaic créée par le même Marc Andreessen, entre en Bourse.

C'est en mars 1993 que Marc Andreessen, étudiant à l'Université de l'Illinois, et assistant au NCSA (National Center for Supercomputing Applications) développe le premier navigateur doté d'une interface graphique. Mosaic connaît un succès immédiat. En 1994, Marc Andreessen crée Netscape, un navigateur qui supprime rapidement Mosaic et domine le marché des navigateurs jusqu'en 1995, quand Microsoft lance Windows 95 et son propre navigateur, Internet Explorer. Netscape, qui en est à Netscape 4, lance en 1998 le groupe Mozilla. Ce groupe est chargé de produire un navigateur sous une licence de logiciel libre, que Netscape pourra ensuite récupérer. Ce n'est qu'en 2002 que la version Mozilla 1.0 est disponible et Netscape (racheté entre-temps par AOL) peut alors lancer Netscape 7, mais Internet Explorer détient déjà plus de 90 % du marché. En 2002, AOL cesse de développer Netscape et aide à mettre en place la Mozilla Foundation, qui lance le navigateur Firefox le 23 septembre 2002.

C'est là que les analystes économiques situent généralement les débuts de la bulle Internet. « Netscape révolutionne le Web en proposant pour la première fois au grand public un outil de navigation performant et facile d'utilisation. Après seulement seize mois d'existence, forte d'un chiffre d'affaires de 17 millions de dollars sur les six premiers mois de l'année et affichant pourtant des pertes colossales, Netscape s'introduit en Bourse pour une valorisation de 2 milliards de dollars. Très vite, le cours de l'action s'emballe et la capitalisation boursière de Netscape dépasse en quelques jours les 10 milliards. Plus que n'importe quelle autre société du monde de la technologie, le cas Netscape a montré la voie à toute une génération d'entrepreneurs qui aspiraient à devenir des tech-millionnaires, comme Bill Gates ou Steve Jobs », assènent Vinvin et Julien Codorniou. À partir de ce mois d'août 1995, « toute affaire qui touche de près ou de loin à Internet ou dont le nom se finit par « .com » peut sérieusement envisager une introduction en Bourse. L'économie mondiale entre dans une nouvelle ère, où Amazon.com, un libraire en ligne qui perd jusqu'à 5 dollars par livre vendu, vaut plus cher en Bourse que Barnes & Noble, le libraire historique numéro un aux États-Unis, où Priceline.com, un site de réservation de billets d'avion, est mieux valorisé que United Airlines et US Airways réunies. Bienvenue dans « la nouvelle économie »¹ », ajoutent-ils.

Pour Patrick Robin, l'introduction en Bourse de Netscape, ainsi que celles de Yahoo! en 1996 et d'eBay en 1998 « ont été des moments capitaux, fondamentaux, car ils nous ont donné le sentiment que nous avions de l'or entre les mains, et qu'il fallait juste le transformer¹ ». Il ajoute, pour décrire la période qui s'ouvre en 1995 : « Nous n'étions qu'une cinquantaine, ou même qu'une trentaine, à investir Internet. C'était vraiment une période fascinante, passionnante, parce que tout était à inventer. »

1 Benjamin RASSAT, 2007, *op. cit.*



1995-1997

LES DÉBUTS
DE LA NET EUPHORIE

Même avec tout l'enthousiasme, toute la soif d'aventure et tout l'idéalisme du monde, les pionniers du Web ne peuvent toutefois pas ignorer les difficultés techniques, financières et politiques liées au développement du Web de l'époque. Autant de freins qui constituent des obstacles à la réussite de leurs projets.

Le premier frein, c'est évidemment le faible nombre de Français surfant sur la Toile entre 1995 et 1997. Une faible fréquentation qui est alors en grande partie liée à la complexité du matériel à acquérir pour se connecter. Selon l'historienne du Web Valérie Schafer, le système que s'approprient les Français durant la seconde moitié des années 1990 est « bien différent » de celui « clé en main » qu'ils connaissaient avec le Minitel : « Pour accéder aux services en ligne, il ne suffisait plus de brancher un terminal prêt à l'emploi comme le Minitel, mais il fallait faire l'acquisition (onéreuse) d'un ordinateur et d'un modem, choisir son FAI, configurer des logiciels et entrer des identifiants.¹ »

Le Minitel est un terminal informatique conçu par les PTT entre 1978 et 1980, qui permettait de se connecter au service français de Vidéotex, le Télétel, à partir du réseau public français de transmission de données Transpac. Conçu par les ingénieurs du CNET (Centre national d'études des télécommunications) entre 1975 et 1978, Transpac utilise le X.25, un protocole de transmission de données à commutation de paquets concurrent du datagramme conçu en parallèle par l'informaticien Louis Pouzin à l'INRIA, et de TCP/IP – le standard qui sera utilisé dans les années 1980 par Vinton Cerf et Robert Kahn pour concevoir Internet. Lancé en 1981 en Ille-et-Vilaine, puis en 1982 dans le reste de la France, le Minitel est devenu inutilisable en 2012, avec l'arrêt du protocole X.25 et du réseau Transpac.

« Au milieu des années 1990, surfer n'est sans doute pas le terme le plus approprié pour décrire la navigation sur Internet. C'est lent, ça rame ! (...) Il faut plusieurs minutes pour afficher une page et pendant tout ce temps la ligne téléphonique reste occupée : on ne peut pas téléphoner et plus personne ne peut nous joindre ! Et gare aux fausses manœuvres ! Il ne s'agit pas de cliquer par erreur sur un lien tant les pages sont lentes à charger, c'est décourageant de se tromper, et ruineux aussi. Il faut avoir du temps pour flâner sur le Web. Et de l'argent aussi. À raison de quatre-vingts euros l'heure de connexion, le cyberspace n'est pas encore à la portée de tout le monde !² », confirme Orianne Garcia.

Même son de cloche chez Gilles Ghesquière, président fondateur de Nomade. « Il y avait tout à faire, c'étaient les balbutiements du réseau et il y avait peu d'utilisateurs en ligne. Si vous vouliez créer quelque chose, mieux valait créer un service générique : pour lancer un site e-commerce de vente de patins à

1 Valérie SCHAFER, 2018, *op. cit.*

2 Orianne GARCIA, 2011, *op. cit.*

roulettes, vous auriez dû attendre un petit moment avant que la masse critique soit atteinte ! De notre côté, on était nous-mêmes sur un marché où il y avait très peu d'internautes », s'amuse-t-il. En outre, observe le pionnier du Web français, « les connexions étaient très lentes, donc la bande passante pour vendre était très faible, ce qui était problématique. Se connecter au réseau, c'était allumer un ordinateur (une minute), ensuite se loguer (une à deux minutes), et s'armer de patience car le débit était très faible ».

Le « coût d'entrée » pour développer un site ou un « business » était aussi « beaucoup plus élevé qu'aujourd'hui », indique Gilles Ghesquière. « Il fallait acheter soi-même des serveurs, il fallait des compétences pour [les] administrer, et il fallait acheter de la bande passante, qui était très chère. Donc le ticket d'entrée pour faire partie de ce Web des débuts était dix à vingt fois supérieur à ce qu'il peut être aujourd'hui, où vous pouvez développer votre site sur Amazon ou d'autres acteurs d'hébergement très simplement. Ce n'était pas possible à l'époque. »

Autre frein à l'entrepreneuriat du Web : l'environnement de capital-risque¹ et de *business angels* en France. « Il était très réduit à l'époque. Il s'est beaucoup développé, mais entre 1994 et 1997, il y avait une dizaine de capital-risqueurs sur la place de Paris, et ils avaient essentiellement l'habitude de financer des start-up de *hardware* et d'édition de logiciels ; des logiciels que l'on installait sur des ordinateurs d'entreprises et que l'on vendait sous licences pluriannuelles. Là, c'était un tout autre *business model*, une bête un peu différente... Les capital-risqueurs qui misaient sur le Net étaient presque inexistants. Concernant mon projet, le fait d'aller les voir avec un site média grand public (et pas B2B), financé par la pub et dont la valeur ajoutée n'était pas énorme, c'était quand même un gros challenge », se souvient Gilles Ghesquière.

En 1998, Nomade a bénéficié du soutien du capital-risqueur Olivier Protard, « qui était un visionnaire, mais qui se basait aussi sur l'exemple américain de Yahoo! et Netscape ». Son fonds, Sofinnova, avait ainsi injecté quatre millions de francs (huit cent trente mille euros) dans la startup, prenant 33 % de son capital au passage. Mais avant cela, lors du lancement de la startup Objectif Net en 1996 puis des deux premières années du site Nomade, Gilles Ghesquière n'a recours qu'à ce que les Américains surnomment les 3 F, pour « *family, friends and fools* ». Autrement dit, le cercle familial, les amis et « les fous ». « Pour se financer, au début, il fallait vider ses poches, avant d'aller voir les autres. Il fallait montrer que l'on était « *skin in the game* », c'est-à-dire impliqué financièrement dans le projet, en dehors du travail fourni. J'ai puisé dans mes économies (jusqu'à mon plan épargne logement), mon ami Jean Postaire aussi, puis nous avons convaincu une dizaine d'amis de participer, pendant deux tours de table,

¹ Le *venture capital* (VC), ou capital-risque en français, désigne l'activité de financement de start-up par prise de participation au capital des sociétés. Le VC est généralement le fait de *business angels* ou de fonds d'investissement spécialisés. En plus de l'argent investi, il est fréquent que le VC apporte une expertise technique, ou s'implique dans la stratégie de la start-up. Bien que cela soit risqué pour les investisseurs qui apportent des fonds, le potentiel de gain est non négligeable. Pour les jeunes entreprises, le recours au VC est souvent essentiel à leur développement.

jusqu'à réunir ainsi un million six cent mille francs (trois cent trente-deux mille euros) », raconte l'entrepreneur.

Les possibilités de financement sont donc bien différentes de celles que connaissent à la même période les start-up américaines du Web : « Aux États-Unis, ça allait beaucoup plus vite. Les fondateurs de Yahoo! et Google¹, par exemple, ont reçu la visite, dans leur garage ou leur camionnette, de *business angels* visionnaires, qui leur ont fait immédiatement un chèque, au tout début, avant de les présenter à des capital-risqueurs. De notre côté, nous avons commencé l'aventure Nomade dans mon appartement puis dans la pépinière d'entreprises de la Chambre de commerce de Paris, dans le vingtième arrondissement, entourés de parpaings et en auto-financement. Nous n'aurions jamais pu, en France, aller taper à la porte des capital-risqueurs avant d'avoir développé une vraie audience, avec de bons chiffres d'affaires et des annonceurs. Et les *business angels* qui traînaient leurs guêtres dans l'environnement de la recherche, de l'informatique et d'Internet étaient encore rares. » Le fondateur de Nomade constate finalement : « Aujourd'hui, tout cela a beaucoup évolué : pour monter une start-up, il suffit de se rendre dans un incubateur, Station F ou autre. Et il y a toujours des financiers qui traînent autour de vous. »

Dans son ouvrage², Oriane Garcia établit un lien entre le nombre encore faible de *venture capitalists*³ en France et « le scepticisme franchouillard qui domine alors » vis-à-vis du Web ; un scepticisme qui viendrait selon elle de la foi portée par nombre de personnes dans le Minitel, « paragon de la technologie française ». « Avec le Minitel, la France était peut-être le pays le plus en avance en matière d'échanges électroniques, mais cela n'a malheureusement pas duré longtemps. Elle est restée accrochée à cet instrument quand le monde entier basculait dans Internet. Alors oui, nous étions en avance grâce au Minitel, et nous avons été en retard dans le développement d'Internet en France, à cause de lui », affirme-t-elle.

Entre 1995 et 1997, un débat bat son plein : sommes-nous, en France, « en retard » dans notre maîtrise et notre exploitation de toutes les potentialités du Web, qui fait figure de véritable « révolution industrielle »⁴ ? Certains, comme Oriane Garcia, imputent ainsi au Minitel, ce terminal informatique fourni à chaque ménage par les PTT/France Télécom permettant depuis 1982 d'accéder à des services en ligne, la responsabilité du retard en accès Internet observé depuis 1994. Mais d'autres, au contraire, arguent qu'avec ce terminal de « Vidéotext »,

1 En 1998, Andy Bechtolsheim, l'un des fondateurs de Sun Microsystems, est séduit par la présentation que lui font Serguei Brin et Larry Page de la technologie du PageRank : il leur fait un chèque sans même connaître le nom de la société. Son retour sur investissement a été estimé à 1,5 milliard de dollars en 2007. Lire à ce sujet : DEUTSCHE WELLE, « Make Products Not Money », *dw.com*, 12 août 2009, 8

2 Oriane GARCIA, 2011, *op. cit.*

3 En français, les capital-risqueurs.

4 Rapport du groupe de travail présidé par Francis Lorentz, « Commerce électronique : une nouvelle donne pour les consommateurs, les entreprises, les citoyens et les pouvoirs publics », 7 janvier 1998.

nous avons déjà acquis une culture du numérique et une certaine maîtrise des échanges électroniques bien avant qu'Internet soit lancé¹.

« Le développement du Minitel en France a permis l'explosion d'entrepreneurs. Des entrepreneurs de l'écosystème Minitel, qui se sont ensuite transposés sur la nouvelle plateforme Internet et dans le World Wide Web », estime Gilles Ghesquière. « Le Minitel a été plutôt une bonne chose. Quelque part, il a formé toute une génération d'entrepreneurs à l'économie numérique. Et ce n'est d'ailleurs pas un hasard si les pionniers d'Internet, les premiers, qui se sont lancés entre 1994 et 1996, sont nombreux à venir du Minitel », confirme Patrick Robin.

Créateur à trente-trois ans du site de communauté francophone iFrance en 1996, puis fondateur à trente-neuf ans du site de rencontre Meetic en 2002, Marc Simoncini a débuté sa carrière de serial entrepreneur du numérique en créant, en 1985, la CTB (« Communication Télématique Bourgogne »), une start-up spécialisée dans la fourniture de services Minitel rose. Rafi Haladjian, le fondateur de FranceNet, fut « directeur des activités Minitel » de la société Bottin Sysmark, avant de la racheter en 1992 et de développer des services d'annuaire, de jeux et de petites annonces d'emploi. Avant de créer Free en 1999, Xavier Niel a créé des services de Minitel rose entre 1984 et 1990, grâce auxquels il est devenu millionnaire à vingt-quatre ans, en 1990. Enfin, Patrick Robin s'est lui-même étroitement impliqué dans le développement de services de jeux et de messageries sur Minitel, et a fondé l'un des principaux centres serveurs télématiques, Suite1024, qu'il revendra 10 millions de francs en 1995 pour financer la croissance d'ImagiNet. « Nous venons tous du Minitel, et nous nous connaissons depuis cette époque. Ce qui explique qu'aujourd'hui encore nous nous revoyons toujours avec plaisir », note le fondateur d'ImagiNet.

Le Minitel a non seulement permis de former une génération d'entrepreneurs, mais aussi de créer des entreprises qui ont pu se tourner vers le Web à partir de 1995 sans avoir à souffrir d'un modèle économique incertain ; leurs revenus étant maintenus grâce aux services Minitel. Rafi Haladjian, fondateur de FranceNet en 1994, se souvient ainsi que les tout débuts du Web français ne ressemblaient « pas du tout à un eldorado », et que si lui et d'autres pionniers comme Xavier Niel et Patrick Robin, ont pu « se permettre de lancer des projets exaltants et innovants », c'est parce qu'ils venaient du Minitel. « Au départ, le Minitel nous servait à gagner sérieusement notre vie, tandis qu'Internet ne le permettait certainement pas. Nous, on avait le savoir-faire, et surtout l'argent, pour investir à long terme, à une époque où il n'y avait quasiment aucun investisseur. À cette époque, les capital-risqueurs nous auraient ri au nez. Notre chance, c'était d'avoir déjà gagné de l'argent avec nos activités précédentes. C'est ce qui nous a permis de nous auto-financer », raconte Rafi Haladjian. « D'ailleurs, nous n'avons pas lâché le Minitel du jour au lendemain. J'ai continué mes activités sur ce médium jusqu'en 1999. S'il n'y avait pas eu le Minitel, je ne sais pas du

1 Julien MAILLAND et Kevin DRISCOLL, *Minitel: Welcome to the Internet*, The MIT Press, 2017.

tout comment on aurait financé le Web français. Aurions-nous attendu que les SSII Cap Gemini et Atos se mettent à faire de l'Internet ?¹ », s'interroge-t-il.

Patrice Magnard, président de Alapage, perçoit un autre apport du Minitel : « Ce terminal informatique était basique : un écran et un clavier, aucune manipulation à faire. Il était si simple d'utilisation que les Français en sont venus à oublier qu'il s'agissait d'un ordinateur ! Mais surtout, cet outil était si fruste qu'il obligeait les fournisseurs de contenus à être concis, efficaces : il leur fallait mettre toute l'information sur un seul écran. Une culture du dépouillement qui sera très utile quand les premiers sites marchands seront construits, puisque les utilisateurs étaient avant tout en attente d'une navigation la plus simple possible.² » Avec le Minitel, les Français auront finalement acquis une certaine « culture du clavier », de l'écran et des interactions en ligne.

Fondateur du site de vente en ligne de produits informatiques LDLC en 1996, Laurent De La Clergerie estime de son côté que le Minitel a permis, en quelque sorte, de « préserver » les pionniers de l'e-commerce des acteurs « traditionnels » du *retail*. « Les clients n'étaient pas les mêmes sur le Web et sur le Minitel. Le Minitel, c'était la Redoute, les 3 Suisses. Il nous a protégés, dans un sens, de ceux qui vendaient déjà sur ce canal. Comme le Web démarrait très lentement, les acteurs du Minitel, des poids lourds comme La Redoute et les 3 Suisses ont mis du temps à venir, et à comprendre qu'ils devraient nous rejoindre. Quelque part, le Minitel a protégé les nouveaux entrants des anciens, et leur a permis de grandir tranquillement³ », se souvient-il. « Pendant un certain temps, ma plus grande peur était de voir débarquer sur le Web les mastodontes qu'étaient Auchan, Carrefour et les autres. Je me disais qu'ils avaient tellement d'argent qu'ils nous balaieraient en arrivant. Mais ils ont tellement attendu, notamment parce que le Minitel leur suffisait, que nous avons eu le temps de grossir, suffisamment pour leur tenir tête ensuite. »

De son côté, Oriane Garcia, affirme que le Minitel « a préfiguré tout l'e-commerce d'aujourd'hui. Car avant de faire du shopping sur Internet, nous nous sommes tous rodés, durant de longues années, jeunes et moins jeunes, sur ce truc !⁴ »

Patrick Robin, lui, revient à la question de l'environnement de capital-risque et de *business angels* et estime que « le Minitel n'a pas retardé le démarrage d'Internet et des services commerciaux du Web en France : il s'agissait surtout d'une question de financements, ainsi que de populations et de marché ». « Le financement, en France, a toujours été, même si cela s'est amélioré aujourd'hui⁵,

1 Entretien avec rafi Haladjian, 16 août 2022.

2 Benjamin RASSAT, 2007, *op. cit.*

3 Entretien avec Laurent de la Clergerie, 1^{er} septembre 2022.

4 Oriane GARCIA, 2011, *op. cit.*

5 En 2021, l'association France Angels dénombrait 5 500 *business angels* actifs, regroupés dans soixante-quatre réseaux organisés par territoire ou par secteur. Leurs principaux secteurs d'investissement : les biens de consommation (11 %), la santé (34 %), et le digital (36 %). Concernant ce dernier domaine, France Angels précise qu'il s'agit de l'e-commerce, des e-Services, des services informatiques, du multimédia, des télécoms, du mobile, des logiciels, de l'électronique et des outils Internet. Voir www.franceangels.org/chiffres-cles

très en dessous de tout ce qui pouvait se faire aux États-Unis et dans les autres pays anglo-saxons, pour des raisons structurelles : les fonds d'investissement, et notamment le *venture capital* ne font pas partie de la culture française. Contrairement aux Américains qui ont l'habitude d'investir en Bourse, nous avons traditionnellement une culture d'épargnants. L'aversion au risque de la part des Français est puissante, et elle impacte fatalement le financement de nos entreprises, même innovantes », note le fondateur d'ImagiNet. Selon lui, il existerait aussi en France une mentalité aux antipodes de celle des Américains, « selon laquelle gagner de l'argent et s'enrichir est quelque chose de mauvais ». « La question de la mentalité est cruciale dans l'histoire du Web français. Il n'y a qu'à voir l'histoire d'Amazon : c'était un an et demi avant LDLC, mais leurs deux premières années sont exactement les mêmes que les miennes. Je pourrais écrire la même histoire, sauf qu'eux ont reçu 100 millions de dollars d'un coup de la part d'investisseurs. La notion du risque n'était clairement pas la même aux USA, où les boîtes ont toujours été survalorisées. En étant trop prudents, nous avons pris des années de retard sur les Américains », observe de son côté Laurent De La Clergerie.

Enfin, comment rivaliser avec un marché américain de 250 millions d'habitants ? « Les premières start-up américaines, dont Yahoo! et Netscape, ont été lancées en 1994, mais se sont introduites en Bourse très tôt, à peine deux ans après, en 1996 ; c'est un peu la magie de l'écosystème de la Silicon Valley, qui a financé ces start-up et qui les a introduits en Bourse avec une rapidité extraordinaire. Ces boîtes US, au bout de deux ans d'existence, avec un petit chiffre d'affaires, mais certainement pas à l'équilibre, ont pu s'introduire, lever des monceaux d'argent et s'internationaliser très rapidement », commente Gilles Ghesquière. « C'était un exemple pour tout le monde : cela signifiait qu'il y avait de la valeur potentielle dans les activités liées au Web. Et en même temps, pour la concurrence, notamment dans le domaine des moteurs de recherche, cette arrivée si rapide d'acteurs américains très bien financés comme Yahoo! ou Lycos, a changé la donne et a sérieusement compliqué les choses », ajoute-t-il.

Néanmoins, c'est entre 1996 et 1997 que débute l'ère de la Net euphorie, et que se développe en France un véritable Web français, avec ce sentiment de créer et d'inventer sans cesse des services disruptifs. « On a fini par faire tout ce que les Américains faisaient. Toutes les boîtes géniales montées en France étaient des « *Me too* ». Mais un vrai écosystème s'est créé à cette période », explique Patrick Robin. D'abord, les moteurs de recherche et les annuaires : comme nous l'avons vu, face à Yahoo!, Excite, Infoseek et AltaVista, on pouvait trouver Lokace d'Orianne Garcia, Echo de Christophe Dupont, Ecila de Pierre-François Grimaldi (Telestore), Nomade de Gilles Ghesquière et Lycos France de Marie-Christine Levet.