

Page 1

PHILIPPE BARBET,

PATRICK MAIGRON :

- De la rareté artificielle à
l'offre pléthorique.
Concurrence et marché des
noms de domaine sur Inter-
net

Page 4

- Séminaires & colloques

Page 5

- Ouvrages

CEPN Policy Brief

De la rareté artificielle à l'offre pléthorique. Concurrence et marché des noms de domaine sur Internet ¹

Philippe Barbet, CEPN & Patrick Maigron, Télécom SudParis

Résumé :

Les noms de domaine sont essentiels pour la navigation sur le réseau Internet. L'enregistrement d'un nom est soumis à des règles précises et la gestion au niveau mondial des noms de domaine est assurée par une organisation internationale de droit privé : l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN). La politique menée par l'ICANN depuis sa création en 1998 et jusqu'à 2013 en matière d'offre de noms de domaine a été très malthusienne et a conduit à une situation dans laquelle l'extension «.com» est devenue très largement dominante, car de fait incontournable pour toutes les entreprises qui souhaitent avoir une présence sur Internet. Cette position dominante a également conduit à l'émergence d'une rente dont bénéficie la société Verisign qui possède le monopole de la gestion de l'extension «.com». Suite à de nombreuses critiques, l'ICANN a décidé en 2008 d'ouvrir très largement la possibilité de créer de nouvelles extensions. L'un des principaux arguments développés par l'ICANN était que l'augmentation de la concurrence consécutive à la création de nombreuses extensions allait permettre une diversification de l'offre et une réduction du pouvoir de marché du «.com» et de Verisign. Nous montrons que les effets "proconcurrentiels" de cette augmentation importante et subite de l'offre sont sans doute surestimés alors que les coûts pour les utilisateurs des noms de domaine sont sous-estimés. L'ouverture effective des nouvelles extensions date de la fin de l'année 2013 et nous analysons les stratégies des acteurs face à la modification profonde des conditions de base du marché.

¹ L'article complet est publié dans la revue « Réseaux » Numéro 199, 2016.

1. La politique de création de l'ICANN : une rareté artificielle génératrice de rentes pour la firme Verisign

Tout équipement (ordinateur, tablette, smartphone...) qui peut se connecter au réseau Internet le fait par l'intermédiaire d'une adresse unique appelée adresse IP. Les adresses IP se présentent sous la forme d'une suite de nombres difficile à mémoriser et sont remplacées pour les utilisateurs humains par des noms de domaine. Les noms de domaine se présentent sous la forme d'une séquence de caractères alphanumériques (lettres, chiffres ou tiret) séparés par des caractères points (« . »), avec une hiérarchie de droite à gauche allant du plus général au plus particulier. Le niveau le plus à droite, donc après le dernier caractère point, est appelé TLD (*Top Level Domain*), ou extension, comme le «.fr» ou le «.com».

On distingue les extensions génériques qui ont au moins trois caractères et sont utilisées pour des besoins généraux ou spécifiques et les extensions géographiques composées de deux lettres comme le «.fr» pour la France ou le «.de» pour l'Allemagne. La politique très malthusienne de l'ICANN depuis 1998 a conduit à la création d'un nombre très limité d'extensions possibles au regard de la croissance

du réseau Internet. C'est en particulier le cas pour les extensions dites génériques qui étaient au nombre de 22 à la fin de 2013. Cette rareté créée artificiellement a également conduit à renforcer la position dominante d'une extension, le «.com», qui est devenue incontournable pour toutes les entreprises du monde. Cette situation est génératrice de rentes et une société, Verisign, qui gère au niveau mondial «.com», en bénéficie largement.

L'augmentation très importante du nombre de noms enregistrés en «.com», qui atteignait près de 117 millions en 2012 (127 millions en 2016), a généré pour Verisign cette même année des recettes de 916 millions de \$, ce qui, au regard de la redevance fixe de 18 millions de \$ versé à l'ICANN, laisse un solde de près de 900 millions de \$ dont une partie importante peut sans doute être assimilée à une rente de monopole que Verisign avait par ailleurs parfaitement anticipé. En effet, Verisign a acheté à Network Solutions en 2000 le monopole du registre des noms de domaine en «.com», «.net» et «.org» moyennant 21 milliards de \$, une somme très importante pour un marché à l'époque émergent.

2. Multiplication de l'offre d'extensions et degré concurrentiel du marché

L'ICANN a décidé en 2008 de libéraliser l'offre en permettant la création de plusieurs centaines d'extensions. L'assertion selon laquelle la multiplication des extensions augmente nécessairement la concurrence en réduisant le pouvoir de marché des extensions actuelles et notamment celui du «.com» est le principal argument développé par l'ICANN pour justifier ce changement radical de politique (Carlton 2009²). Cet argument a toutefois été contesté notamment par la division anti-trust du Département de la Justice (DoJ) des États-Unis. Le DoJ considère que la création de nouvelles extensions génériques ne réduira pas le pouvoir de marché des extensions existantes et notamment celui de Verisign qui gère le «.com». Verisign a un fort pouvoir de marché avec le «.com» car beaucoup d'entreprises considèrent les autres extensions non pas comme des substituts mais plutôt comme des compléments. Ainsi une entreprise qui a acheté son nom en «.com» aura souvent tendance à acheter également son nom dans les autres extensions pour se protéger et empêcher d'autres entreprises de l'utiliser. Le pouvoir de marché du «.com» est par ailleurs renforcé par son antériorité assimilée à un *first mover advantage* et par le nombre de noms enregistrés qui est beaucoup plus important que pour toutes les autres extensions.

Pour l'ICANN, l'augmentation de l'offre d'extensions conduit à une élasticité plus forte de la demande par rapport aux prix et donc à une baisse de ces derniers. Si on a constaté que la création des «.biz» et «.info» en 2002 n'a pas conduit à une réduction des enregistrements en «.com» et à une baisse des prix, cela ne signifie pas que certains utilisateurs ne bénéficient pas de l'ouverture à la concurrence. Il existe bien entendu des coûts de *switching* qui limitent le passage d'une extension à une autre, mais ces coûts ne sont pertinents que pour les utilisateurs existants. Pour les nouveaux, l'augmentation du nombre d'extensions disponibles devrait conduire à une baisse des prix et à une augmentation de la qualité de service pour attirer de nouveaux demandeurs.

Il faut également noter que le coût éventuel des enregistrements défensifs de noms de domaine n'est pas anodin car les entreprises notamment souhaitent sécuriser leur présence sur Internet. Si elles veulent minimiser les risques de voir leur nom conduire à un site portant préjudice à leur image, la seule solution consiste à acheter leur nom dans toutes les extensions disponibles, ou au moins les plus importantes. Un rapport de l'OCDE de 2004³ avait déjà identifié ce problème de coût occasionné par les enregistrements défensifs,

mais il avait conclu que les dépenses restaient raisonnables si le nombre de nouvelles extensions était faible. En revanche, il était souligné que les coûts administratifs et juridiques liés à la gestion d'un portefeuille de plus en plus important de noms de domaine pourraient devenir substantiels.

Au final, les arguments économiques mis en avant pour justifier cette offre soudainement pléthorique sont fragiles : l'effet « pro-concurrentiel » par la réduction du pouvoir de marché du «.com» est loin d'être acquis et l'augmentation des budgets d'enregistrements des entreprises pour se défendre semble inévitable (Kende 2009⁴).

3. Les conséquences de la mise en œuvre effective des nouvelles extensions

Le processus d'ouverture a effectivement débuté en 2012. Au total, 1930 dossiers de candidature pour créer et gérer de nouvelles extensions ont été déposés entre janvier et avril 2012. Les nouvelles extensions créées peuvent être classées en différentes catégories : les extensions géographiques ou GeoTLD qui font référence à une localisation géographique comme une ville ou une région (par exemple «.paris», «.quebec»), les extensions communautaires qui seront gérées dans l'intérêt d'une communauté d'utilisateurs bien définie (tels que «.catholic»), les extensions de marques ou CorpTLD qui sont demandées par de grands groupes pour leur usage propre (par exemple «.airbus», «.google») et des extensions portant sur des termes génériques (par exemple «.business», «.radio»). Par ailleurs, certaines extensions peuvent être des extensions internationalisées ou IDN, écrites dans des graphies autres que l'alphabet latin (par exemple en idéogrammes chinois ou en caractères cyrilliques). Parmi les extensions demandées, on dénombre environ un tiers d'extensions de firmes ou de marque (664 CorpTLD).

L'intérêt de ces nouvelles extensions est différent selon leur type en termes d'impact sur le surplus des demandeurs et sur le degré concurrentiel du marché.

Les extensions internationalisées apportent clairement un surplus aux consommateurs dans la mesure où elles leur permettent d'utiliser des sites web écrits en totalité dans leur graphie habituelle. Elles pourraient aussi entrer en concurrence avec les extensions existantes, dans la mesure où certains sites pourraient choisir de changer leur nom de domaine d'une extension ASCII tel que le «.com» vers une extension IDN dans la langue de ses utilisateurs.

Les extensions géographiques ou GeoTLD augmentent également le surplus des consomma-

² Carlton D. (2009), *Preliminary report of Dennis Carlton regarding impact of new gTLDs on consumer welfare*, March 2009, Compass Lexecon.

³ OCDE (2004), *Generic Top level Domain Names: market development and allocation issues*, Working Party on Telecommunication and Information Services Policies, DSTI/ICCP/TISP(2004)2/FINAL, July 2004.

⁴ Kende M. (2009), *Report for submission to ICANN Assessment of ICANN Preliminary Reports on Competition and Pricing*, by Michael Kende, Partner, Analysis Mason, www.analysismason.com.

teurs, dans la mesure où elles permettent aux titulaires de sites web d'identifier précisément leur localisation géographique dans l'extension elle-même. Elles pourraient également entrer en concurrence avec les extensions existantes, en particulier les extensions nationales, mais de manière limitée : une entreprise basée à Paris, mais visant le marché français continuera d'utiliser un nom de domaine en « .fr ».

Les extensions communautaires sont gérées dans l'intérêt d'une communauté d'utilisateurs bien définie comme « .catholic », « .islam » ou encore « .kids ». Elles permettent également d'augmenter le surplus des consommateurs en regroupant les sites propres à une communauté sous une même extension permettant de mieux les identifier. Une telle extension pourrait concurrencer les extensions existantes de manière modérée, pour les sites existants reliés à cette communauté, et à la condition que l'extension communautaire rencontre un succès commercial.

Les extensions d'entreprises et de marques, dénommées CorpTLD et BrandTLD, sont demandées par de grands groupes et sont basées sur leur raison sociale ou la dénomination de leur marque (par exemple « .airbus », « .google »). De manière générale, ces extensions ne devraient pas entrer en concurrence avec les extensions existantes, car elles ne seront pas commercialisées par leurs titulaires, mais utilisées pour leur usage propre en interne.

Enfin, les extensions basées sur des termes génériques (par exemple « .business », « .film ») pourraient créer une concurrence plus ou moins importante envers les extensions existantes. En octobre 2015, l'extension « .xyz » est la nouvelle extension la plus utilisée avec plus d'un million d'enregistrements. Elle se présente comme une extension à portée très large et facile à mémoriser, ce qui est également le cas du « .com ». Elle pourrait ainsi offrir une alternative aux créateurs de sites web dont le nom serait déjà pris sous le « .com ».

Le processus en cours devrait conduire à l'ouverture d'un très grand nombre d'extensions, probablement autour de 1000 à 1300 sur les 1930 dossiers déposés initialement. Parmi l'ensemble des extensions qui seront créées dans le cadre du processus actuel, toutes n'ont pas vocation à offrir un service global et à concurrencer le « .com ». Une partie d'entre elles seront utilisées par des entreprises pour leur usage propre (les CorpTLD/BrandTLD), d'autres sont centrées sur une zone géographique bien déterminée (les GeoTLD), d'autres encore seront utilisées dans le cadre limité d'une communauté d'utilisateurs. La question d'une concurrence effective avec l'extension « .com » devrait surtout se poser pour les extensions ouvertes de manière large et basées sur des

termes génériques.

On peut identifier un certain nombre de freins concernant le succès commercial des nouvelles extensions. L'apparition en quelques mois seulement d'un très grand nombre d'extensions pourrait créer un sentiment de confusion et conduire à se recentrer sur les extensions existantes considérées comme des valeurs sûres. Certaines nouvelles extensions ont des significations proches les unes des autres et se retrouveront en concurrence entre elles (par exemple « .work » et « .career »). Des termes ont même été proposés comme extension à la fois au singulier et au pluriel, ce qui sera inévitablement source de confusion (par exemple « .photo » et « .photos »).

Le processus d'ouverture des nouvelles extensions ne présente donc pas de risque concurrentiel important pour le « .com ». Celui-ci bénéficie d'une image de marque bien établie du fait de son ancienneté, de sa connaissance par le grand public et de la confiance dans sa pérennité. Les entreprises pourront utiliser les nouvelles extensions pour mettre en valeur une identité sur Internet d'une manière nouvelle par rapport aux extensions existantes (en utilisant par exemple un GeoTLD pour les sites adossés à l'image d'une ville ou d'une région, ou une extension communautaire pour mettre en avant l'appartenance à une communauté donnée). Mais il est peu probable que ces entreprises abandonnent pour autant leur « .com » si elles utilisent actuellement cette extension.

Conclusion

La décision de l'ICANN d'ouvrir très largement la possibilité de création de nouvelles extensions modifie profondément les modalités de régulation d'un marché caractérisé depuis son origine par une offre artificiellement rare. Les nouvelles extensions permettent une différenciation des adresses qui permettront aux utilisateurs de mieux se repérer sur le réseau. En revanche, pour les entreprises, la multiplication des extensions peut occasionner une augmentation des coûts pour assurer une protection maximale de leur nom sur Internet. Par ailleurs, force est de constater qu'une réduction significative du pouvoir de marché du « .com » est peu probable et le nombre de noms enregistrés dans cette extension continue d'ailleurs à augmenter malgré le lancement des nouvelles extensions. Ces dernières apparaissent donc comme complémentaires plutôt que substituables au « .com » et ceci comme ce fut le cas lors de l'introduction du « .biz » en 2002. La firme Verisign devrait donc voir sa rente perdurer et reste de ce fait une firme centrale sur le marché des extensions.

Séminaires & Colloques

20 jan. 2017 – 13:00-13:45 – Séminaire Doctorants CEPN – Université Paris 13 – Campus de Villetaneuse – K207
LOUISE CAHEN-FOUROT (CEPN)

« *L'investissement à haut rendement sociétal, la révolution du Social Impact Investing* »

24 jan. 2017 – 09:30-12:30 – Séminaire 'Transition Energétique' – Banque Mirova – 21, quai d'Austerlitz – Paris
(Séminaire organisé par Sandra Rigot (CEPN) et Dominique Plihon (CEPN) dans le cadre de la chaire 'Énergie et prospérité'
CHRISTIAN THIMANN (AXA) ; ALAIN GRANJEAN (CARBONE 4) ; OLIVIER DE BANDT (ACPR)
Discutant : R. GUTTMANN (CEPN & HOFSTRA UNIVERSITY)

Débat sur le rapport de la « task force on climate-related financial disclosure »

30 jan. 2017 – 16:00-18:30 – Séminaire d'économie politique francilien - Caractériser le capitalisme d'État en Chine
Maison des Sciences Économiques, 106-112 bd de l'Hôpital -PARIS –Salle de conférences, 6^e étage.

NATHAN SPERBER (EHESS, CESSP-CSE) : « *La Chine au miroir du 'nouveau capitalisme d'Etat' : un exercice de cartographie* »
CLÉMENT SEHIER (U. Lille 1, Clerse) : « *Caractéristiques de la forme du rapport salarial dans la configuration institutionnelle chinoise* »
Discussion : BERNARD CHAVANCE (U. Paris Diderot, LADYSS)

31 jan. 2017 – 12:30-14:00 – Séminaire d'économie politique du CEPN – Université Paris 13 – Campus de Villetaneuse – K301
VIOLAINE DELTEIL (INSTITUT D'ÉTUDES EUROPÉENNES, PARIS-3) :

"Labour and Social Transformations in Central and Eastern Europe: Europeanization and Beyond" (Routledge, 2016)

07 fev. 2017 – 12:30-14:00 – Séminaire d'économie politique du CEPN – Université Paris 13 – Campus de Villetaneuse – K301
ANTONIO CASILLI (TELECOM PARITECH & EHESS) :

"Digital Labor"

9 fév. 2017 – 09:00-17:00 – Journée d'étude « Assurances maladie complémentaires : la grande transformation »
Université Paris Descartes - Grand Amphithéâtre 12, rue de l'École de Médecine - 75006 Paris.

RESPONSABLES SCIENTIFIQUES DE LA JOURNÉE :

PHILIPPE BATIFOULIER (CEPN, UNIVERSITÉ PARIS 13) ET DIDIER TABUTEAU (INSTITUT DROIT ET SANTÉ ET CHAIRE SANTÉ -SCIENCES PO PARIS)

10 fev. 2017 – 13:00-13:45 – Séminaire Doctorants CEPN – Université Paris 13 – Campus de Villetaneuse – K301
FRANCISCO SERRANITO (CEPN)

« *Stratégie de publication, choix des revues et évaluation par le CNU* »

21 fev. 2017 – 13:00-13:45 – Séminaire Doctorants CEPN – Université Paris 13 – Campus de Villetaneuse – K301
FRANCISCO SERRANITO (CEPN)

« *Stratégie de publication, choix des revues et évaluation par le CNU* »

24 fev. 2017 – 12:30-14:00 – Séminaire du CEPN – Université Paris 13 – Campus de Villetaneuse – Amphi D
FRANÇOIS CHESNAIS (MEMBRE DU CONSEIL SCIENTIFIQUE D'ATTAC)

Présentation autour de l'ouvrage *"Finance Capital Today: Corporations and Banks in the Lasting Global Slump" (2016, Brill)*

28 fev. 2017 – 12:30-14:00 – Séminaire d'économie politique du CEPN – Université Paris 13 – Campus de Villetaneuse – K301
JULIEN VAUDAY (CEPN) :

"Politique privée et prêts multilatéraux" (Titre à confirmer)

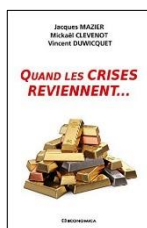
7 mar. 2017 – 12:30-14:00 – Séminaire d'économie politique du CEPN – Université Paris 13 – Campus de Villetaneuse – K301
BRUNO TINEL (CES-PARIS-1) ET KAKO NUBUPKO (ANCIEN MINISTRE DU TOGO. ÉCONOMISTE) ET MARTIAL ZÉ BELINGA (ÉCONOMISTE & SOCIOLOGUE) :

"Sortir l'Afrique de la servitude monétaire"

17 mar. 2017 – 14:00-17:00 – Séminaire SEGPOSA – MSH Paris Nord – Salle 414
DANIEL BENAMOUZIG (CNRS, Sciences Po & ITMO santé publique) :

Le NICE – Perspective historique

Ouvrages



QUAND LES CRISES REVIENNENT

JACQUES MAZIER (CEPN), MICKAËL CLÉVENOT (CEPN) ET VINCENT DUWICQUET (CLERSÉ)

ECONOMICA • Coll. « Economie » • oct. 2016 • ISBN : 2717869069 • 27 € • 320 p.

Les crises sont inhérentes au capitalisme. Les petites crises en sont le mode de régulation normal. Les « grandes crises » reflètent l'épuisement d'un régime de croissance et l'entrée dans une période de transition. L'analyse des grandes crises passées – la « grande stagnation » des années 1880, la crise des années 1930, la crise du fordisme des années 1970 – permet d'identifier les mécanismes de sortie de crise pour resituer les enjeux de la crise de l'économie financiarisée des années 2010. Plusieurs scénarios sont esquissés pour le futur allant de la préservation de la domination de la finance à l'émergence d'une nouvelle donne en passant par une crise financière systémique, évitée jusqu'ici mais toujours possible. Pour l'Europe les risques d'enlisement, sinon d'écèlement, sont réels.

Mickaël Clévenot est Maître de Conférences à l'Université de Bourgogne ; Vincent Duwicquet est Maître de conférences à l'Université de Lille 1 ; Jacques Mazier est Professeur émérite à l'Université de Paris 13 Sorbonne Paris Cité.



NÉGOCIATION COMMERCIALE – DE LA THÉORIE À LA PRATIQUE

ERICK LEROUX (CEPN), EMMANUEL CHOURAQUI

VUIBERT • mars. 2016 • ISBN : 9782311012347 • 26.90 € • 288 p.

Cet ouvrage pratique et illustré d'exemples concrets, qui livre les clés de la réussite d'une bonne négociation. Négocier ne s'improvise pas !

La négociation commerciale requiert une minutieuse préparation et la faculté de s'adapter à toutes les situations de vente. La réussite d'une négociation commerciale nécessite la maîtrise des techniques de vente et des tactiques efficaces de persuasion qui sont traitées dans cet ouvrage. Ce dernier détaille notamment les questions indispensables à (se) poser avant et après tout acte de négociation commerciale ainsi que les bonnes attitudes et réparties à avoir.

La compréhension est facilitée par de très nombreux exemples concrets basés sur des situations réelles. Des fiches de synthèse regroupent les principales phases d'une négociation. Des exercices et des études de cas, adaptés aux besoins des étudiants, des enseignants et des professionnels, permettent de vérifier l'acquisition des connaissances, de s'entraîner aux situations de vente et de préparer ses visites pour négocier avec succès. Deux chapitres inédits axés sur les domaines du luxe et de la vente à l'international viennent enrichir cette nouvelle édition.



QUEL MODÈLE POUR L'ÉTAT STRATÈGE EN FRANCE ?

PHILIPPE BANCE (Dir.) – [AVEC LA PARTICIPATION DE JACQUES MAZIER (CEPN) & NATHALIE REY (CEPN)]

PURH • COLL. « ÉCONOMIE PUBLIQUE ET ÉCONOMIE SOCIALE » • fév. 2016 • ISBN : 9791024007236 • 25 € • 432 p.

Cet ouvrage est le produit d'une recherche menée de mai 2015 à janvier 2016 par la commission scientifique « Économie publique »

Cette recherche a été lancée pour développer la réflexion scientifique sur la stratégie de l'État en préparation du 31e congrès international du CIRIEC (Centre d'information et de recherche en économie publique, sociale et coopérative), organisé à Reims par sa section française du 21 au 23 septembre 2016 et dont le thème est : « Les politiques publiques face aux enjeux sociaux et démocratiques de la mondialisation. Quels projets pour l'économie publique, sociale et coopérative ? » L'ouvrage combine les analyses de membres de la haute fonction publique ou d'organisations exerçant leurs missions pour l'État, réunis par Jacques Fournier et Thierry Mignauw, et d'universitaires réunis par Philippe Bance. Les profils des contributeurs, leurs compétences reconnues, les recherches et/ou missions exercées en matière de pilotage de politiques publiques ou d'organisations qui sont sous la responsabilité de l'État apportent un éclairage varié, complémentaire et en même temps convergeant sur le diagnostic porté au « modèle français ».



DETROIT, DIT-ELLE. ÉCONOMIES DE LA SURVIE

MARIANNE RUBINSTEIN (CEPN)

GALLIMARD • COLL. « VERTICALES » • oct. 2016 • ISBN : 9782072692741 • 16 € • 168 p.

« Parce que le monde me semblait de plus en plus incompréhensible, j'ai décidé de partir pour Detroit (Michigan), symbole de l'ancien capitalisme industriel, mais aussi du nouveau dans ses folies et ses dérèglements (crise des subprimes, désertification urbaine, problèmes écologiques, discriminations, ultra-violence, etc.). Là-bas, j'ai vu les maisons éventrées, les usines et les écoles murées, j'ai écouté des récits de vie, noué des amitiés profondes. C'était aussi pour moi une façon de clore une période de deux ans et demi d'intimité avec le cancer, les opérations, la chimiothérapie.

De fait, au fur et à mesure que l'écriture avançait, tout s'est mis à faire écho : mon corps, la ville, le monde. Nous nous trouvions dans un passage étroit et périlleux, un détroit en somme. Nous étions dans une économie de la survie. »



CETTE CRISE QUI N'EN FINIT PAS : PAR ICI LA SORTIE

ATTAC FRANCE, [eds : JEAN-MARIE HARRIBEY, MICHEL HUSSON, ESTHER JEFFERS, FRÉDÉRIC LEMAIRE, DOMINIQUE PLIHON (CEPN)]

LES LIENS QUI LIBÈRENT • jan. 2017 • ISBN : 9791020904416 • 12 € • 256 p.

La crise dure encore, alors qu'elle a éclaté depuis près d'une décennie. Elle est l'expression d'un système économique capitaliste à bout de souffle, qui épuise le travail et la nature.

Ce livre décrypte les causes de cette crise globale et pointe les raisons profondes de la permanence de cette situation et de l'instabilité financière : les politiques d'austérité qui aggravent le chômage et les inégalités, les réformes néo-libérales qui accroissent la précarité, et les injections massives de liquidité par les banques centrales qui alimentent les bulles spéculatives.

Attac propose également des voies pour une véritable sortie de crise. L'épuisement du système économique et social dominant constitue une opportunité historique pour opérer le basculement vers un système alternatif. La mise en œuvre de ces alternatives ne dépend que d'une volonté politique qui aujourd'hui fait défaut. Or changer de modèle productif, mettre en œuvre la transition écologique, réduire le temps de travail, mettre la finance au service de la société constituent les voies d'une "bifurcation" pour laquelle de plus en plus de citoyens s'engagent.



DES CAPITALISMES NON ALIGNÉS. LES PAYS ÉMERGENTS, OU LA NOUVELLE RELATION INDUSTRIELLE DU MONDE

JOËL RUET (CEPN)

RAISONS D'AGIR • COLL. « Cours et travaux » • Oct. 2016 • ISBN : 782912107831 • 20 € • 224 p.

L'essor des économies émergentes constitue l'une des grandes transformations du XXe siècle. Elles restent pourtant bien mal comprises.

Elles ne convergent pas plus vers un modèle capitaliste-libéral en voie d'unification qu'elles ne peuvent être réduites à des capitalismes d'État centralisés et autoritaires. Ces émergences sont marquées par l'invention de formes étatico-économiques originales, non seulement non-alignées aux capitalismes de l'Occident mais déjà capables de changer la face de la mondialisation. Une foisonnante diversité, telle est la « nouvelle façon du monde » qui ré-ouvre l'hypothèse capitaliste.

Dans ce livre, Joël Ruet revient aux sources et trajectoires de l'émergence sur la base d'une longue fréquentation de ses acteurs en Inde, en Chine, en Afrique de l'Ouest et dans le monde arabe. Il y retrace les histoires multiples et entrelacées des territoires, des industries et des États qui la constituent et où se forge le monde de demain.



PETIT MANUEL ÉCONOMIQUE ANTI-FN

COLLECTIF ÉCOLINKS [AVEC LA PARTICIPATION DE JULIEN VAUDAY-(CEPN)]

LE CAVALIER BLEU ÉDITIONS • Jan. 2017 • EAN : 9791031801964 • 10 € • 216 p.

Tendance lourde des dernières années, la progression de l'extrême droite se nourrit de la montée du chômage, des exclusions et de la précarité. Le FN est aujourd'hui en position de prendre le pouvoir par les urnes. La faillite des politiques économiques et sociales menées depuis plusieurs années ayant certainement joué un rôle majeur, les économistes ont une responsabilité particulière dans le combat d'idées contre le FN. L'objectif que s'assignent les auteurs dans cet ouvrage est donc, sur chacune des thématiques du programme du FN (immigration, euro/Europe, mondialisation, emploi, santé, éducation, environnement, etc.), de dresser un constat, d'en faire la critique et de soumettre des contrepropositions.

Car le combat contre l'extrême-droite ne peut être uniquement un combat moral. Il est indispensable de contre-attaquer avec un ensemble de propositions susceptibles de convaincre les populations oubliées qui se sont tournées vers le FN.

Ecolinks est composé de jeunes économistes, enseignants-chercheurs ou chercheurs dans des institutions et sur des thématiques diverses. Ouvertement de Gauche, aux sensibilités multiples, ce collectif prend part au débat public et, à partir d'une réflexion collective, propose des alternatives. Les auteur(e)s : Rémi Bazillier, Antoine Berthou, Youcef Bouabdallah, Clémentine Garrouste, Véronique Gille, Mathilde Guergoat-Larivière, Jérôme Héricourt, Laurent Soulat, Emmanuel Valat, Julien Vauday et Vincent Vicard.



REVUE D'HISTOIRE ET DE PROSPECTIVE DU MANAGEMENT

ed. : LUC MARCO (CEPN)

EDITIONS DE LA GESTION • N° 4 • VOL.II • ISSN : 24297631 • 15 € • 126 p.

Articles : Éditorial | Sur les bitcoins, *Jean-Guy Degos* | Une bibliographie commerciale sous le Consulat, *Luc Marco* | Biographie d'Albert Dupont, *Gérard Dupont*.

Documents : Causes de réussite des firmes industrielles, *E. Peyret-Lallier* | Un plan d'affaires de 1863, *Eugène Forcade* | L'origine du terme « Économie politique », *J.E. King*.

Lectures : La comptabilité expliquée aux profanes, *Georges de la Fouchardière* | Finance comportementale, *Lotfi Azzabi*

Sommaires des 3 premiers numéros