

chapitre

# 1



# L'illusion du gratuit

Malgré quelques leurre, l'univers magique de la liberté et de la gratuité a bel et bien laissé sa place à un Internet mercantile et intéressé. Décryptage.

## SOMMAIRE

- ▶ Les moteurs de recherche, du gratuit qui se paie !
- ▶ Les sites d'information, la gratuité en sursis
- ▶ Les différents types de publicité ciblée

Pour le grand public, Internet est un moyen d'accéder à des informations (actualités ou connaissances diverses) de façon rapide et surtout gratuite, ou d'acheter des biens de consommation souvent moins chers sans sortir de chez soi. Il est important de comprendre que tout cela est loin d'être magique, et que passées les premières années où Internet était effectivement encore peu atteint par les contraintes économiques, de nouveaux modèles se sont développés. Certains services initialement gratuits sont devenus payants lorsqu'il est apparu que les internautes étaient finalement prêts à payer pour les obtenir (par exemple, les sonneries pour portables ou les sites pornographiques). Dans d'autres cas, des moyens détournés ont été utilisés, tout en maintenant les utilisateurs finaux dans l'illusion du gratuit. Nos activités en ligne peuvent rapporter gros, et les précieuses informations vous concernant sont l'objet d'un marché de collecte et de revente qui fait vivre une bonne partie du Web.

Voici un aperçu des différentes façons d'offrir un service gratuit sur le Web tout en gagnant de l'argent.

## Les sites gratuits et leurs revenus

La culture des débuts d'Internet a conduit à la conservation de la gratuité pour certains types de services à but lucratif ; notamment, les moteurs de recherche, les services de messagerie électronique, les sites d'informations et de culture, les réseaux sociaux (ces derniers sont traités de façon plus détaillée dans le chapitre 4). Bien sûr, les coûts de production diminuent fortement lorsque l'on échange des données numérisées. Mais puisque l'internaute ne paie pas directement, comment ces sites gagnent-ils de l'argent ?

## Les moteurs de recherche

Devenus indispensables à notre vie quotidienne, les moteurs de recherche sont restés totalement gratuits. En apparence, ils ne vendent rien et sont pourtant devenus les plus gros acteurs économiques du Web. Comment génèrent-ils leurs profits colossaux ?

Les principaux moteurs de recherche (Yahoo!, Google, Bing) permettent aux annonceurs d'acheter des mots-clés pour diffuser leurs publicités auprès des internautes effectuant des recherches. C'est le principe de la **publicité ciblée**. Ainsi, un internaute faisant une recherche sur « lecteur DVD » se verra proposer des publicités d'annonceurs ayant acheté ces mots-clés, par exemple des enseignes proposant des ventes de lecteurs DVD. Ces publicités ou « liens sponsorisés » sont séparées (mais discrètement) des résultats réels de la recherche (voir la copie d'écran). La plupart du temps, les annonceurs ne paient pas à l'affichage de la publicité, mais au clic, c'est-à-dire seulement lorsqu'un internaute est réellement conduit sur leur site par l'intermédiaire de la publicité.

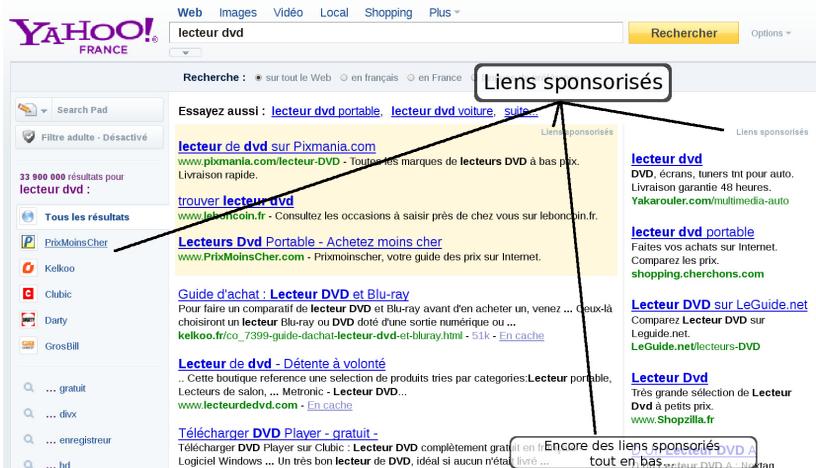


FIGURE 1-1 Débusquer les liens sponsorisés issus de la publicité

Google, qui génère la quasi-totalité de ses revenus (97 %) avec la publicité ciblée, utilise ce procédé sur son moteur de recherche, mais également, par exemple, sur son logiciel de messagerie Gmail. C'est alors le contenu de vos propres messages reçus ou envoyés qui sert à cibler les publicités. Google propose également l'outil AdSense, à destination des administrateurs de sites souhaitant rentabiliser facilement leurs pages avec de la

publicité, elle aussi ciblée. Le système analyse le contenu des pages et propose des annonces en lien avec le sujet traité<sup>1</sup>.

La page d'accueil de Yahoo! est également un portail conduisant vers de nombreux sites et comportant des pages de publicité classique. Le moteur français Exalead propose des sites publics gratuits, mais s'est également spécialisé dans la vente de logiciels de recherche d'informations pour les entreprises (dans leur intranet, leur documentation ou sur le Web, pour des besoins très spécifiques).

#### **CAS D'ÉTUDE** Combien valent mes amis ?

« *Notre vie privée est devenue une monnaie* », selon Daniel Lyons. Nous ne payons pas un service avec de l'argent, mais avec nos données personnelles et celles de nos amis. La différence, c'est que nous savons tous ce que vaut un euro, et cet euro vaut la même chose pour vous et pour votre commerçant... Par contre, nous n'avons aucune idée de ce que valent nos données ! Alors que Facebook et autres Google ne le savent que trop bien... Vous faites-vous arnaquer ? Comme le dit D. Lyons, « *si votre liste d'amis ne vaut pas grand-chose, vous faites probablement l'affaire du siècle sur Facebook. Dans le cas contraire, vous vous faites avoir ! (...)* De toute façon, le fait qu'ils préfèrent nos données à notre argent est déjà une réponse... »

► <http://www.newsweek.com/id/233773>

## Les sites informationnels ou culturels

La grande majorité des journaux ou des magazines culturels proposent désormais une version électronique, avec des contenus différents et actualisés en temps réel. D'autres sites se sont également créés sans avoir de version papier au préalable.

Si certains, et même de plus en plus, ont fait le choix du modèle payant (abonnement ou consultation à la carte), nombreux sont les sites informationnels ou culturels qui considèrent que l'internaute n'est pas prêt à payer pour du contenu de ce type et qui cherchent donc à rentabiliser un modèle gratuit.

---

1. Nous consacrons plus loin un chapitre entier à Google (chapitre 3).

**APRÈS RÉFLEXION... Le Web gratuit et altruiste existe encore !**

Si de nombreux sites gratuits ont un but lucratif, bon nombre de personnes sont encore prêtes à consacrer du temps à l'information ou l'éducation des internautes. Les blogs gratuits et sans publicité restent fréquents, tandis que d'autres n'utilisent la publicité que pour amortir leurs coûts de production du contenu (achat du nom de domaine, maintenance, etc.). Les contributeurs des wikis\* (comme pour Wikipédia) ajoutent de la connaissance sans rien attendre en retour, puisqu'ils sont bénévoles et anonymes. Les membres actifs des forums donnent des conseils ou des informations de façon désintéressée. Vous avez peut-être déjà, vous aussi, ajouté un commentaire sur un restaurant que vous aimez sur un site comparatif ou donné la réponse à une question posée sur un forum. C'est la beauté du Web à l'image de l'être humain : à la fois cynique et généreux !

Pour résumer, trois options principales s'offrent à un tel acteur du Web souhaitant gagner de l'argent avec un site à contenu gratuit.

- **La publicité**, qu'elle soit « classique » (bannières, carrés, pop-up\*, pop-under\*...) ou personnalisée (voir section suivante).
- **Le don** des internautes qui profitent du service. C'est la source de la plupart des revenus de la fondation Wikimedia, qui soutient en particulier Wikipédia (voir chapitre 6).
- **Le freemium**, c'est-à-dire l'enrichissement de l'offre gratuite grâce à un produit premium payant, mais proposant plus de fonctionnalités. Par exemple :
  - Pour une plateforme de blog ou un site de messagerie, l'offre de base (gratuite) sera limitée en termes d'espace de stockage, de nombres de pages, etc. tandis que l'offre premium permettra à l'utilisateur de s'affranchir de ces limites.
  - Un site de nouvelles proposera certains articles gratuitement et d'autres, plus approfondis, dans une version payante.
  - Pour un site utilisant la publicité, l'offre payante pourra supprimer ces annonces (c'est le cas du site d'écoute de musique à la demande Deezer).

- Un site gratuit pour les particuliers peut devenir payant pour les entreprises, avec des options dédiées supplémentaires (le logiciel d'aide à l'organisation Doodle, par exemple).
- Certains sites à contenu gratuit sont un simple produit d'appel pour des services payants proposés dans le monde physique (par exemple, le site et le forum du *Guide du Routard*).

### APRÈS RÉFLEXION... **Tout ce qui compte, c'est que ce soit gratuit, non ?**

À vous de voir... mais, dans le domaine de l'information en particulier :

- Gratuité signifie souvent baisse de la qualité. Une information fiable doit être cherchée et vérifiée. Cela implique que des journalistes doivent mener des enquêtes, parfois longues, et se déplacer aux quatre coins du monde pour pouvoir rendre compte des événements de façon fidèle. Tout cela a un coût.
- Gratuité signifie dépendance vis-à-vis des annonceurs. Ces annonceurs, souvent de grandes multinationales, peuvent être impliqués dans des affaires relevant de l'information à traiter par les journalistes. Des pressions peuvent alors empêcher ceux-ci de faire leur travail de façon indépendante.

Ces deux points doivent toutefois être nuancés par le fait que ces situations existent déjà dans le cadre des médias traditionnels. Les télévisions et radios privées sont gratuites, les journaux sérieux sont payants, mais comportent pour la plupart de la publicité.

Enfin, sachez que la grande majorité des sites d'information travaillent à perte. Ils compensent grâce aux subventions ou à d'autres revenus (comme la version papier), mais la gratuité n'est pas pour le moment un modèle économique viable. On peut donc s'attendre à assister à une convergence vers quelque chose de différent, voire totalement nouveau, dans les années à venir. Peut-être devons-nous nous faire à l'idée de mettre la main au porte-monnaie...

## Les différents types de publicité ciblée

La publicité ciblée est une publicité dont le contenu s'adapte à l'internaute en fonction de son profil ou des pages qu'il visite. Le rapport de la Cnil (Commission nationale de l'informatique et des libertés) sur « La publicité ciblée en ligne » distingue les trois types de publicité ciblée suivants :

- **La publicité personnalisée « classique ».** Cette publicité vous est fournie en fonction d'informations personnelles que vous avez fournies vous-même à un site à un instant donné. C'est le cas lorsque vous vous inscrivez à un service ; typiquement, vous donnez votre nom et votre adresse, ce qui est déjà intéressant pour la publicité locale, mais on vous demande souvent innocemment vos hobbies ou si vous avez un chat. C'est ainsi que le site de réseau social Facebook vous propose des annonces à votre goût grâce aux Social Ads (voir chapitre 4).

**DECATHLON** > Rejoignez-nous | > Contact | > Decathlon Aquaboulevard **MON ESPACE PERSONNEL**

## OPERATION VTT

DU 27 MARS AU 10 AVRIL 2010

Rien de tel que de partager une aventure sportive entre amis ou une balade en famille ! Quelque soit votre terrain de jeu, le VTT est un plaisir ou une passion que vous vivez à fond.

Decathlon Aquaboulevard vous propose de découvrir sa meilleure sélection de vélos, textile, ou accessoires VTT.

Emmanuelle Barthalon  
Responsable Rayon Cycle

**OFFRE EXCLUSIVE  
CARTE DECATHLON**

Decathlon vous offre un maillot b'Twin pour tout achat d'un minimum de 70€ en une seule fois et dans le rayon Cycles\*

DECouvrez TOUTE NOTRE SÉLECTION

**VTT**  
Rockrider 6.3  
à partir de **499€**

**PANOPLIE**  
maillot 5 + short 5  
**19€90** ~~24€90~~ **-20%**

**CASQUE CROSSFIRE**  
**29€90**

**FIGURE 1-2** Decathlon utilise les intérêts sportifs renseignés lors de votre inscription sur le Web ou lors de l'adhésion à la carte de fidélité pour vous envoyer des publicités personnalisées.

- **La publicité contextuelle**, générée en fonction du contenu immédiat visualisé par l'internaute. La page consultée est parcourue par le système, les mots-clés principaux (les plus fréquents, les plus visibles ou ceux issus d'une requête de l'utilisateur) en sont extraits et des publicités appropriées sont sélectionnées.

Les moteurs de recherche pratiquent cette technique, et le système AdSense de Google fut le premier gros acteur du marché, mais c'est également le cas d'autres sites, comme par exemple Voyages-sncf.com, qui vous propose une location de voiture et un hôtel à Marseille si vous venez d'acheter un billet Toulouse-Marseille.

La localisation géographique de l'internaute est parfois utilisée pour mieux cibler l'annonce.

The screenshot shows a travel website interface with two main promotional banners. The top banner, titled 'Composez votre voyage', features a 'Hôtel' icon and a background image of a hotel lobby. It lists three hotel options in Marseille: 'Suite Affaires Marseille Vieux-Port' (2 stars, 67.21€\*), 'Citadines Aparthotel Marseille Centre' (3 stars, 73.28€\*), and 'Radisson Blu Hotel, Marseille Vieux-Port' (4 stars, 112.49€\*). Below this is a link for 'Toutes nos offres Hôtel à MARSEILLE'. The bottom banner, titled 'Voiture', features a red car icon and a background image of a car in a field. It promotes car rental with the text 'Profitez du meilleur prix garanti pour votre location de voiture à MARSEILLE' and 'Avec TRAIN+ AVIS louez une voiture en gare Au Meilleur Prix Garanti'. It includes a 'Prix' button and a link to 'Réservez maintenant votre Voiture AVIS'. Below this is a link for 'Toutes nos offres Voiture à MARSEILLE'. To the right of the car rental banner is a section titled 'Pratique à MARSEILLE' with two items: 'Découvrez MARSEILLE et sa région grâce à notre sélection de guides Hachette.' (with a -5% discount icon and a Hachette guide icon) and 'Plan et Itinéraire Voir le plan autour de MARSEILLE ST CHARLES (13) ou calculer un itinéraire depuis cette gare.' (with a map icon and the mappp logo).

FIGURE 1-3 La publicité contextuelle chez Voyages-sncf.com (ici, si vous avez demandé un train vers Marseille)

- **La publicité comportementale** est le fruit du comportement des utilisateurs dans le temps. Par l'intermédiaire des cookies\* (voir chapitre 2) ou en vous demandant de vous connecter, il est possible de vous reconnaître et de tracer votre activité sur un ou plusieurs sites pendant une certaine durée, et ainsi de cibler vos intérêts de manière plus précise.

Le site de vente en ligne Amazon présente ainsi des suggestions d'achat à l'internaute en fonction des pages qu'il a visitées et des produits qu'il a déjà acquis (voir l'exemple ci-après).

Encore plus élaboré : la société Phorm s'allie aux opérateurs téléphoniques, qui peuvent avoir accès à tous les sites visités par ses abonnés, pour analyser leur trafic Internet dans son ensemble.

#### Produits fréquemment achetés ensemble

Les clients achètent cet article avec [Vicky Cristina Barcelona DVD](#) ~ Scarlett Johansson



+



Prix pour les deux : **EUR 22,98**

[Ajouter les deux au panier](#)

Cet article : Whatever works DVD ~ Evan Rachel Wood

**En stock.**

Expédié et vendu par **Amazon.fr**.

Livraison gratuite à partir de EUR 20 d'achats. [Détails](#)

[Vicky Cristina Barcelona DVD](#) ~ Scarlett Johansson

**En stock.**

Expédié et vendu par **Amazon.fr**.

Livraison gratuite à partir de EUR 20 d'achats. [Détails](#)

#### Qu'achètent les clients après avoir consulté cet article ?

	<b>84%</b> achètent l'article présenté sur cette page : Whatever works ★★★★★ (6) EUR 9,99
	<b>6%</b> achètent <a href="#">Vicky Cristina Barcelona</a> ★★★★★ (14) EUR 12,99
	<b>4%</b> achètent <a href="#">Etretintes brisées</a> ★★★★★ (5) EUR 15,49
	<b>3%</b> achètent <a href="#">Good morning England</a> ★★★★★ (25) EUR 12,99

[Découvrez des articles similaires](#)

FIGURE 1-4 La publicité comportementale d'Amazon

**CAS D'ÉTUDE** Quand on peut vendre ses propres données...

À Bracknell Forest, au Royaume-Uni, le chef du conseil a proposé aux 45 000 habitants de vendre aux entreprises intéressées les données personnelles collectées par la municipalité, comme les livres empruntés à la bibliothèque, mais aussi les revenus et les indications familiales, et ce dans le but de diminuer les impôts.

Cela permettrait aux annonceurs de cibler leur publipostage « pour qu'il cesse d'être ennuyeux », a-t-il déclaré, ajoutant : « Le courrier indésirable, s'il est mieux ciblé, n'est plus indésirable. »

Seules les données concernant les personnes volontaires seront vendues.

Source : *The Register*, 4 octobre 2006.

Ainsi, l'économie du Web, et en particulier du Web gratuit, fonctionne en très grande partie grâce à la monétisation de vos propres données personnelles. Comme nos exemples le montreront tout au long de ce livre, vous seul possédez ces informations et personne ne peut vous les soutirer de force. Vous pouvez naviguer sur le Web sans laisser la moindre trace si vous le souhaitez. Vous pouvez également surfer sans paranoïa, mais avec lucidité, et réfléchir à ce que vous y faites et aux conséquences que cela aura.

**POUR EN SAVOIR PLUS** Quelques références

L'ensemble des liens hypertextes proposés dans ce livre peuvent être retrouvés sur le site suivant :

▶ <http://www.limsi.fr/~xtannier/internet/>

*Les sites Internet à contenu gratuit sont-ils un modèle économique viable ?*, Jérôme Guyonnet, 2006.

▶ <http://guyonnet.jerome.free.fr/index.php/memoire-les-sites-internet-a-contenu-gratuit-sont-ils-un-modele-economique-viable>

*La publicité ciblée en ligne*, rapport de la Cnil présenté le 9 février 2009 par M. Peyrat.

▶ [http://www.cnil.fr/fileadmin/documents/La\\_CNIL/actualite/Publicite\\_Ciblee\\_rapport\\_VD.pdf](http://www.cnil.fr/fileadmin/documents/La_CNIL/actualite/Publicite_Ciblee_rapport_VD.pdf)

📖 Olivier Bomsel, *Gratuit ! : Du déploiement de l'économie numérique*, Gallimard, 2007.

📖 Djamschid Assadi, *Les 7 modèles économiques d'Internet*, Gualino Éditeur, 2004.

📖 Anne-Sophie Peron Verloove, *Internet dix ans après : où en sommes-nous ?*, Éditions de L'Hèbe, mars 2010.

**OUTILS Comment se débarrasser des publicités ?**

Il est possible d'éviter de nombreuses publicités, ciblées ou pas. Tout d'abord, tous les navigateurs récents ont une option permettant de supprimer les pop-ups, ces fenêtres publicitaires qui apparaissent pendant votre navigation alors que vous n'avez rien demandé.

Les autres outils sont plutôt réservés aux utilisateurs du navigateur Firefox.

- L'extension\* Adblock Plus la plus utilisée, elle supprime la très grande majorité des publicités classiques.
  - ▶ <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/1865>
- L'extension Boost pour Facebook permet entre autres de supprimer les publicités sur Facebook.
  - ▶ <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/3120>
- L'extension Customize Google supprime les liens sponsorisés et les publicités comportementales de Google.
  - ▶ <https://addons.mozilla.org/fr/firefox/addon/743>

Pour les autres navigateurs, le logiciel Proxomitron permet de filtrer le trafic et de bloquer tout ce que l'on souhaite. Son utilisation est malheureusement un peu plus complexe.

- ▶ <http://www.proxomitron.info/>