



Le modèle publicitaire en ligne et ses dérives

Sylvain Steer, bénévole au CECIL

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

1

Centre d'étude à la citoyenneté
l'informatisation et les libertés



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

2

Qu'est ce que la gratuité ?

- TLF « Caractère de ce qui est fait ou donné, de ce dont on peut profiter sans contrepartie pécuniaire. »

- Larousse :

« 1/ Qui est fait ou donné sans qu'il en coûte rien, dont on jouit sans payer ;
2/ Qui est accordé d'une manière désintéressée ; »

« Si c'est gratuit, c'est sans contrepartie » ?

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

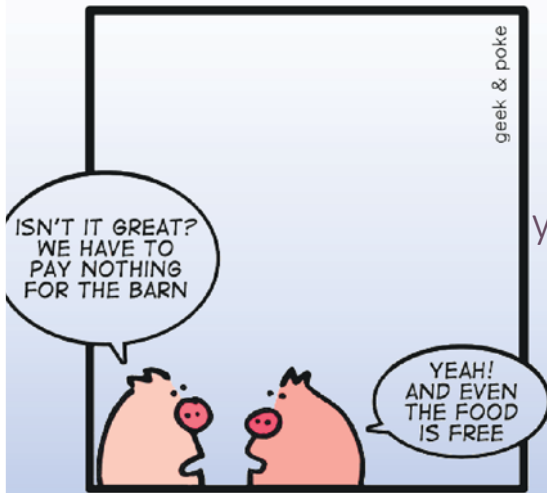
3

Internet, qu'est ce que c'est ?



SySt – Licence Creative Commons : BY - SA

Si c'est gratuit...



If you are not paying for it,
you're not the customer;
you're the product being sold

Andrew Lewis
(aka blue_beetle)

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

5

Ce n'est pas gratuit,
Nous sommes les produits.



Un paiement indirect, mais un paiement quand même !

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

6

« Le pêché originel d'Internet »
E. Zuckerman, 14 août 2014



« L'état de déchéance de notre internet
est une conséquence directe,
involontaire de choisir la publicité
comme modèle par défaut pour les
contenus et services en ligne. »

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

7

La publicité

« La publicité est une forme de communication de
masse, dont le but est de fixer l'attention d'une cible
visée (consommateur, utilisateur, usager, électeur, etc.)
afin de l'inciter à adopter un comportement souhaité :
achat d'un produit, élection d'une personnalité
politique, incitation à l'économie d'énergie, etc. »
fr.wikipedia.org/wiki/Publicité

TLF : « **Action, fait de promouvoir** la vente d'un produit
en **exerçant sur le public une influence, une action
psychologique afin de créer en lui des besoins, des
désirs** ; ensemble des moyens employés pour
promouvoir un produit »



Licence Creative Commons BY - SA

8

Pas de confusion

- La publicité n'est pas (même si on le fait croire) :
La communication
L'information
- La publicité est à sens unique / sans interaction réelle : voie descendante (pas une « communication »)
- Il est possible « d'informer » sans « inciter » (même si les barrières sont floues)
- À l'échelle d'une société, la publicité est un acte de paiement différé, le coût est payé quoi qu'il arrive.



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

9

Vivre de la publicité

Patrick Le Lay, PDG de TF1 en 2004

"Il y a beaucoup de façons de parler de la télévision. Mais dans une perspective « business », soyons réaliste : à la base, **le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit** (...).

Or pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. **Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible** (...).

Rien n'est plus difficile que d'obtenir cette disponibilité. C'est là que se trouve le changement permanent. Il faut chercher en permanence les programmes qui marchent, suivre les modes, **surfer sur les tendances, dans un contexte où l'information s'accélère, se multiplie et se banalise.**"



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

10

Les problèmes de la publicité

- Création de besoins et les conséquences notamment environnementales et sociales qui les accompagnent (nouvel Iphone, voiture...)
- Propagande politique, liens de contrôle des médias, impact démocratique notable...
- Tuer la pensée / l'esprit critique :
 - Des plus jeunes
 - Des consommateurs
 - Des personnes dépendantes des revenus publicitaires
- Polluer nos imaginaires : reproduction et renforcement des normes dominantes : racisme, sexisme, spécisme, consumérisme...



Licence Creative Commons BY - SA

« La publicité ça ne marche pas sur moi ! »

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

12

Si... comme tout le monde vous êtes affecté·es par la publicité

Think You're Immune to Advertising? Think Again

Benjamin Kessler, Asia Editor and Digital Manager, and Steven Sweldens, INSEAD Distinguished Research Fellow | January 30, 2018

With literally thousands of ads hitting us every day, it's impossible to avoid being influenced.

SySt – Licence Creative Commons BY - SA



Pause musicale



« Marre de regarder la télé car la télé ne nous regarde pas
Et ils nous parlent de consommer plus à Noël
Si ils le pouvaient, ils nous mettraient même des spots de pub dans nos rêves
Même cette vie devient commerce, entre risque et ristourne
Va dire aux commères que je veux vivre de mes disques et de mes discours »

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

14

La publicité en ligne



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

15

« Le pêché originel d'Internet » E. Zuckerman, 14 août 2014



« L'état de déchéance de notre internet est une conséquence directe, involontaire de choisir la publicité comme modèle par défaut pour les contenus et services en ligne. »

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

16

Les problèmes de la publicité en ligne

Des conséquences du modèle publicitaire en ligne :

Résumé d'H. Guillaud :

- développement de la surveillance ;
- le développement d'une information qui vise à vous faire cliquer, plutôt qu'à vous faire réfléchir ou à vous engager en tant que citoyens ;
- favoriser la centralisation pour atteindre un public toujours plus large avec les conséquences de cette centralisation (poids des plateformes, dépendance...)
- conduire à l'isolement idéologique (propagande personnalisée, bulle de filtre...)

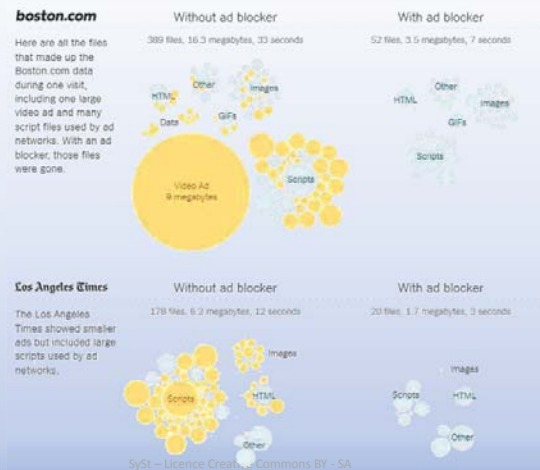
Les problèmes de la publicité en ligne

- Coût environnemental
- Coût en terme de confiance et de dépendance :
 - Impact sur la sécurité : appel vers ou exécution d'éléments de code d'un prestataire publicitaire
 - Impact sur la possibilité même de responsabilité
 - Absence de maîtrise réelle sur le « contenu » des publicités

+ alourdir les sites sans raisons / coût écologique des données

• New York Times : The Cost of Mobile Ads on 50 News Websites

• By [GREGOR AISCH](#),
[WILSON ANDREWS](#)
and [JOSH KELLER](#)
OCT. 1, 2015



Zeynep Tufekci

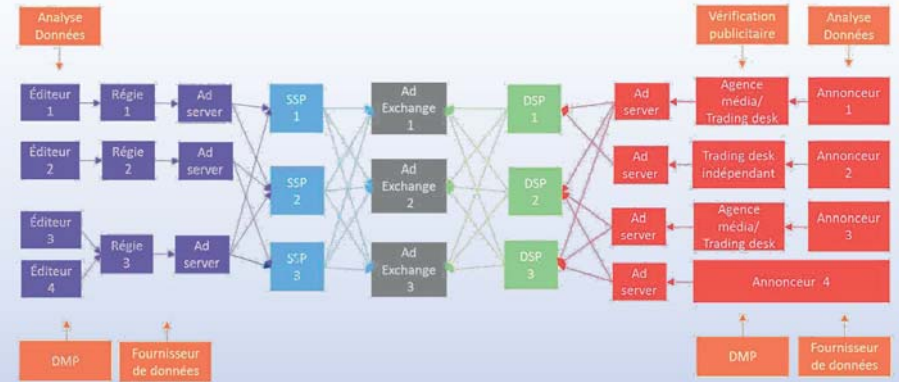
Le profilage est la publicité

- Bruce Schneier, la surveillance est le modèle d'affaires d'internet
- Une évolution « logique » dans « l'économie de l'attention » :
toujours plus de pub => puis des pubs toujours plus « efficaces »
- La publicité est le principal moteur des formes de surveillance privée
La publicité FINANCE les outils de surveillance
- Si les outils existent : ils seront utilisés
- Même logique : le consommateur est une cible

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

21

Panorama des acteurs du secteur de la publicité sur internet ⁴⁹



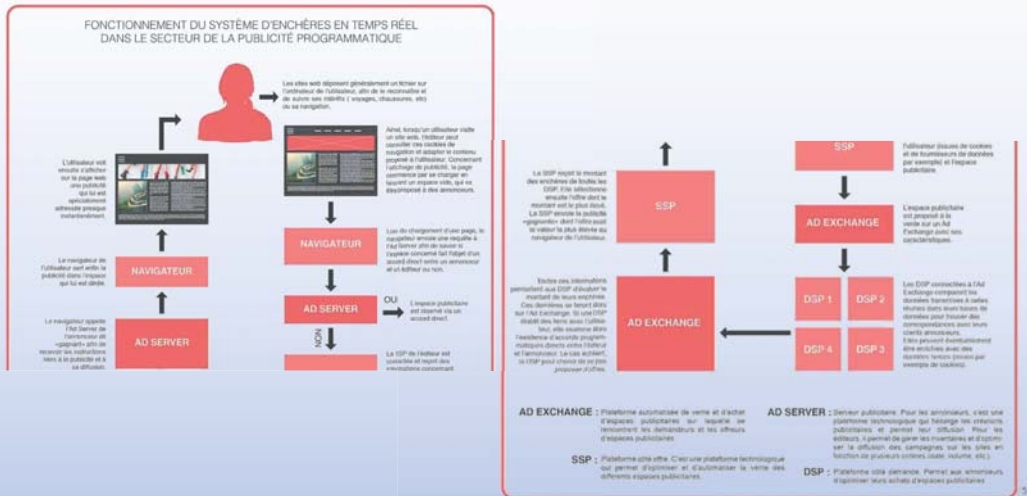
⁴⁹ Source : Autorité de la concurrence.

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

22

22

24. Le fonctionnement des enchères fait intervenir plusieurs acteurs qui interagissent dans le cadre d'un processus dont la durée est inférieure à 100 millisecondes, et qui est décrit dans la représentation schématisée ci-après.



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

23

⁵⁰ Source : Autorité de la concurrence.

« La surveillance en ligne ce n'est pas grave... »

Je n'ai rien à cacher de toute façon !



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

24

Les problèmes de la surveillance

Dire que l'on se fiche du droit à la vie privée sous prétexte que l'on n'a rien à cacher serait comme déclarer que l'on se fiche du droit à la liberté d'expression sous prétexte que l'on n'a rien à dire.



EDWARD SNOWDEN

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

25

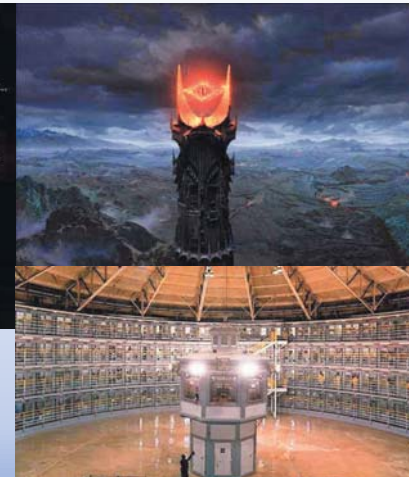


Surveillance = contrôle
Savoir = Pouvoir



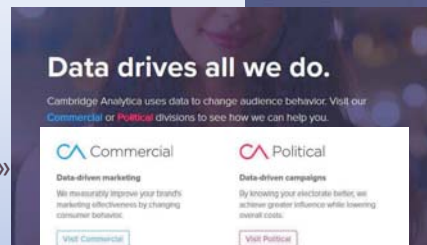
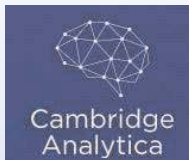
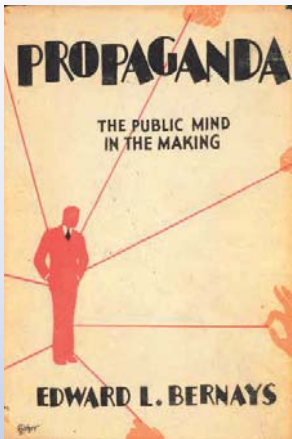
TOUT COMME LE PÉTROLE CONDUIT AU RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE...
LES DONNÉES CONDUISENT AU REFROIDISSEMENT SOCIAL

SySt – Licence Creative Commons BY - SA



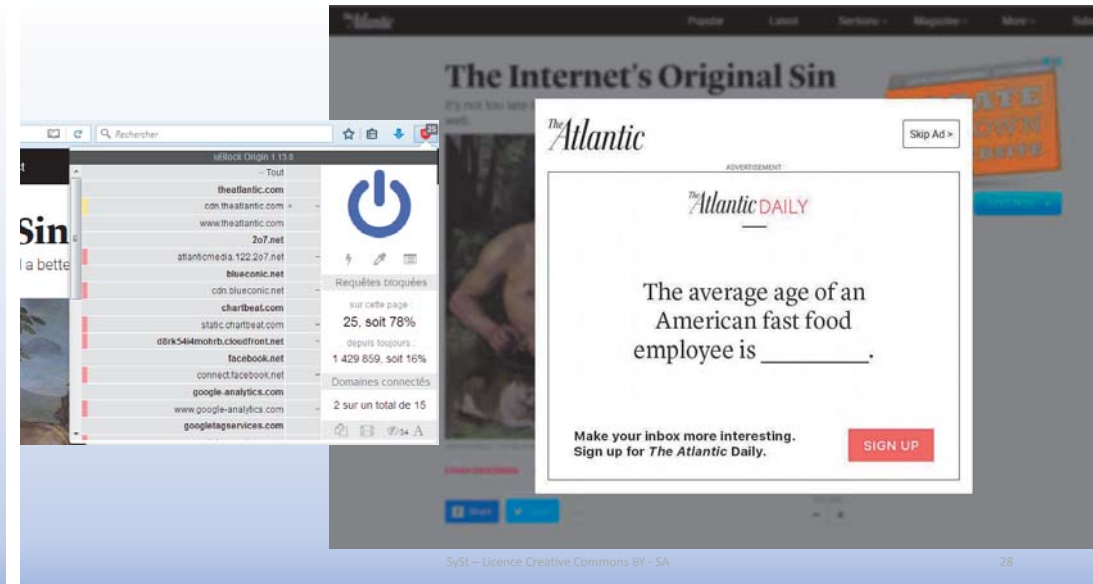
Les problèmes démocratiques

- Le passage de la publicité à la propagande Cambridge Analytica et consorts
- Le PPP de la surveillance publicitaire
- Avancée des neurosciences : de nouvelles atteintes
- Manipulation des émotions, FB, OkCupid
- Volontés poussées d'interconnexion « en ligne – hors ligne »



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

27

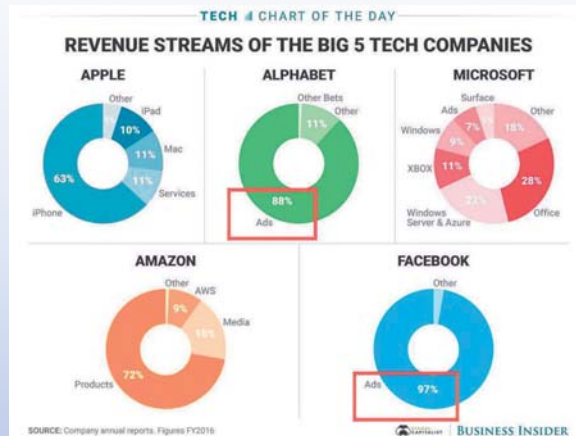


SySt – Licence Creative Commons BY - SA

28

Les deux géantes : Google et Facebook

La source de revenus : la pub

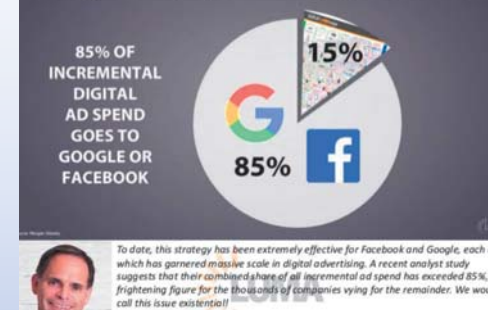


SySt – Licence Creative Commons BY - SA

29

Les deux géantes : Google et Facebook

The Digital Duopoly is Challenging for the Rest



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

30

Pause musicale



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

31

Un choix ?

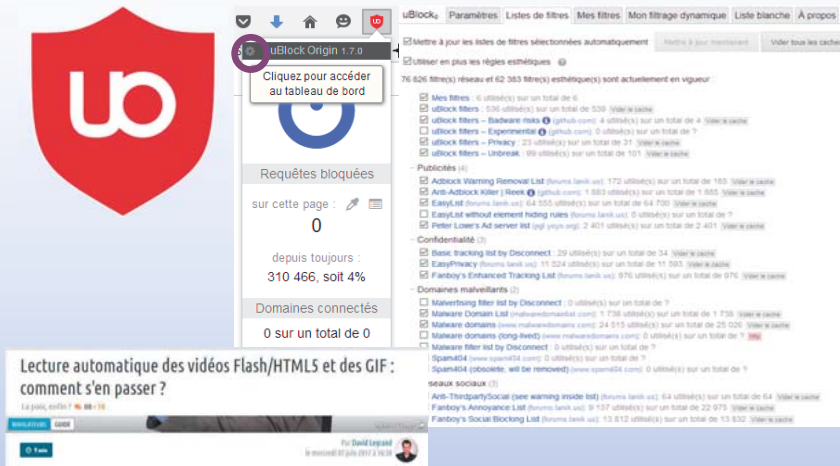
- Internet est un bien commun
- En ligne, La publicité s'est imposée comme le seul modèle de financement de la presse, des contenus culturels et d'une partie des infrastructures...
- Un autre modèle est-il possible ?
- Faire reconnaître la « liberté de réception », composante de la liberté d'opinion / d'expression



Licence Creative Commons BY - SA

32

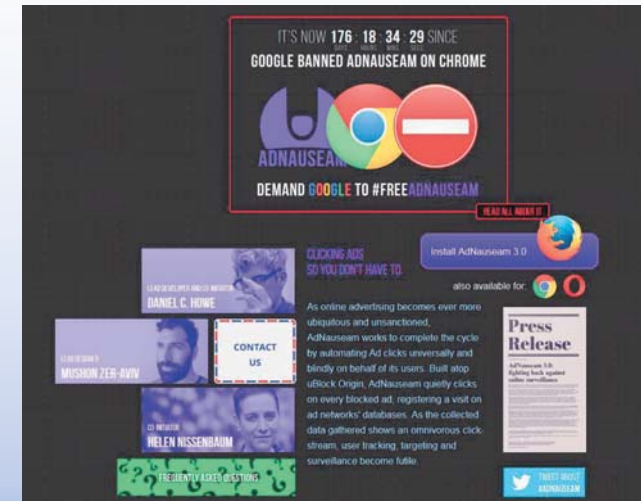
Des solutions individuelles



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

33

D'autres voies...



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

34

Les réactions des services



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

35

Des réactions des services



- Anti bloqueur de pub
- « Sensibilisation »
- Dégradation du service
 - Culpabilisation
 - Guerre technique



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

36

Des réactions justifiables ?

Ces 91 200 pixels sont censés former un espace publicitaire.

Vous pouvez lire ce texte si :

- L'étoile noire a défilé notre CSS
- Les pixels se sont faits voler par le Sorcier
- Vous êtes dans une galerie fantôme et les médias vivent enfin sans publicité
- Vous utilisez Adblock

QU'IMPORTE, NOUS VOUS SOUHAITONS UNE BONNE LECTURE.



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

37

Des réactions illégales

La « publicité contenu » (publireportage)



- Chapitre II : La publicité par voie électronique.

Article 20 LCEN

- Toute publicité, sous quelque forme que ce soit, accessible par un service de communication au public en ligne, **doit pouvoir être clairement identifiée comme telle. Elle doit rendre clairement identifiable la personne physique ou morale pour le compte de laquelle elle est réalisée.**
- L'alinéa précédent s'applique sans préjudice des dispositions réprimant les pratiques commerciales trompeuses prévues à l'article L. 121-1 du code de la consommation.

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

38

Un sous combat à gagner ?

Garder le contrôle sur son « ordinateur universel / à usage général »



SySt – Licence Creative Commons BY - SA

40

L. Chemla, Si vous êtes le produit, ce n'est pas gratuit, 17/08/16

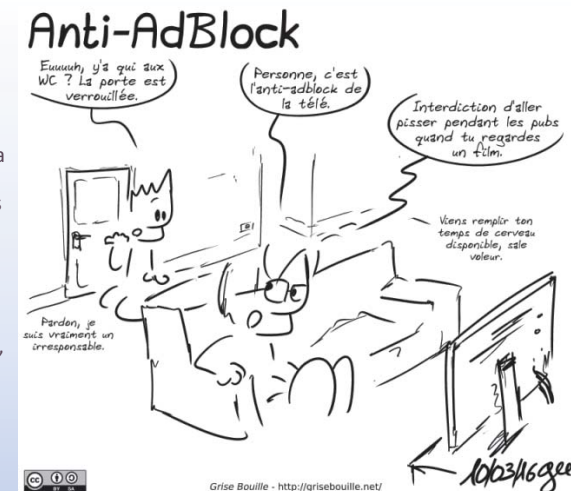
« Vivre de la garantie que la campagne de publicité de ses clients sera affichée, et vue, et rapporter combien l'ont vue, en usant pour ce faire de ce qu'il faut bien appeler de l'espionnage (les cookies tiers, la détection des ad-blockers, la mise en pause d'une vidéo si vous passez à un autre onglet...), ce n'est pas la même chose.

Et c'est absolument, définitivement, totalement inacceptable.

Alors cessez de l'accepter. Et allez voir ailleurs. Les contenus passionnants ne manquent pas, sur le Web, qui n'utilisent aucune de ces techniques.

Il en existe même des gratuits.

C'est vous qui choisissez le monde dans lequel vous voulez vivre. »



Grise Bouille - <http://grisebouille.net/>

SySt – Licence Creative Commons BY - SA

41

Le véritable enjeu ?

En finir avec le mythe du « Gratuit »

L'enjeu éthique

Ne pas être manipulés.
Que l'on nous vende, directement, des biens ou des services pour ce qu'ils valent...
Reprendre le contrôle sur notre information,
notre compréhension du monde.

Arrêtons d'être les produits !

Un vrai problème ?

La concurrence clairement faussée entre
l'« apparence du gratuit » et les solutions payantes...

La liberté pas « l'apparence de gratuité »



VS



L'apparence de gratuité, un trou noir



Un « vrai » prix à accepter

Tristan Nitot :

« J'ai fait le calcul : compte tenu du nombre d'utilisateurs de Facebook, et des coûts pour faire fonctionner le service, cela coûte 5 € ou 6\$ par utilisateur et par an. C'est de l'arnaque ! Ce sont des choses qui brillent mais qui ne valent rien. Il faut être conscient de ce déséquilibre. »

Combien coûterait internet sans pub ?

En 2014, le *Washington Post* avait estimé à 56 euros par an le coût d'un internet sans neutralité, où tous les services seraient payants. Somme à laquelle s'ajoute le prix du fournisseur d'accès (environ 200 euros par an pour une box ADSL simple SFR). Et aujourd'hui ? Si on divise les dépenses totales de publicité digitale en France (4 milliards d'euros) par le nombre d'internautes français (52 millions en 2017 selon Médiamétrie), on peut estimer ce qu'il faudrait financer pour obtenir le même niveau de service. Soit 80 euros par an. Au total, avec le fournisseur d'accès, on arrive à 282 euros par an.

46


« J'ai fait le calcul : compte tenu du nombre d'utilisateurs de Facebook, et des coûts pour faire fonctionner le service, cela coûte 5 € ou 6\$ par utilisateur et par an. C'est de l'arnaque ! Ce sont des choses qui brillent mais qui ne valent rien. Il faut être conscient de ce déséquilibre. »

En 2014, le *Washington Post* avait estimé à 56 euros par an le coût d'un internet sans neutralité, où tous les services seraient payants. Somme à laquelle s'ajoute le prix du fournisseur d'accès (environ 200 euros par an pour une box ADSL simple SFR). Et aujourd'hui ? Si on divise les dépenses totales de publicité digitale en France (4 milliards d'euros) par le nombre d'internautes français (52 millions en 2017 selon Médiamétrie), on peut estimer ce qu'il faudrait financer pour obtenir le même niveau de service. Soit 80 euros par an. Au total, avec le fournisseur d'accès, on arrive à 282 euros par an.

41

Je propose une version payante : Des pistes pour payer ?

Impôts, donations, payer à la consommation, abonnements...



La Presse
LIBRE

COMPOSEZ VOTRE ABONNEMENT

Si vous avez choisi au moins deux de nos partenaires, vous bénéficiez d'un tarif réduit !
Veuillez choisir le ou les sites auxquels vous voulez vous abonner :

<input type="checkbox"/> NEXTIMPACT	5€ mensuel	<input type="checkbox"/> Alternatives Economiques	5€ mensuel
<input type="checkbox"/> DROIT SUR IMAGES	4€ mensuel	<input type="checkbox"/> gamekult	4,9€ mensuel
<input type="checkbox"/> HORS-SERIE	3€ mensuel	<input type="checkbox"/> NOWIFE	5€ mensuel

Mastodon est un réseau social. Twitter et Facebook sont des réseaux publicitaires. Ne nous y trompons plus.

Stéphane Bortzmeyer a retweeted

R8uzz @R8uzz · 3 h
@agquarx @torproject @Sci_Hub darknet is the new web. No ads, pure content. Wins all.

[Afficher la conversation](#)

[Daniel Mennerich](#). Ce texte est a été publié grâce à votre soutien sur [Tipeee](#), [Paypal](#) et [Liberapay](#). Je suis [@ploum](#), blogueur, écrivain et futurologue. Vous pouvez me suivre sur [Facebook](#), [Mastodon](#) ou [me contacter](#).

Mastodon est un réseau social. Twitter et Facebook sont des réseaux publicitaires. Ne nous y trompons plus.

Stéphane Bortzmeyer a retweeté

R8uzz @R8uzz · 3 h
 @agguarx @torproject @Sci_Hub darknet is the new web. No ads, pure content.
 Wins all.

6 6 ...

Afficher la conversation

Daniel Mennerich. Ce texte est a été publié grâce à votre soutien sur Tipeee, Paypal et Liberapay. Je suis @ploum, blogueur, écrivain et futurologue. Vous pouvez me suivre sur Facebook, Mastodon ou me contacter.

41

Le soutien / mécénat / don

- Intermédiaires de dons
 - lp
 - tippee.com
 - Flattr
- Financement participatif
- Financement coopératif aux niveaux de plateformes éthiques (La chaine citoyenne ? Framatube ?...)
- Don direct et cryptomonnaie ?

Licence Creative Commons BY - SA

48

Financement participatif

Financement coopératif aux niveaux de plateformes éthiques (La chaîne citoyenne ? Framatube ?...)

Don direct et cryptomonnaie ?

Attention à rester vigilant...





Acheter un abonnement pour supprimer les annonces sur le Web

En association avec votre compte Google, l'abonnement Contributor permet de supprimer les annonces des sites participants.

[ACHETER VOTRE ABONNEMENT](#)

La surveillance... sans la publicité... même en payant ! 😊

Who pays for us to browse the web? Be wary of Google's latest answer
[Evgeny Morozov](#)

Internet giants are exploring new ways to make cash from their users, but harvesting our data remains key to their strategy

La surveillance...
sans la publicité...
même en payant ! 😊

Who pays for us to browse the web? Be wary of Google's latest answer
Eygeny Morozov

Internet giants are exploring new ways to raise cash from their users, but harvesting our data remains key to their strategy

! La vie privée ne doit pas être un luxe !

- La vie privée est un droit fondamental, elle ne devrait pas être « monnayée »
- Idem pour le droit à l'information et une certaine forme de liberté de réception : le droit à ne pas avoir ses pensées et réflexions « parasitées »

Attention à l'exclusion par le prix !

- Les solutions et équilibres ne sont pas évidents.
- En attendant des modèles mixtes (ex. version payante sans pub avec éventuel mécénat) peuvent être développés.



Nos regards ne sont pas à vendre !

Une éthique à rechercher côté production

- Limiter son recours personnel à des services publicitaires
- Réfléchir réellement aux besoins et au rapport coût/avantage d'un service publicitaire
- Pas facile, mais faire des efforts quand l'on a recours à des services publicitaires : proposer des alternatives !

Exemple : à la place de Youtube : héberger les vidéos directement sur ses serveurs (YunoHost, NextCloud), Vimeo, Frama-Peertube...



Licence Creative Commons BY - SA

51

Des combats légaux, des assos à soutenir



Application du Règlement général à la protection des données, respect du consentement, règlement e-privacy, respect du droit de la consommation...

Licence Creative Commons BY - SA

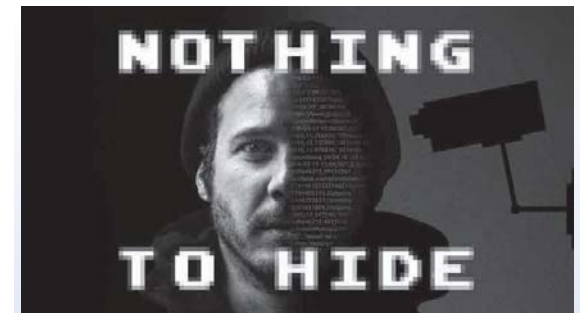
52

GUIDE DE SURVIE à destination DES AVENTURIERS D'INTERNET

ou comment protéger ses libertés
en milieu numérique "hostile"



Le CECIL
Libre des droits de l'Homme



Projection-débat le 11 avril 2018 (~20h30)
au grenier à Sel de Trappes, organisée par
les Bobines Alternatives de Dédale
Avec Zenzla Root66 et Syst LQDN/CECIL

Licence Creative Commons BY - SA

53