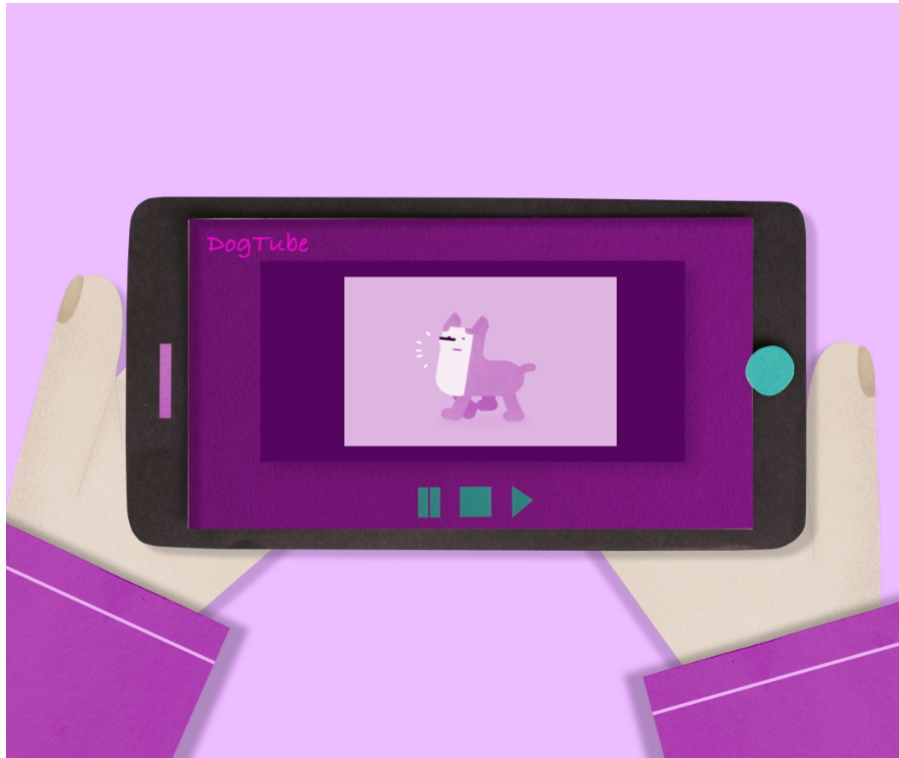




Emma & Momentum

Vidéo 2: Publicité



Thèmes traités

Momentum utilise les données d'Emma d'une part pour offrir un service individualisé, d'autre part pour lui montrer des **publicités**. Les paiements des annonceurs représentent le principal revenu de Momentum.

Grâce aux données collectées, les applications peuvent **personnaliser les publicités** selon les goûts de l'utilisateur: seulement les vrais clients potentiels verront les annonces pertinentes. Cela rend la publicité beaucoup plus efficace. De cela profite à la fois l'annonceur et l'utilisateur.

Les applications digitales collectent les données des utilisateurs à travers les recherches effectuées, mémorisant les « posts » vus, « likés » et publiés, la participation à des concours et des sondages, ainsi que par le biais de **cookies** (chaînes de texte relatives à nos préférences de navigation).

Éléments de discussion

Qui peut voir nos données personnelles?



Cela dépend des conditions d'utilisation de chaque application (voir vidéo 4), mais en général nous pouvons décider à quelles personnes nous autorisons l'accès à travers les paramètres de confidentialité des différentes applications.

Attention soyez prudents: les propriétaires des applications (Facebook est propriétaire d'Instagram et Whatsapp; Google, mais aussi Amazon, Apple ou La Epic Games) ont accès à nos données, et dans certains cas, ils ont le droit de les vendre ou de les transmettre à d'autres, par exemple à des fins publicitaires.

Nos données personnelles sont-elles précieuses? Combien valent-elles?

Nous avons tendance à penser que les données qui nous concernent sont de peu d'intérêt et qu'elles n'ont aucune valeur économique. Mais ce n'est pas vrai! Si elles sont associées aux données d'autrui et utilisées à des fins publicitaires, les données peuvent avoir une grande valeur (selon le calculateur du Financial Times).

La plus grande partie du chiffre d'affaires des géants du numérique comme Facebook et Google (qui font partie des entreprises ayant le taux de bourse le plus élevé au monde) provient en réalité de la publicité.

Pourquoi la publicité en ligne fonctionne?

Par rapport à la publicité traditionnelle (par exemple les panneaux d'affichage), la publicité en ligne est plus ciblée et permet de sélectionner le public. Donc avec un investissement mineur il est possible d'atteindre plus de personnes intéressées.

Toutes les entreprises numériques utilisent-elles nos données personnelles pour faire de la publicité ?

Non, heureusement il existe d'autres modèles d'économie! Dans de nombreux cas, nous pouvons choisir des alternatives qui ne reposent pas sur l'exploitation de nos données personnelles.

Voici quelques exemples:

- *Duckduckgo.com* est un moteur de recherche qui, contrairement à Google, ne suit pas les recherches et les choix des utilisateurs et ne fait pas de profilage.
- *Firefox* est le browser de *Mozilla*, fondation qui ne vend pas de données et qui est financée par des dons;
- *Signal* est un service de messagerie alternatif à *Whatsapp* et qui est géré par une fondation financée par des dons;
- *Telegram* est aussi un service de messagerie qui ne collecte pas de données publicitaires. Elle appartient à un particulier.
- Les services payant, tels que *Netflix* ou les jeux vidéo par abonnement, généralement ne vendent pas les données aux annonceurs, car ils gagnent de l'argent grâce à des abonnements ou des achats.



Mais il est clair que nous mettons tellement de données personnelles sur les réseaux sociaux, que la tentation de les utiliser à des fins publicitaires est très forte...

Activités en classe

Quelle publicité voyons-nous ?

Les élèves d'une classe sont souvent connectés les uns aux autres sur les réseaux sociaux, ils parlent généralement la même langue, ils vivent proches les uns des autres (peut-être en groupe) et partagent les mêmes intérêts. Souvent ils ne réalisent pas qu'ils sont dans la même « bulle » sur les réseaux sociaux parce qu'ils voient les mêmes annonces.

Il peut être intéressant d'essayer de collecter les publicités que l'on rencontre pendant une semaine sur le net (peut-être en impliquant d'autres enseignants et/ou des parents, à travers les élèves), à la fois parce que vous pourrez vous rendre compte combien il y en a, et parce que vous pourrez alors les comparer pour voir les effets des algorithmes de profilage.

Combien d'argent circule?

Il peut être utile de se faire une idée du volume d'affaires des géants du digital avec qui nous interagissons au quotidien. Facebook - qui possède aussi Instagram et WhatsApp - a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires de 86 milliards de dollars. Le 95% de ce chiffre est dérivé de la publicité. Facebook est en effet coté en bourse en tant qu'agence de publicité et non en tant qu'une entreprise informatique. Google a réalisé en 2020 un chiffre d'affaires égal à 182 milliards de dollars dont environ 85% proviennent des revenus publicitaires. A titre de comparaison, le PIB du Portugal a la même valeur. Pour faire une comparaison, le budget du Canton du Tessin est d'environ 4 milliards de CHF par an. La croissance annuelle de ces entreprises au cours des dernières années a été d'environ 20%.

Comment fonctionnent les algorithmes de personnalisation?

Cette activité pédagogique, créée par le projet MAPAW, est d'une durée de 1 unité didactique, permet d'essayer de « devenir Google » et de sélectionner les résultats de la recherche effectuée avec les mêmes mot-clé par différents utilisateurs. Pratiquement c'est un moyen pour réaliser les effets que nos profils numériques ont sur les services en ligne que nous utilisons.

<https://www.protectyourdata.ch/2021/05/30/attivita-toro/>



Combien valent mes données?

Les données individuelles ont donc une valeur économique importante. Cette valeur augmente si l'utilisateur a des caractéristiques rares, comme une situation particulière, une maladie, etc. Le *Financial Times* a publié en 2016 un calculateur qui estime la valeur des données d'un utilisateur en fonction de ses caractéristiques.

Les valeurs sont obsolètes mais cela donne une idée de la variation de la valeur de nos données:

<https://www.protectyourdata.ch/2021/01/14/how-much-is-your-personal-data-worth/>