




II. Modèle économique des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont inventé un modèle économique qui a bouleversé Internet. Alors qu'au début tous les services étaient payants (moteurs de recherche, emails, ...), ils sont devenus en apparence gratuits.

1) Source des revenus des réseaux sociaux

Profits générés par les réseaux sociaux (en milliard de dollars)

2017	CA	Revenus publicitaires
	2,4	2,21
	40,6	39,9
	109,7	79,8
	0,825	0,774

Source : Statistat.com

Quelle est la première source de revenus des réseaux sociaux ?

La publicité

Quel pourcentage du chiffre d'affaire cette source de revenus représente-t-elle pour Facebook ?

$39,9/40,6 \approx 0,983$ donc cela représente 98% du chiffre d'affaire

Google, qui a vu son réseau social Google + disparaître en 2019 faute de succès, est l'un des meilleurs exemples de services gratuits très rentables. Alors que son moteur de recherche surpasse, sa messagerie, ses cartes ne coûtent rien, comment fait-il pour gagner autant d'argent ?

La réponse : « Google Ads ». Une publicité qui tombe pile poil au bon moment.

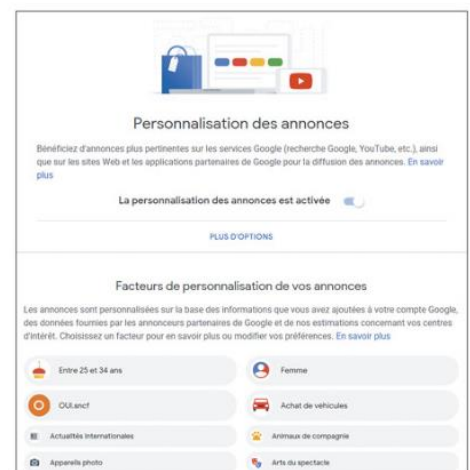
Différentes publicités :

- **La publicité personnalisée** : Le modèle d'une paire de chaussure affichée sur votre réseau social ne sera pas le même si vous êtes un homme ou une femme ou si vous êtes jeune ou âgé.
- **La publicité contextuelle** : Si vous êtes en train de rechercher des informations sur des lave-vaisselles, au même moment, des publicités concernant des lave-vaisselles s'affichent sur votre réseau social (Merci les Cookies)
- **La publicité comportementale** : Sur une durée d'un mois, si vous avez partagé un article sur les eaux minérales, publié des commentaires sur les bienfaits des cures thermales et fait des recherches sur des produits bios, vous serez sollicités par des publicités diverses consacrées au bien-être et à la santé.

Rappelez-vous : « Si c'est gratuit, c'est vous le produit ». En effet entre 30 et 55€ de publicité par an. Voilà ce que peut rapporter un internaute à tous les moteurs de recherche qu'il utilise. Pour Google c'est une activité rentable puisqu'elle lui procure plus de 70 milliards de dollars de recette par an.

<https://adesias.fr/animation/adesias-si-c-est-gratuit-vous-etes-le-produit/-u658>

Source : Florence Pinaud , #MaVieSousAlgorithmes



Comment les données collectées par les réseaux sociaux sont-elles utilisées ?

En proposant aux utilisateurs des publicités ciblées à leur profil.

La publicité est-elle la seule source de revenus des réseaux sociaux ?

Non. Par exemple, certains réseaux sociaux comme YouTube proposent des abonnements « premium » permettant de supprimer la publicité.

2) Collecte des données des utilisateurs

Que signifie la phrase « Si c'est gratuit, c'est vous le produit » ?

Le fait que le service (le réseau social) soit gratuit implique que ce dernier va utiliser les informations que je partage ou donne pour financer le service.

Comment les réseaux sociaux récoltent-ils des données sur vous ?

- Car vous les donner volontairement
- Grâce aux pages ou personnes que vous suivez
- Grâce aux vidéos ou photos que vous regardez
- Grâce au cookies

3) L'exemple de Snapchat

Pour savoir ce qu'un réseau social fait de vos données, vous pouvez consulter les conditions générales d'utilisation (CGU) et leur politique de confidentialité.

Se connecter sur la page relative à la politique de confidentialité de Snapchat (<https://www.snap.com/fr-FR/privacy/privacy-policy/>) puis compléter le tableau suivant :



Données personnelles collectées	Données non personnelles collectées
<ul style="list-style-type: none">• Informations de connexion (numéro, fournisseur d'accès ...)• Répertoires• Localisation• Filtres utilisés• Nombre de messages échangés• Recherches effectuées• Informations issues du microphone	<ul style="list-style-type: none">• Informations sur l'appareil photo• Informations sur les écouteurs connectés ou non

Combien de temps les données sont-elles conservées ?

- *Photos : jusqu'à ce que tout le monde les ait vues.*
- *Informations sur le compte : indéfiniment.*
- *Informations de géolocalisation : durée limitée (40 jours).*

Avec qui Snapchat peut-il partager vos données ?

Avec les autres snapchatteurs, avec le grand public, avec ses sociétés affiliées, avec des tiers (partenaires commerciaux, justice, ...)