

L'utilisation des réseaux sociaux est généralement gratuite pour les usagers. Cependant, les entreprises propriétaires des réseaux sociaux génèrent des bénéfices très importants.

Cela amène à se demander **comment les réseaux sociaux sont-ils financés ?**

A partir de l'ensemble des documents et vidéo disponibles, répondez aux questions suivantes.

- 1- Expliquez avec vos mots à vous ce que sont :
 - a. Les contenus ou post sponsorisés et comment ils font gagner de l'argent aux réseaux sociaux
 - b. Le ciblage publicitaire et comment il fait gagner de l'argent aux réseaux sociaux
 - c. La tarification dynamique et comment elle fait gagner de l'argent aux réseaux sociaux
- 2- Expliquez le proverbe suivant : « Si c'est gratuit, c'est vous le produit » .
- 3- Quelles méthodes sont utilisées par les réseaux sociaux pour récupérer des données personnelles vous concernant ?
- 4- Comment peut-on protéger ses données ?

DOCUMENT 1 : Revenus publicitaires de quelques médias sociaux.

CA : Chiffre d'affaire total

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

Source : *statica.com*

DOCUMENT 2 : Principales formes de publicité en ligne.



Les principales formes de publicité en ligne

- Le display**
Publicités sous forme d'images ou de vidéos directement incluses dans les pages web.
- Les interstitiels**
Images, vidéos ou liens apparaissant comme des pop-up.
- Les contenus sponsorisés**
Publicités ou post publicitaires transmis à un réseau plus large que le réseau de l'entreprise.
- Les posts sponsorisés**

SOURCE
"Jusqu'où ira la publicité en ligne ?" de Benjamin Lagues
Conception graphique : Gautier Roos / Ina.fr

DOCUMENT 3—Le ciblage publicitaire.

Pour générer des profits, les algorithmes des réseaux sociaux analysent les habitudes et centres d'intérêts des utilisateurs et les mettent en relation avec les publicités d'un annonceur.

Il existe différentes méthodes de collecte des données (sondages, partages, like, cookies, commentaires, ...) qui alimentent des bases de données et permettent au réseau social de profiler les utilisateurs à des fins publicitaires en leur envoyant des publicités ciblées.

Il existe plusieurs types de publicité ciblée :

- **La publicité personnalisée** : Le modèle d'une paire de chaussures affiché sur votre réseau social ne sera pas le même si vous êtes un homme ou une femme, ou si vous êtes jeune ou plus âgé.
- **La publicité contextuelle** : Si vous êtes en train de rechercher des informations sur des lave-vaisselles, au même moment, des publicités concernant les lave-vaisselles s'affichent sur votre réseau social.
- **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 sollicité par des publicités diverses consacrées au bien-être et à la santé.

DOCUMENT 4—: Les données et la tarification

Nous savons depuis longtemps que des sites marchands comme Amazon et des agences de voyage en ligne comme Orbitz ou Expedia modulent leurs prix en fonction de ce qu'ils pensent savoir de nous – notre lieu de résidence, nos revenus, nos achats précédents. Souvent, paradoxalement, les riches paient moins.[...]

Cette tarification dynamique devient de plus en plus complexe et opaque.

Une enseigne britannique, par exemple, teste des étiquettes de prix électronique qui changent selon le client, client qu'elle identifie grâce à son téléphone portable et dont elle connaît les habitudes de consommation.

Facebook dispose peut-être de types de données sur chaque utilisateur, mais le courtier Acxiom en possède et elles sont toutes à vendre pour être agrégées et intégrées au petit bonheur la chance dans des formules qui nous échappent.

Source : S. M. Halpen dans Books, nov.-déc. 2017

DOCUMENT 5— Vidéo

<https://education.francetv.fr/matiere/actualite/premiere/video/l-obscur-business-des-donnees-personnelles>

DOCUMENT 6 – Le modèle du Freemium : Capture d'écran d'une page d'abonnement à un réseau social de musique (et on travaille son anglais, pour faire plaisir à M.Correia !)

The image shows a screenshot of a music service's subscription page with three distinct pricing tiers presented in white boxes against a light grey background. Each tier includes a title, a description, a price, an icon, a list of features, and a call-to-action button.

- Free:** The title is "Free". The description is "Your music is free and instant." and "Completely free". The icon is a laptop with "AD" on it. Features include "Listen on your desktop & laptop" and "Millions of songs — just hit play". A note states "Made possible by ads". The button is "Get Free".
- Unlimited:** The title is "Unlimited". The description is "Unlimited, uninterrupted music." and "\$4.99 a month." The icon is a laptop. Features include "Listen on your desktop & laptop" and "Millions of songs — just hit play". A note states "No ads & no commitment". The button is "Get Unlimited".
- Premium:** The title is "Premium". The description is "Your music is everywhere." and "\$9.99 a month." The icon shows a smartphone, a tablet, a laptop, and a monitor. Features include "Listen on all your devices", "Download music & listen offline", and "No ads & no commitment". The button is "Get Premium".