

Vers un Internet payant ?

C'est devenu une évidence au fil du temps, la gratuité d'Internet est un mirage. Si on ne veut plus que les GAFAM utilisent nos données personnelles pour les monnayer en publicité, le service payant est-il la solution ?

Allez, enfonçons une porte ouverte. Il existe une sorte d'illusion qui laisse à penser qu'Internet est gratuit. Oui, dans la mesure où sur certains sites on clique sur un lien et on accède à diverses informations ou divers services sans déboursier le moindre centime. Mais quiconque ayant un peu de bon sens ou ayant travaillé sur des sites Web sait très bien que rien n'est gratuit et surtout pas l'Internet de 2021 qui est passé sous la coupe de quelques multinationales en finalement peu de temps (à l'échelle humaine). Une sorte d'illusion laisse à penser qu'on peut s'informer et faire plein de choses sur Internet gratuitement. Hormis consulter Wikipedia, c'est faux ou presque. Pour s'en convaincre, essayer de trouver des informations sérieuses gratuites sur le Web français. Très difficile. Et nous avons remarqué que la mise en œuvre du RGPD a été un accélérateur du passage au payant de l'information française. Les sites devant aujourd'hui demander leur accord aux internautes pour qu'ils soient pistés et soumis à de la publicité ciblée, tout le monde répond « non » et voilà nos médias institutionnels privés des maigres revenus publicitaires générés par Internet et Google.

Quantité <> Qualité

Dans une certaine mesure, on pourrait comparer ça à la presse gratuite. Au début des années 2000, toutes les métropoles ont été envahies de quotidiens gratuits. Gratuit dans le sens où ils étaient financés par la publicité. L'aventure fut de courte durée, les rentrées publicitaires étaient trop faibles pour pouvoir maintenir une équipe de rédacteurs. À contrario, Internet ne va pas s'arrêter. Internet n'est pas un titre ou une marque, c'est juste un important réseau permettant de mettre des gens en relation entre eux ou vers des points de consommation. Car finalement, comment utilisons-nous Internet ? Il y a la communication, aujourd'hui quasiment cernaquée par les réseaux sociaux. Rechercher des informations pratiques (horaires de trains, itinéraires, coordonnées, etc.) qui sont



fournies par les institutionnels à des fins utiles. Utiliser des services en ligne (achats, banques, cloud, emails, etc.) qui existent tant que l'entreprise derrière ne fait pas faillite. Et donc la fameuse recherche d'information. Enfin, rechercher des informations plus générales ou plus pointues sur un hobby par exemple. Et qui n'a jamais entendu la phrase « *si la presse se meurt c'est à cause d'Internet* ». Force est de constater aujourd'hui que cette affirmation est fausse. Si la presse se meurt c'est que les gens ne lisent plus ou ne veulent plus lire préférant regarder des vidéos ce qui est moins contraignant. Nous ne sommes certainement pas le meilleur exemple, mais malgré tout, vous ne trouverez pas la diversité et une certaine qualité rédactionnelle des articles de Planète LINUX gratuitement sur une seule et même page du Web. Comme vous aurez du mal à trouver des informations objectives sur une guitare ou une voiture gratuitement. Oui, on trouve des communications sur Instagram ou Facebook, du publi-rédactionnel, mais c'est tout. Les sites d'informations sérieux sont tous payants (à quelques articles près).

Les services gratuits ont un coût

Passé ce constat, on peut deviser sur la gratuité de toute une quantité de services Web. Rappelons-nous l'initiative « dégoogliser Internet » de Framasoft. L'idée était de remplacer

Le cas des services de VPN

Soyons honnête, un flou règne dans le milieu des VPN pour savoir s'ils ne conservent vraiment aucune trace des connexions de leurs utilisateurs. Toujours est-il que c'est un bon exemple de service payant qui a marché. Nous ne sommes pas naïfs, beaucoup de personnes se sont abonnées pour continuer à télécharger de torrents (ces fournisseurs remercient chaleureusement HADOPI), mais beaucoup se sont abonnées pour bénéficier d'un certain anonymat et échapper à la censure dans certains pays (même en France). En pratiquant des tarifs raisonnables, les fournisseurs de VPN ont trouvé leur public.

des services gratuits des GAFAM qui se servent de nos préférences, d'informations personnelles, pour générer du chiffre d'affaire publicitaire. Cette utopie de Framasoft a permis de mettre en lumière l'importance de notre vie numérique, mais a aussi mis en valeur l'impossibilité de fournir une alternative gratuite de qualité si d'un coup des dizaines de milliers d'utilisateurs se connectent à un service. Par exemple des messageries chiffrées, des clouds respectueux de ses usagers, des moteurs de recherches qui font uniquement de la recherche, ne peuvent pas fonctionner gratuitement. Pour une raison simple : ils ont des salariés et une infrastructure à payer !

Une analogie avec la TV

Le constat des dix dernières années d'Internet peut se résumer à la croissance des réseaux sociaux, du streaming et des sites d'informations mainstream prompt à la fake news, car le nerf de la guerre est d'avoir le maximum de trafic pour générer le maximum de cookies et donc avoir la meilleure cible publicitaire possible. Cette dernière décennie n'est pas sans rappeler l'arrivée des télévisions privées dans le paysage audiovisuel français dans les années 1980. D'un côté, des chaînes qui diffusaient des séries américaines ou des émissions à bas coût avec beaucoup de publicités (on pense à La 5, M6 et TF1) et d'un autre côté Canal+, sans publicités, mais payante. Avec quarante ans de recul, force est de constater qu'il n'y a pas eu de vainqueur, que les deux modèles cohabitent toujours. On ne pourra toutefois renier que Canal+ offre une variété et une qualité de programmes supérieurs, mais que cela a un prix. L'Internet de 2020 ce n'est pas encore ça. Si d'un côté tout le monde a bien compris que les sites d'informations sont devenus payants, quels choix avons-nous pour la recherche, la messagerie, le transfert de fichiers, etc. ? Comme pour la télé, payer pour un service est un moyen d'échapper à la

publicité. On voit d'ailleurs beaucoup ce schéma dans les applications pour smartphone qui n'embarquent pas de publicités si on achète le logiciel. Pour autant ces applications sont-elles exemptes de traceurs ? Rien n'est moins sûr. Alors s'il existe déjà des services de recherches ou de messageries payants, ils ont pour l'instant du mal à trouver leur public, mais ils en ont. Et leur argument commercial n'est pas l'absence de publicités, mais la garantie qu'on ne va pas utiliser vos données personnelles. Et là, l'analogie de la télé privée gratuite ne tient plus. En 2021 sur Internet, des sociétés comme Google et Facebook veulent tout savoir de vous. On ne parle plus de publicité affichée au hasard.

Ne plus être suivi

Sans vouloir à tout prix taper sur les GAFAM, le futur nous demandera de choisir entre une recherche gratuite sur Google qui va faire la corrélation entre votre adresse IP, les mots de votre recherche, l'analyse des cookies AdSense pour vous



proposer la meilleure réponse (souvent pertinente) ou un autre moteur de recherche payant (qui n'existe pas encore) qui sera capable de vous offrir la même qualité de service sans utiliser d'informations personnelles. Pour l'instant, on nous dit qu'il est impossible d'avoir la précision de résultat de Google sans connaître déjà le profil de l'utilisateur. Admettons. Mais ce sera peut-être vrai dans le futur. Il faut bien comprendre que des réussites en terme de respect des libertés individuelles comme Wikipedia ne pourront pas tenir à l'échelle de 1 ou 2 milliards d'utilisateurs pour de nombreux services Internet. Peut-être qu'un jour Google fera payer ses services avec la garantie de ne plus cliquer ses utilisateurs. C'est d'ailleurs fort probable si c'est le souhait de la majorité. Les entreprises de cette taille savent et peuvent s'adapter rapidement aux demandes de leurs clients.

Gemini, le nouveau Web ?

Détrôner Internet ne sera pas facile. On peut même affirmer que c'est impossible. Par contre, on peut l'améliorer. Ce n'est certainement pas le projet Gemini qui y arrivera, mais l'initiative mérite d'être signalée.

C'est un système délibérément très simple. Le protocole d'échange entre le navigateur et le serveur est ultra simple, alléger à son maximum et ne transmet que le minimum de données. Pas de cookies, pas de CSS, pas de JavaScript, pas d'images ! Nous voici donc revenus au siècle dernier. Mais après tout, c'est aussi parce que les pages Web sont devenues ultra lourdes qu'un tas d'infrastructures sont désormais nécessaires. Ne rêvons pas trop, les acteurs institutionnels actuels du Web ne se risqueront pas à utiliser Gemini, mais le projet est sympathique.

<https://gemini.circumlunar.space>

Cookie vs Paiement

Dans notre précédent numéro, nous faisons un peu de science-fiction dans notre article « Vers un Internet payant ? ». La fiction se transforme en réalité plus rapidement que prévu comme nous allons le voir avec cet exemple qui n'est pas isolé.

C'est vraiment une coïncidence, nous n'avons pas la prétention d'avoir une quelconque influence sur les éditeurs de sites Internet ayant pignon sur rue, mais voilà que depuis le début de mars nous voyons sur les sites grand public comme le monde.fr, lequipe.fr ou allocine.fr des bandeaux du style « Dépôt de cookies recommandé : pour soutenir notre site acceptez la publicité ciblée ou abonnez-vous ». Nous y sommes. Si le RGPD est correctement exécuté, les sites Internet n'ont plus les moyens de placer de cookies traceurs de type Google AdSense ou AdWords et ils ne reçoivent donc plus un petit pécule publicitaire du géant du Net. Pour cette raison, ils vous demandent de prendre un abonnement. Le site allocine.fr va plus loin, car là il n'y a que deux options : s'abonner pour deux euros par mois ou accepter les cookies publicitaires (voir image). Impossible d'accéder au contenu du site si on n'a pas validé un des deux choix. Et le site joue franc jeu : « le modèle économique de Allociné repose historiquement sur l'affichage de publicités personnalisées basées sur l'utilisation de cookies publicitaires qui permettent de suivre la navigation des internautes et cibler leurs centres d'intérêt ». Dans Planète LINUX n°119 nous avançons l'idée qu'Internet pourrait devenir payant parce que les internautes ne voudraient plus être pistés. Finalement, les éditeurs agissent en premier ! Est-ce risqué ? Le système mis en place par Allociné (contre qui nous n'avons aucun grief, ils sont libres de leur stratégie) devra être observé pour savoir si l'audience du site va chuter ou s'ils vont arriver à avoir assez d'abonnés pour continuer la mise en ligne de leur site. Mais une question nous trotte dans la tête. Nous n'aimons pas le principe des cookies publicitaires, mais avec les extensions permettant de bloquer les pubs, les annonces ciblées n'apparaissent pas. Comment concilier la vie privée sans pour autant mettre sur la paille certains services en ligne ? Notre article du mois dernier rentre donc bien dans une réflexion plus globale. La continuité des services ne pourra se faire qu'avec un revenu financier sécurisé. Mais si on doit payer pour accéder à un site, il faudra

faire un choix quand plusieurs médias travaillent sur le même thème. Et si le choix se porte principalement sur un seul service, la diversité disparaîtra... un peu comme les quotidiens papier dans notre pays.



ALLOCINÉ

Exprimez vos choix

Le modèle économique de Allociné.fr repose historiquement sur l'affichage de publicités personnalisées basées sur l'utilisation de cookies publicitaires, qui permettent de suivre la navigation des internautes et cibler leurs centres d'intérêts. La nouvelle réglementation relative aux cookies ne permet plus à Allociné.fr de s'appuyer sur cette seule source de revenus. En conséquence, afin de pouvoir maintenir le financement de Allociné.fr et fournir les services proposés tout en vous offrant une même qualité de contenu éditorial sans cesse renouvelé, nous vous offrons la possibilité d'exprimer votre choix entre les deux alternatives suivantes d'accès :

Accéder au site pour 2€ TTC pendant 1 mois sans cookie publicitaire

Si vous choisissez de bénéficier de l'offre payante, aucun cookie publicitaire ne sera déposé pour analyser votre navigation. Seuls les cookies strictement nécessaires au bon fonctionnement du site et à l'analyse de son audience seront déposés et lus lors de votre connexion et navigation. Ces cookies ne sont pas soumis à votre consentement. Si vous bénéficiez déjà de l'offre, vous pouvez vous reconnecter en cliquant ici.

Si vous souscrivez à cette offre, veuillez toutefois noter que des publicités seront toujours visibles lorsque vous accédez au site. Cependant, celles-ci ne seront pas basées sur des cookies publicitaires.

[Voir les conditions de l'offre](#)

[< Lire moins](#)

Accéder pour 2€ TTC

... ou accéder au site gratuitement en acceptant les cookies publicitaires

Si vous choisissez d'accéder au site gratuitement, vous consentez à ce que Webmedia et ses partenaires collectent des informations personnelles (ex. visites sur ce site, profil de navigation, votre identifiant unique...) et déposent des cookies publicitaires ou utilisent des technologies similaires sur Allociné.fr pour : stocker et/ou accéder à des informations sur un terminal, vous proposer des publicités et contenu personnalisés, permettre la mesure de performance des publicités et du contenu, analyser les données d'audience et permettre le développement de produit, le traitement de vos données de géolocalisation précises et l'identification par analyse de votre terminal.

Les cookies qui nous permettent d'assurer le bon fonctionnement du site et d'analyser son audience seront déposés et lus. Pour en savoir plus, accédez à la [liste complète des finalités](#).

Vous pouvez retirer votre consentement au dépôt de cookies publicitaires à tout moment, en cliquant sur le lien « Préférences cookies » présent en bas de toutes les pages de Allociné.fr : vous pourrez alors avoir accès à notre contenu sans cookie publicitaire en souscrivant à l'offre payante.

[< Lire moins](#)

Accepter et accéder gratuitement

Pour en savoir plus, consultez notre [Politique de cookies](#).