



Forum: Généralités

Topic: Adblock prend de l'ampleur, les éditeurs répliquent, la guerre commence

Subject: Re: Adblock prend de l'ampleur, les éditeurs répliquent, la guerre commence

Publié par: Garuda-3366

Contribution le : 10/11/2014 18:11:53

Bonjour,

Bien qu'ayant conscience que **Danee** n'ait voulu lancé qu'une galéjade, le manifeste de Sylvie en tête de la page d'accueil de Gratilog ne me gêne en rien et je serais même favorable à ce qu'il s'affiche même après connexion. En aucun cas nous ne pouvons l'assimiler à cette publicité qui pourrait une grande partie du web.

Car, pour en revenir à l'article de **Next INpact** signé par David Legrand, au demeurant fort bien structuré, le passage le plus important à mes yeux est celui-ci :

(...) Les éditeurs récoltent ce qu'ils ont semé

Quoi qu'il en soit, une chose est sûre : les grands médias commencent à être touchés, ou tout du moins, commencent à avoir conscience de l'impact de ces outils et voient en ces publicités non affichées une possibilité de croissance de leur chiffre d'affaires. Ils ont donc décidé de réagir. Mais ont-ils tout d'abord cherché à comprendre ? Pas vraiment.

Car nous sommes tous internautes. Journalistes, blogueurs, youtubeurs, éditeurs, simples visiteurs... nous avons tous conscience que ce qui a fait le succès des bloqueurs de publicité, c'est avant tout la cupidité crasse des sites, de leurs régies et de tous les acteurs d'une chaîne de valeur qui a pensé pouvoir tirer sur la corde sans qu'elle ne casse jamais. Il est ainsi courant de se retrouver sur des sites où le contenu est à peine visible sur un écran de définition moyenne, et où l'on se retrouve avec plus d'une vingtaine de trackers alors que l'on est en train de lire un article qui nous explique que nous sommes surveillés de toutes parts. (...)

Pour ma part, je considère qu'il est donc grand temps que les institutionnels du Net réfléchissent à la mise en oeuvre d'un modèle économique qui ne repose pas uniquement sur le matraquage des internautes par une publicité aussi intrusive que débile. Mais comme il y a peu de chances que les acteurs majeurs de la pub parviennent à s'entendre en adoptant une charte commune empreinte de sage modération, il reste indispensable que les pouvoirs publics légifèrent, intelligemment pour une fois, dans ce domaine et sanctionnent vraiment les abus (avec plus d'efficacité que leur tentative de régulation du démarchage téléphonique !).

Mais en attendant ces hypothétiques mesures, les bloqueurs de publicité comme Adblock Plus, Ghostery, Ad Muncher, et quelques autres, ont encore de beaux jours devant eux.

Au passage, je relève que **Next INpact** n'applique pas non plus une politique en parfaite cohérence avec l'esprit de cet article. Après avoir durant des mois affiché une bannière automatique sous le nez des internautes qui utilisaient AdBlock Plus pour tenter de les apitoyer (sans succès), ils imposent désormais des restrictions d'affichage sur leur site à ceux qui ne sont pas titulaires d'un compte (ex. :

"Pour personnaliser l'affichage du flux continu, vous devez être connecté"). Je ne suis pas sûr que cela soit la meilleure méthode pour inciter les visiteurs occasionnels à revenir sur leur site et encore moins les convaincre de souscrire un abonnement commercial.