



Comment la publicité numérique essaie d'être la plus pertinente possible

Atelier 1 : La publicité contextuelle



30 min d'atelier en classe

Info + :

La publicité contextuelle s'affiche en lien avec le thème du site ou de la page consultés. Le site qui accueille ces publicités les choisit en fonction des affinités qu'elles présentent avec son propre positionnement, par rapport aux publics auxquels lui-même s'adresse.

Animation de l'atelier :

Observer les publicités qui apparaissent sur des sites comparateurs de voyage.

Qu'est-ce qui les identifie ?

Quels liens les publicités, dans leur objet ou les publics qu'elles concernent, ont-elles avec le contenu ou le thème du site qui les héberge ?

Le même genre de liens entre une publicité et le contenu qu'elle côtoie existe-t-il dans d'autres médias ?

Demander aux élèves d'imaginer le genre de publicités (les produits ou services qu'elles concernent) pouvant apparaître sur un site présentant des sports en extérieur, des recettes de pâtisserie, des tutoriels de bricolage, des voyages, des animaux de compagnie ...

Atelier 2 : Comment un moteur de recherche traite les requêtes



20 min de préparation – 30 min d'atelier en classe

Préparation en classe :

Demander aux élèves de nommer ou décrire le navigateur internet qu'ils utilisent le plus pour effectuer leurs recherches en ligne.

Déterminer ensemble plusieurs types de recherches à réaliser, en définissant des mots-clés.

Préparation pour l'enseignant :

Réaliser les recherches des mots-clés retenus et faire une capture d'écran de chaque page de résultats pour chaque requête :

- sur le même ordinateur, mais en utilisant deux moteurs de recherche différents,
- sur un autre ordinateur (CDI), à nouveau sur les deux moteurs de recherche utilisés précédemment.

Animation :

Présenter à la classe le résultat des différentes requêtes et comparer.

Les résultats de requêtes identiques faites sur des navigateurs différents sont-elles similaires ?

Les résultats de requêtes identiques faites sur des ordinateurs différents mais via un même navigateur sont-elles similaires ?

Comparer également les publicités qui apparaissent sur les côtés de l'écran (les liens sponsorisés = les achats de mots-clés par un émetteur de publicité pour ressortir en tête sur les moteurs de recherche lorsque des internautes entrent ces mots-clés dans leur requête). C'est le référencement payant.

Info + :

Chaque moteur de recherche utilise un algorithme qui peut prendre en compte l'historique de navigation de l'ordinateur sur lequel sont faites les requêtes, de même que le comportement de son/ses utilisateur/s : sites les plus visités, recherches les plus fréquentes, favoris...

Préparer un tableau de synthèse :

Recherche	Ordinateur	Navigateur	Captures écran	
			Similitudes / différences Résultats requête	Similitudes / différences Liens sponsorisés
Mot-clé 1	Ordinateur I	Navigateur A		
		Navigateur B		
	Ordinateur II	Navigateur A		
		Navigateur B		
Mot-clé 2	Ordinateur I	Navigateur A		
		Navigateur B		
	Ordinateur II	Navigateur A		
		Navigateur B		

Atelier 3 : Publicité comportementale et ciblage publicitaire



30 min d'atelier en salle informatique

Info + :

La publicité comportementale est une publicité en ligne ciblée en fonction des centres d'intérêt supposés de l'internaute.

Le ciblage de la publicité comportementale prend en compte les différentes traces de navigation laissées par l'utilisateur d'un ordinateur : mots-clés recherchés, rubriques visitées, pages consultées, liens activés, etc.

Ces informations permettent de probabiliser des profils précis (ex. le groupe des amateurs de destinations lointaines qui aiment la plongée) : la publicité qui s'affiche sur les écrans des ordinateurs associés à ces profils est ajustée aux goûts supposés de leurs utilisateurs.

Il est pratiquement impossible d'identifier un parcours de navigation qui déclenche à coup sûr une publicité comportementale, celle-ci dépendant de l'historique du navigateur de chaque ordinateur et des publicités en place au moment de la recherche.

Difficile de vous proposer une visite guidée garantissant son observation, mais en y étant désormais attentifs, vous en identifieriez certainement.

Info + :

La publicité reciblée (retargeting) fait apparaître sur les nouveaux sites visités affichant de l'espace publicitaire l'annonce d'un site récemment consulté, mais sur lequel le visiteur n'a pas finalisé sa démarche d'achat ou de réservation.

Avertissement : il n'est pas toujours aisé de trouver les sites pour observer ou activer le ciblage publicitaire. Ceux qui sont suggérés ont été testés, libre à vous d'en préférer d'autres.

www.hoaxbuster.com A gauche

www.lexpress.fr Sur la droite

www.nouvelobs.com ; www.lepoint.fr Tout en bas au niveau des contenus sponsorisés

www.lemonde.fr A droite en bas


www.lesechos.fr ; www.liberation.fr/ Au milieu après les actualités principales

Animation de l'atelier, à réaliser en salle informatique pour faire les observations en temps réel :

Faire choisir à chaque sous-groupe un sujet de recherche sur un moteur ou un site : un produit, une destination de voyage, une recette, puis concrétiser la recherche en cliquant sur un ou deux articles proposés, trajets, location de voiture ou de lieu de séjour pour accéder à plus de précisions ou d'informations.

Inviter ensuite chaque groupe à se rendre sur l'un des sites proposés ci-dessus ou ceux que vous aurez choisis, et leur faire observer leur précédente recherche qui apparaît dans un pavé publicitaire. Faire des captures d'écran pour comparer l'apparence du pavé publicitaire sur le même sujet, d'un site à l'autre.

Constater la présence d'un « i » dans un triangle bleu dans le coin droit de la publicité, lorsque le pavé est isolé. Passer la souris, remarquer la mention qui apparaît

Choisir sa pub 

et cliquer.

Que peut-on faire sur l'ordinateur pour limiter les traces de navigation qu'on laisse ?

Suggestions :

- *Effacer régulièrement l'historique ou décocher la fonctionnalité historique web (aller dans l'aide du navigateur et taper « effacer historique » pour obtenir les instructions propres au navigateur).*
- *Supprimer ses cookies (aide du navigateur).*
- *Réfléchir avant d'accepter une localisation automatique.*
- *Vider ses historiques de commande en ligne (fonctionnalité à activer sur chaque site de vente en ligne concerné).*

A savoir : si vous avez déjà désactivé la fonctionnalité historique web et mis en place des contrôles limitant la mémorisation de votre navigation, il est possible que les parcours qui sont proposés pour observer la publicité comportementale ne l'activent pas. La suppression de tous les cookies d'un ordinateur supprime certaines fonctions de reconnaissance automatique (par ex. les codes d'accès) qui permettent de naviguer plus facilement.