

Podcast : Au-delà de l'écran

Transcription complète de l'épisode consacré à la publicité ciblée.

Cyriac L

Et bien bonjour à tous j'espère que vous allez bien, bienvenue dans un nouvel épisode de "Au-delà de l'écran". Aujourd'hui on se retrouve pour aborder un sujet qui fait beaucoup parler de lui en ce moment. Vous l'aurez deviné il s'agit de la publicité ciblée un thème au cœur de notre quotidien numérique entre innovation exploitation des données personnelles et enjeux éthiques.

Cyril-Gilbert H

Mais que pensent les gens dans la rue de tout ça, comment vivent-ils ces publicités personnalisées notre reporter Joas est allé leur demander, et voilà ce qu'ils en disent.

Joas E

Vous préférez voir des pubs adaptées à vos intérêts ou non ?

Passant 1

Oui je préférerais quand même avoir des pubs qui me qui me correspondent.

Passant 2

Bas oui c'est beaucoup mieux.

Passant 1

Parce que ça peut être des pubs que je peux bien aimer, et peut-être pour acheter des trucs qui me correspondent.

Passant 2

Ca va beaucoup plus m'intéressé que des autres pubs qui ne m'intéressent pas.

Cyriac L

Dans la rue les réactions que vous venez d'entendre sont plutôt positives, certains allant même jusqu'à voir les publicités comme quelque chose d'utile ! Pour compléter ce micro-trottoir nous avons pu réaliser un sondage au sein de l'ISEN et les réponses sont plutôt nuancées.

Lucie P

64 % des interrogés n'ont pas conscience de l'ampleur de la circulation des données. 80 % des interrogés n'ont pas le sentiment d'avoir consenti à la récolte des données. 80 % des interrogés ont déjà eu l'impression d'être écoutés par leurs téléphones.

Cyril-Gilbert H

Ces résultats nous donnent une vision plus précise de l'opinion publique, mais pour aller plus loin et mieux comprendre les mécanismes derrière la publicité ciblée. Nous avons souhaité donner la parole à un spécialiste du sujet, Monsieur Le Crosnier a accepté de répondre à nos questions et de nous apporter son éclairage.

Joas E

Ici Joas et Étienne aujourd'hui nous sommes accompagnés de Monsieur Le Crosnier, enseignant sur les technologies du web et de la culture numérique. Pour commencer quand on part de la publicité ciblée on a souvent l'impression qu'Internet nous connaît, concrètement selon vous sur quelles données les plateformes s'appuient-elles aujourd'hui pour cibler les consommateurs et comment ces données sont-elles collectées ?

Hervé Le Crosnier

Toutes les données disponibles peuvent servir à faire des calculs qui mettent chaque individu dans une case...

Cyril-Gilbert H

La publicité ciblée continue de s'imposer dans nos usages numériques, sans pour autant laisser tout le monde indifférent. Entre attentes, interrogations et évolutions à venir, le sujet reste en mouvement.