

## **I. Les Gafa menacent les marques"**

**Je sais maintenant ce que signifie « GAFa » mais vous voulez nous alerter sur la mainmise de ces firmes sur notre société !**

Je ne fais que relayer ce qu'affirme le président de l'agence Babel. Il prévient : « la montée en puissance des Google, Apple, Facebook et Amazon met en danger non seulement les médias mais aussi les enseignes, et, au-delà, le modèle économique européen ».

**Vous nous demandez de nous méfier de sociétés qui nous facilitent la vie ! Mais, vous-même, vous en passez par eux ? Vos recherches, vos achats c'est par le net et par Google ou Amazon que vous les faites ?**

Pour mes recherches je passe par internet mais en recherchant des contenus fiables à travers des publications sérieuses, spécialisées dans des enquêtes scientifiques ou économiques. Les usagers ne pas les uniques acteurs du Web. Prenons l'exemple de You Tube, filiale de Google. En y découvrant des commentaires pédophiles, des annonceurs britanniques ont cessé d'y afficher leurs publicités. C'est le premier signe d'une prise de conscience des publicistes. Ils ont constaté que l'intégralité de la croissance publicitaire et donc de l'argent, va vers Google et Facebook. Résultat, les médias traditionnels, journaux, magazines ou télévisions même ceux-ci ont fait leur révolution digitale sont privés des recettes tirés de la publicité, ce qui les fragilisent.

**Sur quoi se basent les inquiétudes des médias ?**

Le modèle des acteurs du numérique est d'une grande efficacité, puisqu'ils peuvent contrôler tous les éléments de la relation au consommateur : données, achats, fidélité, engagement. C'est le sparadrap du capitaine Haddock et ils peuvent mesurer avec précision cette relation. Alors que les médias n'ont qu'un espace limité à proposer aux annonceurs, les plateformes offrent des espaces illimités, garantissant la performance. Cela crée une inégalité qui n'est pas sans conséquences sur notre mode de consommation. Autre inégalité, plus sournoise, les médias s'efforcent de maintenir un environnement rédactionnel de qualité tandis que les plateformes considèrent qu'elles ne sont pas responsables des contenus qu'elles hébergent c'est le réflexe « Ponce Pilate » Cette situation devient préoccupante pour les annonceurs mais aussi pour la démocratie. Voulez-vous que je vous le démontre dans une prochaine chronique ?

**Avec plaisir et à l'unanimité nous attendons la suite. Comment les GAFa menace la démocratie et la publicité ?**

Novembre 2019 Serge AVEILLAN

## **II. Les Gafa menacent les marques"**

### **Les grandes sociétés du net captent la majeure partie de la publicité et fragilisent les annonceurs et les médias traditionnels. Comment réagissent-ils face à cette menace ?**

Partons d'un constat. La Pub en ligne est l'objet d'un bras de fer entre annonceurs et Gafa.

L'Union des Annonceurs a annoncé, récemment, une série de mesures destinées à apporter plus de confiance et de transparence dans la publicité en ligne. Mais la bonne volonté des plateformes en conditionne l'efficacité. Parions que cette bonne volonté s'apparentera à de l'inertie !

Les annonceurs reprochent à la publicité en ligne son opacité. Les marques ne savent pas toujours où elles sont présentes, sur quels sites, ni dans quel environnement. La chaîne de valeurs de cet univers, en particulier dans les achats programmatiques, n'est pas claire. Certains évoquent même le mot de jungle. Partant de ce constat, le directeur général de l'Union des Annonceurs a décidé de créer un choc de transparence et de confiance. Acceptons en l'augure mais sans se faire d'illusion sur son efficacité.

### **Les sociétés de publicité font la grimace, leur chiffre d'affaire est en berne mais n'est ce pas la loi du marché ? Vous nous mettiez, également, en garde contre les atteintes à la démocratie. Qui s'en inquiète ?**

La commission européenne les accuse "de tuer la démocratie", rien que ça !

C'est la Commissaire Européenne à la Concurrence, Margrethe Vestager, qui s'est exprimée sur ce sujet. Elle a déjà infligé des milliards d'amendes à Apple, Google et Amazon au nom de leur pratique fiscale.

Elle les accuse maintenant de mettre en danger notre démocratie. Selon le Financial Times, elle aurait déclaré : "Nous devons reconquérir notre démocratie. Nous ne pouvons pas la laisser à Facebook ou Snapchat" et d'ajouter les Politiques doivent être au service "des citoyens, pas de la technologie".

Bref, nous aurions été bien trop tolérants ! Cette prise de position est partagée par les membres du Congrès américain. Ils se sont aperçus que le GAFKA les traitait de haut et avait menti pendant la campagne présidentielle récente. Les fakes news ont été payées en roubles sans que les Google et compagnie s'en étonnent ! 120 millions d'Américains ont été concernés par cette propagande ! Plus près de nous, le Brexit a été appuyé par des messages russes ! Et Nous Français sommes nous à l'abri de ces campagnes véhiculées, en toute innocence, par les géants du net.

**Novembre 2019 Serge AVEILLAN**