



Journée d'étude sur l'économie et le Droit des moteurs de recherche - 16 mai 2008

# **L'internaute comme plate-forme : éclairages sur les modèles publicitaires**

**Philippe CHANTEPIE**

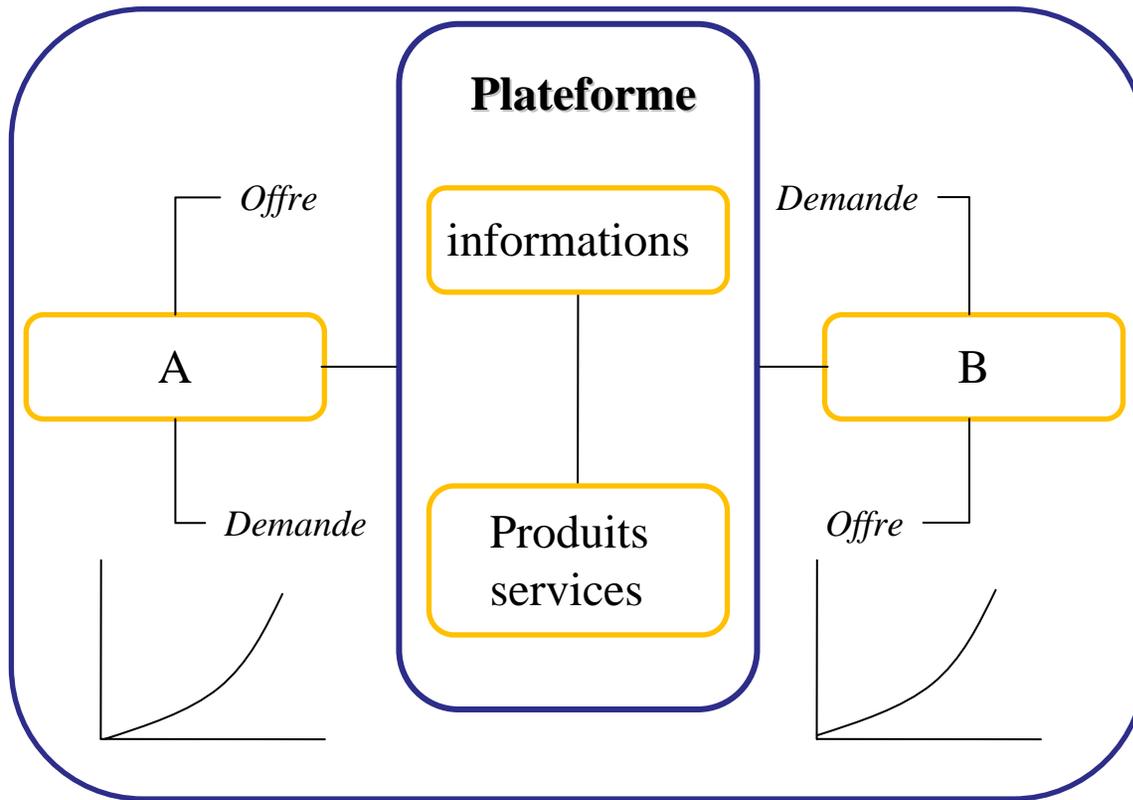
chef du DEPS au ministère de la culture,  
professeur associé à Paris 8, maître de conférences à l' IEP de Paris, enseignant à Paris1 et à l' INA-ENST



# **I – Un modèle classique d'économie de plate-forme**



# Modèle standard de « *two-sided market* »



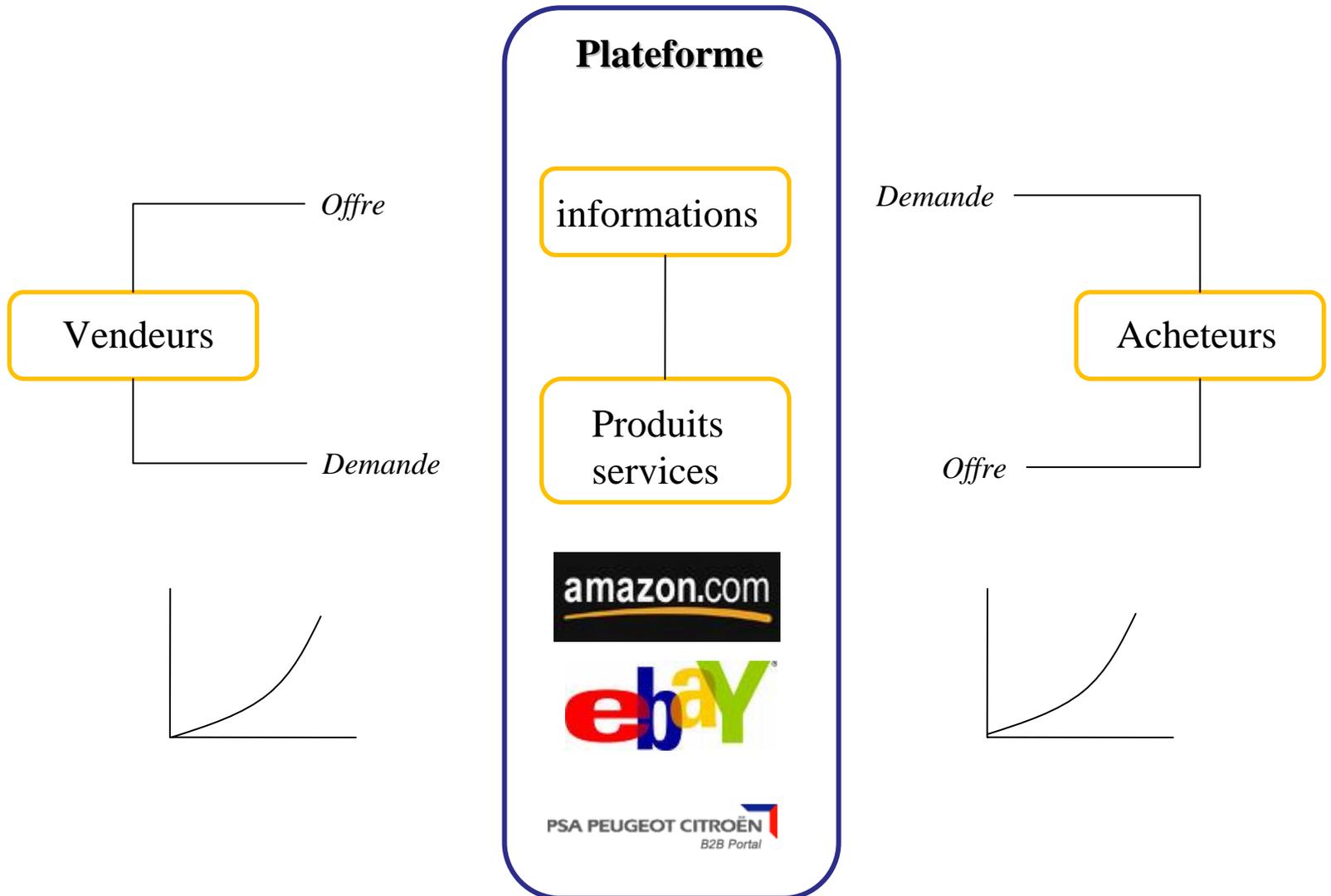
- . 2 catégories d'agents
- . 1 interaction
- . des externalités
  - de réseaux
  - indirectes

Besoins d'intermédiation :  
- ajuster offre et demande  
- baisser les coûts  
- d'accès  
- de transaction

=> **infomédiation**

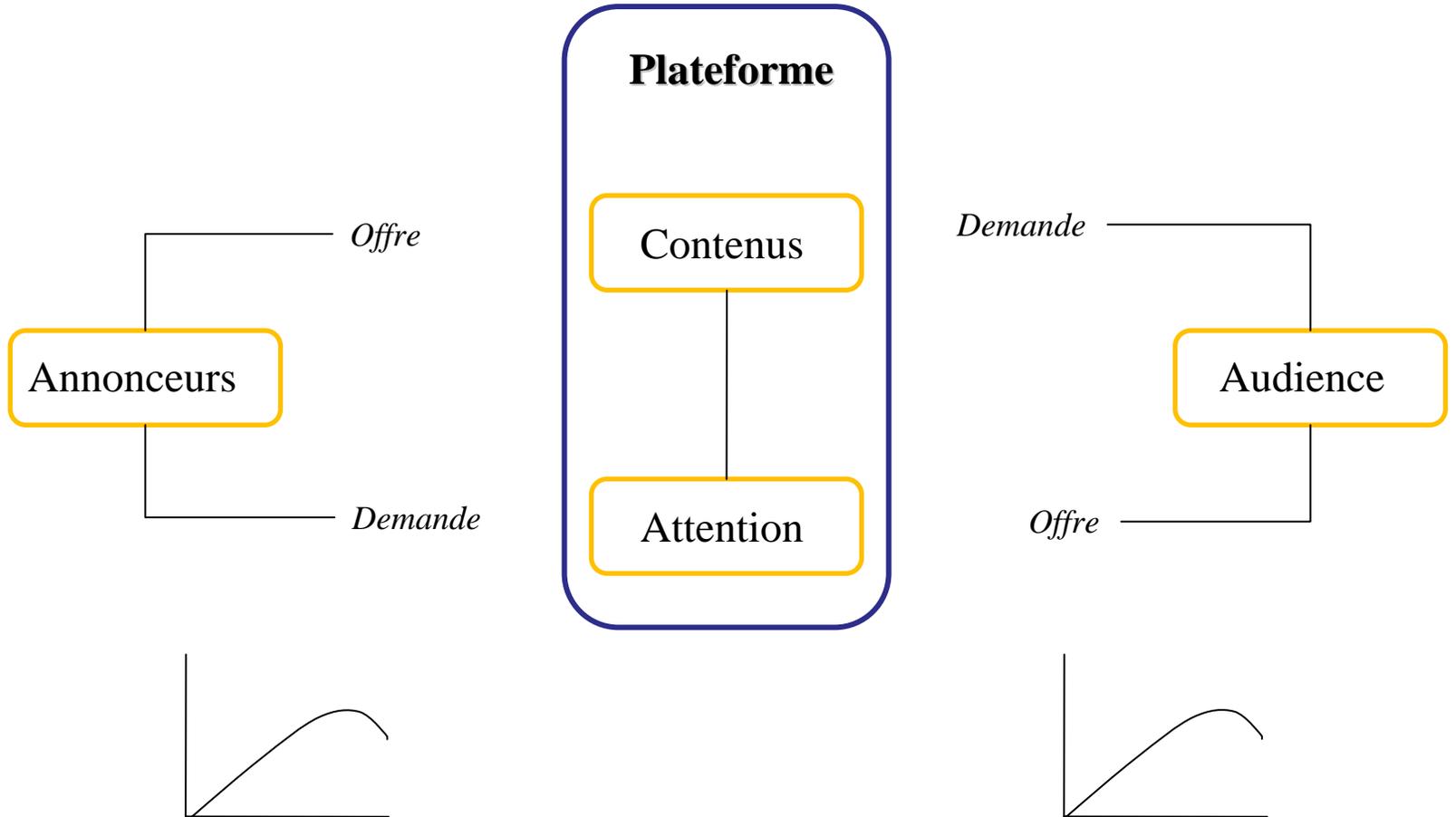


# Exemple (1) : B2C, C2C, B2B



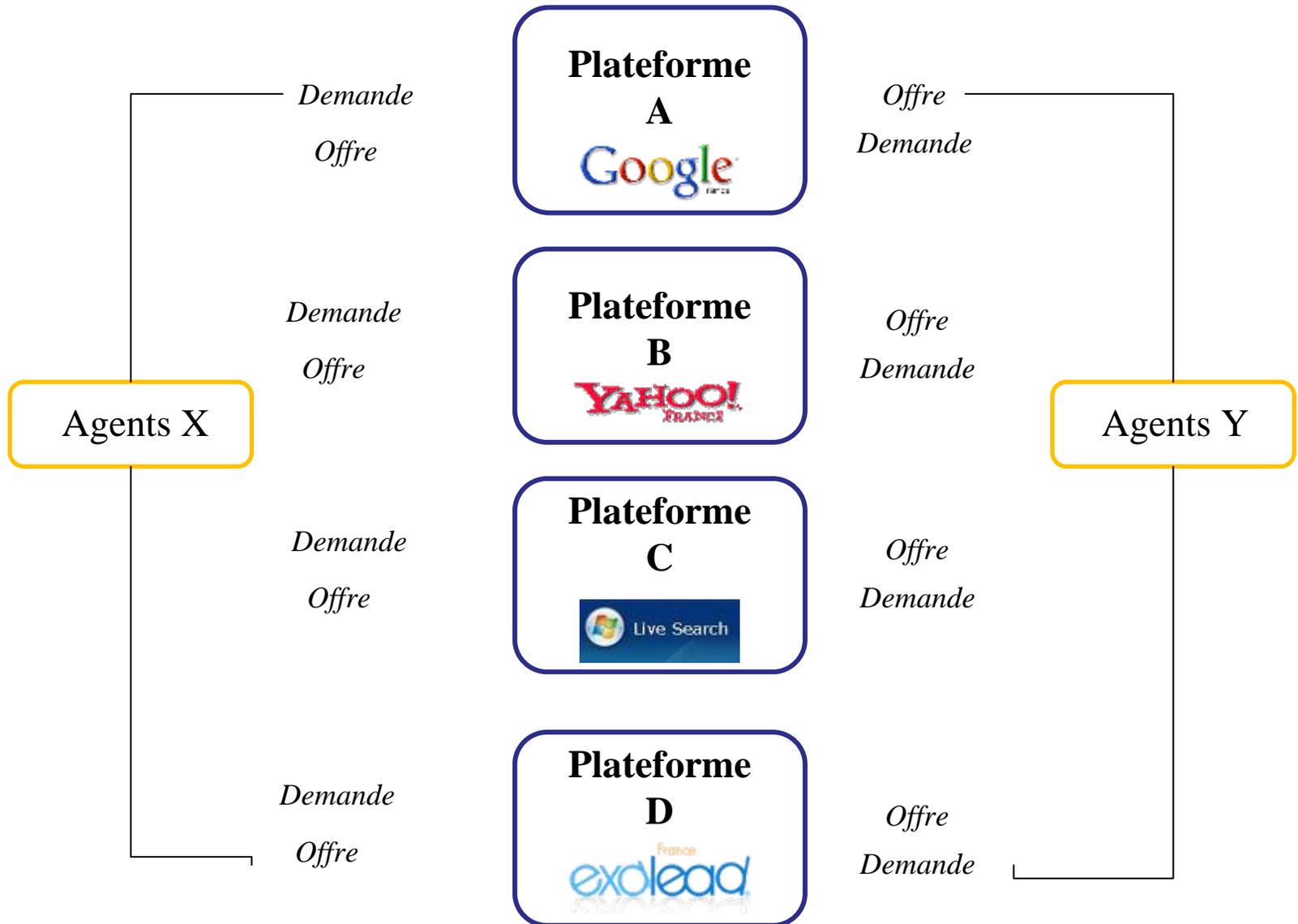


# Exemple (2) : médias





# Problème des moteurs : « *Multihoming* »

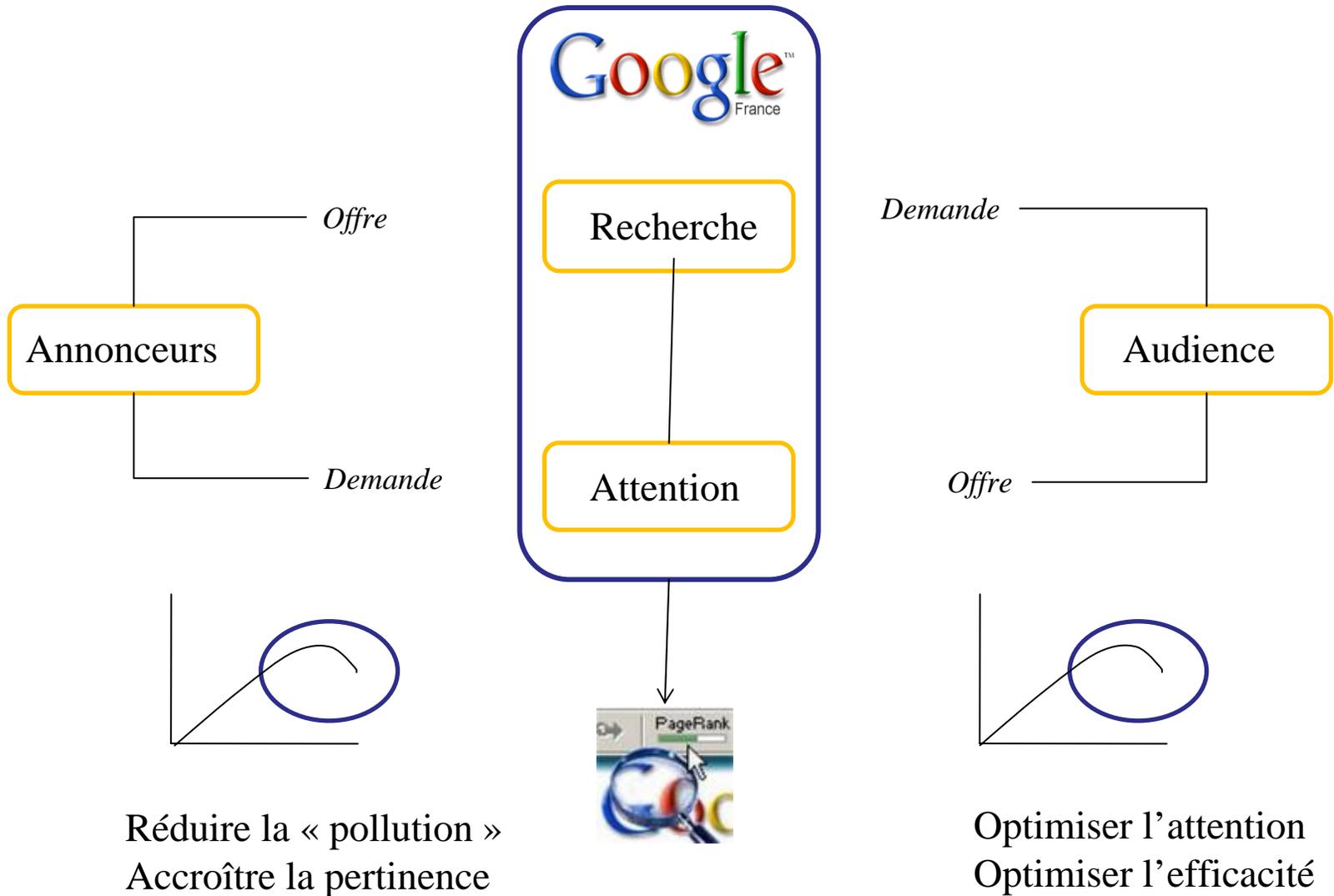




## **II – Modèle de *Google* : économie fractale**

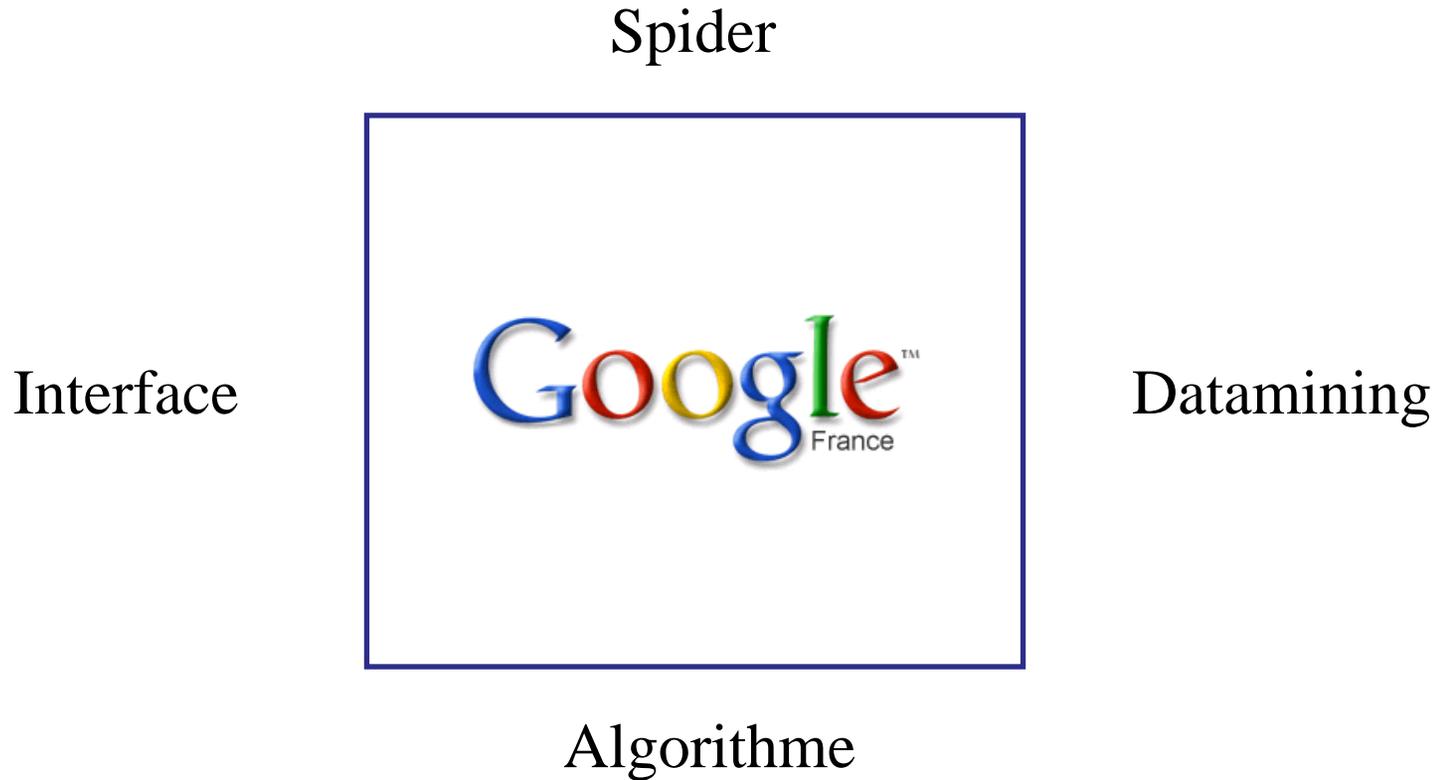


# L'exemple d'interaction de *Google*



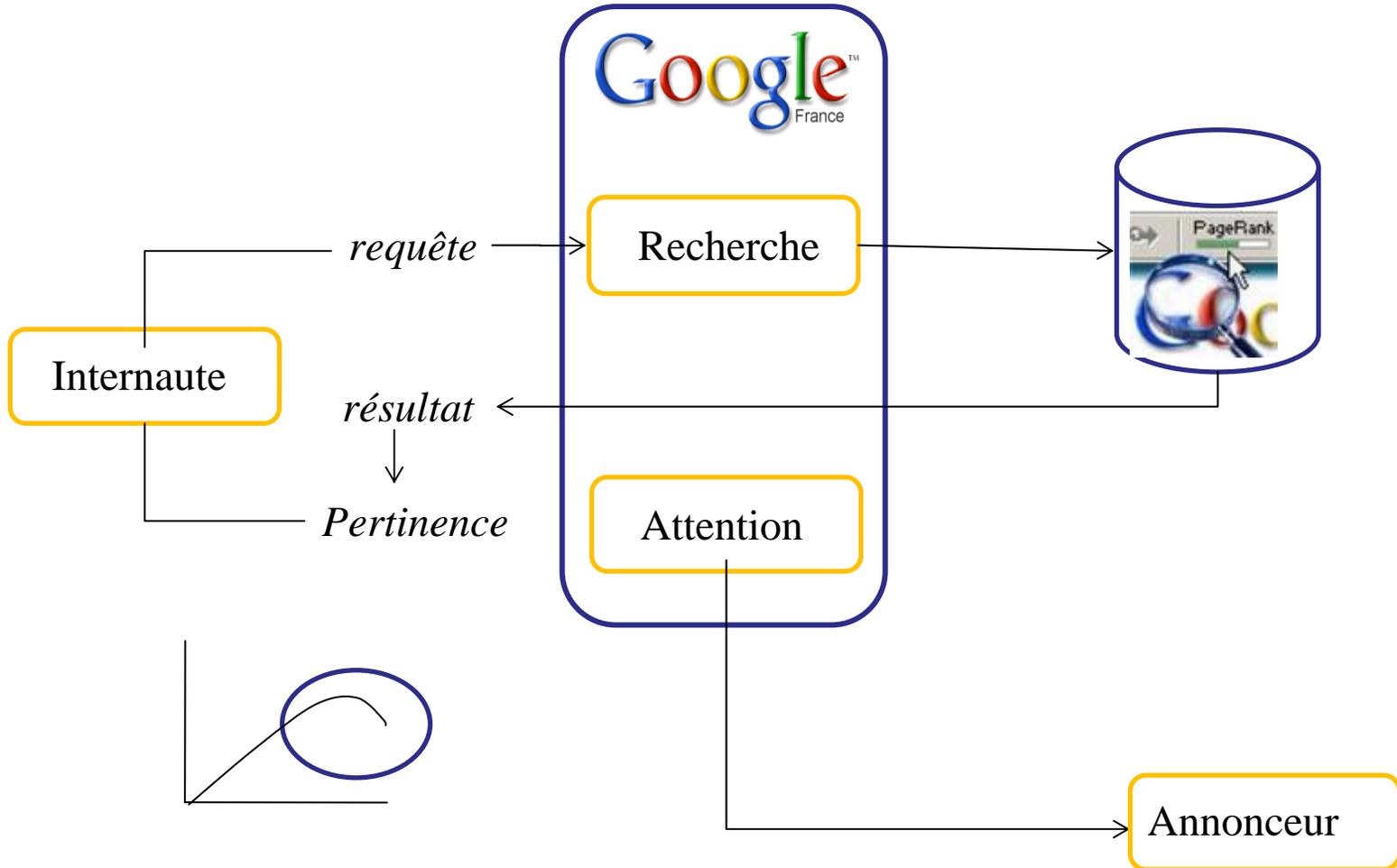


# *The Google's « box » : créateur d'interactions*





# La création du *feed-back* initial de *Page Rank*



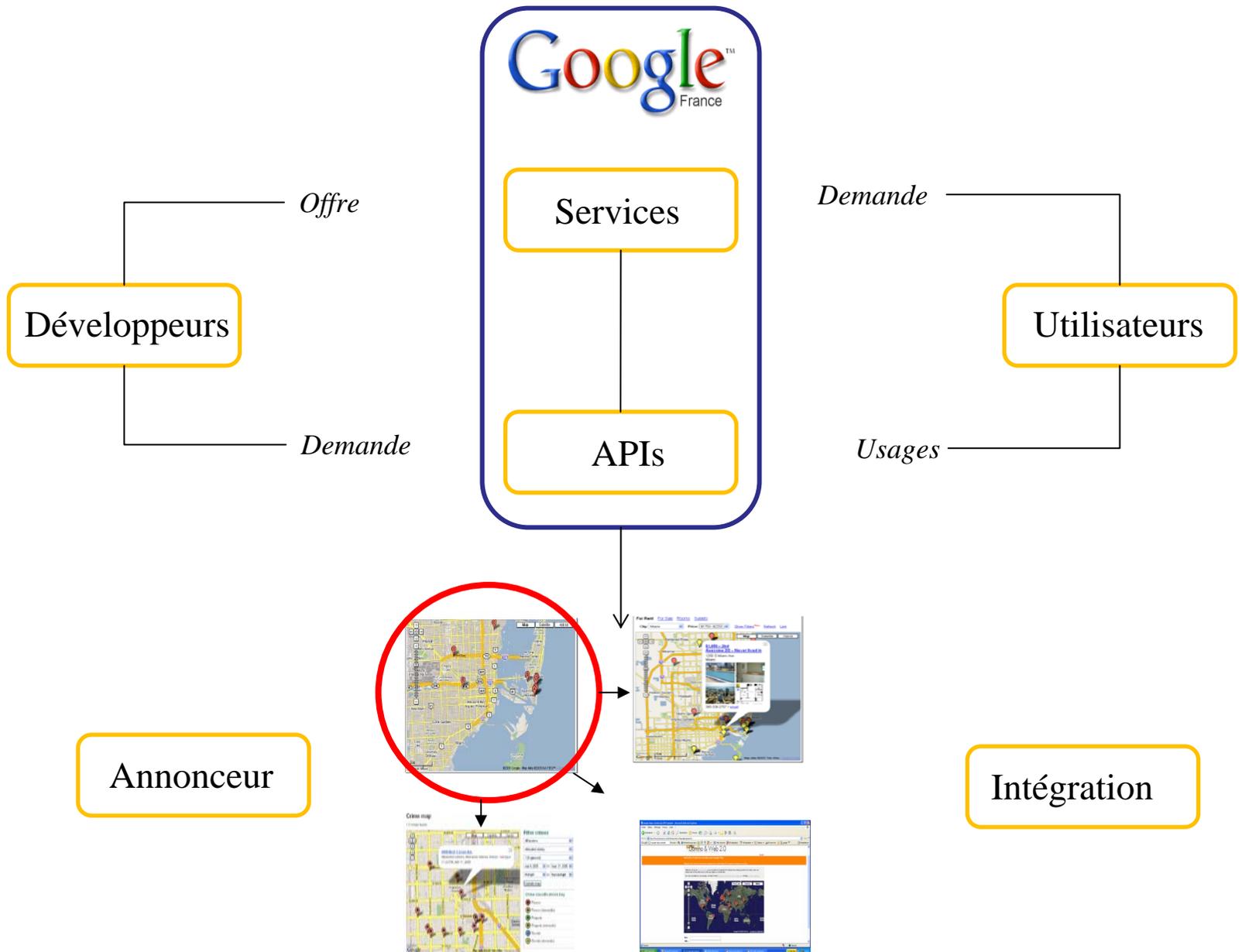
Accroître la pertinence





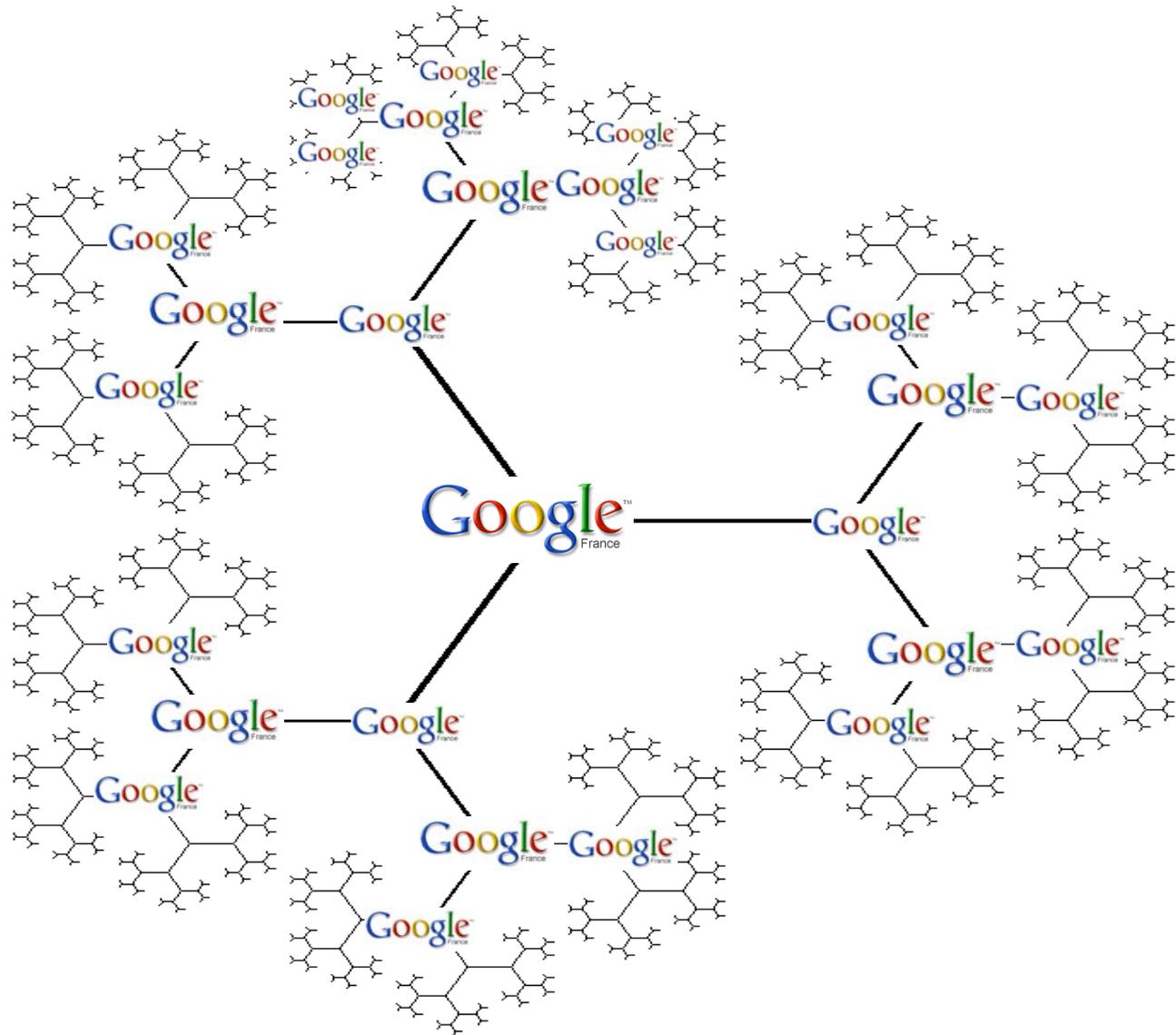


# Le jeu de croissance d'APIs ouvertes : les « *mashups* »



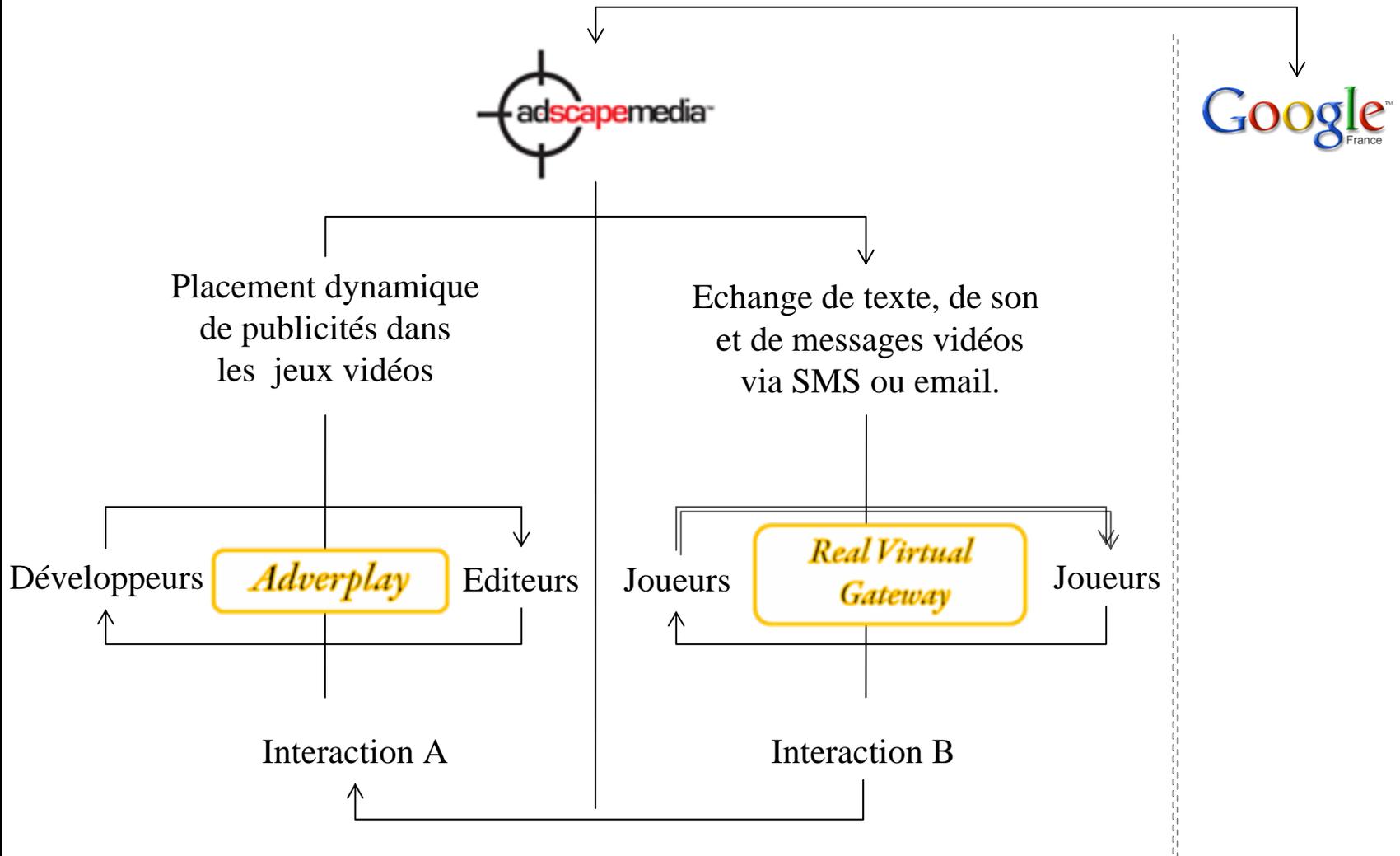


# Logique fractale d'intrication de plates-formes



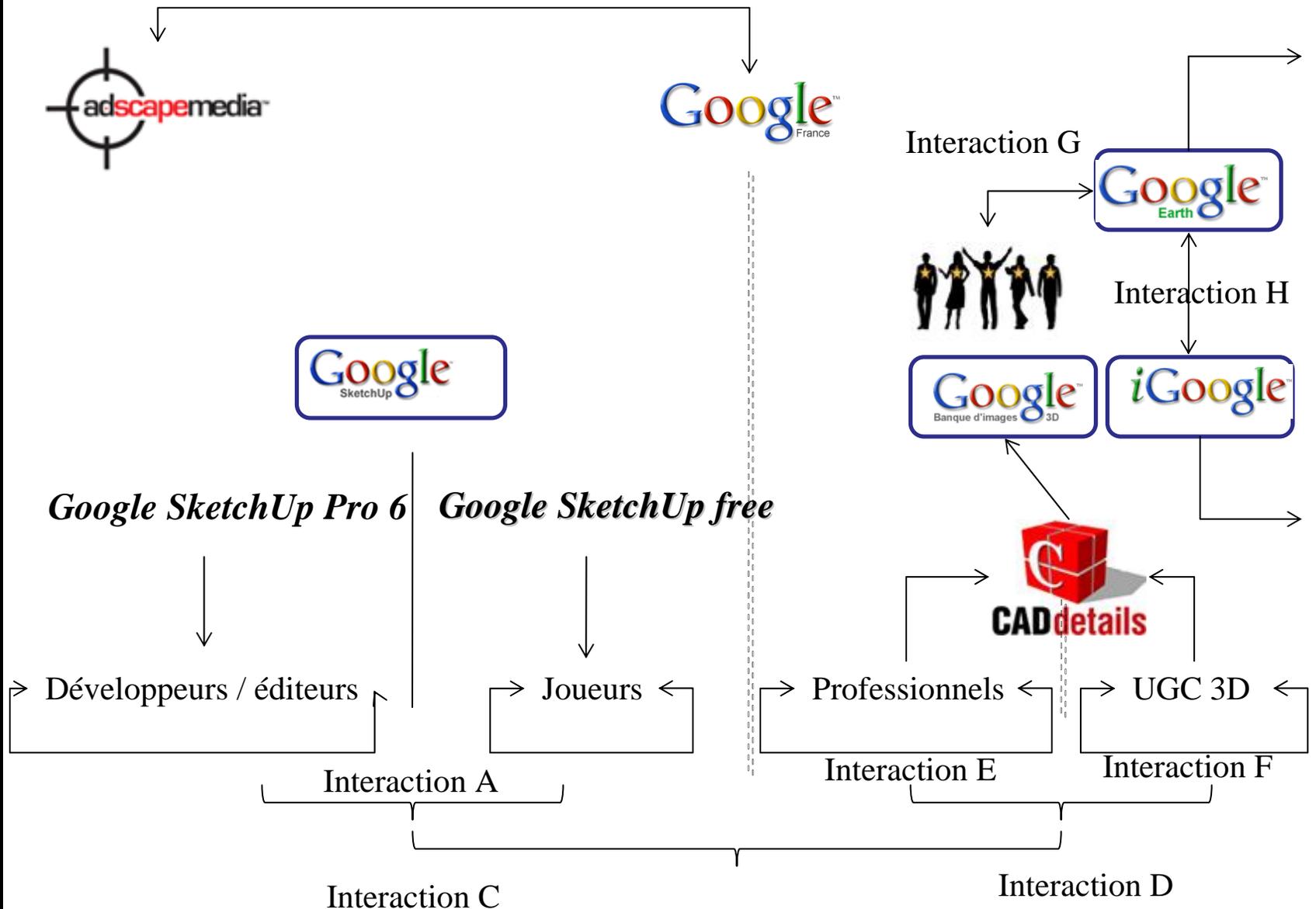


# Exemple : l'« Advergaming »





# L'intégration de l'utilisateur





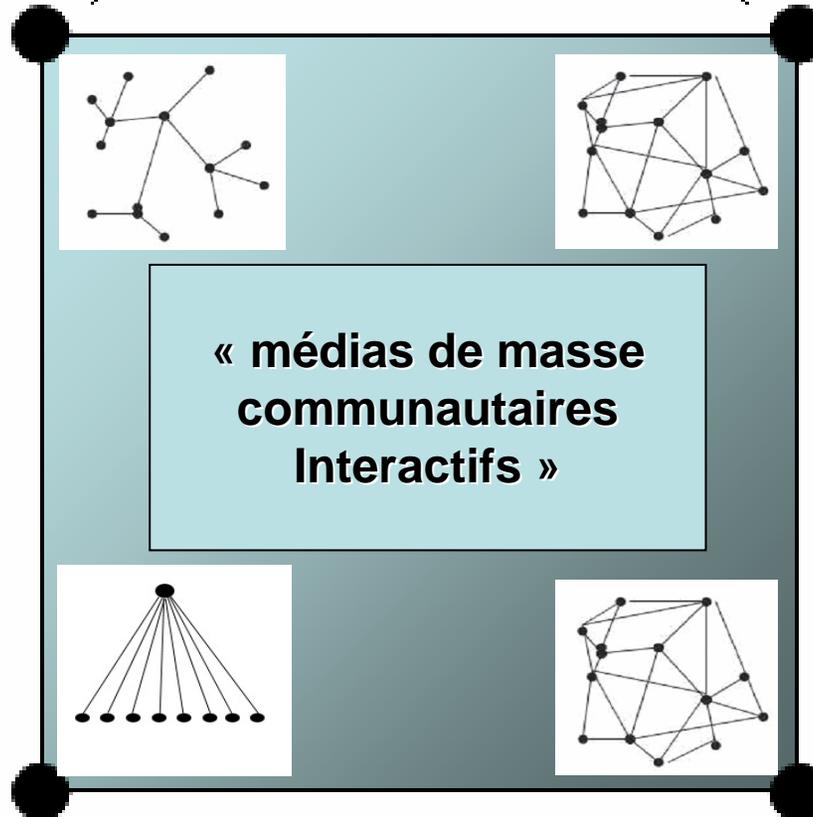
### **III - Vers une mutation du modèle publicitaire ?**



# Publicité et structure de réseaux

Communication interpersonnelle  
(1 à 1)

"Bottom-up" / participation  
(n à 1)

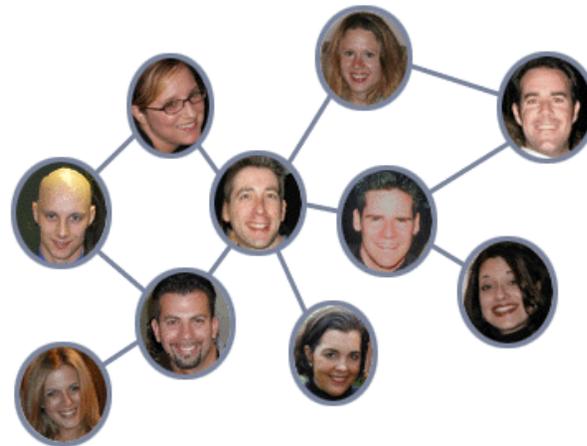
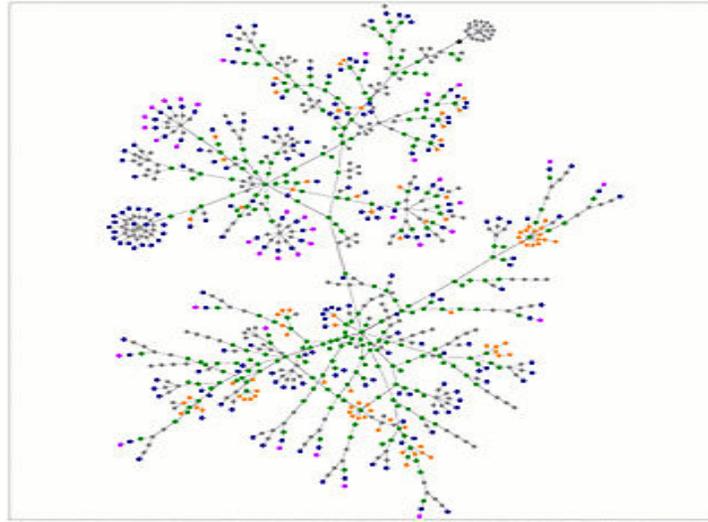


"Top-down" / médias  
(1 à n)

Communauté / coopération  
(n à n)



# Enjeux de la publicité sur les réseaux





# Des logiques de graphes

**Centralité de degré** : somme des liens vers les autres membres du réseau social

**Centralité d'intermédiation** : nombre de gens auxquels une personne est connectée de façon indirecte, via ses liens directs.

**Centralité de Proximité** : degré auquel un individu est près de tous les autres individus d'un réseau social (directement ou pas).

**Centralité de prestige** : degré d'importance d'un nœud dans un réseau social

**Clustering coefficient** : mesure de la vraisemblance que deux associés à un nœud soient associés entre eux.

**Degré de cohésion** : degré auquel les acteurs sont connectés directement les uns aux autres par des liens cohésifs.  
etc.



# L'internaute comme plate-forme de données



*Demande*  
*Offre*

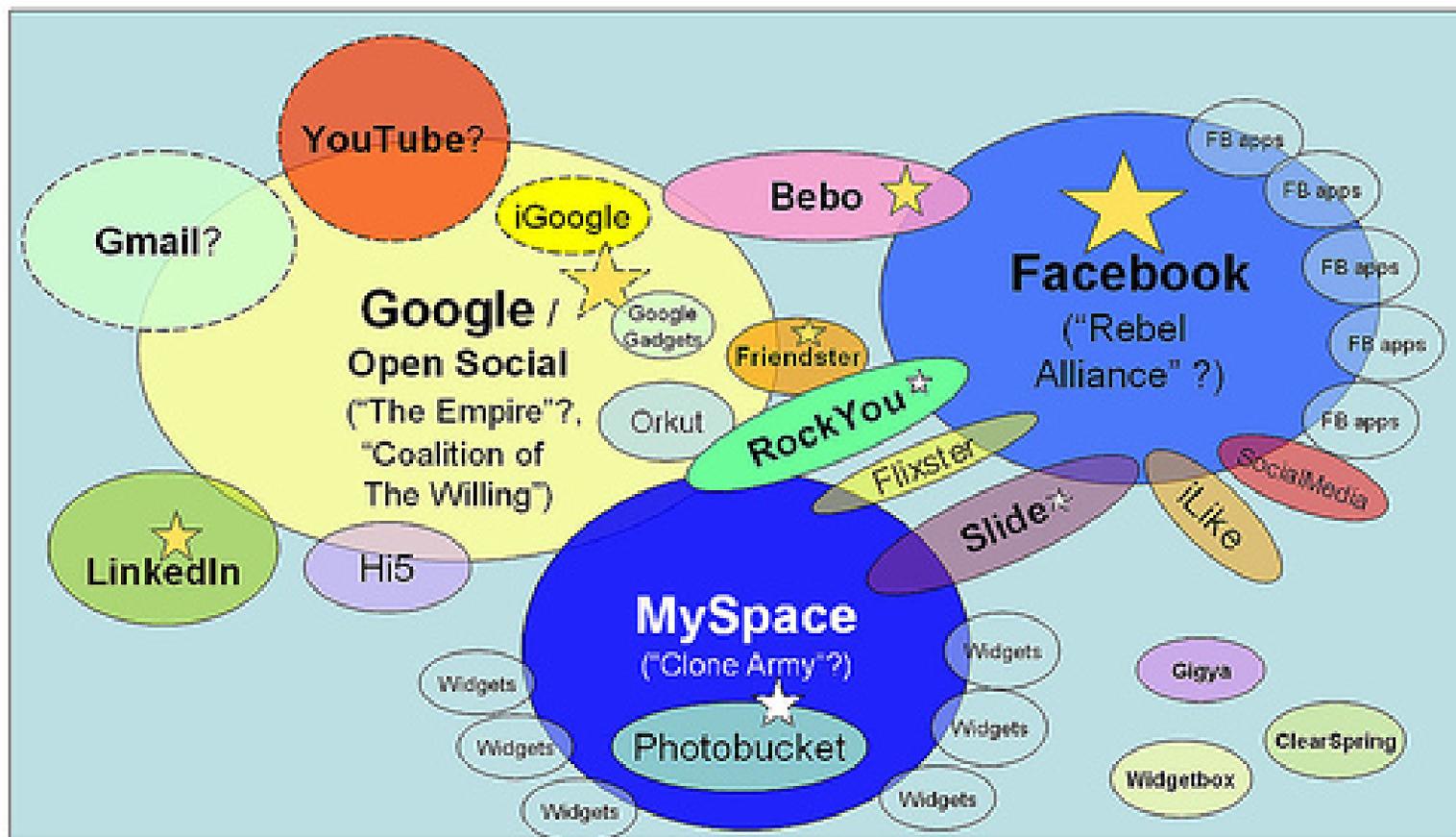
**Internaute**

*Offre*  
*Demande*

**Annonces  
Services**



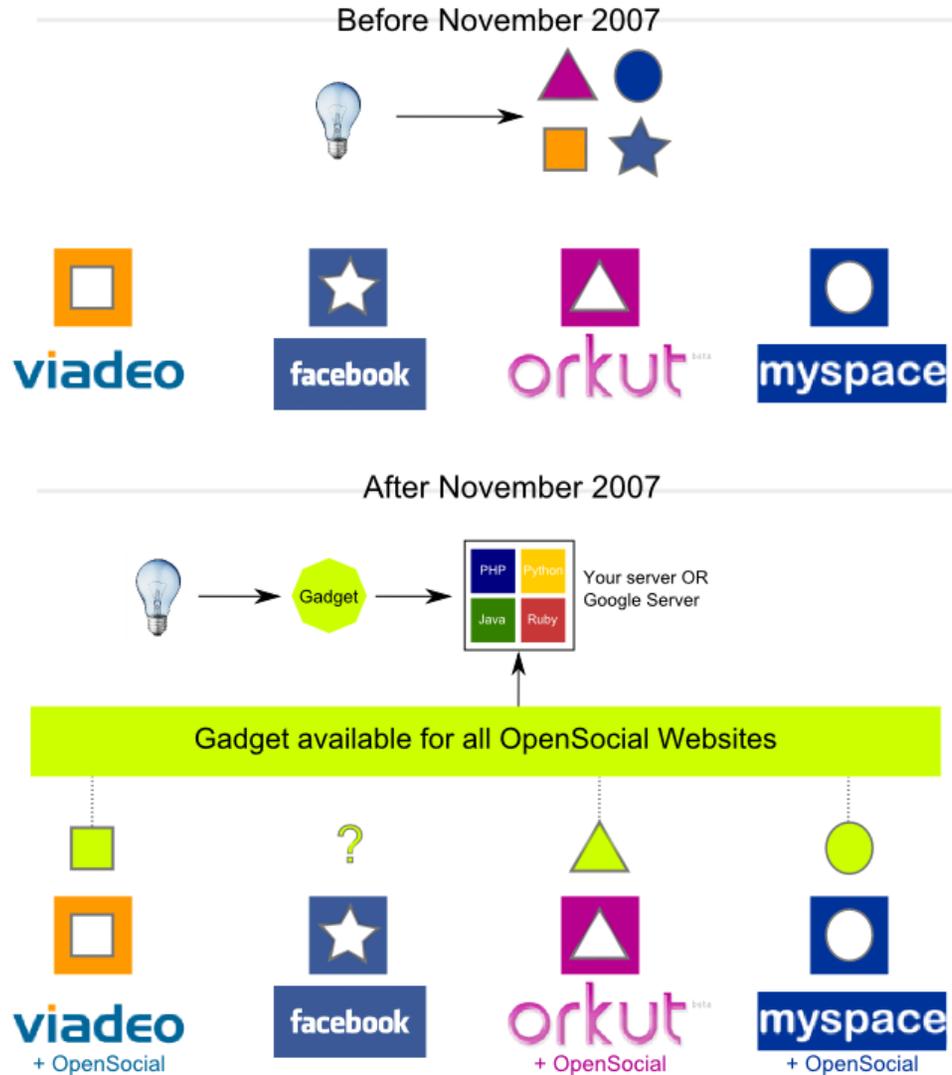
# La guerre des réseaux sociaux



- ★ = announced Platform / API
- ☆ = unannounced Platform / API



# L'interopérabilité des réseaux sociaux





# Enjeux de la « data-portability »

