

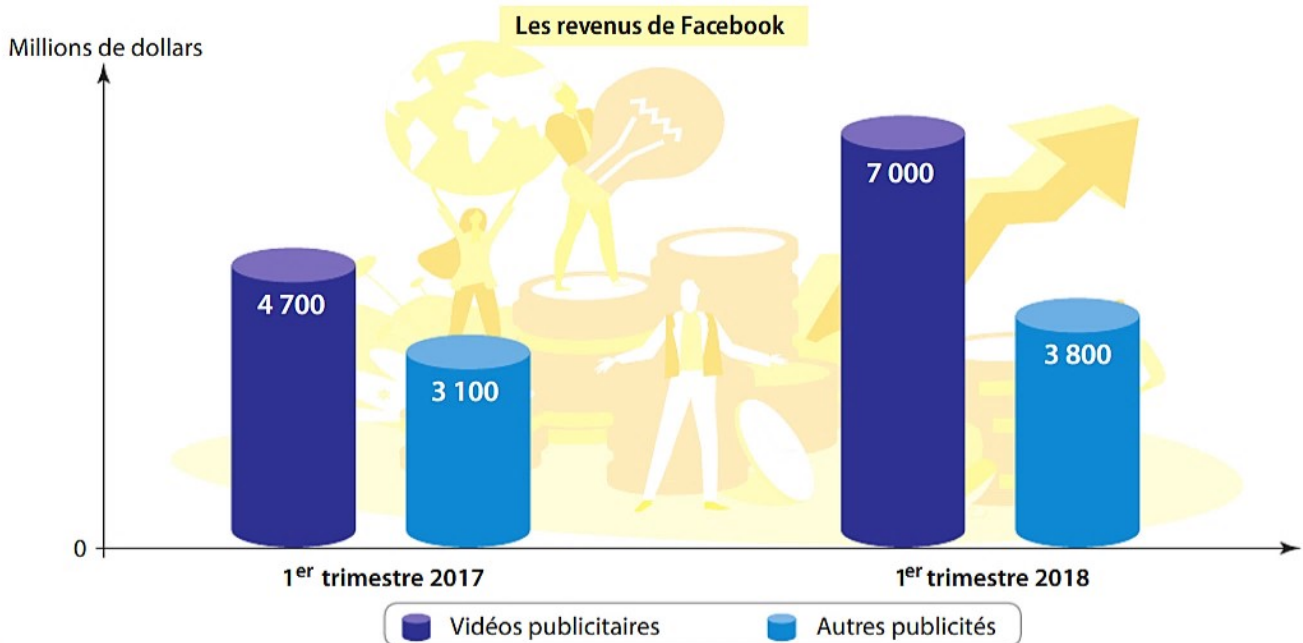
Le modèle économique des réseaux sociaux

Les entreprises de réseaux sociaux dégagent des revenus importants chaque année. Pourtant la plupart des inscriptions sont gratuites.

? Comment les réseaux sociaux gagnent-ils de l'argent ?

DOC 1 La publicité : principale source de revenus

Facebook réalise chaque année des milliards de dollars de bénéfice. L'essentiel provient des recettes générées grâce aux vidéos et aux annonces publicitaires. En effet, le trafic important de Facebook attire les annonceurs qui peuvent ainsi toucher une cible très large.



DOC 2 Les abonnements payants

La plateforme vidéo YouTube propose un accès de base gratuit : il permet de visionner tous les contenus mais avec de la publicité. Pour les utilisateurs qui souhaitent supprimer la publicité et bénéficier de fonctionnalités supplémentaires, il existe deux abonnements payants appelés « premium ». Ce modèle économique combinant utilisateurs gratuits et payants est appelé « freemium ».



L'offre payante
YouTube Music

DOC 3 La publicité ciblée

Les utilisateurs de réseaux sociaux fournissent des informations sur leur identité mais aussi sur leurs centres d'intérêt, leurs habitudes (likes, amis, abonnements). Ces données personnelles ont une grande valeur car elles permettent de réaliser un profil des clients potentiels et d'adapter la publicité qui leur est proposée. YouTube propose par exemple aux annonceurs de sélectionner la cible des publicités en fonction de certains critères, générant ainsi d'importants revenus.

Les critères de ciblage publicitaire de YouTube

Sélectionnez la catégorie démographique que vous souhaitez cibler :

SEXE	ÂGE	STATUT PARENTAL	REVENU DU FOYER
<input checked="" type="checkbox"/> Femme	<input checked="" type="checkbox"/> 18-24	<input checked="" type="checkbox"/> Parent	<input checked="" type="checkbox"/> 10 % plus élevés
<input checked="" type="checkbox"/> Homme	<input checked="" type="checkbox"/> 25-34	<input checked="" type="checkbox"/> Sans enfant	<input checked="" type="checkbox"/> 11 - 20 %
<input checked="" type="checkbox"/> Inconnu ?	<input checked="" type="checkbox"/> 35-44	<input checked="" type="checkbox"/> Inconnu ?	<input checked="" type="checkbox"/> 21 - 30 %
	<input checked="" type="checkbox"/> 45-54		<input checked="" type="checkbox"/> 31 - 40 %
	<input checked="" type="checkbox"/> 55-64		<input checked="" type="checkbox"/> 41 - 50 %
	<input checked="" type="checkbox"/> 65 ans et +		<input checked="" type="checkbox"/> 50 % inférieur
	<input checked="" type="checkbox"/> Inconnu ?		<input checked="" type="checkbox"/> Inconnus ?

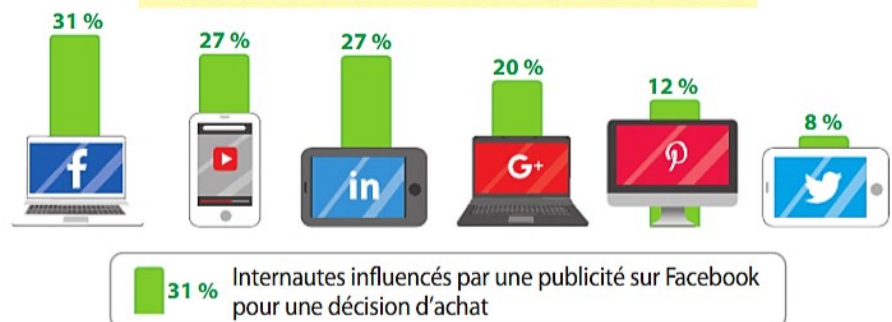
Remarque : Le ciblage par revenus du foyer n'est disponible que dans certains pays. [En savoir plus](#)



DOC 4 L'influence des réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ont une influence majeure sur les décisions d'achats des moins de 40 ans.

L'influence des réseaux sociaux sur les décisions d'achats



QUESTIONS

❶ **DOC 1.** Pourquoi Facebook peut-il se permettre d'afficher sur son site « C'est gratuit (et ça le restera toujours) » sans craindre pour sa santé financière ?

❷ **DOC 2.** Comment des réseaux sociaux gratuits peuvent-ils convaincre leurs utilisateurs de payer un abonnement ?

❸ **DOC 3 ET 4.** Pour quelle raison dit-on que « les données personnelles valent de l'or » ? Comment la collecte de données personnelles permet-elle aux entreprises de réseaux sociaux d'améliorer leurs revenus ?

❹ **CONCLUSION.** Quelles sont les principales sources de revenus des réseaux sociaux ?