

Lire le document, puis répondre à la question suivante sous la forme d'un paragraphe argumenté.

Question : Les données personnelles des utilisateurs peuvent-elles être rentables pour l'éditeur d'un site web ?

Contexte : Créé en 2000, Doctissimo est un site web francophone consacré à la santé et au bien-être. Il a été racheté en 2018 par le groupe TF1.

Sophie Eustache. La « patiente informée », une bonne affaire. Le Monde diplomatique, mai 2019, n° 782, page 23.
<https://www.monde-diplomatique.fr/2019/05/EUSTACHE/59878>

Les communautés des forums [de Doctissimo] régaler particulièrement les annonceurs : [...] elles alimentent les bases de données détaillées sur les profils des utilisateurs. « Les “doctinautes” fournissent au site des informations nombreuses sur eux-mêmes : données socio-démographiques, évolution de la composition du foyer, évolution des habitudes de consommation, centres d'intérêt, avis et opinions (les pathologies et les attitudes à l'égard des problèmes de santé, sur les marques, les produits et les services) », exposaient en juin 2016 Mme Lucia Lagarrigue, alors directrice des communautés de Doctissimo chez Lagardère Active, et M. Gilles Achache, de la société Scan-Research, un institut de marketing en ligne. Ces données et messages personnels, traités grâce à des outils d'analyse sémantique, nourrissent la régie publicitaire de Doctissimo, qui propose à ses annonceurs des profils très précis, « un niveau d'affinité supplémentaire pour concevoir des opérations spéciales » — par exemple des publireportages ciblés.

[...]

Femmes enceintes, « mamans » : ce public « qui surconsomme », selon [la responsable du marketing de Doctissimo], constitue également une mine d'informations. Car les utilisatrices livrent à ces applications quantité de données personnelles susceptibles d'électriser les annonceurs : pour profiter du service, il faut indiquer sa date d'accouchement, son poids, la date de ses dernières règles, etc. Couplés aux données laissées par les internautes lors de leur inscription à des lettres d'information ou aux forums, aux messages postés sur les forums, ces éléments dessinent des profils toujours plus précis, et donc toujours plus rentables.

Le rachat de Doctissimo par TF1 s'explique-t-il par le désir de mettre la main sur ces fichiers ? Avec MyTF1, qui oblige les internautes à s'enregistrer pour accéder aux vidéos, le groupe de M. Martin Bouygues possède déjà une base de données de vingt-trois millions d'internautes enregistrés. « Notre objectif est en effet de valoriser au mieux cette data, en apportant côté utilisateurs des services plus personnalisés, à forte valeur ajoutée, et, côté annonceurs, la possibilité de proposer des campagnes ciblées. Grâce à cette base de données très qualifiée, nous pouvons faire évoluer notre produit [Doctissimo] en fonction des attentes et des habitudes de nos communautés », nous explique, dans le langage fleuri des stratèges, M. Nicolas Capuron, directeur des nouveaux business digitaux du groupe.

[...]

Président-directeur général du groupe TF1, M. Gilles Pélisson a expliqué le projet humaniste et culturel qui anime les dirigeants de la première chaîne française : « Nous pourrions ainsi mettre à disposition de nos annonceurs des capacités de ciblage plus fines et enrichir le dialogue de nos partenaires avec les internautes au-delà de nos supports. » Il y a tant de manières de dire qu'on vend du temps de cerveau disponible...

Paragraphe argumenté

Un paragraphe argumenté est composé des quatre étapes suivantes, en une dizaine de lignes environ.

1. Annonce de l'idée de l'argument (prendre position).
2. Explication (préciser, expliquer la position prise) : « En effet... ».
3. Illustration (citer les documents) : « Ainsi... ».
4. Conclusion (énoncer à nouveau la position prise) : « Donc... ».

..... ✂ ✂ ✂ ✂

Barème (à découper et à coller sur votre copie)

Chacun des items suivants est noté sur un point.

- ... /1 Les quatre étapes du paragraphe argumenté sont présentes.
- ... /1 L'argumentation est cohérente.
- ... /1 L'argumentation est pertinente.
- ... /1 Le document est correctement cité.