

Apple bloque les pubs sur iOS... pour son bien.

Que l'on considère la publicité en ligne utile ou néfaste, qu'on l'ignore ou qu'on la bloque, il est important de se rendre compte des stratégies mises en œuvre par les géants du net (les GAFAM pour les intimes) pour contrôler cette manne et comprendre l'influence qu'a cette guerre sur le Web ouvert.

Eric Lawrence nous explique ici celle d'Apple, traduit par l'équipe de Framalang.

Domage collatéral

Source : <http://textslashplain.com/2015/06/10/collateral-damage/>

Traduction : egilli, Piup, andionuma, amaha, sinma, goofy, Obny



Modifié par Obny à partir d'une image par Kelvinsong (CC-BY).

La plupart des utilisateurs du Web tolèrent les pubs ; beaucoup la haïssent avec la passion dévorante de mille soleils. Il existe beaucoup de bonnes raisons pour lesquelles les utilisateurs n'aiment pas les pubs (elles dégradent les performances, la sécurité et la vie privée) ainsi que des reproches moins universels et plus discutables (par exemple, elles sont pénibles, la valeur des services que l'on obtient en échange est contestable, etc.).

Apple, une entreprise qui tire environ 80 % de ses revenus de produits basés sur iOS (son système d'exploitation, NdT), a annoncé récemment que iOS 9 forcera l'usage de son interface de programmation pour le filtrage des publicités dans le navigateur Safari.

De plus, et c'est probablement une pure coïncidence, le seul vrai concurrent d'Apple et iOS tire environ 90 % de ses revenus de la publicité.

Si vous trouviez déjà agaçantes les fenêtres d'invitation qui vous demandaient « Installez notre application » sur les sites web, imaginez ce qui va se passer quand seules les applications natives pourront afficher des publicités de façon fiable ! Il n'y aura probablement plus de lien « Non merci », en particulier quand le site détectera que vous utilisez un bloqueur de publicités (cf. l'article en anglais sur l'évaluation des mécanismes de blocage, NdT).

Récapitulons :

- Les sites web se chargent (temporairement) ≈ 40 % plus rapidement sur iOS ? Apple et ses utilisateurs sont gagnants.
- Les sites web sont obligés d'avoir recours à des applications natives pour être payés ? Apple est gagnant.
- Les sites d'information sont obligés d'utiliser l'application Apple News pour être payés ? Apple est gagnant.
- Les revenus de Google diminuent inexorablement ? Apple est gagnant.
- Les sites financés par la publicité et qui ne peuvent se payer une application native ? Dommage collatéral.
- Le web ouvert ? Dommage collatéral.

C'est un plan résolument brillant.

Lors de son procès pour abus de position dominante, Microsoft était accusé d'essayer d'« asphyxier Netscape ». Cet été, Apple posera négligemment sa main sur la pompe à fric de Google.

On ne peut guère prédire comment cela finira, mais des dommages collatéraux semblent inévitables.

Note :

Suite à de nombreuses réactions concernant l'article original, l'auteur a tenu à y répondre dans un autre article (en anglais).