



Les margoulines de l'Internet

Comme toute nouvelle technologie de communication, l'Internet a donné lieu à une forte créativité de la part de tous les criminels du monde. Les escroqueries y pullulent à un niveau incroyable en volume, les plus connues étant les scams à l'héritage, à la loterie, à l'ami perdu sans le sou à l'étranger, l'iPhone à 1€ – avec un abonnement au service en ligne pourri de plusieurs dizaines d'Euros par mois, Lotto24 -, les faux profils Facebook, les fausses alertes anti-virus et autres carabistouilles destinées à déléster de malheureux internautes naïfs de leur économies, épongées le plus souvent via des versements via Western Union ou autres cartes prépayées.

Les procédés sont très bien documentés dans de nombreux sites web. Il suffit de faire une recherche sur "scam". Il existe aussi de nombreux petits escrocs aux achats sur des sites comme le Bon Coin, qui vous font passer hors-site par un faux site Paypal et vous soutirer non pas de l'argent, mais votre produit sans le payer.

Ce post ne va pas traiter de ces sujets bien connus mais plutôt des méthodes marketing utilisées par des sociétés ayant pignon sur rue, établies en France ou dans l'Union Européenne.

On est loin des petits escrocs de cybercafés situés le plus souvent en Afrique. C'est une forme de délinquance en col blanc qui prolifère sans, visiblement, que les autorités judiciaires s'en inquiètent beaucoup. D'où le titre de cet article, un margoulin étant un "homme d'affaire peu scrupuleux".

L'objectif de ces sociétés est généralement de trouver des artifices plus ou moins honnêtes pour vendre, voire pour soutirer des données aux utilisateurs en échange de produits ou services alléchants. On voit aussi apparaître des objets connectés qui sont de véritables escroqueries en nature, surtout dans le domaine de la santé.

Les grandes sociétés du numérique ne sont pas non plus à une margoulinerie près, Apple en tête, avec son "courage" consistant à supprimer la prise mini-jack de son iPhone, ou Google et nombre de réseaux sociaux dont la finalité est de vous faire passer le plus de temps sur des sites rémunérés par des annonceurs.

Voici donc quelques exemples de ces pratiques fort peu honorables. Elles mériteraient un peu plus qu'un bonnet d'âne à leurs auteurs. S'il existe un enfer du numérique, sa porte leur est grande ouverte ! D'autant plus que cet inventaire est loin d'être exhaustif !

La vente d'enquêtes utilisateurs

Diverses sociétés se sont lancées dans la vente d'enquêtes utilisateurs en ligne permettant de disrupter les habituelles sociétés de sondage qui utilisent des méthodes d'échantillonnage sérieuses. C'est en ligne et donc moins cher par rapport à des sondages réalisés avec des enquêteurs terrain. D'où la vague de sociétés proposant des sondages rémunérés en cash ou en lots qui prolifère sur Internet depuis des années. Certaines sont légitimes, bien qu'utilisant souvent des méthodes plus ou moins honnêtes pour attraper des utilisateurs.

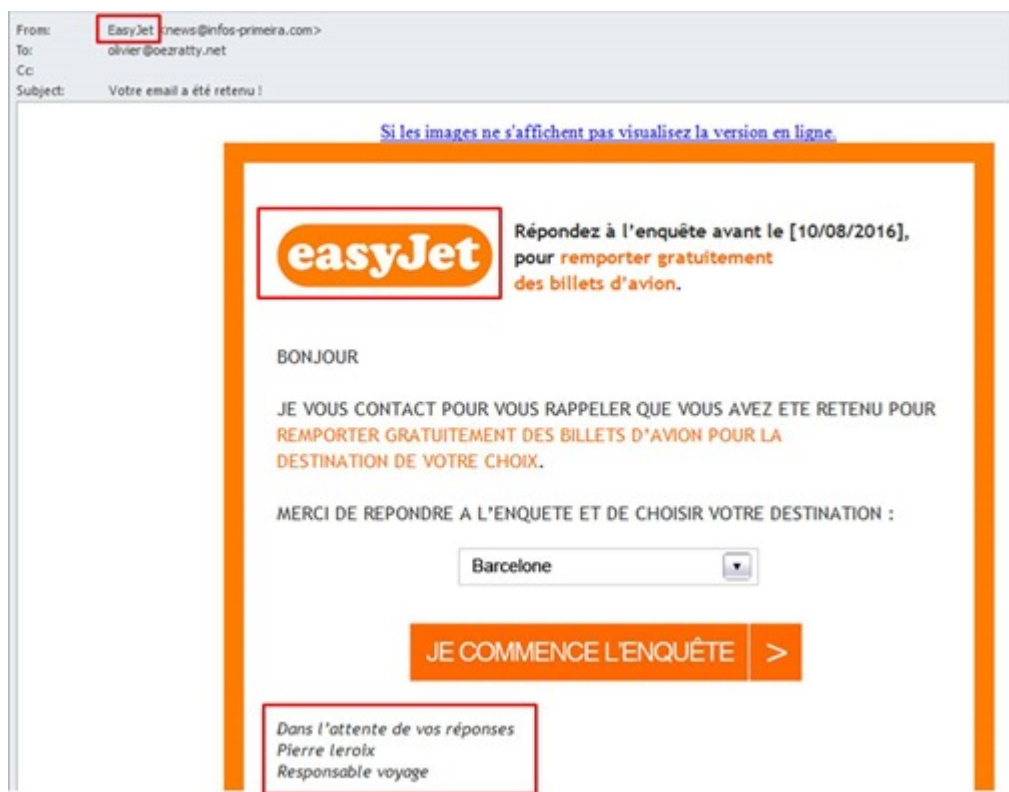
Elles sont notamment référencées dans des sites dédiés aux USA comme en France. Faites une recherche avec “sondages rémunérés”, et vous tombez sur sondagesbienpayes.com, gaddin.com, maximiles.com, monopinioncompte.fr, mysurvey.com et avispanel.com. Les “bons d’achat gratuits” valables dans des enseignes connues de la grande distribution fonctionnent sur des modèles voisins. Ils visent à extirper des données personnelles aux utilisateurs ciblés, pour les revendre ensuite, parfois à pirates. Il faut donc les éviter à tout prix.

Voici un exemple de société sondagière avec le site **&SelonVous** qui propose aux répondants de gagner une dotation. C’est un “jeu gratuit et sans obligation d’achat”. Ces sondages sont revendus à des annonceurs avides de données clients et surtout de leads bien frais.

Seulement voilà, l’histoire commence ici par un mail d’appât de l’Internaute qui comprend le nom d’une marque dans le titre, puis son code couleur et son logo dans l’entête. Le mail est émis en utilisant un nom de domaine obscur “Infos-Primeira.com”. Re-whois, et on voit que ce nom de domaine est hébergé en France, mais sans plus d’information. Le site renvoie une page template contenant juste “It works”. Tout cela est bien curieux. Le mail est aussi signé par un certain Pierre Leroix qui serait responsable voyage et n’existe probablement pas. C’est une pratique courante chez toutes les sociétés de VPC ou sites web qui personnalisent une relation via une personne non existante. La pratique n’est pas du tout illégale.

Cette utilisation semble-t-il abusive de grandes marques tierces est aussi pratiquée par les mails de scam de Lotto24 qui commencent par un sondage pour LIDL, Air France, Free, Amazon et autres, qui se terminent par une offre alléchante d’un iPhone à 1€, ou équivalente, qui vous débitera ensuite votre compte d’un abonnement mensuel de 40 à 80€ par mois à une loterie sans intérêt. Le mail de &SelonVous n’est pas dans ce cas là car ils ne vendent rien directement, mais la pratique est étonnamment ressemblante.

Ici, **Easyjet** proposerait donc de remporter gratuitement des billets d’avions... au pluriel ! La société émettrice est française mais le mail comprend pourtant une énorme faute d’orthographe (“je vous contact”) !



On a droit plus loin à un petit disclaimer “easyjet n’est ni l’organisateur ni le sponsor de cette enquête”. Je me

demande ce qu'en pense la Direction Juridique et la Direction Communication de ce transporteur. A moins qu'ils soient de mèche avec &SelonVous, ce qui n'est pas documenté.

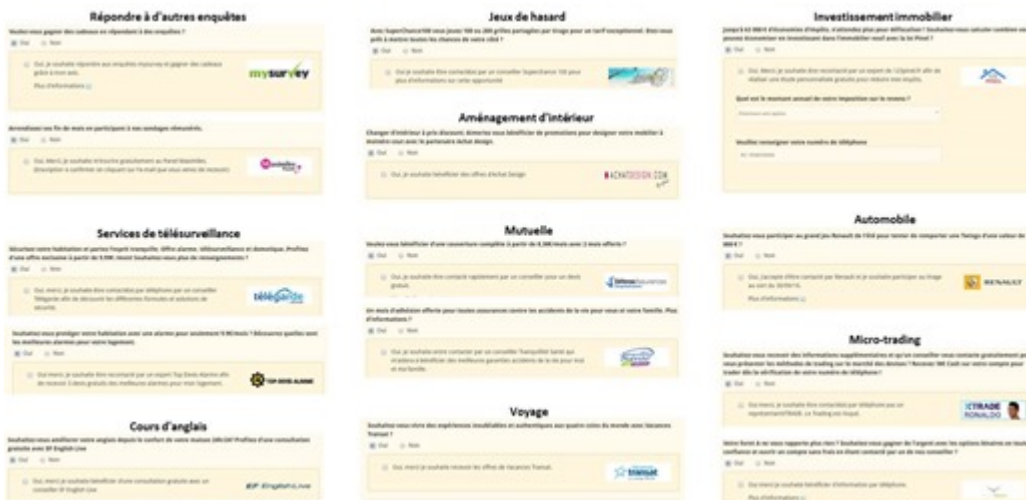
On peut aussi se désabonner à ces mails. Ce que j'ai testé. Le désabonnement a l'air de bien fonctionner. Chez d'autres émetteurs de mails de ce genre, cela peut éventuellement servir à valider l'existence du mail et renforcer sa valeur, permettant de le revendre à des tiers.

Le site indique que j'ai reçu ce mail car je suis "*abonné(e) sur l'un de nos sites partenaires.*". Cela permet de bien respecter la loi sur l'opt-in. Mais il n'est pas évident de savoir de quel site il s'agit sauf, probablement, à le demander.

Ce mail donne l'impression de provenir d'une marque connue (Easyjet) mais, juste après, on vous explique qu'en fait, bien non, l'émetteur n'est pas Easyjet. Tout cela pour faire répondre l'utilisateur à un questionnaire.



Quand on répond au questionnaire, le site continue d'afficher le logo Easyjet, mais en regard de celui de &SelonVous. C'est déjà mieux. En guise de sondage, on vous demande surtout votre profil socio-démographique précis (date de naissance, nombre d'enfants, statut familial, propriétaire ou pas, revenu annuel) puis si vous voulez bénéficier de telle ou telle offre. En cas de réponse positive, l'offre d'un partenaire s'affiche et on peut en savoir plus directement en fournissant son numéro de téléphone. L'enquête en elle-même est réduite à la portion congrue. Cette enquête est une simple machine à générer des leads.



Dans l'enquête à laquelle j'ai répondu début septembre 2016, j'ai compté en tout pas moins de 14 offres dans les grands classiques du démarchage qui sévit aussi au téléphone : des mutuelles qui commencent à 8€ par mois (dans ce cas-là, votre couverture santé sera évidemment très light, c'est un domaine où la prudence doit être de règle), des investissements immobilier Pinel, des jeux de hasard, du micro-trading (une forme détournée de jeu de hasard qui est très contestée, avec **Xtrade**, une société basée à Chypre, et **Planet Option**, qui est référencée comme étant une **arnaque**), des cours d'anglais (ça passe encore) et des services de télésurveillance (idem).

Au passage, le sondage m'a demandé quel véhicule je possédais. J'ai répondu, comme 007, avec une Aston Martin DB9 et là, j'ai eu droit à un concours organisé par **Renault** me permettant de gagner une Twingo ! Grosse déception ! Et surtout, c'est la seule marque de renom de ces 14 offres. D'habitude, les grandes marques ne s'intègrent pas à ce genre d'opération marketing car elles évitent de se mélanger à d'autres petites sociétés d'un statut et d'un positionnement différent, ce qui pourrait faire désordre par association d'idées.



Quand le sondage est terminé, on a gagné des points et le droit de se créer un compte chez EtSelonVous. Et on apprend que le tirage au sort du fameux billet Easyjet – qui n'a pas l'air d'être impliqué dans l'enquête – aura lieu fin janvier 2017. Donc, 5 mois après le sondage, ici, envoyé en juillet 2016. On peut espérer, pour être passé par les sites de vente de billets d'avion en ligne, que les vols gagnés par tirage au sort comprennent aussi les taxes d'aéroport, la prise en charge des bagages en soute et l'allocation des places dans l'avion. Ces coûts sont généralement à ajouter aux prix affichés dans des sites de réservation comme Opodo.

Si j'étais un client entreprise de ce genre de société, je me méfierai d'un biais statistique énorme : les

Internautes qui répondent à ce genre de sondage ne sont pas représentatifs de la population. Mais une fois sur deux, ce sont des gens qui sont naïfs, donc de bons clients potentiels. Dans l'autre moitié, ce sont des Internautes qui passent le plus clair de leur temps à chercher à gagner des cadeaux gratuits, donc, pas forcément de bons clients en puissance. On les appelle des "bargain hunters" aux USA.

Le site &SelonVous est édité par la société française **Natexo**. Nous ne sommes pas en Espagne ni à Chypre ou autre paradis fiscal et légal ! Son siège social est 233 rue de la Croix Nivert à Paris. Elle fait environ 20 salariés et plus de 5 m€ de chiffre d'affaire, en augmentation de 12% en 2015. Son résultat net oscille entre 5% et 9% de son chiffre d'affaire qui est probablement constitué d'activités marketing directe et pas seulement de celle qui est décrite ci-dessus. Le site de Natexo explique l'activité de la société : "*Une entreprise intelligente pour une industrie puissante*".

Natexo Careers

NOTRE HISTOIRE | NOUS CONNAITRE | NOS MÉTIERS | NOS OFFRES | ETUDIANTS

Notre histoire

Une entreprise intelligente pour une industrie puissante

Fondée en 2008, Natexo est spécialisée dans l'email marketing d'acquisition grâce à la collecte de prospects, le déploiement de campagnes marketing sur le canal e-mail et la monétisation de bases de données. La société est en pleine expansion à l'échelle mondiale à travers 8 filiales : France, Espagne, Italie, Royaume-Uni, USA, Latam, Pologne et Brésil. En 2014, Natexo réalise un chiffre d'affaires de 18M € avec plus de 80 employés à travers le monde.

- 2008 **Création de Natexo**
Le jeune entrepreneur Romann Proust crée la première agence en France spécialisée.
- 2010 **Positionnement de Leader**
En deux ans, nous sommes déjà incontournables en France, le monde n'attend plus que nous.
- 2014 **Pologne, Pays-Bas, Russie, Brésil, Turquie, ... !**
Nous sommes partout, c'est pourquoi nous avons besoin de vous.
- 2015 **Acquisition de Taz média**
Le groupe développe ses activités de marketing.

La page RH de recrutement expose les valeurs de la société et notamment l'innovation.

Nous croyons en l'innovation

Elle nous permet d'être forts. Positifs. Créatifs. Enthousiastes. Intelligents ! Ayant un pas d'avance, nous nous félicitons des nouvelles idées et des solutions inventives. Elles nous maintiennent en évolution, et nous incitent à nous améliorer et à relever de nouveaux défis.

La société a des pratiques contestables sur la forme tout en s'arrangeant pour bien respecter les lois en vigueur, qui sont d'ailleurs plus exigeantes pour une société française que celles immatriculées dans des pays exotiques. Cela pose une véritable question d'éthique des affaires dans ce secteur d'activité du marketing en

ligne.

Gagner de l'argent en regardant des pubs

Dans le même registre, des sites comme **neobux** et **i-vdeo** vous proposent de gagner de l'argent en regardant des publicités en ligne. Il se crée régulièrement des sociétés de ce genre. Elles ne font généralement pas long feu et on les retrouve rarement dans les portefeuilles d'investissement des VCs français. Fort heureusement !

Le site **PubliAddict** a ainsi fermé ses portes web en 2014 tout comme **Publicite.moi** en 2016. De son côté, neobux appartient à la société portugaise **Neodev** et son service fonctionnerait sur un modèle de Ponzi. Un modèle pyramidal qui est pratiqué dans les sociétés de marketing par réseau.

neobux

Voir les Publicités Forum S'inscrire Connexion

Bienvenue!
Maintenant, vous pouvez multiplier vos gains juste en visionnant des publicités.

Chez NeoBux, vous êtes payés pour visionner les sites de nos annonceurs.

plus d'infos s'inscrire

Qui peut gagner

Membre
En tant que membre, vous pouvez gagner simplement en visionnant toutes les publicités que nous affichons.

- Revenu sans effort
- Gagnez depuis la maison
- Pubs garanties tous les jours
- Statistiques détaillées
- Possibilités de mise à niveau
- Une communauté dédiée
- AdPrize + Offres

Hier
+ **15,516**
Membres enregistrés

Annonceur
Vous pouvez annoncer votre site web pour aider à augmenter la circulation et vos ventes.

- Gestion améliorée
- Des millions de clients potentiels
- Filtre Démographique
- Protection anti-cheat puissant
- Statistiques détaillées
- Vos besoins, votre choix
- Crédits AdPrize

Hier
+ **34,295,502**
Publicités visualisées

À propos de nous
Nous sommes experts en nouvelles solutions d'affaires dans un environnement gagnant-gagnant.

- Environnement stable et sûr
- Soutien professionnel
- Services instantanés
- Traffic intense
- Des idées innovatrices
- Entreprise orientée client

Hier
+ **\$99,739.60**
Payés à nos membres

Medias SECURE Trustwave PayPal Payza NETELLER Skrill

© 2008-2016 NeoDev, Lda. Tous droits réservés.

Conditions d'utilisation Politique de Confidentialité Aide

Le modèle économique de ces startups créées par des élèves d'école de commerce un peu immatures ne tiennent pas la route pour la même raison que mon commentaire plus haut sur le ciblage de &SelonVous : les utilisateurs ne viennent pas pour acheter quoi que ce soit mais pour gagner des (micro-)Euros. Le service est, pourrait-on dire, "auto-segmentant", n'attirant naturellement que des utilisateurs qui ne feraient pas de bons clients au lieu de prospects intéressants dotés d'un bon pouvoir d'achat. Dans l'histoire, le consommateur est moins lésé que l'annonceur, même si ce dernier paye la publicité à la performance.

Les publicités plus ou moins vues génèrent ainsi très peu de "click-through" et les marques clientes les évitent. Plus généralement, les startups qui fonctionnent sur un modèle explicitement publicitaires ne vont pas loin, même dans le cas où la publicité finance des œuvres de bienfaisance. Ces startups pervertissent le modèle de la publicité qui n'est pas conçu pour faire gagner de l'argent mais pour faire connaître des produits et services.

Le placement d'articles de marques

Cette pratique a pignon sur rue depuis une dizaine d'années, correspondant aux débuts du "web 2.0". Elle consiste à placer contre rémunération des articles publi-rédactionnels de marque sur des blogs ou à faire rédiger des articles de complaisance par des tiers ayant "de l'influence". Des dizaines d'agences spécialisées françaises et étrangères jouent ainsi le rôle d'intermédiaires entre les marques voulant se faire connaître et des blogueurs

et autres sites web en mal de sources de revenus additionnels.

C'est par exemple le rôle de la société **MediaPlacing** qui m'a contacté en juillet dernier pour me proposer de publier sur mon site des articles de marques, en me demandant mon tarif. J'ai répondu "17400€ par article" un peu au pif, pour tester leur réaction. Tant qu'à perdre sa réputation, autant que cela soit rémunérateur !

Après un aller et retour de vérifications de leur part, j'ai reçu un mail en anglais me demandant de baisser mon tarif à 400€. J'ai évidemment vertement décliné en leur indiquant que leur site était pourri. De toutes manières, l'agence marketing qui pondra des articles en suivant ma ligne éditoriale et pour moins de quelques centaines d'Euros n'est pas encore née. Il lui faudrait faire appel à un système d'intelligence artificielle proche de l'**Artificial General Intelligence** pour y parvenir. Et cela n'existe pas encore.

From: sonia@mediaplacing.com [mailto:sonia@mediaplacing.com]
 Sent: vendredi 8 juillet 2016 23:54
 To: olivier@ozratty.net
 Subject: Articles invités

Bonjour,

Mon nom est Sonia, j'écris de la part de mediaplacing.com, une Agence de Marketing de contenu. Nous sommes fortement intéressés par le contenu de votre site. On le trouve en effet, approprié pour certains de nos clients.

Contrairement à d'autres agences, nous sommes fiers d'offrir à nos sites partenaires, un contenu créé pour une audience spécifique propre à leur ligne éditoriale.

Votre site semble avoir toute les bases pour une fructueuse collaboration, nous fournissons des articles invités de qualité, originaux et exclusifs pour les publier à vos lecteurs. Ce qui permettrait d'obtenir un contenu de haute qualité et une introduction à notre base de lecteur.

Nous sommes ouverts à toute proposition de votre part, faites-nous savoir si vous êtes intéressé, car nous cherchons à établir des relations à long terme. J'espère recevoir bientôt de vos nouvelles

Sonia
 Relations publiques
 mediaplacing.com

Au passage, le site de MediaPlacing est l'archétype du site des entrepreneurs qui ont peur de leur ombre. Aucune information n'est fournie au sujet des fondateurs. On ne peut pas savoir où est située la société. Et il n'y a d'ailleurs aucune information pour les contacter. C'est un comble ! Un petit **Whois** sur l'url du site indique que celui-ci est hébergé à Hong Kong et que son propriétaire est immatriculé au Panama. Serait-ce Jérôme Cahuzac ? Non. En cherchant le profil LinkedIn de la personne qui m'avait répondu en anglais, je suis tombé sur une startup israélienne, **Market Across** qui, elle, est bien contactable. Ses références clients font peur : ce sont trois traders en ligne (Anyoption, Avatrade, Banc de Binary), dont deux spécialisés en options binaires, deux immatriculés à Chypre et la troisième en Irlande. Dans la pratique, ces trois sociétés de trading en ligne ont été créées par des israéliens, établis dans divers pays.

Il existe des dizaines de telles sociétés de placement d'articles chez des sites d'influenceurs, y compris en France, et elles travaillent pour des marques plus recommandables que les sites de binary trading. Et malheureusement, ce système de placement d'articles fonctionne très bien auprès de nombreux blogs, et bien au-delà des blogs du numérique, comme dans le fashion. C'est du gagne-petit, les articles étant rémunérés entre 50€ et 200€. Cette **bloggeuse mode** indiquait être rémunérée entre 30€ et 70€ en 2014. Les grandes agences de placement sont SeedingUp, BuzzParadise, RocketLinks, Rankseller et LinkLift.

Les articles sponsorisés sont écrits par les marques, par ces agences ou par les bloggeurs eux-mêmes, selon les cas et les modes de rémunération. Dans de nombreux cas de figure, c'est du "paid media" qui se essaye de se faire passer pour du "earned media". C'est donc du foutage de gueule. C'est la perversion totale de la notion

d'influence, elle-même très largement exagérée par les spécialistes du secteur. Ceci étant, la pratique existe aussi sous d'autres formes dans de nombreux titres de la presse professionnelle. C'est une pratique de la presse écrite qui a été simplement adaptée à l'Internet.

Le fameux site PresseCitron publie aussi des billets sponsorisés mais en annonçant clairement la couleur. Il est à ranger dans les bonnes pratiques. Le site traduit une évolution classique d'un blog devenu un média professionnel avec des salariés et qui a besoin de se monétiser. Les modèles de monétisation classiques sont la publicité, le publi-rédactionnel et l'organisation d'événements. Le site Rude Baguette avait choisi la dernière approche mais a récemment fermé boutique.

Le référencement pas si naturel que cela

L'accès à l'Internaute passe soit par les réseaux sociaux soit par les moteurs de recherche. D'où la prolifération de sociétés de conseil en référencement naturel, qui permet d'économiser l'achat de mots clés payants chez Google et de référencement chez Facebook. Les méthodes utilisées sont des plus variées. Elles consistent à modifier son site web de telle manière que les règles connues de référencement de ces sites soient bien vérifiées. Les titres sont structurés de manière à valoriser les bons mots clés avec un libellé du genre "Motclé: mots clés blabla". Les pages HTML peuvent être saturées de mots clés améliorant le référencement, et parfois, des mots clés cachés au lecteur. Certains sites poubelle n'hésitent pas à copier le contenu d'autres sites. Google a même prévu une page pour signaler les sites qui abusent de ces pratiques.



Ces abus relèvent de ce que l'on appelle le "Black Hat SEO". Certaines de ces pratiques comprennent la création de liens toxiques vers des sites tiers, pour réduire leur propre référencement naturel. Certains n'hésitent pas à pirater des sites à fort Page Rank pour créer des liens vers leur site. Il y a aussi le spam de commentaires dans les sites les acceptant, les captcha étant maintenant assez faciles à "casser".

C'est d'ailleurs un véritable jeu de chat et de souris, Google modifiant régulièrement ces règles pour pénaliser les sites qui ont abusé de techniques d'optimisation, la plus ancienne étant celle de la web farm de sites pointant les uns sur les autres.

Nombre de startups utilisent ces techniques pour se faire référencer. Elles mettent cela dans la catégorie plus noble du "growth hacking". Certaines sont à la limite de l'acceptable. Tant qu'elles ne sont pas prises, tout va bien. Jusqu'au jour où elles se font déréférencer par Google et hurlent au grand diable que ce n'est pas du jeu.

Au passage, j'ai découvert l'agence de SEO "seo-ethique". C'est une filiale de Offshore Développement, une société à cheval entre Vélizy Villacoublay et la Tunisie. Leurs références clients sont des TPE/PME. Et pas d'options binaires. Ouf ! Voilà une belle initiative à encourager et probablement codifier un tant soi peu.

Les faux followers dans les réseaux sociaux

Autre margoulinerie bien connue, l'achat de faux followers dans les réseaux sociaux, très utilisée pour valoriser

une marque, un artiste voire une personnalité politique. C'est une manière de mentir effrontément sur la taille de sa communauté de suiveurs et/ou lecteurs. Faites une recherche sur 'achat followers Twitter' ou 'achat like Facebook' et hop, des dizaines de services s'offrent à vous.

Inscrivez vous & recevez 10% en moins sur votre achat (min. 5€) Mon Compte Suivi de commande Connexion Balance: 0.00€

FollowersPasCher
Confidentialité, Rapidité & Qualité Acheter Des Followers et Likes Instagram

★ Nouveau Instagram Twitter Youtube Facebook Soundcloud Autres Services Support 🛒 0

Acheter Des Followers Twitter Home / Acheter Des Followers Twitter

Délais de livraison:

Notre système est complètement automatisé, de ce fait vous recevrez vos followers professionnels en quelques minutes. À noter que la plupart de nos followers ont des photos de profil, une biographie et des tweets. Pour de plus gros forfaits, il peut prendre environ 5-12 jours maximum pour compléter votre commande à 100%



100	250	500	1000
Abonnés Twitter	Abonnés Twitter	Abonnés Twitter	Abonnés Twitter
Délai de livraison: 24h	Délai de livraison: 24h	Délai de livraison: 24h	Délai de livraison: 24h
Avec l'option supersonic: < 12h	Avec l'option supersonic: < 12h	Avec l'option supersonic: < 12h	Avec l'option supersonic: < 12h
2⁹⁹€	4⁹⁹€	5⁹⁹€	7⁹⁹€
PERSONNALISER	PERSONNALISER	PERSONNALISER	PERSONNALISER

Le premier qui apparaît pour Twitter est **FollowersPasCher.com**. Vous pouvez y acheter un follower pour moins d'un cent, ce qui ne fait pas cher et témoigne du fait que leur création est entièrement automatisée. La société au nom français est immatriculée en Californie. C'est une LLC, équivalent d'une SARL française. Elle n'est pas dans la Crunchbase. Une **enquête de Capital** de 2016 indique que le créateur est un jeune français installé à Los Angeles, un certain Jeremy, qui n'a pas de nom de famille.

D'autres sites font la même chose avec des prix qui sont très élastiques selon le niveau d'automatisation de la création des faux suiveurs, dont les profils sont généralement inactifs. **BuyFollowers** se présente comme un site "légal d'achat de followers". Et pour cause parce que la loi ne l'interdit pas explicitement. Seules les CGU des réseaux sociaux peuvent éventuellement les interdire. La notion de légalité est donc très élastique. Le site appartient à une société française (**SAS**) **CONSEIL NR** basée à Verson, dans la banlieue de Caen. Elle emploie une trentaine de personnes, dont des juristes ! Une autre société, **Easylike**, est basée à Grenoble. Et puis **Fan-Boost**, une marque de la société "européenne" Digiketing, immatriculée à Chypre et dotée d'une dizaine de personnes. Ces sociétés font généralement entre 1 et 2 m€ de CA. Elles ne scalent pas bien, leur prestation étant devenue une commodité.

Le site **Pellerin-Formation** a répertorié des sites permettant de comptabiliser la proportion de vrais/faux followers d'un compte Twitter. Il y a notamment **StatusPeople** qui permet d'évaluer le nombre de faux suiveurs et/ou utilisateurs inactifs sur un compte Twitter. La société a été créée par un anglais de Londres, Rob Waller. Leur modèle économique est le freemium. Et puis aussi **TwToolbox**. Seul soucis : il faut pour les utiliser donner accès à son compte Twitter et leur permettre de pomper ce qu'il contient et même d'émettre des tweets à l'insu de votre plein gré ! Ca va pas non mais des fois ?

J'ai testé **Twitter Audit**, mais ses statistiques sur des comptes existants ne sont pas d'une fraîcheur de maraîcher puisqu'elles peuvent largement dépasser l'année. Qui plus est, ils analysent un échantillon de 5000 comptes et en extrapolent les résultats. J'ai ainsi découvert que 10% de mes followers Twitter étaient de faux comptes ou des comptes inactifs. Et promis, juré, je n'ai jamais acheté de followers ! Quand on fait le test sur les politiques, on observe un nombre de faux followers très élevé pour Jean-François Copé, Nathalie Kosciusko Morizet et Emmanuel Macron, et un faible nombre pour Arnaud Montebourg, Axelle Lemaire, François Hollande, François Fillon et Bruno Le Maire. Mais comme la mesure ne semble ni bien fiable, ni à jour, je ne vais pas présenter les chiffres ici.

Nombre de sociétés françaises agissent dans ce secteur, avec une approche généraliste des réseaux sociaux. C'est le cas de WebxAgency (Cannes), de **Boostic**, de LikeBaguette (une communauté d'échange de like Facebook), de acheter-des-likes.com, AcheterDesFollowers (un.com et un .net) ou encore **Autofollow**.

Reste à truander le Klout, un service dont on parle moins depuis quelques temps, et qui consolide l'écho dans les réseaux sociaux d'un Internaute.

Ce business en eaux troubles est complété par celui de la fourniture de faux avis dans les réseaux sociaux, une solution utilisée par certains éditeurs et certaines marques dans Amazon, par les hôteliers dans les sites de réservation et d'avis de consommateurs type TripAdvisor. Ce sont des pratiques commerciales trompeuses qui seraient traquées en France par la DGCCRF, mais avec très peu de moyens.

Dans les faux avis, on pourrait aussi citer ces startups qui se sont lancées dans le business de la sous-traitance de la drague dans les sites de rencontre, pour aider les dragueurs pressés, les "dating assistant". C'est tout à fait légal. Mais là aussi, cela génère de sacrées tromperies sur la marchandise. Des tromperies qui ne se voient qu'en dehors du lit en général car elles ne concernent que ce que le cerveau contient... ou pas. Pour les frequent flyers, cela ne présente guère d'importance !

L'arnaque à l'objet connecté

Elle n'est pas encore courante mais on voit apparaître quelques-unes. Ce n'est qu'une mise à jour d'arnaques bien courantes dans les catalogues de ventes par correspondance ou dans les publicités pour magazines TV ou féminins. Notamment pour les régimes amaigrissants foireux ou pour les systèmes anticalcaires magnétiques.

Les objets connectés permettent de donner un lustre technologique à ces arnaques. Je vous en avais déjà fait part dans le **Rapport du CES de Las Vegas 2016** avec ces étonnants écouteurs finlandais **HumanCharger** de **Valkee** qui permettent de se recalibrer après un décalage horaire. Le système éclaire vos oreilles avec une LED alimentée par une petite batterie ! C'est du grand n'importe quoi et au mieux en effet placebo. Le scam est même décrit dans un **site dédié** et **ici**. Son importation aux USA a même été **refusée** par la FDA, ce qui ne l'empêche visiblement pas d'être distribué via Amazon ! Au passage, l'engin qui ne vaut pas tripette est vendu \$269 ! Il doit coûter moins de \$10 à fabriquer (2 LED et une batterie). Voilà une belle affaire !

Dans le même genre, j'ai découvert via le magazine Capital – pour qui je collabore dans la rubrique High Tech – le projet **Vitastiq**, un stylo pour mesurer les carences en vitamines et minéraux. Ce **projet croate** lancé sur la plateforme de financement collaborative Indiegogo a déjà recueilli plus de \$200K de financement. Voici comment il est présenté dans Capital de septembre 2016 :

High-Tech
→ SOYEZ LES PREMIERS À INVESTIR DANS LES PRODUITS DU FUTUR

CROWDFUNDING*
Ces projets malins ont besoin de financement. On achète ?

VITASTIQ
LE STYLO QUI VÉRIFIE LE NIVEAU DE VITAMINES

● **À QUOI ÇA SERT**
Exploitant une discipline alternative controversée, l'électroacupuncture, cet appareil promet de dépister les carences nutritionnelles en mesurant vos niveaux de vitamines et de minéraux en quelques secondes. Il suffit d'appliquer la pointe de l'appareil sur la peau pour que les analyses apparaissent sur le mobile.

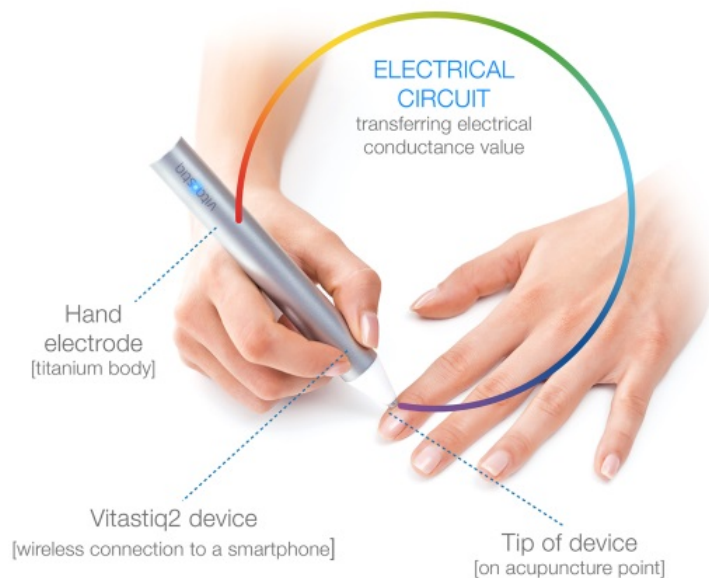
L'AVIS DE NOTRE JURY
INTÉRESSANT, MAIS EFFICACE ?

➕ «Le concept est intéressant et le projet semble mature, mais il faut tout de même croire à la méthode et à l'acupuncture pour être client», juge Cyril Labidi.

➖ «Comment l'engin mesure-t-il la teneur en vitamines?», s'étonne Olivier Ezratty, sceptique. Richard Ollier doute aussi fortement du sérieux des analyses.

PLATE-FORME : **Indiegogo**
PRIX EN PRÉACHAT : **89 euros (99 dollars)**
FIN DE LA LEVÉE : **5 septembre 2016**

Je suis en effet sceptique ! Capital est trop prudent ! C'est en fait une escroquerie totale ! Comment l'engin mesure-t-il notre teneur en vitamines ? Par de l'électro-acupuncture sur chaque doigt, un procédé de charlatan qui fournit des résultats aléatoires sur une trentaine de vitamines et de minéraux. C'est de l'enfumage complet qui est très bien documenté **ici**, **par là** et **plus en détail là**.



Qui plus est, ils indiquent dans leur communication avoir gagné un prix au “CES 2015”. En fait de CES, il ne figurent pas dans la liste officielle des **awards de ce CES 2015**. Ils ont gagné le **Central European Startups award**, sans rapport avec le CES de Las Vegas. Le produit est vendu 89€ alors qu’il ne s’agit probablement que d’un simple ampédancemètre.

Tout ceci est à ranger dans le même registre que le **e-meter** de l’Eglise de Scientologie, l’astrologie ou l’homéopathie à forte dilution.

Dans le domaine de la santé et du bien-être, nous allons voir encore fleurir des startups promettant monts et merveilles d’objets connectés qui vont tout savoir sur notre métabolisme et avec un ou deux capteurs et de la poudre de perlimpinpin de big data. C’est d’ailleurs un peu le cas de **Scio** qui est censé mesurer les composants de nos aliments grâce à de la spectrographie dans le proche infrarouge. Et de vous indiquer la quantité de glucides, lipides et protides, donc de calories. Dans la pratique, c’est une solution survenue car cette mesure est très imprécise. Alors qu’elle peut par contre vérifier qu’un aliment est bio, par la non détection d’azote, ou détecter des allergènes. C’est aussi ce qu’est censé faire le scanner de **Tellspec**, qui s’appuie sur un capteur DLP d’origine Texas Instruments, tout comme un **projet open source de tricorder**.

Les objets connectés financés par Kickstarter et équivalents donnent lieu à un autre phénomène : les surpromesses dans les délais de livraison. C’est le cas par exemple de deux machines à café tout en un qui peuvent mouliner le grain : **Bonaverde** et **Arist**. Les clients qui ont été les premiers à croire aux produits et à les financer sont aussi les premiers déçus et floués lorsque les startups n’arrivent pas à les fournir en temps prévu. Et les planning glissent sans cesse, la fabrication de produits innovants n’étant pas une sinécure. Ces projets prennent vite l’apparence de scams alors que, généralement, ils ne sont pas à ranger dans cette catégorie, sauf si les entrepreneurs sont partis avec l’oseille sans la consacrer à la mise au point et à la fabrication du produit promis. Ce qui est plutôt rare.

S’inventer un faux concurrent

Dans un article paru dans **Frenchweb le 8 juillet**, Candice Gasperini, cofondatrice de **bricool**, expliquait comment la startup s’était fabriquée un faux concurrent “*pour choper de la croissance*”, le site www.monbeaubricoleur.com. Le libellé du titre de l’article est d’ailleurs étonnant d’immaturité.

Comment on s'est fabriqué un fake concurrent pour choper de la croissance

[#REPLAY] Par Candice Gasperini, cofondatrice de bricool.

Par Les Experts | le 8 juillet 2016 | 4 Commentaires

L'astuce est ancienne mais c'est consternant ! Ce sont les ravages de la mode du growth hacking, une méthode d'accélération de la croissance des startups qui utilise dans de nombreux cas des méthodes peu recommandables, et qui émaillent cet article. Comment peut-on faire confiance à une startup si elle invente ainsi, même temporairement, un site qui n'existe pas, juste pour se faire mousser par contraste ? Qui plus est, jusqu'à en faire une étude de cas !

Aller, pour la peine, cela fera un petit séjour en préventive d'un an en enfer du numérique. Là où il n'y a aucune connectivité et où il faut tout faire à la main et au stylo à plume !

Le clickbait dans les grands sites d'information

Dans une conférence TED en 2015 et récemment, dans la conférence USI de juin 2016 à Paris, Monica Lewinski dénonçait avec force des sites web conçus pour générer du trafic et s'appuyant sur la mise en lumière de la vie privée des célébrités. Le phénomène s'appelle le "clickbait". Un système qui vous pousse à cliquer de manière compulsive sur les liens permettant d'accéder à ces articles.

Même Facebook le pratique, comme le montre cet exemple ci-dessous qui date du printemps 2016. Un post concernant Emmanuel Macron pointe sur un article de site conspirationniste dont le texte démarre par "*La pute de Goldman Sachs...*". Ils doivent nettoyer cela au fur et à mesure, les algorithmes automatiques n'étant visiblement pas suffisants pour détecter l'intolérable.

Like · Reply · 4 hrs

Write a reply...

Write a comment...

RELATED ARTICLES

Top 10 des pires déclarations d'Emmanuel Macron, le vrai visage de la gauche
Macron est jeune, Macron est beau, Macron est ambitieux mais Macron fait aussi des grosses...
TOPITO · 26,513 SHARES

Macron chez les francs-maçons
Emmanuel Macron, ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, a rempli le Temple...
EGALITEETRECONCILIATION.FR · 1,074 SHARES

Emmanuel Macron montre sa soumission à ses maitres lors d'une...
La pute de Goldman Sachs Emmanuel Macron, a rendu visite cette semaine à Yad Vashem. Il a signé...
STOPMENSONGES.COM · 2,665 SHARES

Si vous consultez les éditions en ligne du Figaro, vous pouvez tomber sur des liens "A découvrir sur le web",

sponsorisés par Outbrain. Ces liens pointent sur des articles qui font la lie de l'Internet, sur les célébrités et autres sornettes. Certains de ces articles sont même ultra-sexistes comme le dénonçait Claire Richard dans *Le Nouvel Obs* en août 2016. La mise en page des sites d'information est très ambiguë car il y est difficile de distinguer les articles de la rédaction de ceux qui sont fournis par cette régie de placement de contenus.

À découvrir sur le web Sponsorisés par Outbrain

Ils ont enfin décidé de dévoiler leur "préférence" au grand jour...
Pause Sport

10 selfie obscène
hiparades.fr

Photos : les moments marquants des Jeux Olympiques de Rio
Femme Actuelle

Le mariage de Martina Navrátilová
Gala

Ces footballeuses vont vous donner envie de regarder leurs matchs...
Les dérapages

Découvre pourquoi ces 45 chatons sont trop mignons !
Viral Kittens

Recommandés pour vous

À chaud : "Emmanuel Macron enfonce le Président"

M Pokora gay ? Il brise enfin le silence ! (vidéo)

Jean-François Copé : « Je ne peux pas imaginer que Nicolas...

Donald Trump : «La France n'est plus la France»

Outbrain est une startup israélienne qui a levé \$194m. Les articles peuvent provenir de médias classiques comme *Femme Actuelle* ou bien de sites de clickbait comme *Les Dérapages* et *Viral Kittens* (les fameux chatons). Tout ça pour générer un peu de revenu supplémentaire. Outbrain est présent de la même manière à la fin du site du journal *Le Monde* (ci-dessous) ou sur celui de l'hebdomadaire *Le Point* ! Le bas du bandeau indique bien "publicité". Mais bon, le coup des "56 chats qui vont te faire ronronner de plaisir" ont largement de quoi faire se retourner dans leur tombe **Hubert Beuve-Méry** ou **Pierre Vianson-Ponté**.

Ailleurs sur le web Contenus sponsorisés par Outbrain

Rio 2016 : la nageuse Rachele Bruni remercie sa compagne et fait son coming out
ELLE

Un couple se réapproprié une usine abandonnée et en fait un somptueux loft parisien
LE JOURNAL DE LA MAISON

Menu du soir : des recettes simples pour toute la semaine
ENVIE DE PLUS

Le meilleur casque de Bose passe au sans fil.
ANISSA TLEV

Demi Moore en couple avec le prince Andrew : Elizabeth II n'approuve pas !
ELLE

Brad Pitt et Angelina Jolie ne veulent plus rester en France et vendent leur château
L'CI

Ces 56 chats vont te faire ronronner de plaisir !
VIRAL KITTENS

Abra, nouvelle princesse d'un R'n'B transgenre
NUMERO

Maigrir du Ventre ? 15 Astuces pour Perdre du Poids chaque jour!
QUE DES ASTUCES

PUBLICITÉ

Outbrain a un gros concurrent, *Taboola*, une autre société israélienne, qui a levé \$160m. Elle pratique également le clickbait programmatique et est utilisée par *Marie Claire*, *01Net* et *Paris Match*. Le marché comprend également *Gravity*, une startup américaine dans le giron d'AOL depuis 2014, ainsi que *ZergNet*, *Revcontent* et *ZergNet*, des startups américaines de moindre ampleur.

Cette pratique du clickbait a notamment fait réagir Facebook qui a fait évoluer ses algorithmes en août 2016 pour limiter leur présence, avec un effet qui reste pour l'instant très peu visible.

Autres margoulineries

Le sujet étant infini, voici rapidement quelques autres pratiques fort peu louables :

- Les AdBlockers qui vendent leur déblocage aux annonceurs sont à ranger immédiatement dans la catégorie des margoulineries de compétition, dont les pratiques sont assimilables à du racket !
- L'arnaque à la vente de site web one shot, pratiquée auprès de PME peu au fait de la structure de coûts de création d'un site web (**explication**).
- Les entrepreneurs qui partagent leur succès avec des méthodes infaillibles, vendues sous forme de formation ou de livres. La méthode en question étant récurrente, celle-ci consistant à vendre la méthode.
- Les arnaques aux noms de domaine, pratiquées par de nombreuses sociétés asiatiques.

Bref

Les leçons de ces histoires sont multiples.

L'Internaute doit sans cesse se rappeler que l'argent gratuit, l'argent facile et l'argent rapide n'existent pas. Quiconque vous propose de l'argent ne le fait que pour vous en soutirer tout de suite dans le cas des scams, ou plus tard, dans le cas des divers modèles publicitaires fondés sur le détournement d'attention.

On peut s'orienter en connaissant le prix d'un lead en fonction du produit vendu. C'est ce prix qu'une marque est éventuellement prête à vous "donner" pour vous vendre quelque chose. Votre clic sur une annonce liée à un mot clé sur Google peut valoir quelques euros. Le budget marketing d'une entreprise est en moyenne de quelques pourcentages de son chiffre d'affaire. Il faut toujours avoir ces repères en tête en tant que consommateur pour éviter de se faire piéger par des offres trop alléchantes.

Du côté des objets connectés, les produits qui mesurent des données biologiques ou autres doivent toujours être examinés avec un regard scientifique documenté. Les arnaques pourraient se multiplier, surtout en associant un capteur non précisé et de l'analyse de données. Le top étant d'intégrer du "machine learning" pour faire encore plus magique.

Internet n'est ni meilleur ni pire que le commerce traditionnel avec ses démarchages téléphoniques, les catalogues de VPC, les coupons de réduction et les publicités faisant miroiter monts et merveilles. Il augmente surtout le nombre des sollicitations qui touchent l'utilisateur, dont le temps disponible est plus restreint et la capacité d'attention réduite. Il faut donc redoubler de vigilance.

Le marché du semi-legit de l'Internet est en apparence très fragmenté avec de nombreux acteurs locaux, dont des agences de référencement diverses. Il est difficile de faire le tri entre le bon grain et l'ivraie dans ces différentes agences. Leurs pratiques doivent même dépendre des salariés des sociétés.

La majorité des sociétés dont les pratiques sont ici exposées respecte pourtant les lois. Elles sont assistées par des conseils juridiques qui les aident à rester en-deçà de la ligne jaune du droit et de la jurisprudence. Et pourtant, tout en respectant les lois et règlements, les pratiques sont souvent trompeuses et nettement « border line ». Au même titre que les pratiques d'optimisation fiscale des grandes entreprises peuvent très être réalisées en respectant le droit. Elles ne sont pas pour autant citoyennes. Cette attitude de quelques-uns dessert l'industrie

car la réaction naturelle de la puissance publique face à ces pratiques est de renforcer le droit. Trop de lois rend le business plus complexe à mener. Pour gérer quelques exceptions, on alourdit les contraintes opérationnelles qui pèsent sur l'ensemble d'une profession comme l'affaire des avertissements sur les cookies imposée à l'échelle européenne l'a montré. Comment éviter cela ? Cela peut passer par de l'autodiscipline, de l'exemplarité et des chartes de bonne conduite. Il n'y a pas de solution miracle, l'idéal étant un délicat panachage de droit et d'autorégulation.

L'autre point juridique est que la « loi » de l'Internet est un mélange de lois issues des Etats ou pour l'Europe, des directives européennes, mais également des lois qui sont gérées par les logiciels des leaders de l'Internet. Les CGU (Conditions Générales d'Utilisation) de sites comme Facebook ou Google sont aussi importantes dans la pratique que le droit français ou le droit communautaire. La « justice » liée à ces lois peut être arbitraire et elle n'a généralement pas de visage. Ces lois du logiciel sont parfois non écrites comme le fonctionnement détaillé du PageRank chez Google. La question n'est toujours pas tranchée. Quand une société devient quasi-monopolistique comme Google, la moindre des choses serait que les lois qui régissent une fonction clé pour 95% des utilisateurs soit entièrement documentée. Idem pour celles qui mettent en avant les articles dans les timelines de Facebook.

Entrepreneurs, jeunes, vous qui êtes abreuvés de “responsabilité sociale et environnementale”, réfléchissez-y à deux fois avant de vous lancer dans la création d'une startup inventant le modèle publicitaire miracle. Essayez plutôt d'améliorer véritablement la vie des gens, pas de leur vendre des faux rêves et les inévitables désillusions qui vont avec.

Et soyez rassurés, je n'ai rien à vous vendre qui soit relié à ce sujet !

Cet article a été publié le 14 septembre 2016 et édité en PDF le 23 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>