

PUBLICITÉ CIBLÉE ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

LES MODÈLES ALPHABÊTE ET BÊTA

Entretien avec un analyste du Syndicat de la cybersécurité sur le profilage algorithmique et les enjeux de surveillance commerciale

Agent ■■■■ : Pouvez-vous nous indiquer l'impact d'Alphabète et Bêta sur le marché mondial de la publicité en ligne ?

Alphabète et Bêta dominent le marché des réseaux sociaux et de la publicité en ligne avec des milliards d'utilisateurs actifs : 2,5 milliards pour le premier par le biais de ses services vidéos, mail et moteur de recherche et 3 milliards pour Bêta avec ses services Instakilo et WhatsApp. Combinés, ces deux géants génèrent plus de 200 milliards de dollars (200 pour Alphabète et 120 pour Bêta), essentiellement grâce à l'efficacité de leurs publicités ciblées.

Agent ■■■■ : Quelles sont leurs principales techniques permettant la mise en oeuvre de ces publicités ciblées ?

Leurs stratégies de profilage reposent sur des techniques avancées :

- les cookies : déposés sur les navigateurs des utilisateurs pour suivre leur navigation sur divers sites.
- les pixels de suivi : souvent des pixels cachés et de minuscules morceaux de code intégrés dans les pages qui facilitent la collecte de données sur les actions réalisées par les utilisateurs après avoir vu une publicité.
- les outils d'analyse web : fournissent des informations sur les habitudes de navigation, notamment le temps passé sur chaque page, les chemins de navigation, et les interactions avec les publicités.

Grâce à ces éléments, des profils détaillés sont construits, incluant des données sur les achats en ligne, le temps d'écran passé sur différents services, et des comportements de clic.

Agent ■■■■ : Mais quel lien ont ces différentes techniques avec l'intelligence artificielle ?

L'intelligence artificielle est au cœur du profilage publicitaire. Les algorithmes analysent les données comportementales pour prédire les préférences des utilisateurs et segmenter le public via des modèles de machine learning. L'apprentissage automatique permet un ciblage toujours plus précis, rendant les publicités d'Alphabète et Bêta hautement personnalisées et efficaces. Ces outils peuvent aussi servir à des fins de surveillance, en identifiant des profils selon leurs centres d'intérêt ou leurs interactions avec des individus jugés sensibles.

