

# Le marketing des images satellites

L'internaute qui accède à un service de cartographie par images satellites, comme le proposent Google Maps, Yahoo!, MSN ou même A9 (Amazon.com), cherche d'abord à voir sa maison ! C'est bien naturel.

Mais tout de suite après, il va rechercher les édifices publics et médiatiques, les grands stades, et aux Etats-Unis les centres commerciaux. Très vite, l'exploitation de ces données pour en faire un relais publicitaire s'est imposée. D'abord pour les entreprises qui souhaitent associer une carte à leurs liens publicitaires et à leur site Web. Mais aussi qui souhaitent s'afficher lorsque l'internaute cherche à visualiser une carte où ils peuvent figurer. Un magasin dans une rue, par exemple. C'est un nouveau modèle économique publicitaire qui commence à voir le jour. Et il intéresse d'autant plus les moteurs de recherche qu'ils sont désespérément à la recherche de modèles susceptibles d'attirer les annonceurs locaux – l'artisan, le commerçant, l'association, la mairie, etc. – toutes ces 'petites' activités de proximité qui ont besoin de visibilité en ligne mais se sentent noyées sur les moteurs. Encore faut-il proposer un service qui offre une réelle précision dans l'imagerie. L'exemple de Google Maps est significatif de cette faiblesse inhérente à ces services. Si les grandes villes disposent de photos satellites assez précises, les zones de faible urbanisation ou de campagne affichent au contraire un certain flou artistique. MSN (Microsoft) et Yahoo! ont pris conscience de ces faiblesses. Tous deux complètent leurs bases de données d'images satellites par des photographies des villes (les grands centres urbains américains dans un premier temps) prises d'avion. Google Maps se contente pour le moment des images satellites, parfois retravaillées. La précision de ces images permet d'offrir des services séduisants, comme d'afficher les publicités des commerçants qui peuplent une rue si l'internaute affiche celle-ci en photo. A9, le moteur de recherche d'Amazon.com, va plus loin, et dans ces grandes villes propose à partir d'une carte proposée sur une recherche d'adresse, affiche des photos des bâtiments. L'idée n'est pas nouvelle, nos pages jaunes proposent ce service depuis longtemps sur leur site. En revanche, cette progression vers la finesse de l'information photographique est un indicateur de l'évolution des offres cartographiques des moteurs de recherche et portails Internet. Tous vont vers la précision pour transformer un 'gadget' graphique en outil publicitaire, donc en nouveau modèle économique. Une inquiétude demeure, cependant? Avec des photographies qui deviennent de plus en plus précises et détaillées s'affichent des informations qui relèvent plutôt de la sphère privée, voire parfois confidentielle. Ainsi, le gouvernement américain a demandé à Google de faire disparaître des images satellites des zones militaires, et même des détails liés au Pentagone ou à la Maison Blanche. Mais le plus grand danger pourrait, selon certaines associations américaines, provenir des risques de violence domestique. Déjà, de nombreux jaloux sont interpellés par la présence d'une voiture garée devant chez eux, comme le révèle la photographie fournie par Google, Yahoo!, MSN ou A9...