

# Peut-on faire de l'argent avec le RSS ?

Les flux RSS (

*RDF Site Summary*), un format XML pour la syndication des contenus du Web, modifie l'usage de l'Internet en définissant un nouveau moyen d'accéder à l'information en ligne. Lors de la **Syndicate Conference**, aussi appelée *RSS Con*, qui vient de se tenir aux États-Unis, passé le constat du succès de la technologie, les discussions entre les acteurs de ce nouveau domaine de l'Internet ont rapidement tourné autour de la monétisation du RSS. En clair, les professionnels de l'Internet se posent la question de savoir comment ils vont pouvoir générer de l'argent à partir des flux RSS ? Un consensus émerge, tout d'abord, pour maintenir un accès gratuit à l'information. La gratuité de l'Internet a été une des raisons de son succès, il s'agit de maintenir cette ligne directrice afin d'accompagner les innovations qui viennent régulièrement séduire les internautes. Bien sûr, il sera difficile d'éviter que se multiplient les intrusions publicitaires, qu'il s'agisse directement de publicités associées aux pages vers lesquelles les informations fournies par les flux RSS renvoient l'internaute, ou encore des liens publicitaires qui ne manqueront pas de s'y glisser. Mais pour les acteurs du Web, le premier modèle des flux RSS restera la construction des services. Il faut créer les outils, développer les services, les supporter et les maintenir, et faire évoluer l'ensemble de l'écosystème. En revanche, un nouveau modèle économique semble vouloir émerger, appelé **'économie de l'attention'** (*economy of attention*), qui consiste à attirer l'attention de l'internaute afin d'aider le consommateur à se diriger vers des offres qui elles auront clairement un modèle commercial. En revanche, comme l'ont souligné les acteurs de la *'RSS Con'*, une attitude domine chez l'internaute qu'il est indispensable de prendre en compte pour assurer le succès d'un projet de flux RSS, le rejet systématique et constaté des services RSS payants ou sur lesquelles la publicité s'est révélée trop intrusive.