

L'économie de l'attention

Un concept qui se renouvelle avec le
web

Un phénomène au cœur de l'économie
de l'accès

At'tension!



Introduction (1)

- Le concept d'**économie de l'attention** n'est pas nouveau (publicité, places d'attention), mais se renouvelle avec l'émergence du **World Wide Web**
- L'attention, sollicitée de toutes parts sur le réseau, devient une **ressource rare > précieuse**
- Le **marché de l'attention** se recompose et se compléxifie

Introduction (2)

- La dimension d'**interactivité** impulsée par Internet induit de **nouvelles modalités attentionnelles**
- L'économie de l'attention intéresse tous les secteurs de l'activité économique, sur les plans **marketing et organisationnel**
- Elle accompagne, quand elle ne les engendre pas, les **mutations des modèles économiques des biens informationnels et culturels numériques**
 - Le cas du Gold Open Access pour le marché de l'IST

Plan

1. L'économie de l'attention, un concept qui se renouvelle avec l'émergence du web
 - H. Simon, M. Goldhaber, P. Aigrain
2. L'économie de l'attention, au cœur de l'économie numérique des biens informationnels
 - Economie de l'abondance, du gratuit, de la publicité
 - Mobiliser, orienter, mesurer, exploiter l'attention
3. L'économie de l'attention, au cœur de l'économie de l'accès
 - Une « captation de l'économie de l'accès » (J.M. Salaûn)
 - Le Gold Open Access, étude de cas (Revue.org, été 2009)

L'économie de l'attention (1)

Enjeux

Pères fondateurs

Concepts liés

« The law of attention »



« Information Overload » par verbeeldingskr8 <http://www.flickr.com/photos/verbeeldingskr8/3638834128/>

Concepts liés

- « *Information overload* »
 - 2008: Information Overload Research Group (IORG)
- « *Continuous Partial Attention* »
 - Linda Stone, 2005:
l'attention partielle continue, une « capacité de dispersion »
- « *Multitasking* »
 - Psychologie expérimentale, sciences cognitives
 - Miller, 1956; Evans, Meyer, Rubinstein, 2001

Les âges et ères de l'attention à l'âge de l'information (L. Stone, 2005)

Age of Servant Attention	Age of Multitasking	Age of Continuous Partial Attention	Age of UniFocus
Era of Service (I serve)	Era of Self-Expression (I create)	Era of Connection (I connect)	Era of Protection and Belonging (I protect)
1945	1965	1985	2005



Pour Linda Stone nous mobilisons sans cesse notre attention, motivés par le désir d'"être un noeud vivant du réseau":
" a desire to be a LIVE node on the network. Another way of saying this is that we want to connect and be connected »

« L'âge de l'information »

- ❖ 1950' Entrée dans « l'âge de l'information »
- ❖ Fritz Mashlup (1962), Marc Porat (1977):
« économie de l'information »
- **Herbert Simon**
 - Psychologie cognitive, enjeux de l'intelligence artificielle, rôle et management des organisations
 - 1978, prix Nobel d'économie
 - **Théorie de la rationalité limitée dans les organisations**
 - 1959: « goulot d'étranglement de l'appareil de perception »
 - 1971: l'information consomme de l'attention

SIMON Herbert. Designing Organizations for an Information--Rich World. In GREENBERGER Martin. Computers, Communication, and the Public Interest. Baltimore, The Johns Hopkins Press, 1971, pp. 40-41. ISBN 0-8018--1135-X.

- *« ...in an information--rich world, the wealth of information means a dearth of something else: a scarcity of whatever it is that information consumes. What information consumes is rather obvious: it consumes the attention of its recipients. Hence a wealth of information creates a poverty of attention and a need to allocate that attention efficiently among the overabundance of information sources that might consume it. »*
- [Dans un monde riche d'information, le foisonnement d'information implique la pénurie de quelque chose d'autre: **une rareté de tout ce que l'information consomme. Ce que l'information consomme est plutôt évident: cela consomme l'attention de ses bénéficiaires.** Ainsi la richesse d'information engendre une pauvreté d'attention et le besoin d'allouer cette attention efficacement parmi l'abondance de sources d'informations qui pourrait la consommer]
- **« The law of information »** > Alex Iskold, 2007 : **« Attention Marketplace »**

« L'âge du WWW »

❖ 1990' Internet

- **Michaël Goldhaber:**
 - « Les 3 âges de l'économie »
 - L'économie nouvelle repose sur l'attention
 - **L'attention est le moteur d'une « nouvelle économie en réseau »**

Aspects of 3 Levels

FEUDAL	MMI	ATTENTION EC
<i>Goals(scarcity):</i> Loyalty, Feoffdoms Security	<i>Goals (scarcity):</i> Material goods, money, jobs	<i>Goals (scarcity):</i> Attention from others
<i>Roles:</i> Knights, Serfs	<i>Roles:</i> Owner, Worker/Consumer	<i>Roles:</i> Star, Fan
<i>Moves:</i> Obtaining feoffs by winning battles, pledging loyalty or marriage	<i>Moves:</i> Organizing production, selling at a profit, working a job, Buying at a good price	<i>Moves:</i> Performing, Creating Seeking an audience, Paying attention

GOLDHABER Michael. Attention, Meaning, and Meaningfulness [Attention, sens et pertinence]. [en ligne]. 1996. <http://www.well.com/user/mgoldh/attmean.html>

- L'attention est la ressource **rare**
 - Les sciences économiques ont pour enjeu l'étude et l'administration des biens et ressources rares
- L'attention se **déploie** sur Internet
 - Economie numérique des biens informationnelles
 - Nouvelles pratiques de diffusion, d'échange, de partage, d'appropriation collective de l'information
- L'attention fait **sens**
 - « 10. Le sens est conféré par les autres, à travers leur attention. Sans attention, la vie n'a pas de sens. » in GOLDHABER Michael. Some Attention Apothegms. 1996.

GOLDHABER Michael. The Attention Economy and the Net. First Monday [en ligne]. 1997, Vol. 2, n° 4.

<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/519/440>

- L'attention est un enjeu de **valeur** en soi
 - Influence, popularité : « Star System »
 - L'attention est une valeur appelée, à terme, à remplacer l'argent, devenant à la fois **enjeu et medium de la transaction**:
 - *"Attention transactions, which already are far more numerous than monetary transactions will come to dominate even further."*
 - [Les transactions liées à l'attention, qui dominent déjà, vont dominer de plus en plus sur les transactions monétaires.]

théorie ...

Rishab Aiyer Ghosh (1997)

"Economics is dead. Long live economics! »

- L'attention est (déjà) un paramètre pris en compte dans toute société, tout système économique
- Le principe de l'offre et de la demande s'applique à l'économie du numérique
- L'argent, contrairement à l'attention, n'a pas de valeur intrinsèque
- L'attention peut être monétisée mais peut difficilement devenir une monnaie.

... technique

Philippe Aigrain (1997)

L'attention portée est la manifestation d'une "préférence »: il y a bien un marché à organiser

- Médiation technique, continuum d'attention
- Valoriser l'attention en l'intégrant au processus d'échange propre aux biens informationnels numériques:

"Exchange value is not just a manifestation of some "intrinsic" value, it is the creation of a new entity through the organisation of a process."

L'économie de l'attention (2)

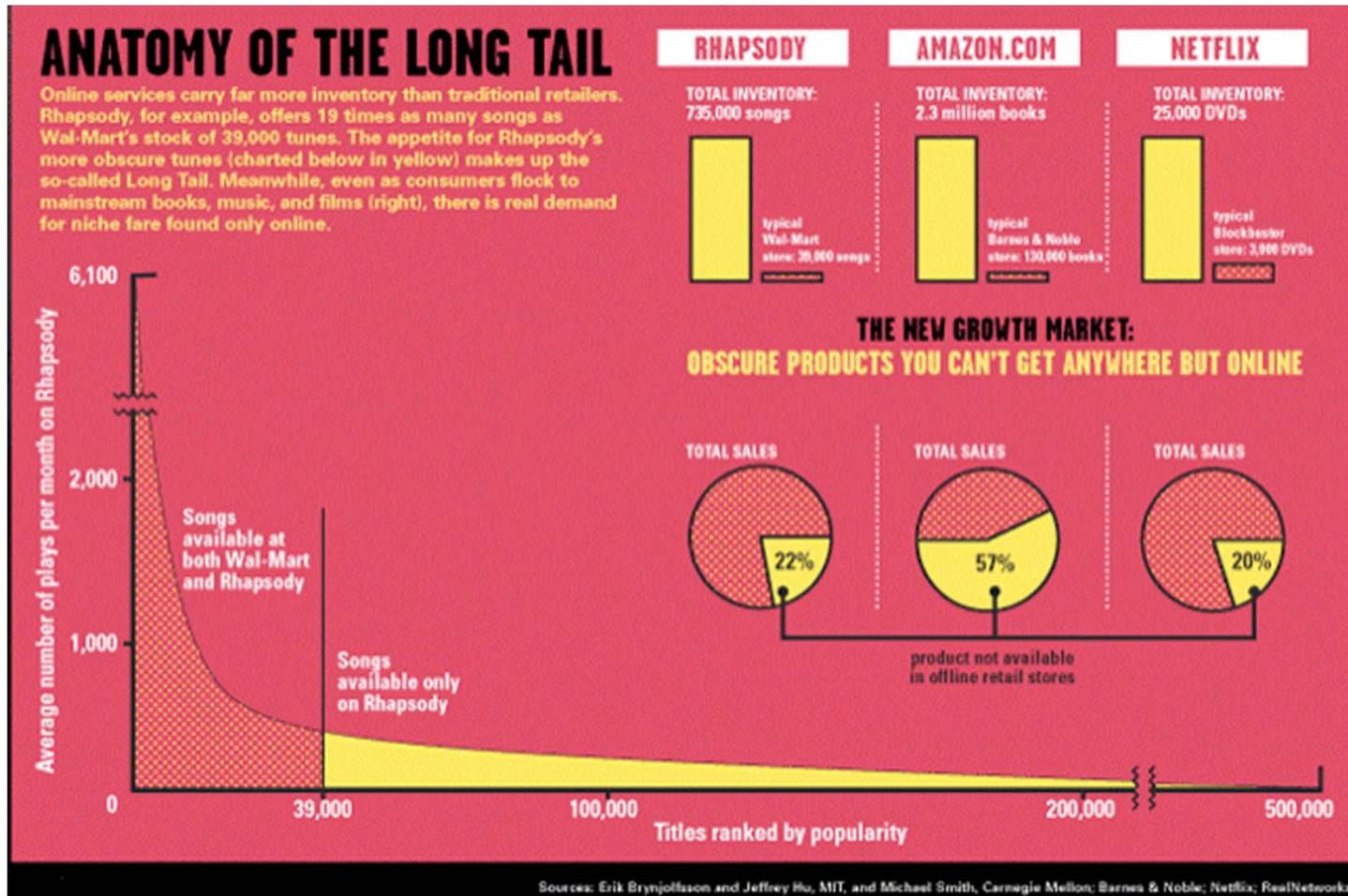
La captation de l'attention au cœur
de l'économie numérique des biens
informationnels

Attention ... Action!



« Films in my fridge – Agfa precisa overload » par slimmer-limmer <http://www.flickr.com/photos/slimjim/2158903390/>

Economie de l'abondance



➤ La Longue Traîne (Chris Anderson)

La Longue Traîne (Chris Anderson)

- Rendu possible dans l'économie numérique parce que:
réduction/suppression des contraintes géographiques et des coûts de stockage linéaire, de distribution et de reproduction
- Sur un marché donné, plus l'offre est abondante, aussi bien en terme quantitatif que qualitatif / couverture des segments du marché: plus la préférence, la sélection, l'action peuvent s'exercer
- Les marchés de niche cumulés deviennent aussi rentables que ce qui est offert à la consommation de masse.

C'est l'une des clés du succès des plateformes de vente de biens culturels comme Amazon (livres), Netflix (films) ou Rhapsody (musique)

Economie du gratuit

"Freeconomics" (C. Anderson)

- Les coûts de production et de distribution tendent vers zéro
 - Les biens informationnels numériques sont des biens économiquement:
 - Indivisibles :
leur coût de production est indépendant du nombre d'utilisateurs;
 - non rivaux :
ils ne se détruisent pas dans l'usage et peuvent être consommés par plusieurs agents simultanément;
 - non excluables :
il est difficile d'exclure de l'usage un utilisateur même si ce dernier ne contribue pas au financement du bien
- « A l'âge de l'accès, on ne va plus avoir accès au produit mais au contenu » (H. Guillaud, 2009)

Economie de la publicité

« le contrôle de l'attention est bien le défi n° 1 du nouveau paysage publicitaire » (P. Sherer, 2008)

- Le « **search marketing** » (P. Sherer)
 - Google (O. Bomsel)
 - AdSense, régie de sites Web offreurs d'espaces contextuels revendu aux annonceurs (publicité contextuelle)
 - AdWords, marché de la recherche sur Internet financé par les annonceurs
- Le "**behavioural marketing** »
 - Facebook (Daily Telegraph, janvier 2009)

➤ Mobiliser l'attention

Captation, incitation, sélection

- M. Goldhaber (1997): « j'ai votre attention et je l'ai convertie en action physique »
 - "*enthralled*" (auditoire) // "*thrall*" (esclaves)
- Winifred Gallhager (cité par H. Guillaud, 2008): « Vous ne pouvez pas faire deux choses à la fois: le mécanisme de l'attention est la sélection »
- Patrick Lelay (2004):
"Tout le monde court après le fameux temps de cerv

Voir par exemple cet article de l'Expansion.com

<http://www.lexpansion.com/economie/actualite-entreprise/patrick-le-lay-president-directeur-general-de-tf1_105361.html>

eau disponible »

Les trois régimes de l'attention (D. Boullier, 2009)

Tableau 1. Caractéristiques des trois régimes

Régimes	Fidélisation	Alerte	Immersion
Paramètres de l'attention	Durée	Intensité	Durée + intensité
Ancêtre moderne	Packaging	Cotation boursière	Simulateur/cinéma
Nouveau dispositif	CRM	Courbe d'audience et spot	Jeu vidéo
Valeur de l'intermédiation	Fichier client	Agrégation instantanée des offres	Structure captivante du contenu
Médiateurs clés	L'opérateur télécoms	L'agence de <i>news</i> et de cotation	Les industriels du jeu vidéo
Médiations clés	Cadeau, le <i>push</i>	L'événement, la réputation	L'immersion
Modalités attentionnelles	L'habitude	Le <i>priming</i>	L'expérience partagée
Ennemis	La zappette	La rumeur	Le COS
Dérives	La répétition distraite	Le zapping	La clôture

➤ Orienter l'attention

Préférence, mise en relation, recommandation

➤ Economie du « détournement »

- « Taper sur l'épaule pour pointer quelque chose d'autre du doigt » (J.M. Salaûn, 2007)



"la personnalisation de masse" supplante la consommation de masse.

➤ Mesurer l'attention

- Du « coût par mille » au « **coût par clic** »
- A. Blackwell (2008): Indicateur d'**engagement** (avis, annotations, commentaires, votes, etc.)
 - « Le second âge de l'économie de l'attention » (publicité)
- P. Aigrain: **la préférence, le temps passé, les actions initiées**
 - **Web implicite**: navigation
 - **Web explicite**: actions d'enregistrement de leurs préférences par les Internautees (signets, alertes, news letters, etc)

➤ Exploiter l'attention

➤ Le consommateur: pivot d'un mouvement pull-push

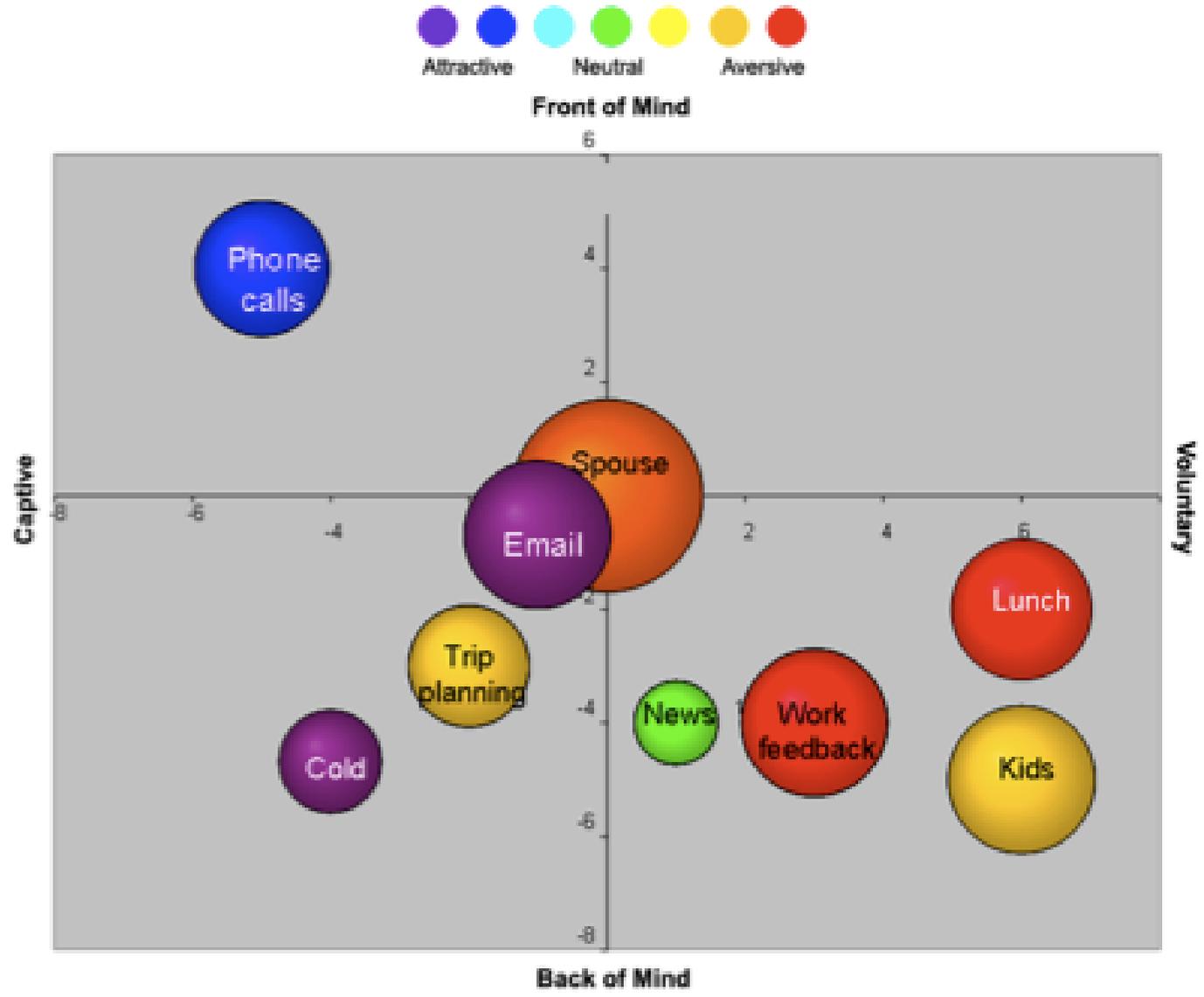
- J. Hagel (2005): Du *Product-Centric Brands* au *Customer-Centric Brands*
 - S. Berman (2002): *The loop of attention*
 - Rompre avec la logique de la chaîne de valeur linéaire traditionnelle allant de la conception du produit à sa distribution en push.
 - Engager l'attention du consommateur à toutes les étapes, dans un mouvement pull/push, selon une "boucle interactive de l'attention".
- ### ➤ Renouvellement des stratégies marketing
- Collaboration marketing

Alerte!

- Non respect de la vie privée
 - Cf Attention Trust (S. Golstein, S. Gilmor):
Attention recorder (j. 2006)
- Concentration des marchés (D. Kaplan)
 - Coût de migration, effet réseau, places d'attention
- Propriété intellectuelle
- Qualité de l'information
- Quod de l'utilisateur dans la relation de service?



Dans les organisations, management des ressources humaines:
La carte de l'attention (Beck, Davenport. Attention compagny.
2001)



Pour une « écologie informationnelle »

- Hubert Guillaud, 2009

« Si la fracture de l'accès aux nouvelles technologies tend à se réduire, ne sommes nous pas en train d'en construire une autre: celle des savoirs, des compétences et du temps disponible en ligne? **Celle de l'attention. Une fracture cognitive** entre eux capables d'utiliser les outils et de naviguer dans la surinformation, et ceux qui n'en auront ni le temps, ni les moyens, ni les capacités »

L'économie de l'attention (3)

Une captation de l'économie de l'accès
(J.M. Salaûn)

Le cas du Gold OA dans le marché de l'IST

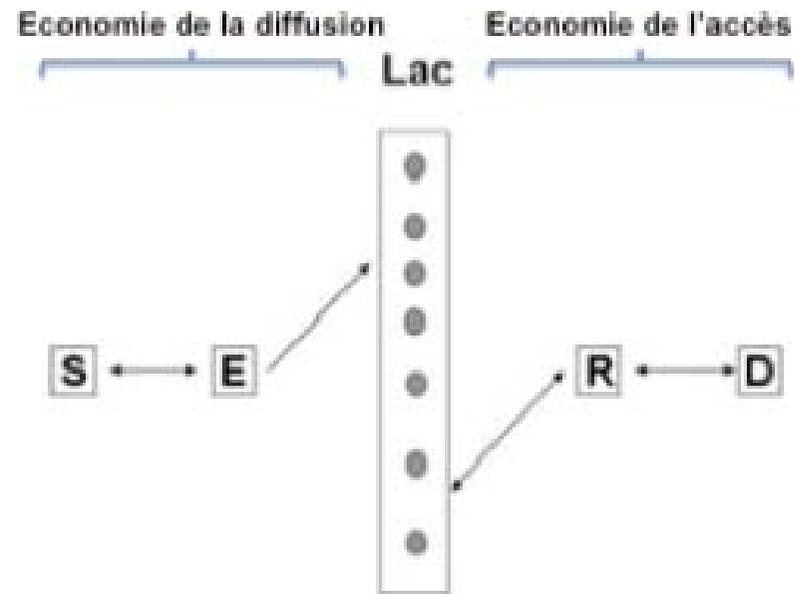
« On the other hand »



« On the other hand » par Dhamma <http://www.flickr.com/photos/dhammza/492882480/>

Le double marché de l'économie de l'attention

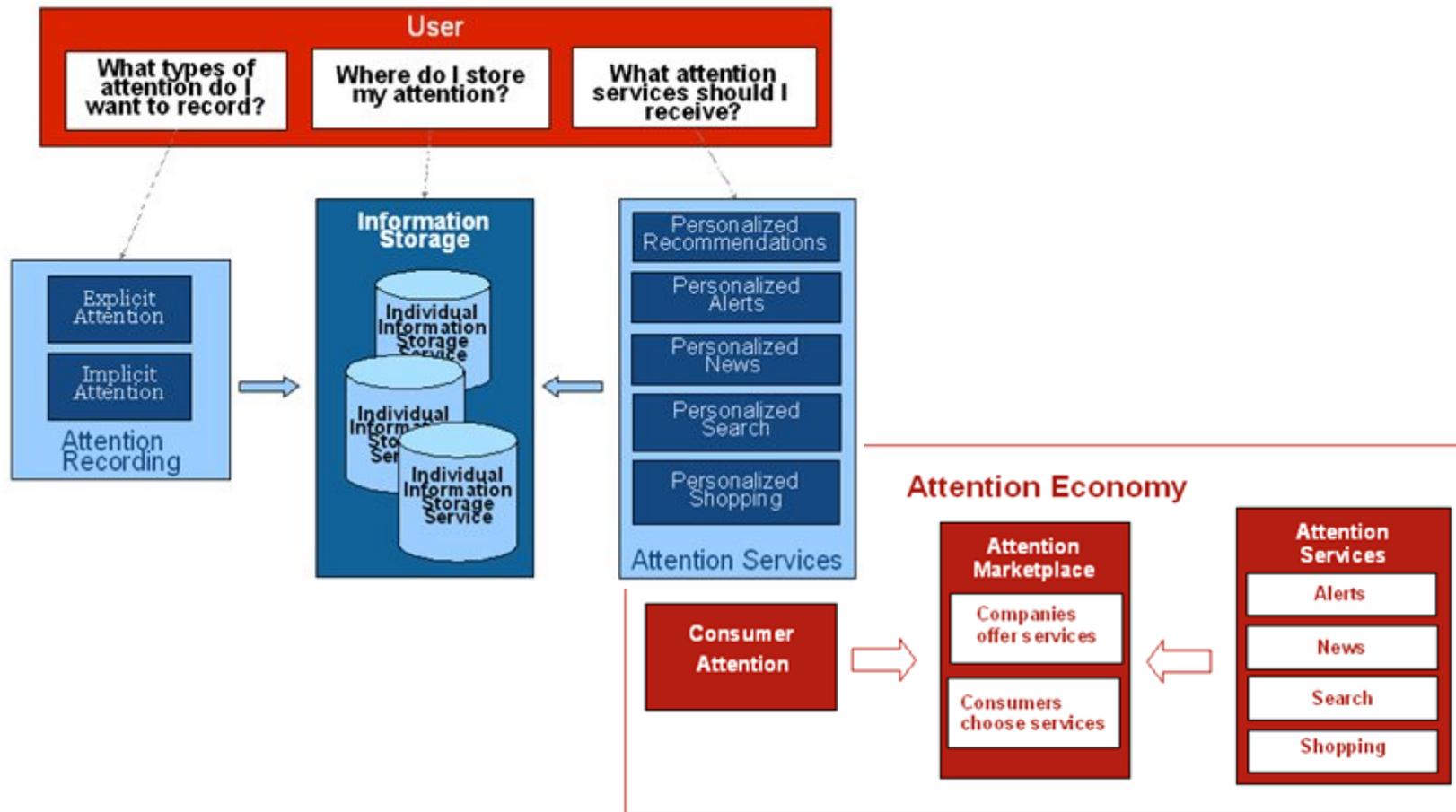
- L'économie de l'attention est avant tout une économie de l'accès dans le sens où elle est pilotée par le **service aux usagers**
- Elle favorise, sur le marché de l'attention, les **opérateurs placés du côté de l'aide à l'accès, les infomédiaires**, aux dépens des opérateurs de production et de diffusion situés en amont
- D'autant avec le **brouillage des modèles économiques et des questions d'accès**



(J. M. Salaün, 2007)

« The Attention Economy – Putting the user in control » (A. Iskold, 2006)

The Attention Economy – putting the user in control



➤ Servicialisation des biens informationnels: économie des services

- Trouvabilité des contenus
- Organisation, hiérarchisation, visualisation des contenus
- Engagement participatif, animation de communauté
- Personnalisation, « sur demande »

The image shows a screenshot of the Technorati website. At the top, there is a green header with the Technorati logo and a search bar labeled "search the blogosphere...". Below the header is a navigation menu with tabs for "Channels", "Blogs", "Photos", "Videos", "Favorites", and "Popular". A red banner features the "BC" logo and the text "A sinister redesign for a sinister ca". Below the banner, the page is titled "Technology / rising posts". There are two tabs: "Headlines" and "Rising Posts and Stories". Under "Rising Posts and Stories", there are two dropdown menus: "show stories from" set to "blogs" and "sort by" set to "attention". A dropdown menu is open under "sort by", showing options "attention" and "freshness". The main content area displays a post titled "Intel Is Said to Plot an Executive Overhaul" with a green "Update" icon. The post text includes: "Update | Sept. 14, 2:13 a.m. Added mention of Wall Street Journal report about Mr. Gel expected to reveal a sweeping management change on Monday, according to people t 12 hours ago in Bits · Authority: 2,657". At the bottom, it says "Attention [4]: BARRONS.com: Tech Trader Daily · Digital Daily · DealBook".

L'économie de l'attention pour le Libre Accès

Le cas de Revues.org dans les
bibliothèques universitaires

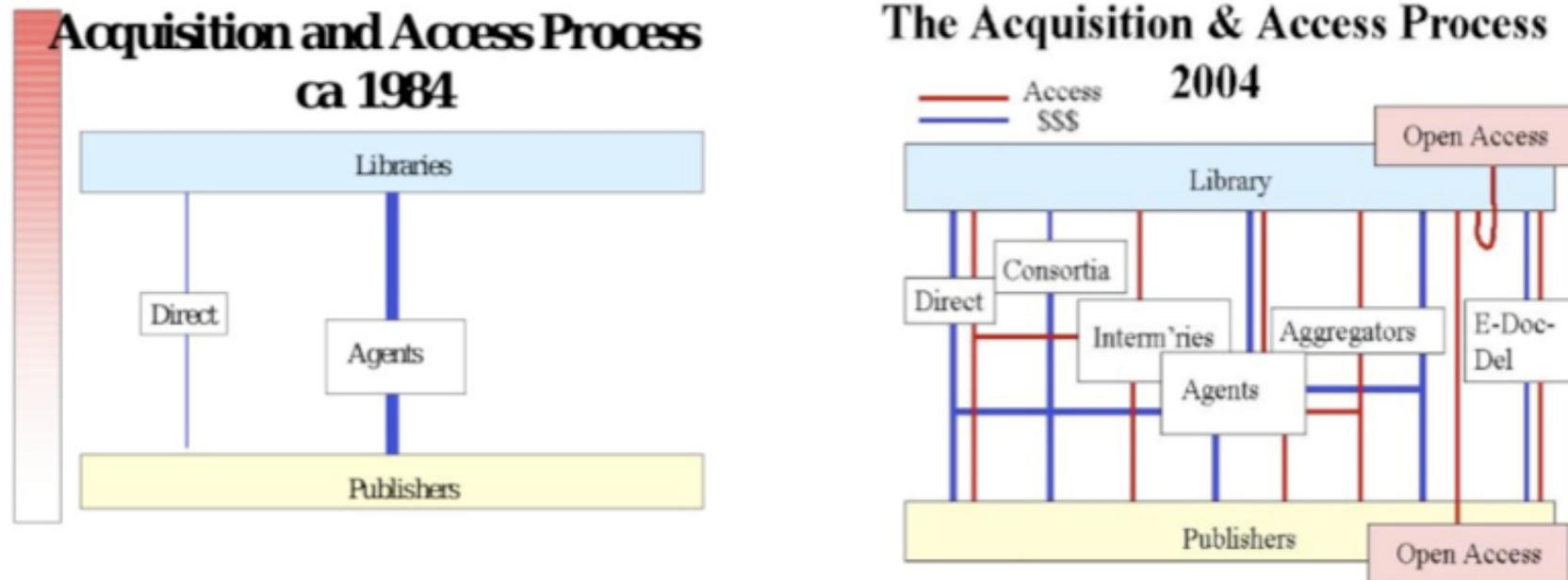


Le marché de niche de l'IST



“oeufs colorés” de Isacoy <http://www.flickr.com/photos/isacoy/2410238075/>

Complexification du marché de l'information scientifique



Source : Rollo Turner, Association of Subscription Agents and Intermediaries

Fig. 13 Les changements du marché de l'information à l'heure du numérique (Turner, 2004)

Brouillage des modèles économiques et des questions d'accès (M. Dacos, P. Mounier, 2010, p.31)

	Doc Type	Country	Sources de revenus / Income sources					Structure		Open access			
			Lecteur	Auteur	Pub.	Ventes papier	Prestations - Services	Dons et subventions	Revenus récurrents	Revenus à l'unité	Nouveautés	Fond - archives	Full
In Libro Veritas	Books	FR	X			X	X			X			X
Lulu.com	Books	INT	X			X	X			X			X
Plos	Journals	US		X				X	X				X
Reves.org	Journals	FR		X			X	X	X			X	X
Scielo	Journals	BR		X				X	X				X
Science direct (Elsevier)	Journals	NL	X	X					X	X			
Agoravox	Press	FR			X		X	X		X			X
Le Post.fr	Press	FR			X					X			X
Libération	Press	FR			X	X			X	X			X
Non Fiction	Press	FR			X			X		X			X
NyTimes	Press	US			X	X		X		X			X
Rue89	Press	FR			X		X			X			X
Le Monde	Press	FR	X		X	X			X	X	X		
Project Gutenberg	Books	US						X	X				X
Wikipedia	Books	INT						X		X			X
Amazon (Kindle)	Books	US	X			X	X			X			
Cairn (livres)	Books	BE	X					X	X				
Fictionwise	Books	US	X			X				X			
Lonely Planet	Books	US											
Publie.net	Books	FR	X						X				
Safari (O'Reilly)	Books	US	X			X			X			X	
Cairn (revues)	Journals	BE	X				X	X	X	X		X	
Jstor	Journals	US	X					X	X				
Mediapart	Press	FR	X			X			X	X			

« l'important devient de trouver des outils capables de retenir l'attention des lecteurs » (P. Mounier, 2009)

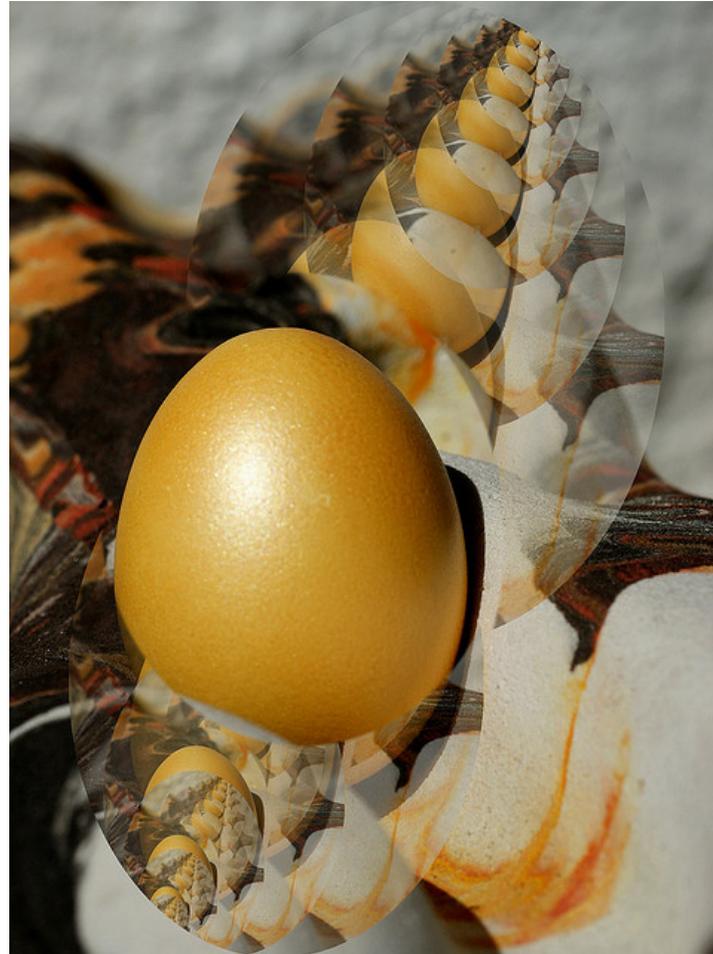
Valeur ajoutée du libre accès?

- Côtés **chercheurs**:
 - « être lu/cité ou périr »
- Côté **éditeurs**:
 - « Ce sont donc les lecteurs qui deviennent rares. C'est le fondement de ce qu'on appelle l'économie de l'attention, avec une conséquence importante: **si ce sont les lecteurs qui deviennent rares et non les publications, les barrières d'accès au contenu deviennent contreproductive** » P. Mounier, 2010

Le Libre Accès dans le marché de niche de l'IST

Concurrence

Economie de la diffusion



Economie de l'accès

Economie de l'attention

Le Centre pour l'édition électronique ouverte : un acteur du Gold OA

The screenshot displays the homepage of revues.org, a platform for open access publishing. The header includes the site logo, navigation links for 'Publications', 'Calenda', 'Hypothèses', 'La Lettre', 'Enquêtes Revues.org', 'Léo, le blog', and 'Cléo', and a language selector set to 'Français'. The main content area features the 'revues.org' logo and its mission statement: 'CENTRE POUR L'ÉDITION ÉLECTRONIQUE OUVERTE' and 'CENTRE FOR OPEN ELECTRONIC PUBLISHING'. A sidebar on the right provides navigation options: 'Qui sommes-nous?', 'Adhérer et se former', 'S'abonner à la Lettre', and 'Flux du portail'. Below this, a 'CATALOGUES' section highlights '227 REVUES & COLLECTIONS' and '51 CARNETS DE RECHERCHE'. A search bar is also present. The main content area is titled 'CATALOGUE DES REVUES & COLLECTIONS' and shows a list of publications under the 'Open access' category. The first entry is 'Abstracta Iranica', described as a 'Revue bibliographique pour le domaine irano-aryen'. Other entries include 'Les actes de colloques du musée du quai Branly' and 'Afriques'. A right-hand sidebar offers a 'TRI' (filter) section with 'CATALOGUES' (227 total, 162 online), 'DISCIPLINES' (with dropdowns for 'Catégories francophones' and 'Catégories anglophones'), and 'COLLECTION DU PORTAIL REVUES.ORG' (listing 'Les Revues' (168), 'Les Cahiers' (51), 'Les Collections de livres' (4), 'Les Bibliographies' (1), and 'Les Bulletins' (3)).

revues.org -- Publications -- Calenda Hypothèses La Lettre Enquêtes Revues.org Léo, le blog Cléo Français

Accueil Catalogue des publications

revues.org

CENTRE POUR L'ÉDITION ÉLECTRONIQUE OUVERTE
CENTRE FOR OPEN ELECTRONIC PUBLISHING

Qui sommes-nous ?
Adhérer et se former
S'abonner à la Lettre
Flux du portail

CATALOGUES

227 REVUES & COLLECTIONS
51 CARNETS DE RECHERCHE

RECHERCHE

CATALOGUE DES REVUES & COLLECTIONS

Tri par politique d'accès : Open access (94) Affichage : complet | liste simplifiée

Open access

Publications dont les textes sont en libre accès. Ils concourent ainsi à la diffusion la plus large possible du savoir.

Abstracta Iranica

Revue bibliographique pour le domaine irano-aryen

site | notice

Les actes de colloques du musée du quai Branly

site | notice

Afriques

Débats, méthodes et terrains d'histoire

prochainement disponible | notice

TRI

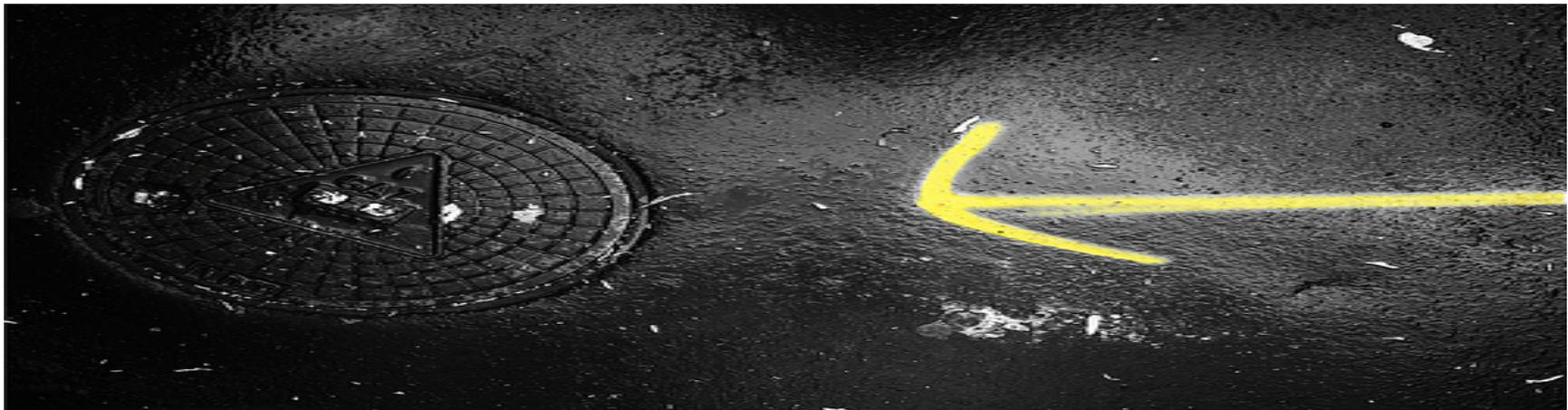
CATALOGUES
Toutes les publications (227)
Toutes les publications en ligne (162)

DISCIPLINES
Catégories francophones
Catégories anglophones

COLLECTION DU PORTAIL REVUES.ORG
Les Revues (168)
Les Cahiers (51)
Les Collections de livres (4)
Les Bibliographies (1)
Les Bulletins (3)

Eté 2009: une étude de terrain

- Comment les ressources en Libre Accès s'inscrivent-elles dans l'économie de l'attention des bibliothèques universitaires?
(Bester, Mounier, 2010)



Contexte large de l'étude

Stage de fin d'étude (juin-septembre 2009; INTD-CNAM)

Mémoire

L'économie de l'attention pour le Libre Accès

➔ Le rôle clé de l'intermédiation

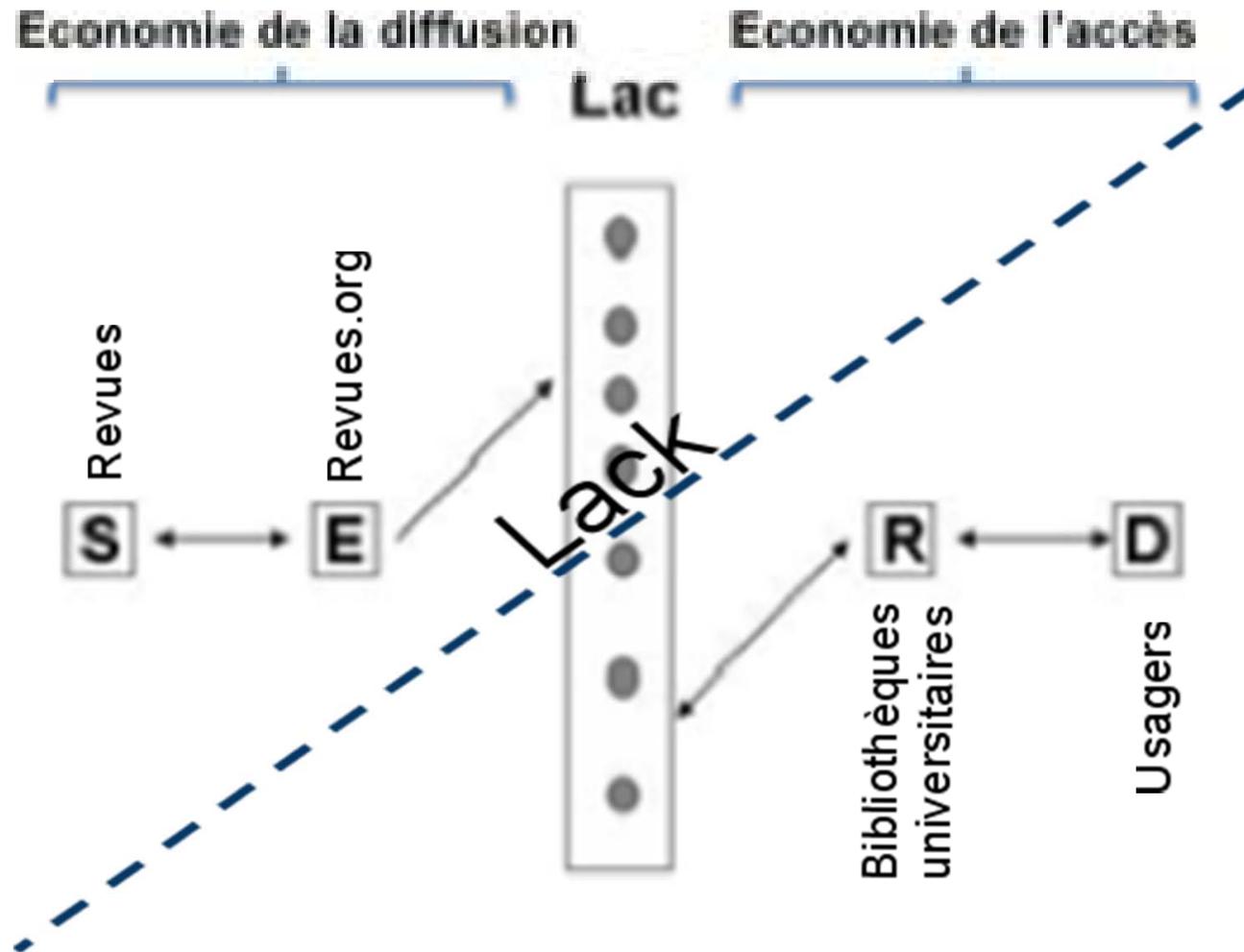


Portail agrégateur de revues (Revue.org)

Bibliothèques universitaires, Portails des SCD

- Comment les ressources électroniques en libre accès sont-elles portées à l'attention des usagers par ces médiateurs ?
- Dans quelle mesure les ressources électroniques en libre accès sont-elles prises en compte dans l'attention de ces médiateurs ?

Une hypothèse



S: Source, E: Emetteur, R: Récepteur, D: Destinataire (schéma de Shannon et Weaver repris par J.M. Salün, 2007 puis par E. Bester, 2009)

Méthode et outils

- **Une approche statistique**

Etude des statistiques de fréquentation de Revues.org

Etude du portail statistique public du Cléo <<http://statistiques.cleo.cnrs.fr/>>

Année universitaire 2008-2009 (1 mois sur 2); Nombre d'url d'accès et nombre de pages accédées

Profils et pratiques des usagers de Revues.org

Enquête en ligne; Résultats communiqués lors de la conférence Enssib-Intd-Urfist du 2 juillet 2009 (Nancy)

- **Une approche analytique**

Etude de portails documentaires de SCD et BU

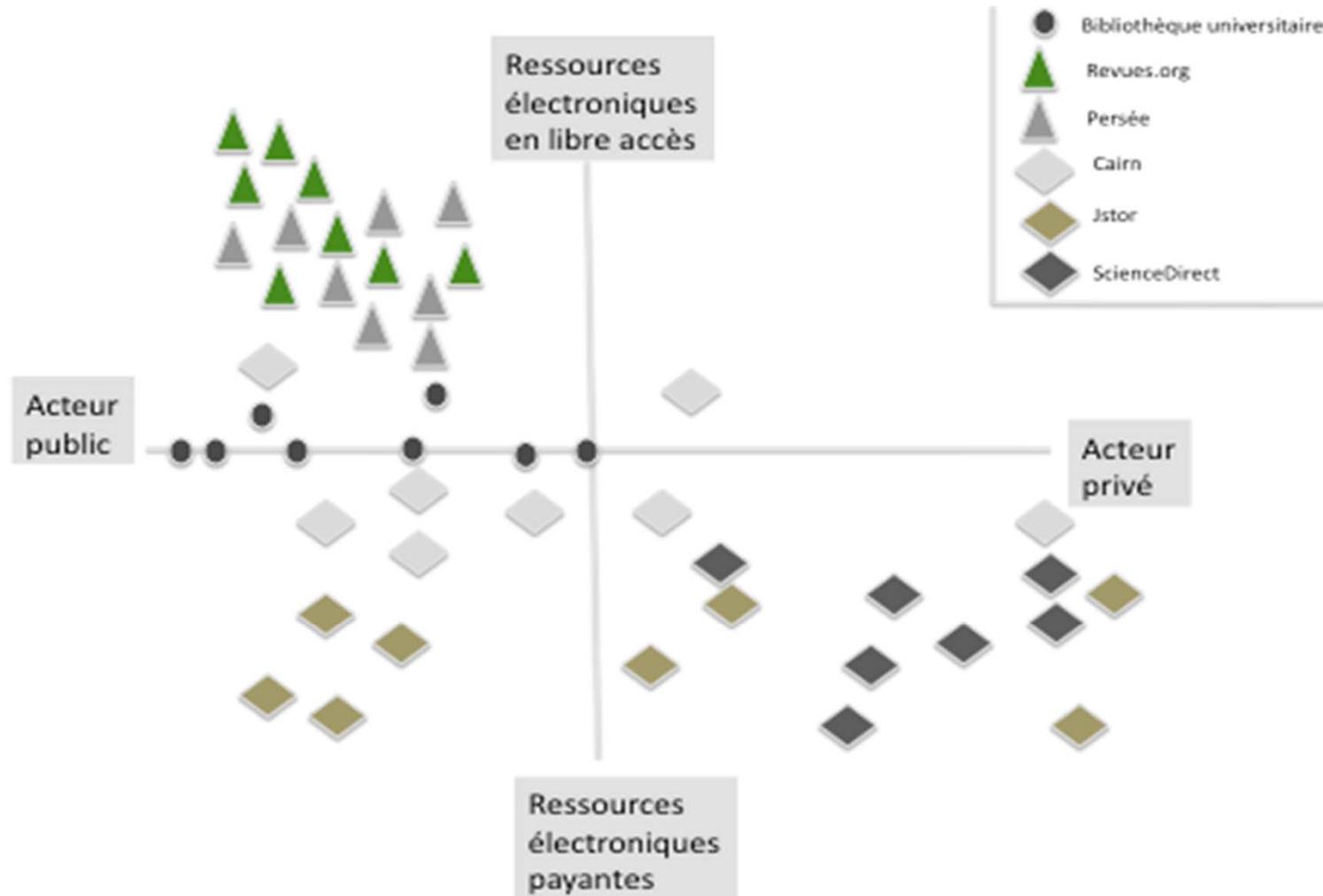
10 portails de BU et SCD de l'enquête de terrain; grilles d'analyse (relevé des points d'accès aux ressources documentaires; intégration ou non intégration des ressources en libre accès) et tableau de synthèse

- **Une approche fonctionnelle**

Etude des pratiques/problèmes et des attentes/besoins des professionnels grâce à une enquête de terrain

16 entretiens auprès des responsables des ressources électroniques + 4 Service public + 1 dir. Etablissements à dominante disciplinaire SHS : 9 SCD de la région Ile de France, 3 bibliothèques Grandes écoles, 2 BIU, 2 bibliothèques de recherche et 1 CRD

Le positionnement de conservateur : à équidistance entre l'offre payante et le Libre Accès



Préoccupation majeure : gestion des abonnements et des acquisitions

(Veille, négociation, contractualisation, gestion des accès, vérification des prestations de service, gestion comptable et mesures statistiques)

"Les choses comme Persée, Revues.org, on les signale mais ce n'est pas le centre de nos préoccupations dans notre travail quotidien. J'ai un point de vue très utilitaire, en me disant c'est gratuit tant mieux c'est moins d'argent et moins de temps de travail."

"Je m'occupe surtout de la gestion du budget, moi mon travail c'est voilà j'ai 300 000 euros, j'en suis à 299 000, j'arrête, j'ai une vue pas uniquement comptable, mais c'est le plus gros, je m'occupe justement des abonnements."

"C'est vrai qu'on a un discours de plus en plus gestionnaire et comme on se retrouve avec des budgets de plus en plus restreints et des offres payantes qui augmentent de plus en plus, nous on doit justifier l'argent qu'on dépense, on est amené à parler de plus en plus de ce qu'on paie."

"Le gratuit à l'heure actuelle, dans notre outil (MetaLib) il est un peu moins à jour, et nous on a mis nos forces de travail sur le payant vu qu'il faut justifier l'argent."

Focus: Les statistiques d'usage

Justifier les dépenses en interne, envisager des réabonnements ou des désabonnements (négociations), et répondre aux demandes d'enquêtes du ministère (RAP, ERE, ESGB).

"On a des statistiques là-dessus (OA) mais on ne s'en sert pas. On s'occupe déjà des bases payantes ... Il y a déjà un travail énorme, on passe déjà un temps fou pour les bases payantes, pour correspondre aux enquêtes. On est dans une logique de retour sur investissement parce que ce sont des ressources extrêmement chères il faut justifier des abonnements vis à vis de l'université, du conseil scientifique et du ministère."

"On s'oriente de plus en plus vers un modèle économique où les fournisseurs fonderaient leurs grilles de tarification sur l'usage, sur la consommation. Or pour les ressources gratuites on n'a pas les moyens de connaître les téléchargements ; autant pour les ressources payantes on scrute parce que c'est une fortune, autant pour les gratuites on s'en inquiète pas. Là, ça va devenir un vrai problème parce qu'on pourra pas faire de comparaison, ça va marginaliser ces ressources. Nous on n'a pas réussi à trouver une façon pour que les bibliothèques puissent le faire (laborieux, coûteux, technique), c'est aux éditeurs de proposer."

"Pour l'instant c'est ingérable, on peut pas comparer les stat entre elles; Counter va permettre d'harmoniser tout ça."

Intégrer l'arbre de l'attention des BU

Places
d'attention

Couperin

Prestataires de
service



Offres de
service

Relation
privilégiée

Statistiques

OpenEdition *Freemium*

The screenshot shows the top navigation bar of the OpenEdition Freemium website. It includes the OpenEdition logo and links to [revues.org](#), [calenda](#), and [hypotheses.org](#). There are also links for "Lettre & alertes" and "Freemium". A search bar with the text "Rechercher" and a magnifying glass icon is present. Below the navigation bar, there is a breadcrumb trail: "Accueil > OpenEdition Freemium". The main content area features the OpenEdition logo (REVUES.ORG CALENDA HYPOTHESES.ORG) and a list of links: "Qui sommes-nous ?", "OpenEdition Freemium", "Adhérer et se former", "S'abonner à la Lettre", and "Flux du portail". To the right, there is a "CATALOGUES" section with three blue buttons: "307 REVUES & COLLECTIONS", "15727 ÉVÉNEMENTS", and "212 CARNETS DE RECHERCHE", each with a right-pointing arrow. Below this is a "RECHERCHE" section with a search input field and a magnifying glass icon.

OpenEdition *Freemium*



OpenEdition *Freemium*, un programme innovant pour le libre accès à l'édition scientifique

OpenEdition *Freemium* est un programme innovant dans le domaine de l'édition scientifique en libre accès. Il repose sur un modèle économique hybride qui combine libre accès à l'information et commercialisation de services générateurs de revenus pour les

<http://www.openedition.org/8873>

Références (1)

◆ Mémoire de fin d'étude (master 2):

- BESTER Emma. L'économie de l'attention pour le libre-accès. Le cas de Revues.org dans les bibliothèques universitaires. Paris, INTD, 2009. <http://memsic.ccsd.cnrs.fr/>

◆ Références citées

- AIGRAIN Philippe. Attention, Media, Value and Economics. First Monday [en ligne]. Volume 2, Number 9 -- 1 September 1997. [consulté le 25 septembre 2009]. <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/549/470>
- ANDERSON Chris. The Long Tail [en ligne]. Octobre 2004. Dernière mise à jour en juillet 2009 [consulté le 16 septembre 2009]. < <http://www.longtail.com/>>
- ANDERSON Chris. Free: the future of a radical price. New York. Hyperion. 2009.
- BECK John, DAVENPORT Thomas. The Attention Economy : Understanding the New Currency of Business [en ligne]. Boston, EUA : Harvard University, Business School. 2001. 255 p. ISBN 1-57851-441
- BERMAN Saul, McCLELLAN Bennett E. Ten strategies for survival in the attention economy. Strategy & Leadership [en ligne]. mai--juin 2002, vol. 30, issue 3 [consulté le 12 septembre 2009] p. 28 _ 33. <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.92.5769>>
- BESTER Emma, MOUNIER Pierre. Usages des ressources en libre accès dans les bibliothèques. Le cas de Revues.org. In Chérifa Boukacem-Zeghmouri (dir). Actes de Colloque (Lille 3, novembre 2009). ADBS, Paris, 2010. pp. 211-228.
- BOMSEL Olivier. Gratuit! Du déploiement de l'économie numérique. Paris, Gallimard, 2007.

Références (2)

- BLACKWELL Alan. Programming Culture in the 2nd-- Generation Attention Economy [en ligne]. CiteSeerX -- Scientific Literature Digital Library and Search Engine. 2008. [consulté le 3 septembre 2009] . < <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/summary?doi=10.1.1.63.9482>>
- BOULIER Dominique. Les industries de l'attention: fidélisation, alerte ou immersion. Réseaux. 2009. Varia n° 154, p. 231--246. ISBN : 9782707157492. DOI : 10.3917/res.154.0231 <<http://www.cairn.info/revue-reseaux-2009-2-p-231.htm>>
- DACOS Marin, MOUNIER Pierre. L'édition électronique. Paris, La Découverte, 2010.
- GHOSH Rishab Aiyer. Economics is dead, long live economics! A commentary on Michael G oldhaber's "The attention economy. First Monday [en ligne]. Mai 1997, vol 2, n° 5. [consult é le 30 octobre 2009] < <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/issue/view/80>>
- GOLDHABER Michael. The value of openness in an attention economy. First Monday [en ligne]. Volume 11, Number 6. 5 June 2006. <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1334/125>
- GUILLAUD Hubert. Pour une écologie informationnelle. InternetActu [en ligne]. 24 mai 2008 [consulté le 3 septembre 2009]. <<http://www.internetactu.net/2008/04/24/pour-une-ecologie-informationnelle/>>
- GUILLAUD Hubert. Read Write Book. Marin Dacos (dir.). Centre pour l'Édition électronique ouverte (Cléo). 2009. Qu'est ce que le livre à l'heure du numérique? p. 51-71.
- HAGEL John. Strategy @ the Intersection of business and technology. Consulting, Speaking, Writing [en ligne]. Juin 2002, 2009 [consulté le 13 novembre 2009]. Restoring the power of brand. 12 juillet 2005. <http://www.johnhagel.com/view20050612.shtml>
- ISKOLD Alex. Towards the Infrastructure for Attention Ecosystem. In Sys-- con.com [en ligne]. Sys-con Media Publications. 1994--2008 [consulté le 12 septembre 2009]. octobre 2006 <<http://www.sys-con.com/node/284105>>

Références (3)

- KAPLAN Daniel. Musique et numérique: l'économie MySpace est-elle favorable à la création? [en ligne]. InternetActu. 12 avril 2007 [consulté le 3 septembre 2009]. <
<http://www.internetactu.net/2007/04/12/musique-et-numerique-leconomie-myspace-est-elle-favorable-a-la-creation/>>
- MOUNIER Pierre.
L'édition en ligne: un nouvel eldorado? Un nouveau paradigme pour l'édition de sciences humaines. In Dacos Marin, Mounier Pierre. Blogo Numericus [en ligne]. Paris, Marseille, Homo--
Numericus, publié le 4 février 2005, dernière mise à jour le 1 septembre 2009 [consulté le 20 septembre 2009]. Billet du 22 mai 2008. <<http://blog.homonumericus.net/article154.html>>
- MOUNIER Pierre. Le libre-accès: entre idéal et nécessité. In Sciences.com. Libre accès et science ouverte. Paris, Hermès, n° 57, 2010, pp. 23-30.
- SALAÛN Jean-Michel. Bloc-notes de Jean--
Michel Salaün [en ligne]. Montréal, avril 2006, octobre 2009 [consulté le 30 octobre 2009].
Economie, Diffusion/accès : une économie de l'attention antagonique. 2/2, 22 mars 2007 <
<http://blogues.ebsi.umontreal.ca/jms/index.php/post/2007/03/15/199-diffusion-vs-acces-deux-economies-antagoniques>>.
- SALAÛN Jean Michel. Pointer du doigt ou taper sur l'épaule : économie de l'attention. 29 décembre 2007 [en ligne] [consulté le 17 août 2009] <<http://blogues.ebsi.umontreal.ca/jms/index.php/post/2007/12/29/399-pointer-du-doigt-ou-taper-sur-l-epaule-economie-de-l-attention>>
- SIMON Herbert. Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science. American Economic Review [en ligne]. 1959, 49, n° 3. [consulté le 29 octobre 2009]. p. 253- 283. <
<http://www.jstor.org/pss/1809901>>
- SCHERER Patrick. L'économie de l'attention. Mediawatch, 2008, 146 p.<
http://mediawatch.afp.com/public/AFP-MediaWatch_Printemps-Ete_2008.pdf>
- STONE Linda. Linda Stone's Thoughts on Attention and Specifically, Continuous Partial Attention. <
<http://www.lindastone.net/>>

En vous remerciant infiniment pour votre ... attention!

