

## Premières dérives pour les liens sponsorisés ?

La lettre R&R en avait rapidement parlé le mois dernier. Peut-être vous en êtes-vous également aperçu si vous suivez d'assez près les AdWords (liens promotionnels) de Google ou si, tout simplement, vous les utilisez... Depuis plusieurs semaines, ces AdWords sont "squattés" par des portails de ... liens sponsorisés. Prenons un exemple concret : tapez le mot clé "fleurs" sur Google.fr. Vous obtenez une liste de résultat Adwords, sur la droite de la page de résultats. Parmi les 8 AdWords affichés par Google, on trouve deux liens promotionnels qui présentent les sites "fr.shopping.net" et "rechercher-france.com" (rassemblés l'un en dessous de l'autre pour la circonstance sur la copie d'écran ci-dessous) :

**Flours Recherche**  
Répertoire de fleuristes offrant  
des livraisons le jour même.  
[fr.shopping.net](http://fr.shopping.net)  
Intérêt: \_\_\_\_\_

**Des Fleurs Sans Se Ruiner**  
Une Grande Variété De Bouquets  
Des Prix Bas, Une Livraison Rapide.  
[rechercher-france.com/Fleurs](http://rechercher-france.com/Fleurs)  
Intérêt: \_\_\_\_\_

Ces deux sites reprennent en fait des résultats exactement semblables à ceux du site...  
Espotting.fr, autre prestataire de liens sponsorisés, concurrent de Google sur ce créneau.

The screenshot shows the Espotting.fr search results for the keyword "fleurs". The search bar contains "fleurs". Below the search bar, there are four sponsored results:

- 1. Floral Still, votre fleuriste en ligne.** Four des bouquets d'exception ! Commandez en ligne et faites livrer partout en France le cadeau-fleurs qui traduira le mieux vos sentiments. [www.floralstill.com](http://www.floralstill.com) (Coût pour l'annonceur: €0,10)
- 2. Aquarelle : superbes bouquets de fleurs.** Achat immédiat, livré en quelques heures. [www.aquarelle.com](http://www.aquarelle.com) (Coût pour l'annonceur: €0,10)
- 3. Livraison de fleurs en 24 h à travers le monde.** Fleurs et cadeaux artisanaux à partir de 10 euros. Livraison en France, en Europe, au Canada et aux USA. [bouquetnantaix.com](http://bouquetnantaix.com) (Coût pour l'annonceur: €0,10)
- 4. Art Floral de Caroline, votre fleuriste.** Spécialiste de la vente en ligne, livre fleurs, girlandes et superbes confectons florales pour toutes cérémonies. Paiement sécurisé. Renseignements au 0600.868.410 (numéro vert). [www.artfloral.com](http://www.artfloral.com) (Coût pour l'annonceur: €0,10)

Site Espotting.fr  
(mot clé "fleurs")

The screenshot shows the fr.shopping.net search results for the keyword "fleurs". The search bar contains "fleurs". Below the search bar, there are four sponsored results:

- 1. Floral Still, votre fleuriste en ligne.** Four des bouquets d'exception ! Commandez en ligne et faites livrer partout en France le cadeau-fleurs qui traduira le mieux vos sentiments. <http://www.floralstill.com>
- 2. Aquarelle : superbes bouquets de fleurs.** Achat immédiat, livré en quelques heures. <http://www.aquarelle.com>
- 3. 1000fleurs.com, fleuriste en ligne.** Un vaste choix de fleurs et de bouquets livrés gratuitement en moins de 24h. Commandez 7j/7 à notre numéro vert 0600 112 999. <http://www.1000fleurs.com>
- 4. Livraison de fleurs en 24 h à travers le monde.** Fleurs et cadeaux artisanaux à partir de 10 euros. Livraison en France, en Europe, au Canada et aux USA. <http://bouquetnantaix.com>

Site fr.shopping.net  
(mot clé "fleurs")

Même liens sponsorisés que sur le site Espotting, liens "web" fournis par Inktomi. Bref, les concepteurs du site shopping.net ont purement et simplement "réhabillé" les résultats (liens sponsorisés + web) fournis par Espotting sous une interface graphique différente.

Et le phénomène n'est pas limité au mot clé "fleurs". Si vous tapez "voyage" sur Google.fr, vous voyez réapparaître le site Shopping.net, mais également Mongenie.com (<http://www.mongenie.com/>) qui, lui, affiche des liens ... Overture, autre concurrent de Google dans le domaine des liens sponsorisés !



Internet

voyage

**Découvrez les îles du Pacifique sud avec Singapore Airlines**  
Singapore Airlines vous propose sa qualité de service légendaire et de Bali et la Nouvelle Zélande.  
[www.singaporeair.com](http://www.singaporeair.com) (lien sponsorisé)

**Réservez vos vacances à prix négociés**  
Des milliers d'offres, des promos tous les jours sur [voyages-sncf.com](http://voyages-sncf.com), l'  
[www.voyages-sncf.com](http://www.voyages-sncf.com) (lien sponsorisé)

**Havas Voyages vacances : week-ends, vols, promos**  
Achetez vos billets d'avion à prix promos. Réservez vos vacances selon croisière ou week-end. Choisissez les promos du moment et profitez de [www.havasvoyages.fr](http://www.havasvoyages.fr) (lien sponsorisé)

**Vos voyages au Sénégal**  
Un spécialiste du voyage au Sénégal vous propose un grand choix de [www.domainedesamba.com](http://www.domainedesamba.com) (lien sponsorisé)

**Actuellement jusqu'à 75% de réduction sur Promovacances**  
Pendant la foire aux bonnes affaires, des promotions exclusives sur les même re-partir.  
[www.promovacances.com](http://www.promovacances.com) (lien sponsorisé)

Site Mongenie.com  
(mot clé "voyage")

Site Overture.fr  
(mot clé "voyage")



voyage

RECHERCHER

Vous avez recherché **voyage**.

- Découvrez les îles du Pacifique sud avec Singapore Airlines**  
Singapore Airlines vous propose sa qualité de service légendaire et cet été la Nouvelle Calédonie, l'Australie, Bali et la Nouvelle Zélande.  
[www.singaporeair.com](http://www.singaporeair.com) (liens sponsorisés)
- Réservez vos vacances à prix négociés**  
Des milliers d'offres, des promos tous les jours sur [voyages-sncf.com](http://voyages-sncf.com)  
[www.voyages-sncf.com](http://www.voyages-sncf.com) (liens sponsorisés)
- Havas Voyages vacances : week-ends, vols, promos**  
Achetez vos billets d'avion à prix promos. Réservez vos vacances selon club, hôtel, circuit, thalassothérapie, croisière ou week-end. Choisissez profitez des conseils d'un professionnel du voyage.  
[www.havasvoyages.fr](http://www.havasvoyages.fr) (liens sponsorisés)
- Vos voyages au Sénégal**  
Un spécialiste du voyage au Sénégal vous propose un grand choix de [www.domainedesamba.com](http://www.domainedesamba.com) (liens sponsorisés)
- Actuellement jusqu'à 75% de réduction sur Promovacances**  
Pendant la foire aux bonnes affaires, des promotions exclusives sur une minute à perdre pour partir ou même re-partir.  
[www.promovacances.com](http://www.promovacances.com) (liens sponsorisés)

Encore une fois, le phénomène n'est pas isolé à quelques mots clés. Testez : "vacances", "DVD", etc. Vous obtiendrez, à chaque fois, des résultats similaires.

Autre "dérive" (nous verrons plus tard si ce terme est ici justifié) : tapez le mot clé "gsm", toujours sur Google et, parmi les AdWords, vous obtiendrez un lien vers le site "Shopping Français" (<http://www.shopping-francais.com/>).

The screenshot shows the homepage of Shopping Français. At the top, there is a search bar and a banner for 'T109 COURS - PROGRAMMES - ROM - POUR LA TI'. Below the search bar, there is a grid of category buttons, each with an icon and a list of sub-categories. The categories include Assurance, Automobile, Cadeaux, Electroménager, Emploi, Finance, Fourniture de bureau, Gastronomie, GSM, Immobilier, Internet, Jeux, Loisirs, Maison et Jardin, Mode, Musique, Ordinateurs, and Photo & Vidéo. Each button lists specific sub-categories like 'Assurance: Automobile - Moto - Santé' or 'Automobile: Assurance - Occasions'.

Ce site présente, sur sa page d'accueil, une liste de liens qui génère en fait, de façon automatique, des affichages de pages de résultats... Spotting, correspondant au mot clé cliqué.

Et on continue, puisque les liens sponsorisés AdWords ne sont pas les seuls touchés par ce type de pratique sur Google. Si vous tapez "achat fleurs" sur Google France

(<http://www.google.fr/search?hl=fr&ie=ISO-8859-1&newwindow=1&q=achat+ fleurs&btnG=Recherche+ Google&meta=>), ce sont les liens web proposés par le moteur de recherche (on ne parle donc plus, ici, des AdWords) qui sont "infestés" par des sites comme Sharelook, Franao, Produits-peu-couteux et bien d'autres, qui affichent tous... des liens sponsorisés ! Pour cette même requête, on remarquera, dans les AdWords de la page de résultats, le site Boutics (<http://www.boutics.com/>) qui affiche... des liens sponsorisés...

Et on pourrait continuer les exemples à l'envi... Bref, les liens sponsorisés de ses concurrents sont partout sur le moteur de recherche Google, qui propose donc des pages de liens truffées de sites proposant les liens sponsorisés de ses concurrents. Le phénomène semble présent dans de nombreux pays européens et se développe depuis plusieurs mois.

Le cas des portails de liens sponsorisés présents dans les liens "web" (dits "naturels") sur Google est différent des AdWords. Il s'agit là soit de pages satellites réalisées par des sociétés de référencement, soit de spam pur et simple réalisé par des propriétaires de sites peu scrupuleux. Cela semble renforcer notre idée (partagée par de nombreux observateurs du monde des outils de recherche) que Google est de plus en plus perméable au spam et que certaines sociétés (3 ou 4 tout au plus, mais fortement présentes...) ont trouvé le moyen de bien se positionner sur Google en spamant son index de façon éhontée... Du coup, Google va certainement devoir se pencher beaucoup plus sérieusement qu'auparavant sur ces techniques de spam qui commencent à envahir ses pages de résultats... Il ne suffit pas de taper sur les référenceurs et de dire que le spam ça n'est pas bien (<http://www.google.com/webmasters/seo.html>), il va certainement falloir agir maintenant pour Google... Si les "dérives" des AdWords servent au moins à cela, ce sera une bonne chose de faite...

### Google seulement touché ?

Si l'on utilise le site Moklic (<http://www.moklic.com/>) pour comparer les annonceurs chez les 3 prestataires (Espotting, Google et Overture), on s'aperçoit assez rapidement que seul Google semble actuellement touché par le phénomène :



Après tout, il serait tout à fait possible que des propriétaires de sites proposant des liens sponsorisés Google "achètent" des mots clés chez Overture et Espotting pour afficher leurs portails sur les sites affiliés de ces deux prestataires. Mais Google n'a encore que très peu de sites affiliés en France, ceci expliquant donc peut-être cela... Il ne s'agit donc peut-être que d'un répit. Google freinerait-il la mise en place de sites affiliés en France pour éviter ce type de "dérive" ? Peut-être...

Mais des propriétaires de portails de liens Espotting pourraient tout à fait prendre des enchères pour leur site chez Overture afin d'afficher leur site sur Voila, Wanadoo, AltaVista et autres Club-Internet. Il semble cependant qu'il n'en soit rien. Ces enchères sont-elles bloquées par l'équipe éditoriale d'Overture ? Peut-être (renseignements pris, il semblerait que cela soit le cas)...

### ***Qui met en ligne ces portails ?***

Première question que nous nous sommes posée : qui sont les propriétaires des portails shopping.net, rechercher-france.com et autres mongenie.com ? Une interrogation effectuée grâce à l'excellent outil Whois du site Perl-Gratuit (<http://whois.perl-gratuit.com/>) ne nous donne que peu d'informations : les propriétaires de ces portails semblent être des particuliers ou des petites entreprises, souvent basées à l'étranger (notamment à Londres) mais pas exclusivement, puisque certaines sont situées en France. Bref, il semble que ce soient surtout des sociétés ou des personnes "opportunistes" qui ont vu là un moyen intéressant de gagner de l'argent facilement, puisque, une fois créés, les sites portails "tournent tout seul", il suffit juste de gérer les AdWords par la suite. Mais justement, gagne-ton de l'argent par ce biais ?

### ***Quel modèle économique ?***

Ces sites portails de liens sponsorisés gagnent-ils de l'argent grâce à ces pratiques ? Nous allons essayer de décortiquer leur modèle économique en nous mettant pendant quelques instants à leur place... Prenons en compte le mot clé "fleurs". Sur l'interface de création des liens AdWords, Google nous indique que le coût au clic moyen pour l'annonceur de ce mot clé est de 0,87 euros. Gardons donc en mémoire ce coût. Chaque fois qu'un internaute clique sur un AdWords affiché par Google pour le mot "fleurs", l'annonceur doit donc payer 0,87 euros à Google. Voici pour la rubrique "coûts". Voyons maintenant la rubrique "gains"...

L'internaute a donc cliqué sur le Adwords de Google et arrive maintenant sur le portails de liens sponsorisés. Prenons le cas d'un site affichant les résultats Espotting. Chez cet annonceur, le coût de l'enchère annoncé pour le terme "fleurs" est de 0,19 euros (l'offre maximale affichée est de 0,15 euros chez Overture).

Reprenons le cours d'une interrogation par un internaute.

Etape 1 : Il va sur Google et tape "fleurs".

Etape 2 : Google affiche des AdWords correspondant à ce terme.

Etape 3 : L'internaute clique sur le lien "AdWords" proposé par le portail. Ce dernier doit donc 0,87 euros à Google.

Etape 4 : L'internaute arrive sur le portail de liens sponsorisés. Il clique sur un des liens Espotting proposés. Dans ce cas, l'annonceur (Aquarelle ou Interflora, par exemple) paie 0,19 euros à Espotting qui en rétrocède une partie au portail de liens. Disons 50%, pourcentage assez courant actuellement - même s'il n'est pas systématique -. Le portail de liens touche donc, pour simplifier, 0,10 euros pour ce clic.

En estimant, là aussi pour simplifier, que l'enchère est toujours à 0,19 euros quel que soit l'annonceur chez Espotting, il faudrait donc que l'internaute clique au moins sur 9 liens sponsorisés pour que le portail commence à gagner de l'argent et à rentabiliser ses 0,87 euros d'investissement versés à Google. Pas si simple...

Ces sites sont-ils des "vaches à lait" financière ? Pas évident, comme le raisonnement ci-dessus semble le démontrer... Alors, comment font ces portails pour gagner de l'argent ? Certainement en prenant en compte des mots clés sur Google qui sont au palier d'enchères le plus bas (0,05 euros) et qui sont "rentables" par rapport à Espotting ou Overture (donc, si le prestataire de liens sponsorisés reverse 50% de son CA, à des enchères supérieures à 0,10 euros). Le calcul est vite fait, c'est dans le choix des mots clés que tout s'effectue : il faut qu'ils soient le moins cher possible chez Google et le plus cher possible chez Espotting et Overture. Passé un certain palier, le terme identifié devient rentable... Et le tour est joué.

Difficile, cependant, de trouver de tels mots clés... Mais comme le palier bas est de 0,05 euros chez Google et de 0,10 euros chez Espotting et 0,15 euros chez Overture, cela facilite grandement la chose... Un simple mot clé à 0,05 euros chez Google devient rentable, quel que soit le prestataire

des liens sponsorisés pris en compte, à partir du moment où ils reversent 50% de leurs revenus.  
CQFD :-)

Un détail quand même : le propriétaire du lien devra faire attention à payer une enchère minimale chez Google tout en restant sur la première page de résultats (donc, grosso modo, sans tenir compte du taux de clic utilisé par Google, dans les huit premières enchères). Cela demande donc un suivi assez fin et précis au quotidien... Car mal géré, le système peut également faire perdre de l'argent...

### **Le point de vue de l'annonceur**

Du côté de l'annonceur, quelle est la situation ? On pourrait dire que, *in fine*, ce type de pratique est transparente pour lui, puisque c'est un "vrai" internaute qui vient sur ses pages, à la différence près qu'il est passé par l'intermédiaire d'un site portail pour y arriver. Certains diront même que ce dernier a cliqué deux fois (une fois sur Google et une fois sur le portail), ce qui démontre une réelle motivation qui devrait générer un taux de transformation important. En tout cas, ces pratiques ne coûtent pas plus cher aux annonceurs, puisque le premier clic est payé par le portail. Cependant, la présence de ces portails sur les listes d'enchères fait que les enchères, pour un mot clé donné, sont obligatoirement plus élevées que s'ils en étaient absents... Une enchère est toujours plus élevée lorsqu'il y a 10 annonceurs que lorsqu'il y en a 3 ou 4. Donc, on peut estimer que, de façon indirecte, ces pratiques se répercutent obligatoirement sur les coûts de l'annonceur. D'ailleurs, il semblerait que de plusieurs annonceurs aient aujourd'hui décelé ces pratiques et en soient quelque peu agacés, après concertation. Peut-on imaginer, dans un futur proche, des actions de ces derniers ? L'affaire reste à suivre...

### **Est-ce du spam ?**

Ces pratiques sont-elles assimilables à du "spam", de la fraude, du piratage de pages de résultats ? Difficile, à notre avis, d'avoir un avis ferme et définitif à ce sujet. Certains considéreront ceci comme une pollution et un détournement du trafic de Google. Mais, pourtant, ce dernier accepte bien ces AdWords lors de son processus de vérification *a posteriori*. C'est donc que, *a priori*, il accepte ces pratiques... D'autres indiqueront que *business is business* et que ces pratiques ne sont pas pires que d'autres en cours sur le Web ou dans la vie réelle. Bref, que c'est de bonne guerre... économique... Après tout, pour que cela cesse, il suffirait que Google interdise ces sites et basta... Cela ne semble pas être le cas actuellement. Mais il est intéressant de s'apercevoir que Google participe à la bonne santé financière de ses concurrents...

Maintenant, sont-elles acceptables au niveau éthique ? Nous laisserons ici chacun se faire son opinion à la lecture de cet article...

### **Qu'en pensent les prestataires de liens sponsorisés ?**

Il nous semblait enfin important, dans le cadre de cet article, de recueillir l'opinion des trois principaux prestataires de liens sponsorisés en France : Espotting, Google et Overture. Voici leur réponse :

Pour Jeremy Garamond (**Esporting France**), ce type de pratique n'est pas condamnable en soit puisque Google le permet : "*Il est venu à nos oreilles ces soi-disant "problèmes" concernant des portails verticaux qui feraient leur promotion grâce aux AdWords de Google.*

*Ce n'est tout de même pas nouveau que des sites portails fassent de la promotion pour leurs services : Yahoo, Lycos, Tiscali, Club Internet etc., sont tous annonceurs sur Internet depuis la première heure. En utilisant les liens sponsorisés sur les 3 principaux réseaux existants, ils font comme maintenant plus de 85% des annonceurs Internet, montrant bien la pertinence de ce nouveau format publicitaire.*

*Compte tenu des revenus générés par les liens sponsorisés pour un site qui les intègre, cela a donné des idées à certains webmasters, qui ont créé des portails verticaux, thématiques, en se servant comme point de départ des liens sponsorisés. Les revenus de ces nouveaux sites portails dépendent, pour eux-aussi, du trafic qu'ils ont sur ces sites. Il est donc normal qu'ils mettent eux-aussi en place des actions de promotion visant à augmenter le trafic sur leur site. Pour cela ils procèdent de la même façon que pour tout site Internet, ils font du référencement, de la pub, du marketing direct etc...*

Personne ne nous a jamais reproché d'héberger des campagnes publicitaires pour certains de nos sites affiliés comme Yahoo, et personne n'a jamais reproché non plus à Google de référencer les pages de Yahoo dans son index, ou d'ouvrir les AdWords à ce genre de site !!

Si l'on se place du côté de l'annonceur, avant toute chose, le trafic originaire de ce type de pratique ne représente, au plus, que 4% de notre trafic et j'aurais tendance à dire qu'il s'agit ici d'un épiphénomène et qu'il faut peut-être relativiser les choses. D'autre part, à ma connaissance, aucun annonceur ne s'est plaint de ces pratiques jusqu'à maintenant...

Pour répondre plus précisément à la question, prenons l'exemple d'un internaute qui tape la requête "voyage Grèce" sur Google. S'il clique sur le lien de l'un de ces portails verticaux et qu'il clique ensuite sur l'un des liens sponsorisés proposés par le portail en question, liens qui ont trait au tourisme et aux voyages en Grèce, je ne vois pas où est le problème, tout à fait sincèrement. Bien au contraire, l'annonceur final verra venir un visiteur qui a fait deux clics pour venir jusqu'à lui, donc qui est doublement motivé...

Lorsque ces portails verticaux ont commencé à se créer, il y a quelques mois de cela, nous avons fait plusieurs études et tests au niveau des taux de clic et de transformation, et nous n'avons vu aucune différence par rapport à une pratique "conventionnelle" des liens sponsorisés. Les taux étaient au moins aussi bons pour l'annonceur qu'en passant directement par l'intermédiaire d'un moteur affichant nos liens.

Pour ce qui est des sites qui apparaissent bien classés dans les liens web de Google, issus donc de l'index du moteur et non des AdWords, nous estimons que nous ne sommes pas responsables des pratiques de tel ou tel site qui spammeraient plus ou moins (ou pas) les index des moteurs de recherche. Le problème, ici, doit être réglé par le moteur lui-même qui doit, de lui-même, mettre en place des barrières à certaines pratiques qu'il réproouve. Pour notre part, nous ne connaissons pas ces barrières..."

Christophe Parcot (**Overture France**), estime, de son côté, que le portail Mongenie.com, utilisant les liens sponsorisés d'Overture, n'est qu'un test ponctuel : "Étant donné le développement très important de ce type de site "arbitragiste" chez l'un de nos concurrents, nous avons récemment décidé de faire un test avec un seul partenaire en France, "Mongénie.com". Notre objectif est d'évaluer précisément les résultats de ce type d'approche et surtout leur impact à la fois sur la pertinence éditoriale et sur la qualité du trafic que nous envoyons à nos clients annonceurs. Nous avons volontairement choisi un partenaire reconnu, implanté en France et qui est également éditeur d'autres sites de contenu de premier plan. Ce test, qui représente une part très négligeable de notre trafic, nous permet de mieux prendre la mesure de ce mécanisme d'arbitrage entre la valeur des mots clés chez les différents acteurs du marché. Le trafic du réseau d'Overture provient essentiellement des grands portails (MSN, Voilà, Lycos, Alta Vista, Tfi,...) et des grands FAIs français (Wanadoo, AOL, Tiscali, ...).

En tant que mécanisme d'arbitrage, le principe n'est pas choquant et semble tout à fait légal. Le contact apporté à l'annonceur est également doublement qualifié car l'internaute clique deux fois sur deux listes de résultats successives et a priori de bonnes chances de devenir client une fois sur le site de l'annonceur. En revanche, ce phénomène induit une augmentation du prix des mots clés pour les annonceurs, qui doivent surenchérir sur Google.

La question la plus importante est celle de la pertinence éditoriale. Le développement de ces sites n'est aujourd'hui possible en France que parce qu'un acteur du marché, en l'occurrence Google, ne vérifie pas la pertinence de ses liens promotionnels et accepte donc de proposer ces sites "arbitragistes" dans ses listes réponses sur n'importe quelle recherche précise de biens et services (fleurs, dvd, vol, ...). En ce qui concerne Overture, nous n'acceptons pas les campagnes de ces sites en tant qu'annonceur car ils ne respectent pas notre charte éditoriale en obligeant l'internaute à cliquer 2 fois avant de trouver un contenu correspondant véritablement à sa recherche initiale. En conclusion, nous n'avons pas l'intention de développer notre réseau de distribution avec ses sites "arbitragistes" contrairement à la stratégie déjà ancienne d'un de nos concurrents. Nous souhaitons en revanche poursuivre ce test, et recueillir les réactions de ceux qui sont au cœur de notre modèle : les internautes, les partenaires portails et bien sûr nos clients annonceurs."

Quant à **Google France**, voici sa réponse officielle à ce sujet : "Nous continuerons à surveiller ce type de pratique - relativement nouvelles - de façon très approfondie et très fine à l'avenir. Notre ambition est de nous assurer que nous continuons à fournir le meilleur service de recherche à nos utilisateurs, nos partenaires et nos annonceurs". Il semblerait, donc, que Google n'ait identifié ce "problème" que depuis peu de temps et évalue actuellement la position à prendre sur ce phénomène, sans que cette décision soit encore arrêtée au moment où ces lignes sont écrites. Il pourrait donc y avoir du nouveau sur ce sujet bientôt du côté du moteur de recherche... Affaire à suivre !

**Nous tenons à remercier dans le cadre de cet article toutes les personnes qui nous ont alerté par mail sur ce phénomène ainsi que les utilisateurs des Forums Abondance (<http://www.forums-abondance.com/>) qui ont évoqué ces pratiques à plusieurs reprises dans leurs discussions.**