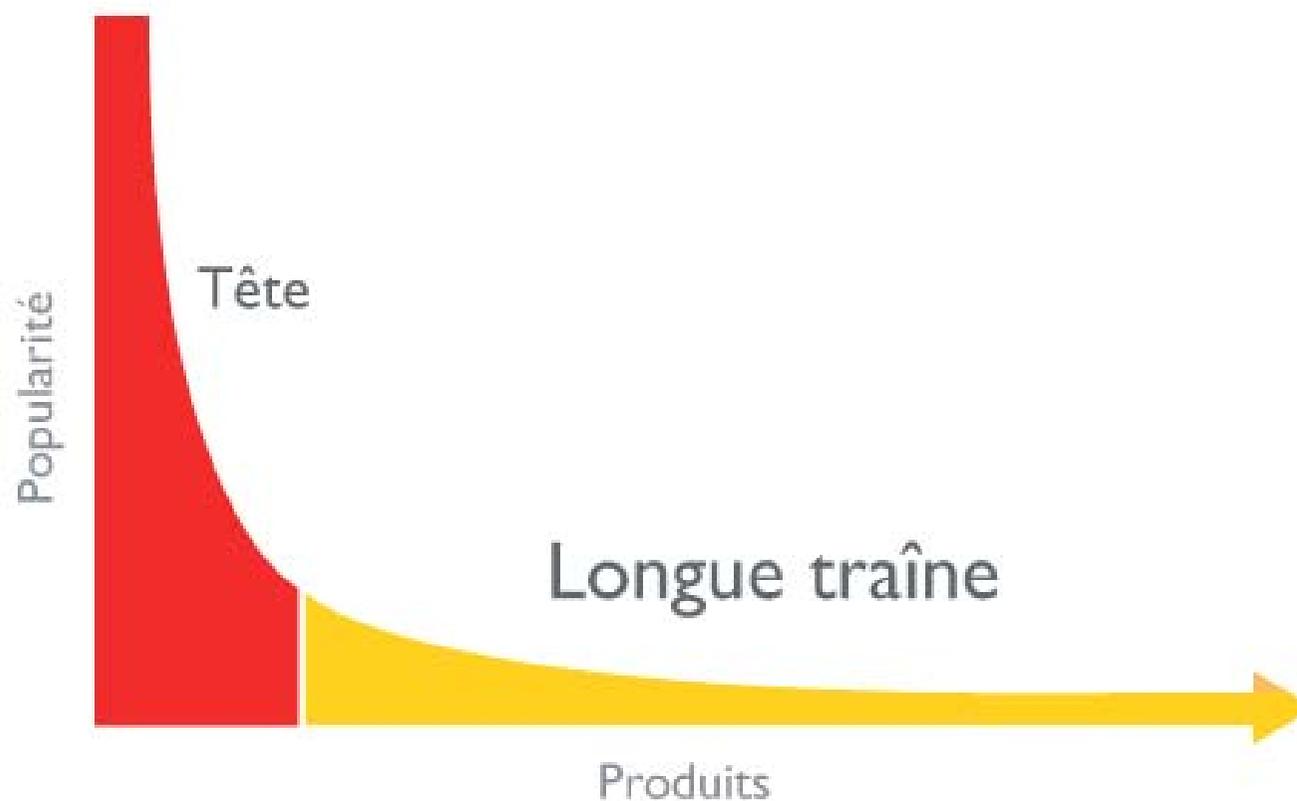


# La « Longue traîne »



La longue traîne n'est pas  
nouvelle

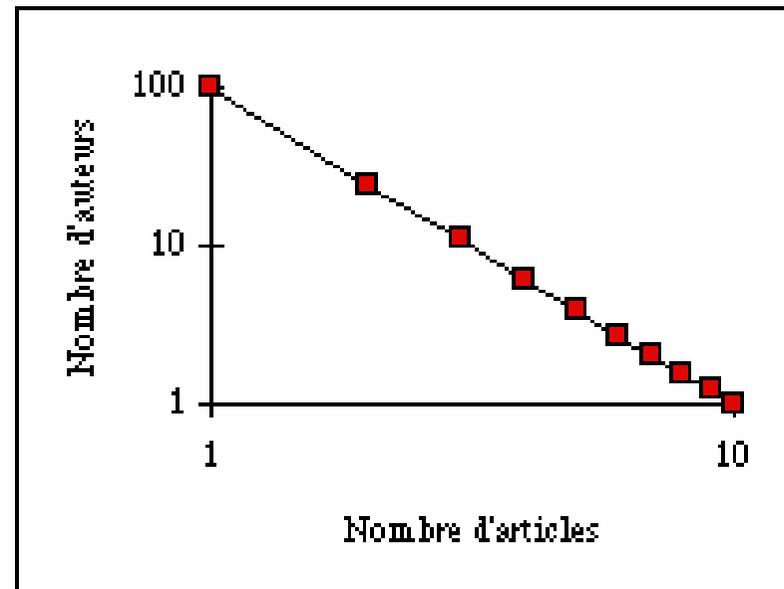
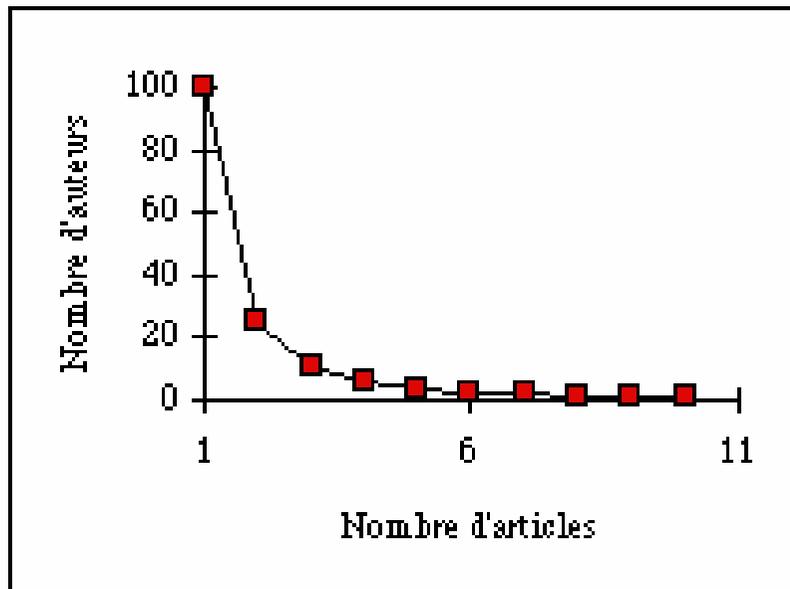
- ***loi de Bradford***

• En ce qui concerne les **lois de Bradford et de Lotka**, elles semblent dire à peu près la même chose avec les articles et les chercheurs à la place des mots d'Ulysse.

En substance: "***plus une source produit des items (le journal produit des articles, le chercheur produit des articles, le chercheur cite des articles, le texte produit des mots.....) plus grande est sa chance d'en produire.***"

# La Loi de Lotka

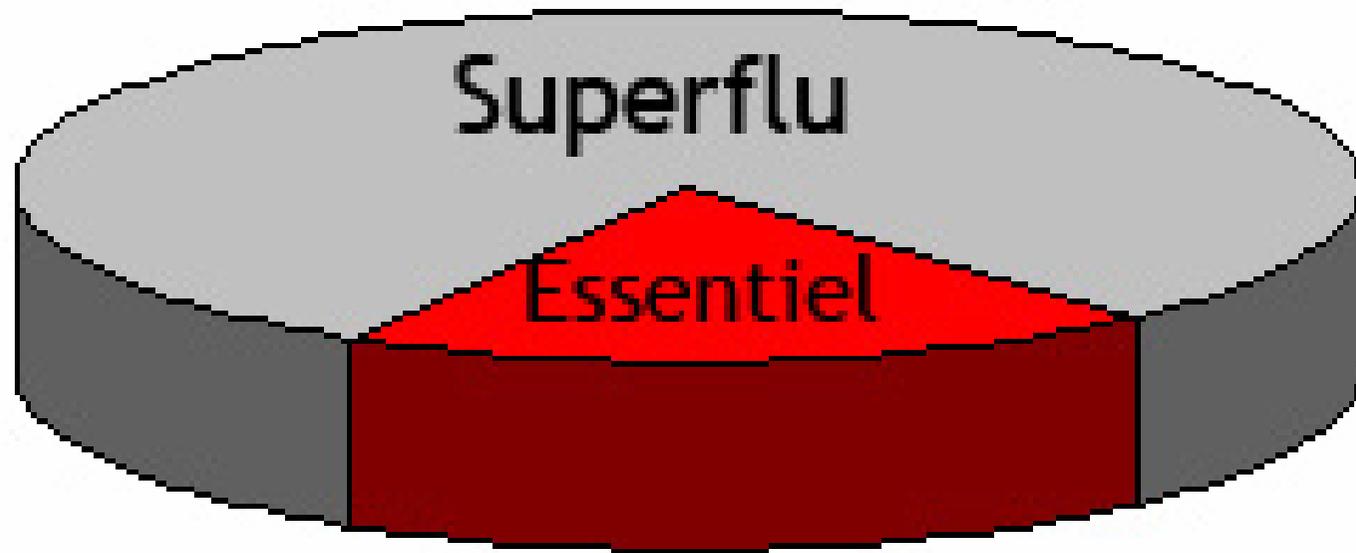
$$[2] n_i = n_1 / i^{1+a}$$



Source : <http://biblio-fr.info.unicaen.fr/bnum/jelec/Solaris/d02/2polanco2.html>

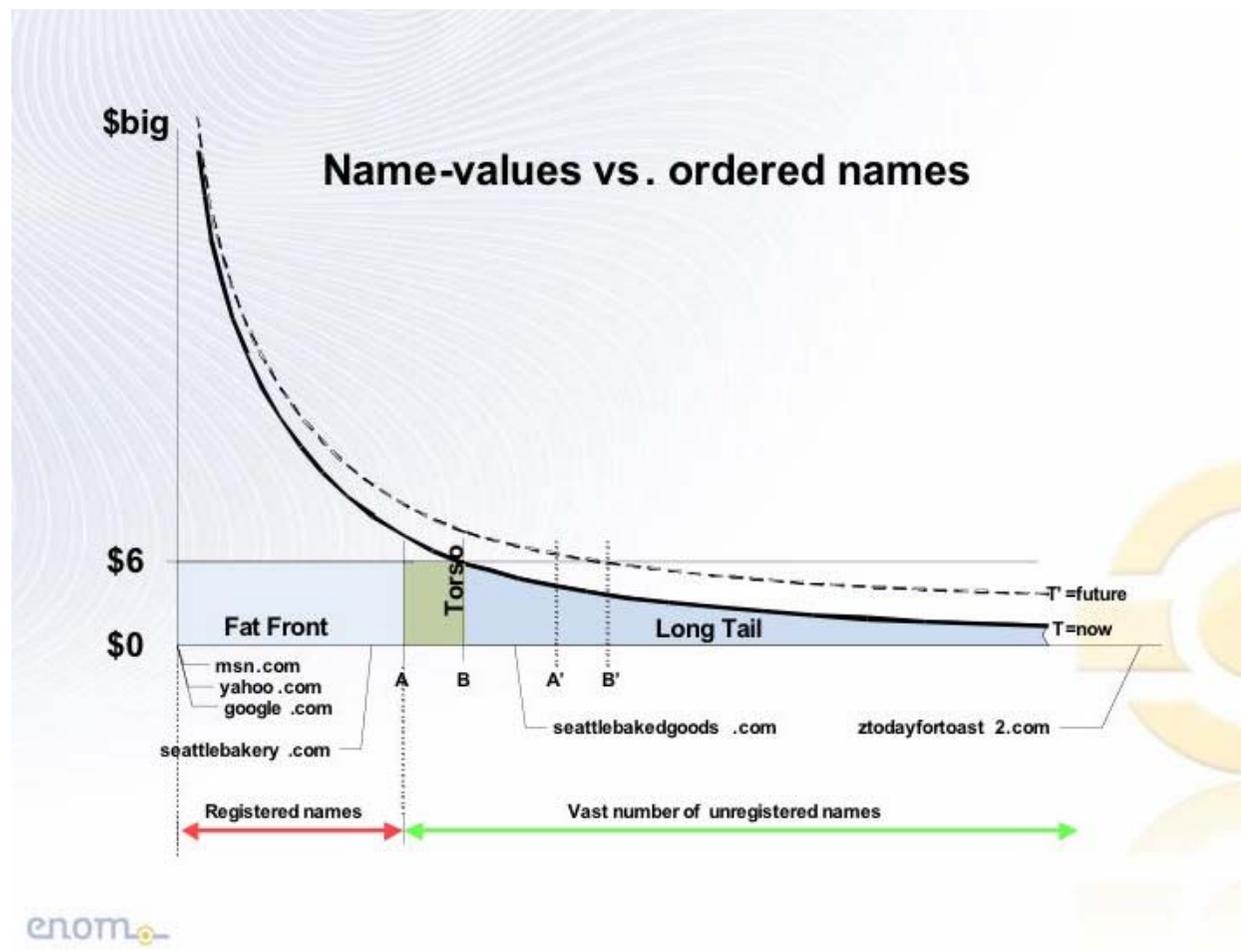
- On nomme **Loi de Zipf** une observation empirique de la fréquence des mots dans un texte. Elle a pris le nom de son auteur, George Kingsley Zipf ([1902-1950](#)). Cette loi a été par la suite généralisée par Benoit Mandelbrot.
- *Zipf avait entrepris d'analyser une œuvre monumentale de James Joyce, Ulysse, d'en compter les mots distincts, et de les présenter par ordre de nombre décroissants d'occurrences. La légende dit que:le mot le plus courant revenait 8 000 fois ;*
- *le dixième mot 800 fois ;*
- *le centième, 80 fois ;*
- *et le millième, 8 fois.*

# Loi de Pareto



# Des longues traînes dans tous les domaines...

- Le marché des noms de domaine



# La publicité en ligne

- **Google adwords** (système d'encarts publicitaires par paiement au clic qui apparaissent sur les résultats des requêtes du moteurs et recherche, et qui générés par l'achat de mots clés)
- **adsense** (système d'affichage de ces publicités sur des sites Internet où le gestionnaire du site perçoit lui-même une partie des revenus générés par les clics sur les encarts publicitaire).
- Ces modèles sont devenus incontournables

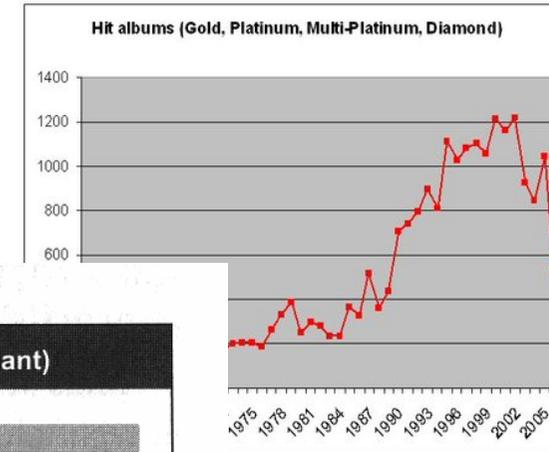
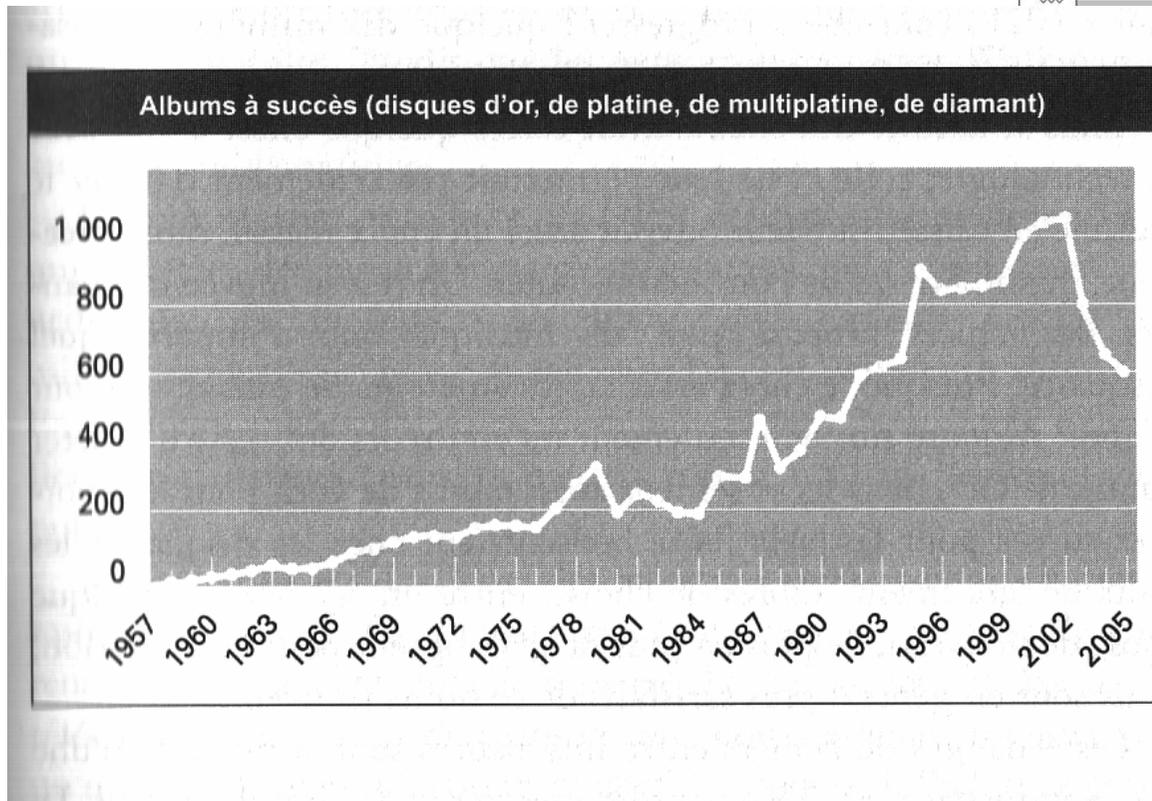
# Origine de la théorie de Chris Anderson

- *Un article de Chris Anderson publié pour la première fois par le magazine Wired en octobre 2004.*
- *Blog consacré au phénomène :*  
<http://thelongtail.com>

# Quelle est cette théorie ?

Constat 1: la baisse des « grosses ventes » (disques d'or) est réelle depuis 2000

Constat 2: les mégatubes (vedettes de la chanson) rapportent moins

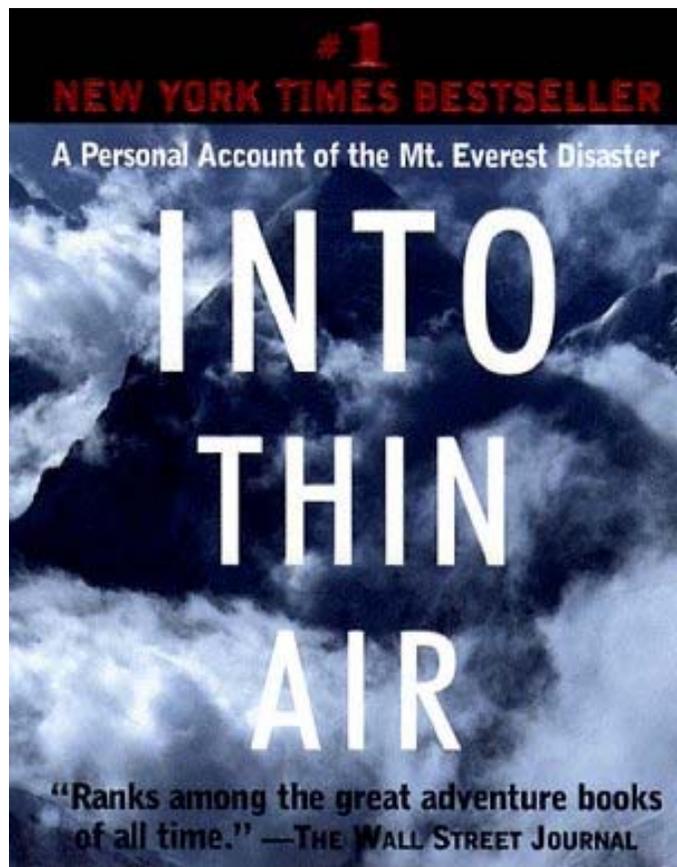


- **Constat 3 :**

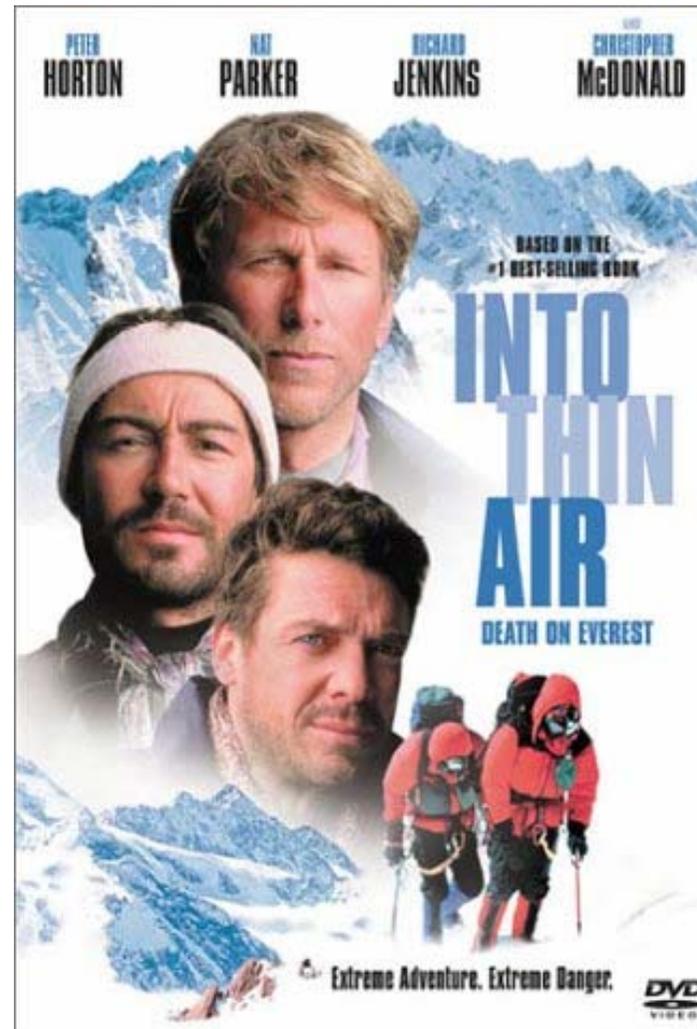
**En 1988**, un alpiniste anglais nommé Joe Simpson écrit un roman intitulé *Touching the Void*, le récit captivant d'une mort esquivée de justesse dans les Andes péruviennes. Le livre reçoit de bonnes critiques mais un succès modeste, et se voit bien vite oublié.

- Une décennie plus tard, un phénomène étrange se produit. John Krakauer sort *Into Thin Air*, encore une histoire inspirée d'une escalade tragique. Ce roman devient rapidement un best-seller et parallèlement, les ventes de *Touching the Void* reprennent. Random House imprime en toute hâte une nouvelle édition pour faire face à la demande. Les libraires présentent l'ouvrage à proximité des rayons de *Into Thin Air* et les ventes augmentent de plus belle. La version poche révisée, sortie en janvier 2004, occupe pendant **14 semaines la liste des meilleures ventes du *New York Times***. Le même mois IFC Films réalise un docu-fiction qui jouit d'un grand succès auprès de la critique. Et voici que *Touching the Void* se vend deux fois plus que *Into Thin Air*.

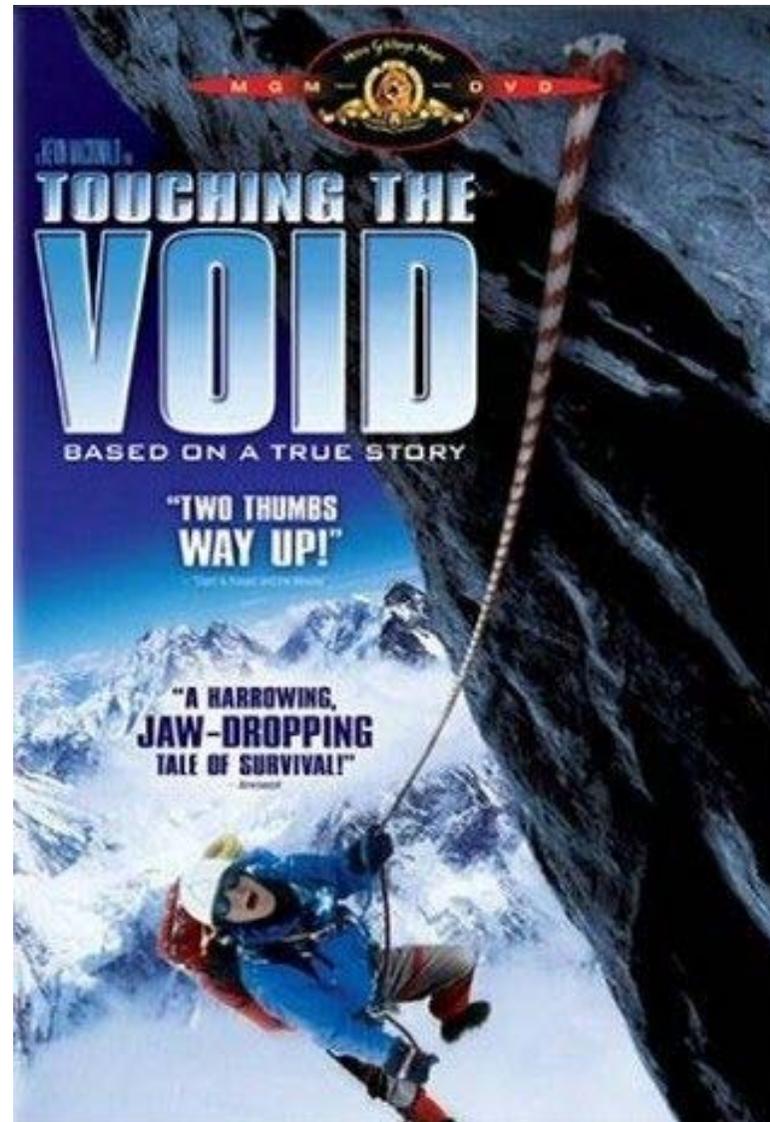
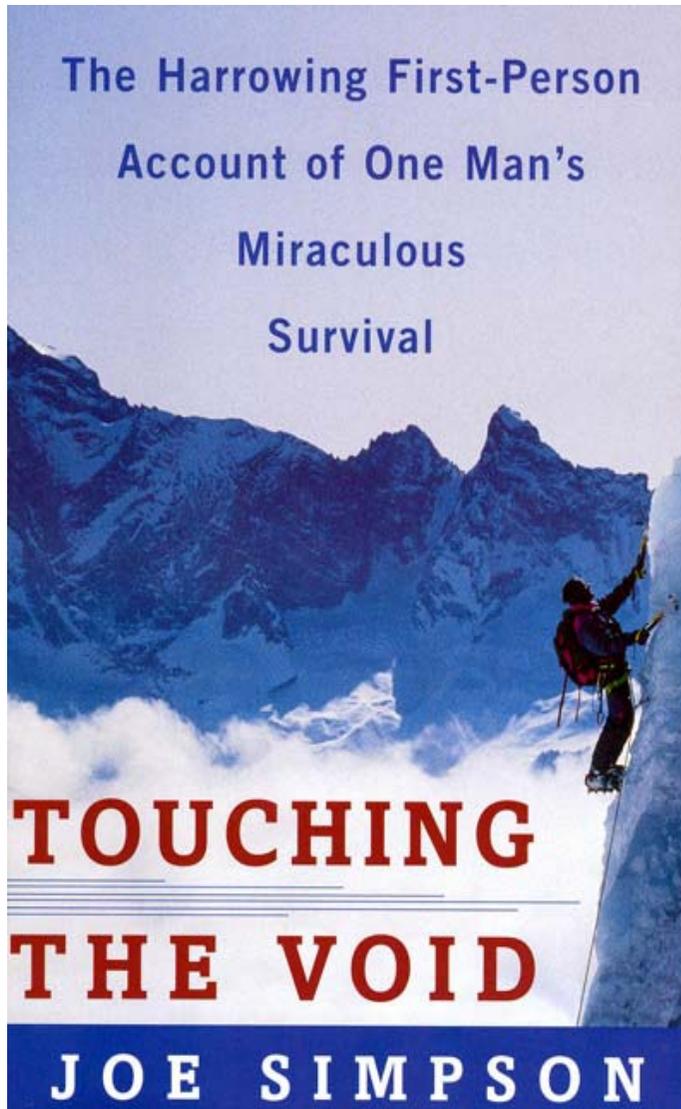
# Into Thin Air (1998)



**Jon Krakauer**  
AUTHOR OF INTO THE WILD AND EIGER DREAMS



# Touching the Void (1988)



- *Extrait du livre :*
- Comment cela a-t-il pu arriver ?
- La raison de ce succès vient des **recommandations d'Amazon.com.**
- Au moment où le roman de Krakauer arrivait en rayon, le livre de Simpson était pratiquement épuisé. Il y quelques années (avant Internet), jamais les lecteurs n'auraient connu le livre de Simpson et, s'ils avaient eu vent de son existence, ils n'auraient pas été capables de le dénicher.
- *Amazon* a changé la situation. En combinant un rayonnage pratiquement illimité avec l'information temps réel sur les tendances d'achat et les opinions du public, Amazon a créé le phénomène « *Touching the Void* ».

[Top Sellers](#) > [Books](#) > [Subjects](#) > [Computers & Internet](#)**Narrow by category  
in Computers &  
Internet**[General](#)[Home & Office](#)[Certification Central](#)[Computer & Video](#)[Games](#)[Computer Science](#)[Databases](#)[Digital Business &  
Culture](#)[Graphics & Illustration](#)[Hardware](#)[Microsoft](#)[Networking](#)[Operating Systems](#)[Programming](#)[Software](#)[Web Development](#)[Authors, A-Z](#)[By Publisher](#)**Save up to 40% on Bestsellers**

1.

[See related items](#)**[The Photoshop CS2 Book for Digital Photographers](#)**

by Scott Kelby

Average Customer Review: 

Usually ships in 24 hours

[\(Rate this item\)](#)**List Price:** \$39.99**Price:** **\$26.39****You Save:** \$13.60 (34%)

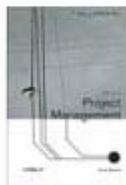
Add to cart



Add to Wish List

**Used & new** from **\$22.95**

2.

[See related items](#)**[The Art of Project Management](#)**

by Scott Berkun

Average Customer Review: 

Usually ships in 24 hours

[\(Your rating: 5 stars\)](#)**List Price:** \$39.95**Price:** **\$39.95**

Add to cart



Add to Wish List

**Used & new** from **\$26.76**

3.

[See related items](#)**[PMP Exam Prep \(4th Edition\)](#)**

by Rita Mulcahy

Average Customer Review: 

Usually ships in 24 hours

[\(Rate this item\)](#)**List Price:** \$99.00**Price:** **\$84.55****You Save:** \$14.45 (15%)

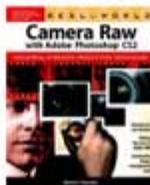
Add to cart



Add to Wish List

**Used & new** from **\$60.00**

4.

[See related items](#)**[Real World Camera Raw with Adobe Photoshop CS2](#)**

by Bruce Fraser

Average Customer Review: 

Usually ships in 24 hours

[\(Rate this item\)](#)**List Price:** \$39.99**Price:** **\$26.39****You Save:** \$13.60 (34%)

Add to cart



Add to Wish List

**Used & new** from **\$22.65**



[Agrandissez cette image](#)

★★★★★ (12 évaluations clients)

**Notre prix : EUR 59,99** Livraison gratuite pour l'achat de cet article. [Détails](#)

**Disponibilité :** En stock. Expédié et vendu par Amazon.fr.

**Vous désirez recevoir cet article le vendredi 10 novembre avant 13 heures ?** Commandez-le et choisissez la livraison **Éclair** sur votre bon de commande. [Voir les détails](#)

**[6 neufs et d'occasion](#)** à partir de **EUR 50,99**

**\*Un bon de réduction de 8 euros offert pour l'achat de ce DVD :** achetez ce titre (hors offre Market [sélection](#), jusqu'au 27 novembre 2006 **et recevez, à partir du 7 décembre 2006**, par e-mail, euros valable pour tout achat d'un montant minimum de 20 euros (hors livres et produits Marketplace) à u limitée à une par client et par produit (*voir [conditions](#)*). L'achat d'une même référence en plusieurs exempl un seul bon. Si vous commandez plusieurs références bénéficiant chacune d'un bon de réduction, vous rec réduction non cumulables entre eux. Retrouvez plus de nouveautés DVD avec des [bons de réduction](#).

Noël, c'est maintenant ! Découvrez vite tous nos [coffrets DVD de Noël](#).

## Deux, c'est mieux !

Achetez ce DVD et [24 Heures chrono : L'Intégrale Saison 4 - Coffret Collector 7 DVD](#) DVD ~ Kiefer Sutherland !



+



**Notre prix : EUR 109,98**



Achetez les deux

## Les clients qui ont vu cet article ont aussi vu

[Over there : l'intégrale saison 1 - Coffret 4 DVD](#) DVD ~ Josh Henderson

[Deadwood : l'intégrale Saison 1- Coffret 4 DVD](#) DVD ~ Timothy Olyphant

[Syriana](#) DVD ~ George Clooney

► [Découvrez des articles similaires](#) : DVD (50)

## Détails sur le produit

**Acteurs :** [Kevin McKidd](#), [Ray Stevenson](#), [Polly Walker](#), [Kenneth Cranham](#), [Lindsay Duncan](#)

**Région:** Région 2 (Ce DVD ne pourra certainement PAS être visualisé dans d'autres pays. Plus d'informations sur [Formats DVD](#).)

**Studio:** Warner Home Vidéo

- Constat 3 :

- > Plus ils trouvent de titres, plus les consommateurs de culture en réclament d'autres.

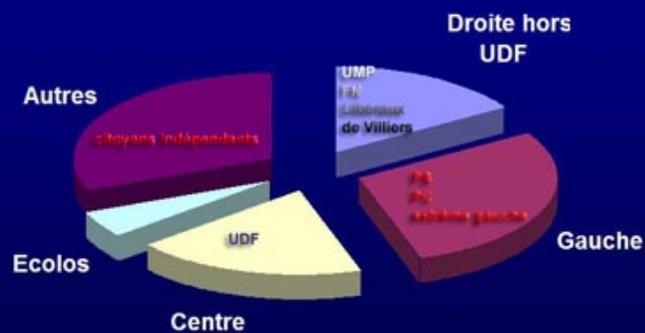
- > Plus ils s'éloignent des sentiers battus, plus ils se rendent compte que leur goût est plus personnel qu'ils n'auraient pu l'imaginer (ou que ce que le marketing, le manque d'alternatives et une culture tirée par les « Hits » avaient pu leur faire croire...).

- >> une hyper demande et une haute connaissance des connectés en ligne qui rejoint d'autres constats >> Crouzet.



***Le Peuple des connecteurs*, de Thierry Crouzet, Bourin Editeur, 335 p. 2007**

## Couverture Web des forces politiques

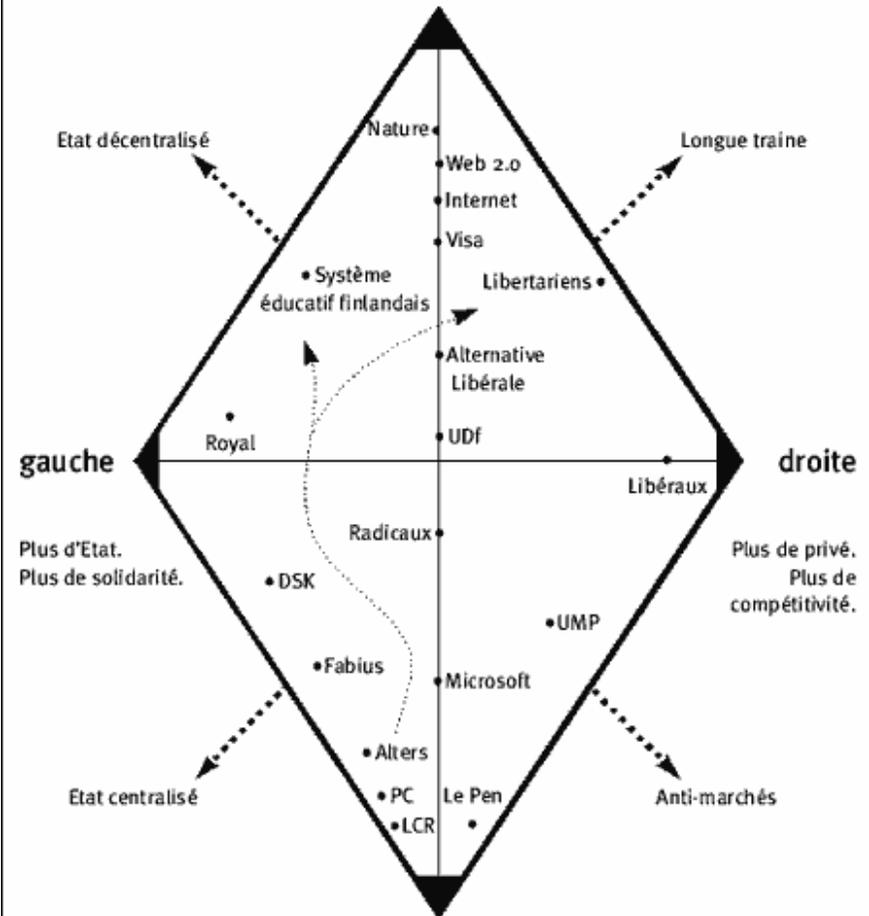


Statistiques bonvote entre le 25 et le 31 octobre

## Des politiques

L'avenir est imprévisible.  
La complexité ne se contrôle pas, elle s'auto-organise par le bas.  
Les réseaux décentralisés remplacent les structures pyramidales.  
Vers plus de liberté.

### âge citoyen - le cinquième pouvoir



### âge industriel - les conservateurs

Vers moins de liberté.  
La complexité n'est qu'une illusion provoquée par l'ignorance.  
Volonté de tout commander et de tout contrôler par le haut.  
L'avenir est prévisible.

- **Constat 4** : Les distributeurs ne proposeront que les contenus dont la demande justifie **le stockage physique**. Le problème est la répartition géographique du public : peut-être une quinzaine de kilomètres pour un cinéma, moins pour les librairies ou les disquaires, et encore moins pour un loueur de vidéos.

- Beaucoup d'œuvres de qualité qui pourraient s'adresser à de vastes audiences au plan national, ne remplissent pas cette condition. Prenons le film d'animation *Les Triplettes de Belleville*. Même s'il a été sélectionné aux Oscars 2004 dans la catégorie des films d'animation et a obtenu de très bonnes critiques, il n'est sorti que dans six salles au niveau national. Un exemple encore plus frappant est le sort difficile réservé aux films issus de Bollywood. Chaque année l'industrie cinématographique indienne donne le jour à 800 fictions. Sur l'ensemble du territoire américain vivent 1,7 millions d'indiens. Le très côté (selon la base de données d'Amazon), *Lagaan : Once Upon a Time in India*, un film en langue hindi, n'a été projeté que dans deux salles. Et le film peut s'estimer heureux d'appartenir à la poignée de films indiens distribués aux Etats-Unis. Dans la tyrannie de l'espace physique, un public trop dispersé géographiquement équivaut à une absence totale de public.

- **Constat 5** : La deuxième limitation du monde physique provient de la physique elle-même. Le spectre radiophonique ne peut être partagé qu'entre un certain nombre d'émetteurs, entre un certain nombre de chaînes de télévision. Et, bien entendu, on ne peut diffuser que 24 heures par jour. La malédiction des technologies de diffusion est qu'elle utilisent toutes des ressources rares. Le résultat est encore une fois la nécessité d'avoir un public concentré dans un espace géographiquement délimité - une condition que ne remplit plus qu'une infime partie des contenus culture



# hypothèse

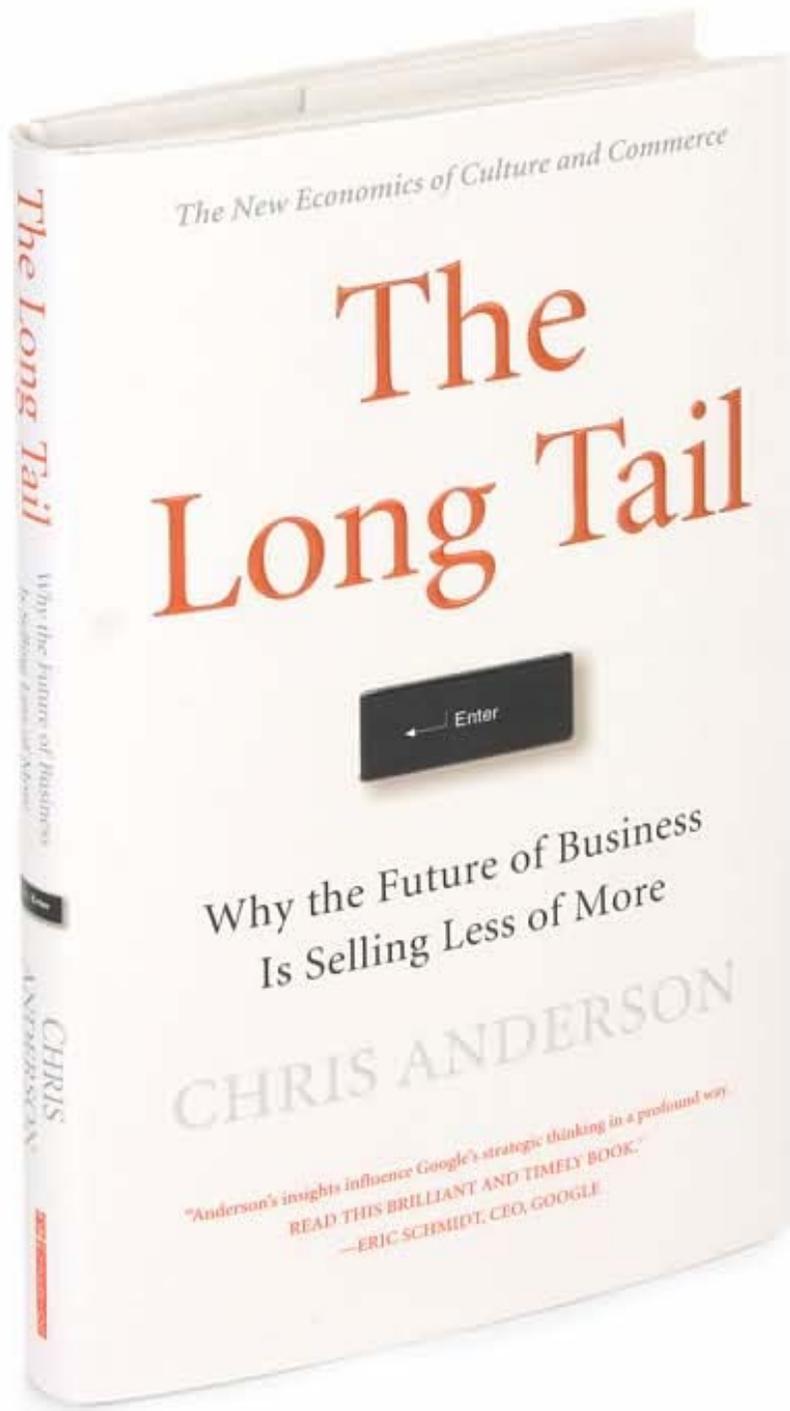
- Si l'*entertainment* (l'industrie du loisir culturel) du 20e siècle a été conditionné par les Hits, le 21e siècle sera également voué à la revalorisation des « flops /bides ».

- La solution :

Le futur des marchés culturels réside dans les millions de « marchés de niche » cachés au fin fond du flux numérique.

STARS-OUBLIÉES.COM

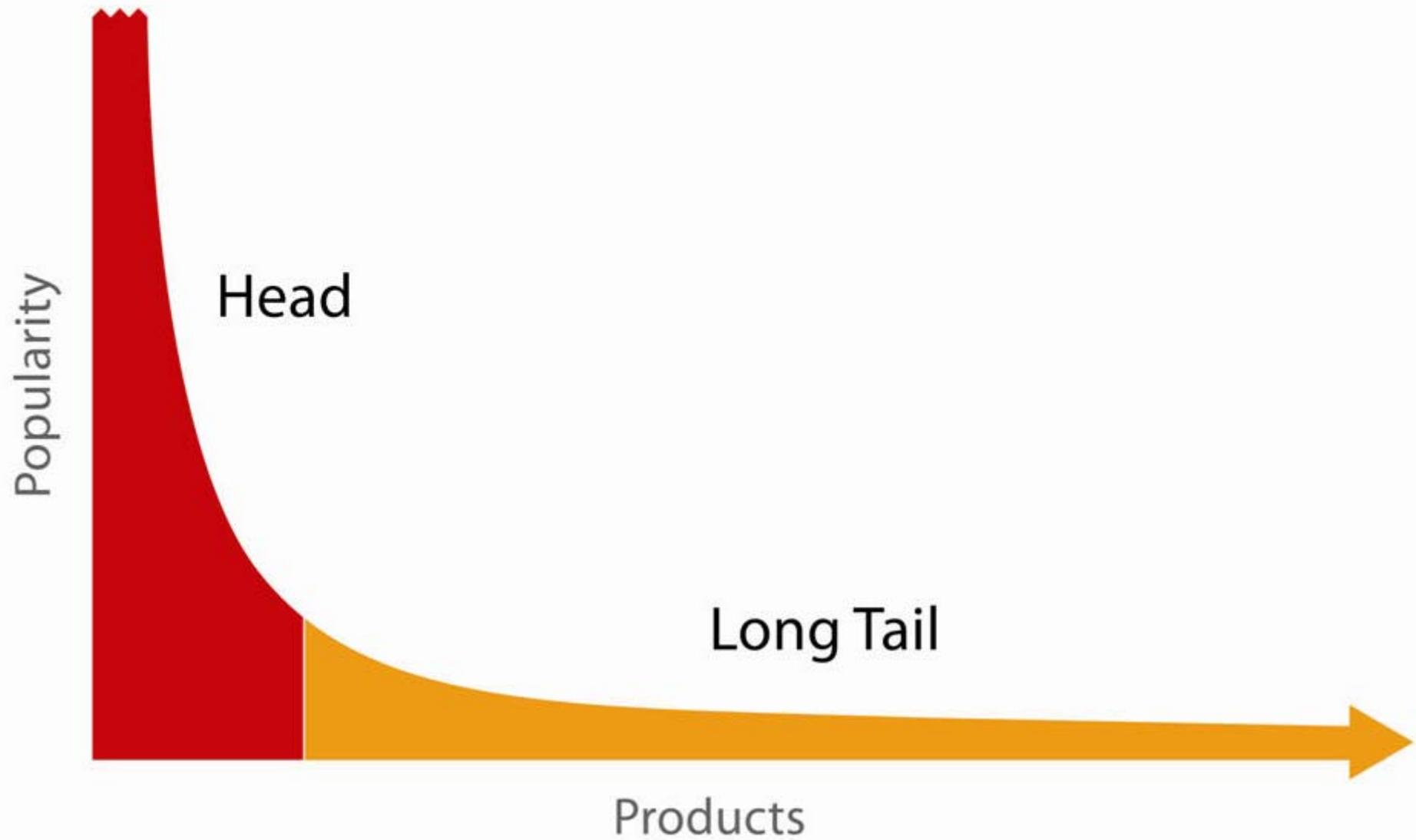




Le livre de Chris Anderson, 2006

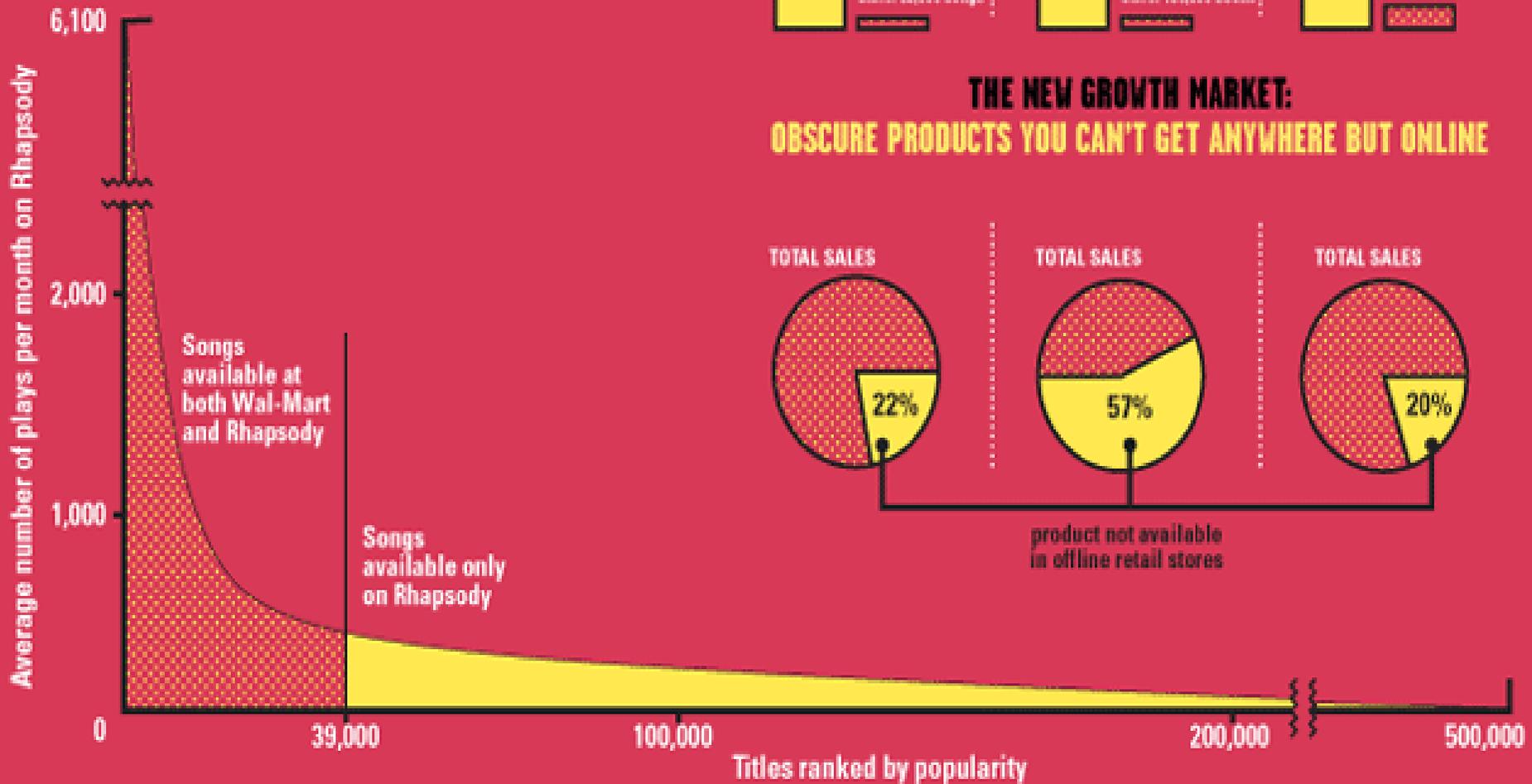
Trad. Française, 2008

# The New Marketplace

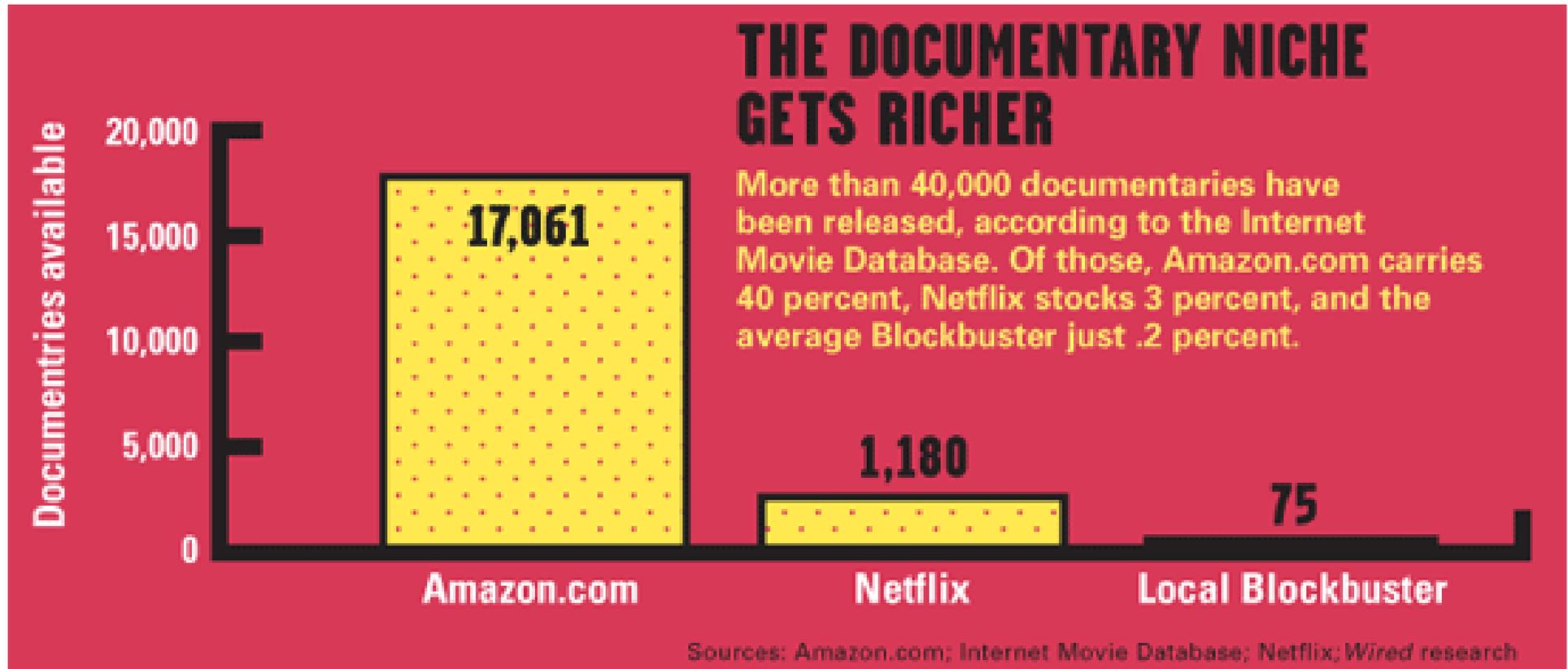


# ANATOMY OF THE LONG TAIL

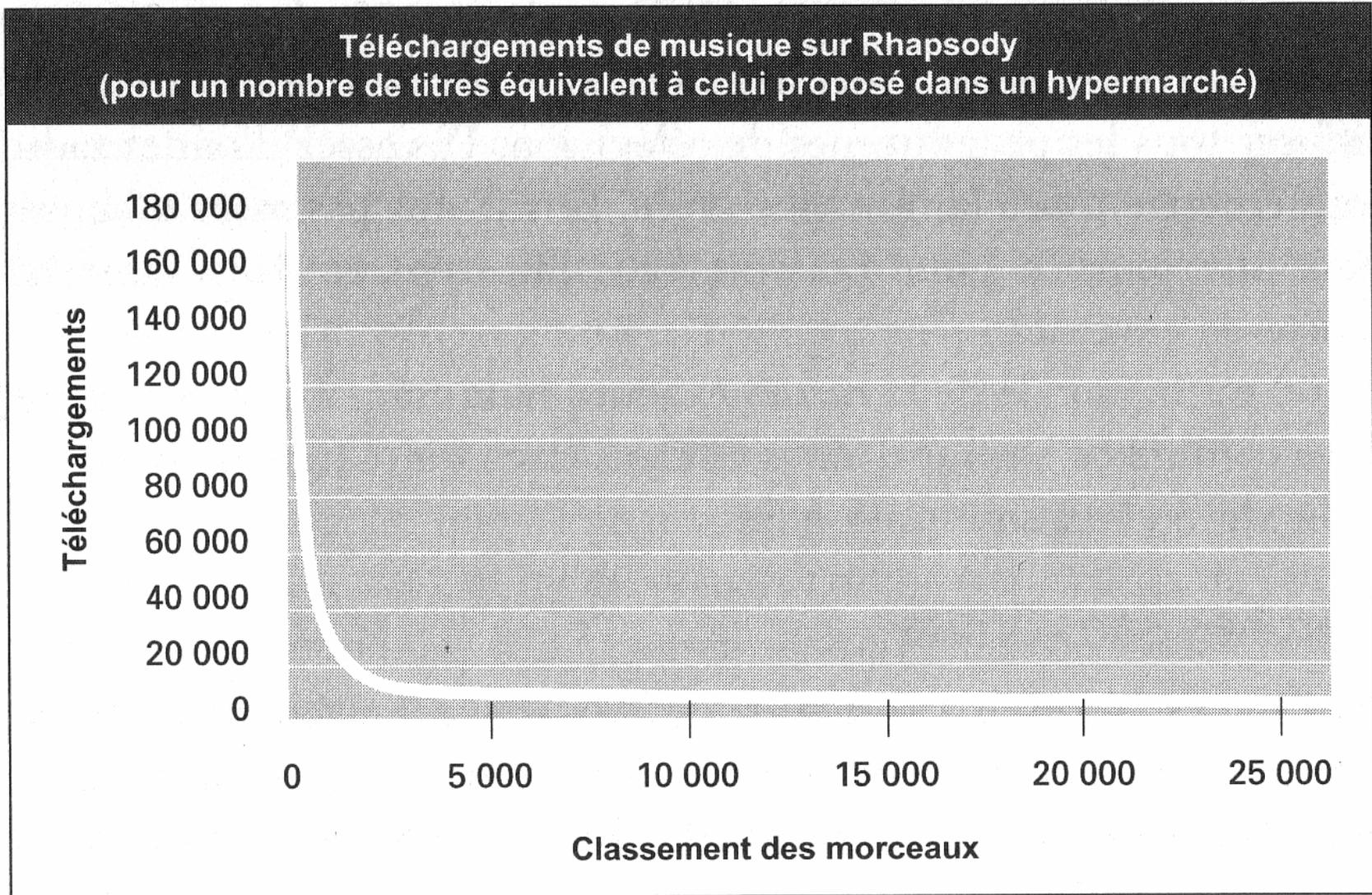
Online services carry far more inventory than traditional retailers. Rhapsody, for example, offers 19 times as many songs as Wal-Mart's stock of 39,000 tunes. The appetite for Rhapsody's more obscure tunes (charted below in yellow) makes up the so-called Long Tail. Meanwhile, even as consumers flock to mainstream books, music, and films (right), there is real demand for niche fare found only online.



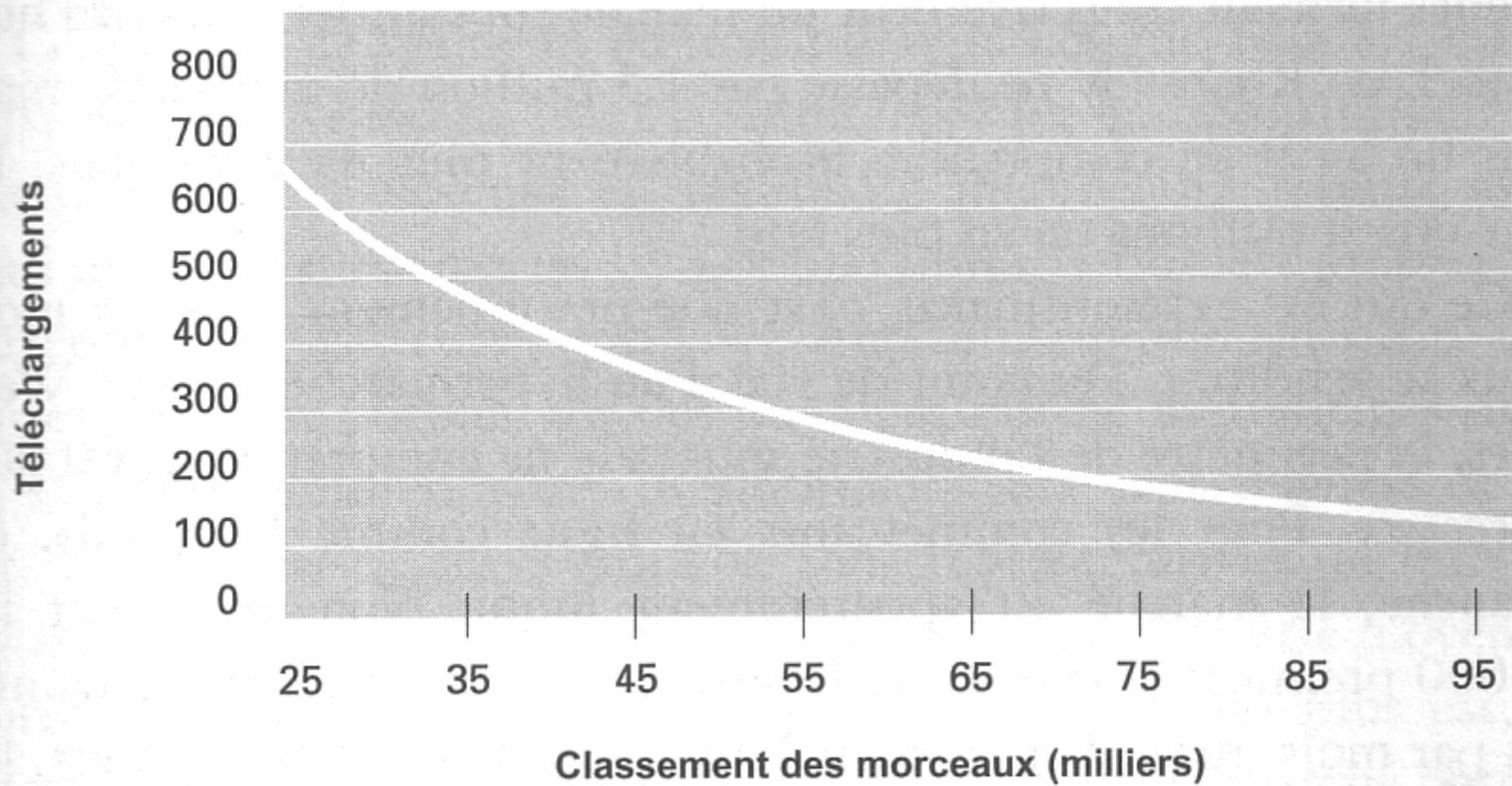
# *La niche des documentaires s'agrandit*



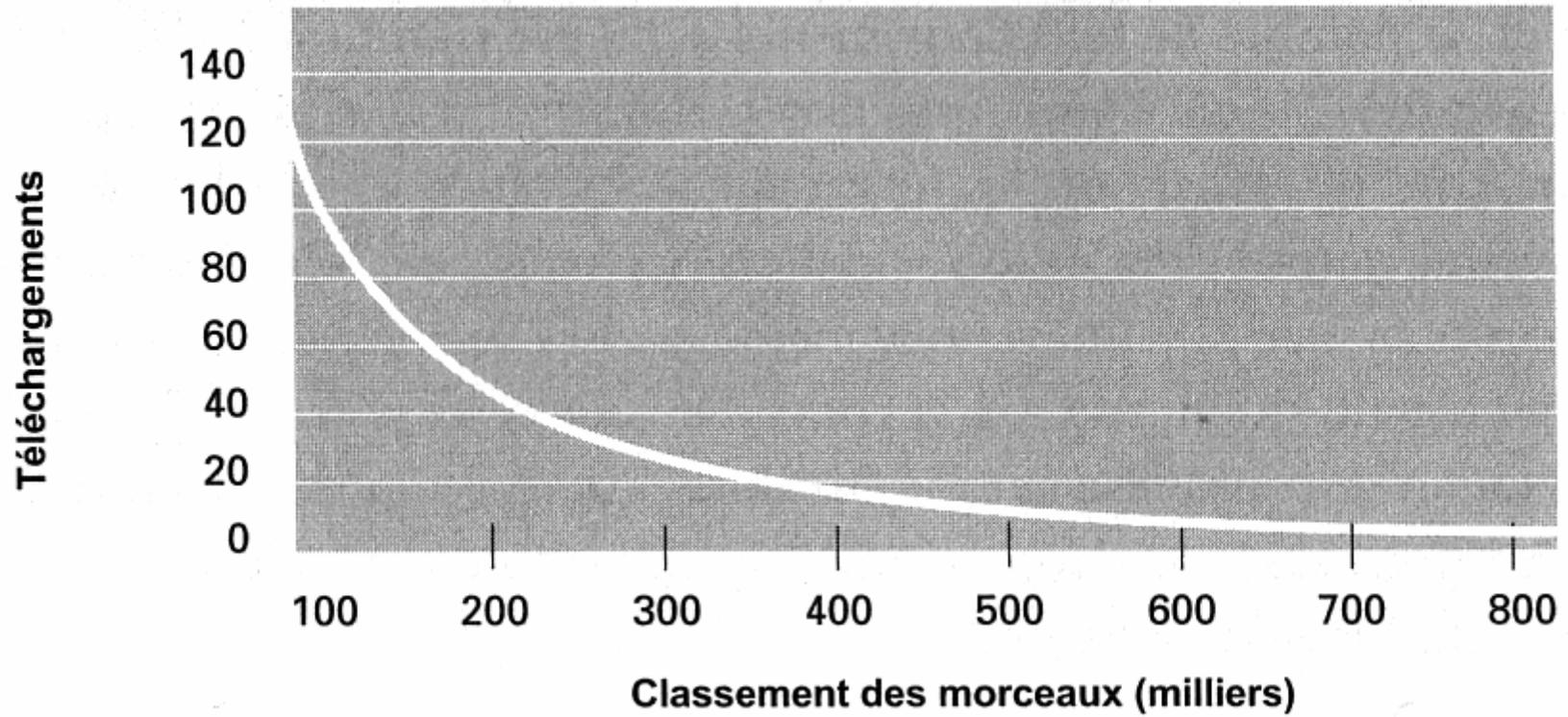
Selon l'Internet Movie Database, 40 000 documentaires ont été réalisés. Amazon.com dispose de 40 % des titres, Netflix de 3 % et un Blockbuster moyen de seulement 0,2 %.



Pourtant, la courbe continue... (du 25 000<sup>e</sup> au 100 000<sup>e</sup> rang)



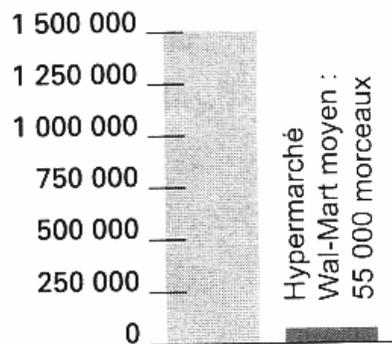
... et continue encore (du 100 000<sup>e</sup> au 800 000<sup>e</sup> rang)



**Le nouveau marché de croissance : des produits disponibles nulle part ailleurs qu'en ligne**

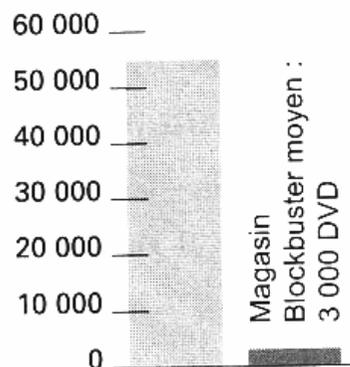
**Rhapsody**

Stock total :  
1,5 million de morceaux



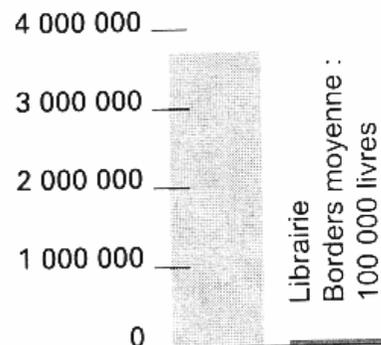
**Netflix**

Stock total :  
55 000 titres de DVD

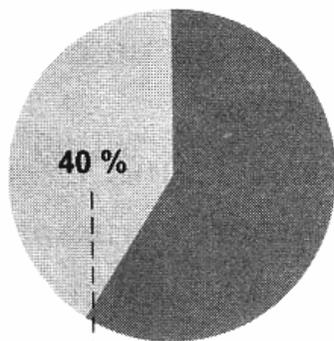


**Amazon**

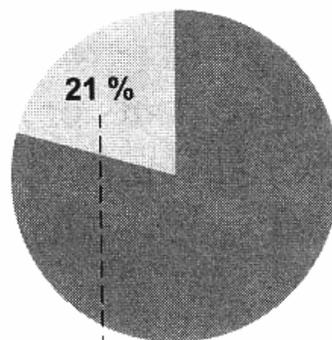
Stock total :  
3,7 millions titres de livres



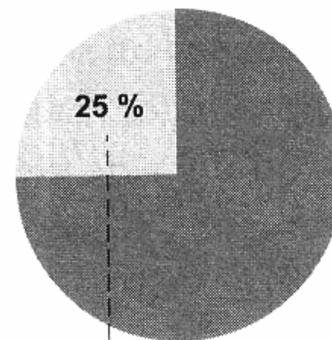
CA total



CA total

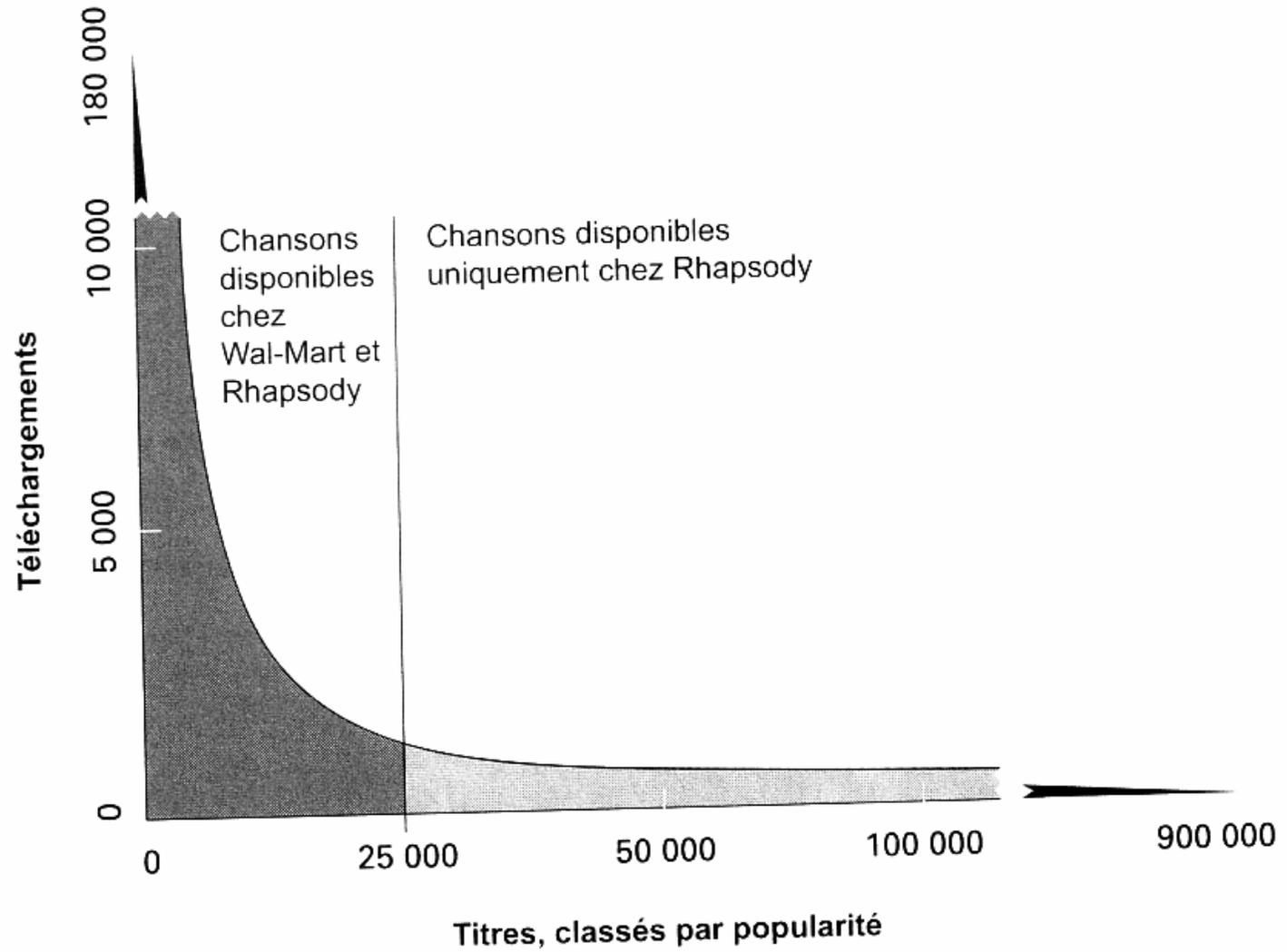


CA total



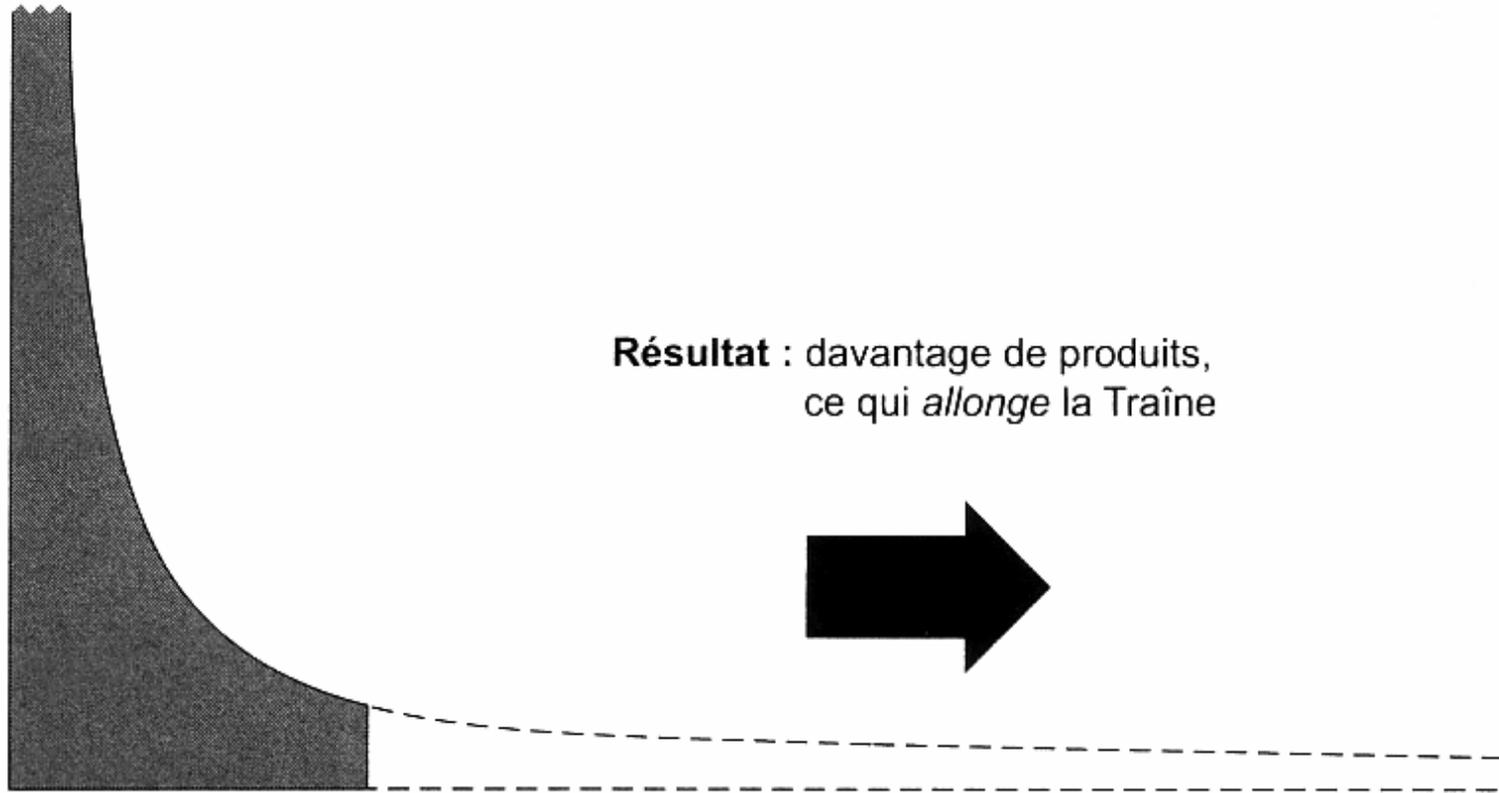
Produits non disponibles dans les magasins hors ligne

# Popularité de la musique en ligne (Rhapsody, décembre 2005)



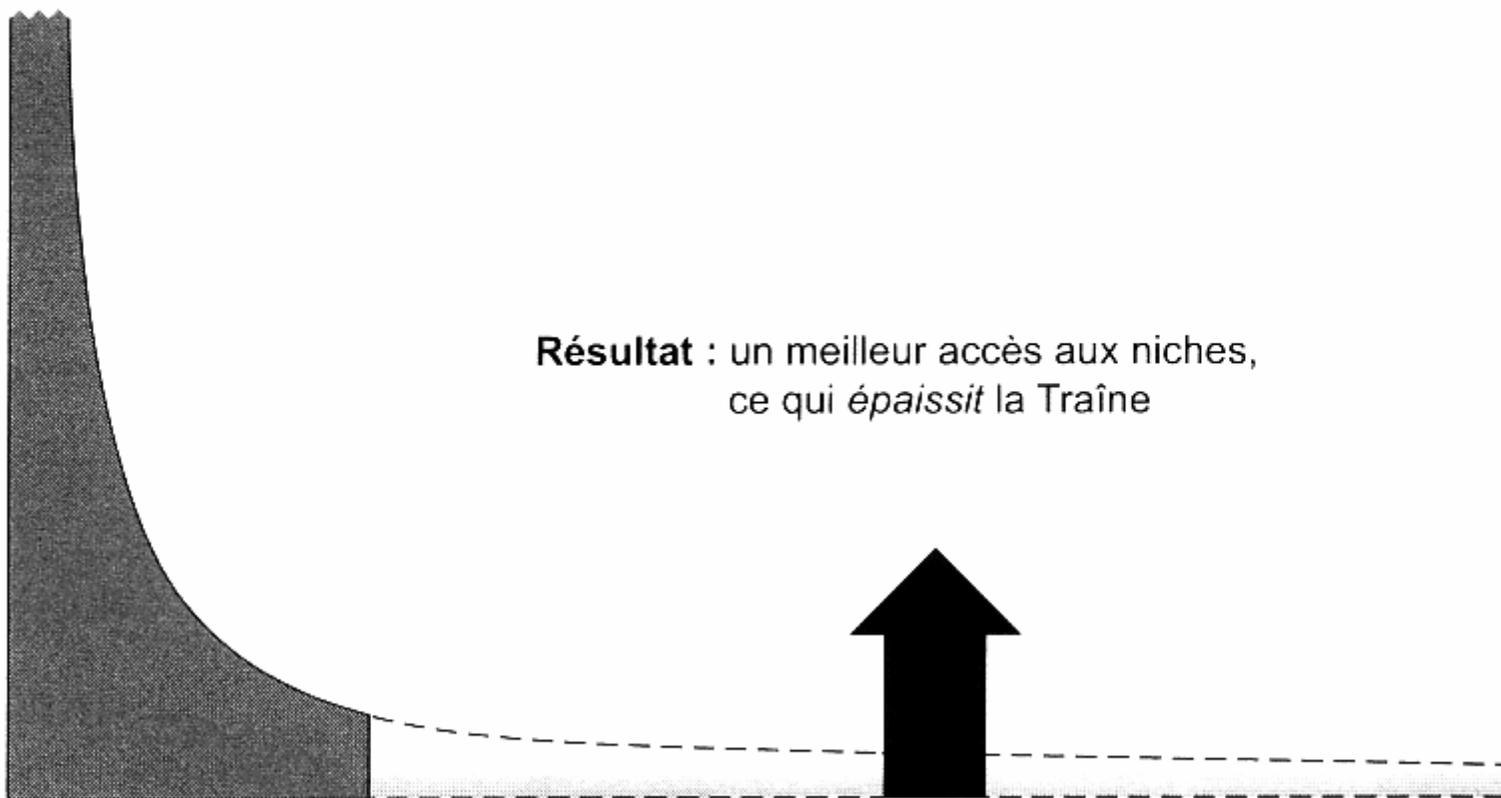
# Les forces des traînes

1<sup>re</sup> force : la démocratisation des outils de production

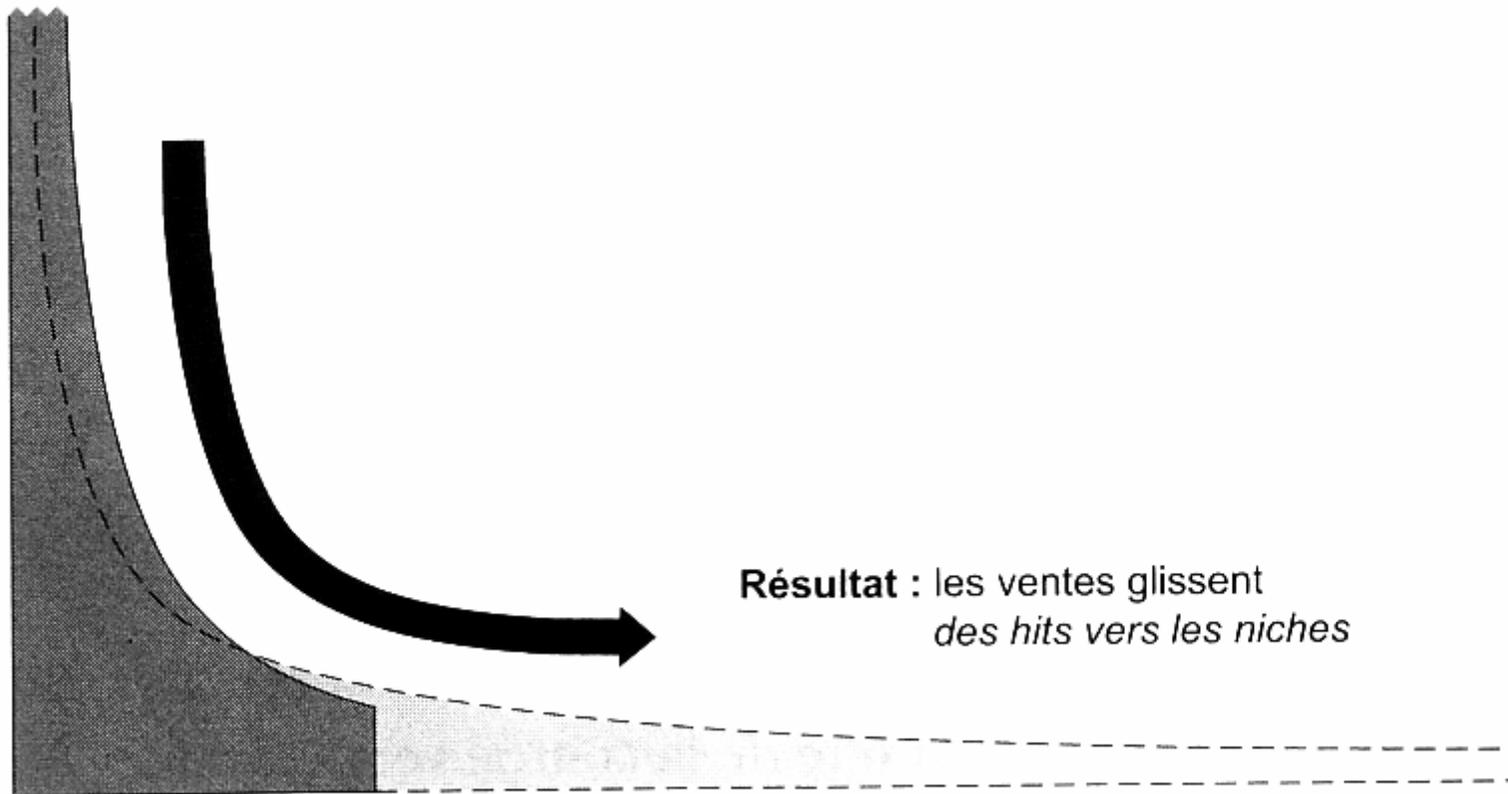


## 2<sup>e</sup> force : la démocratisation des outils de distribution

**Résultat** : un meilleur accès aux niches,  
ce qui *épaissit* la Traîne

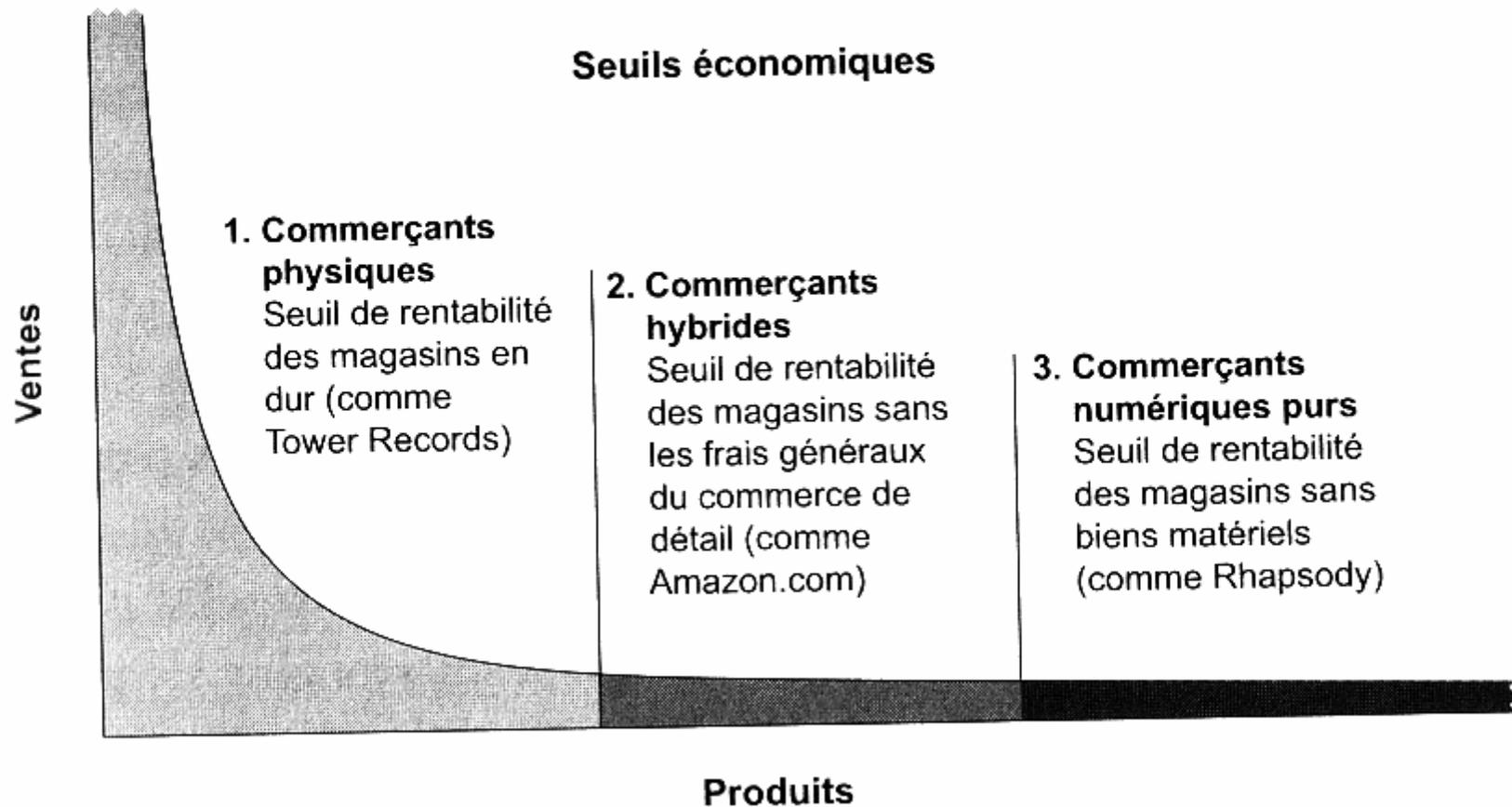


### 3<sup>e</sup> force : la connexion entre l'offre et la demande



**Résultat :** les ventes glissent  
*des hits vers les niches*

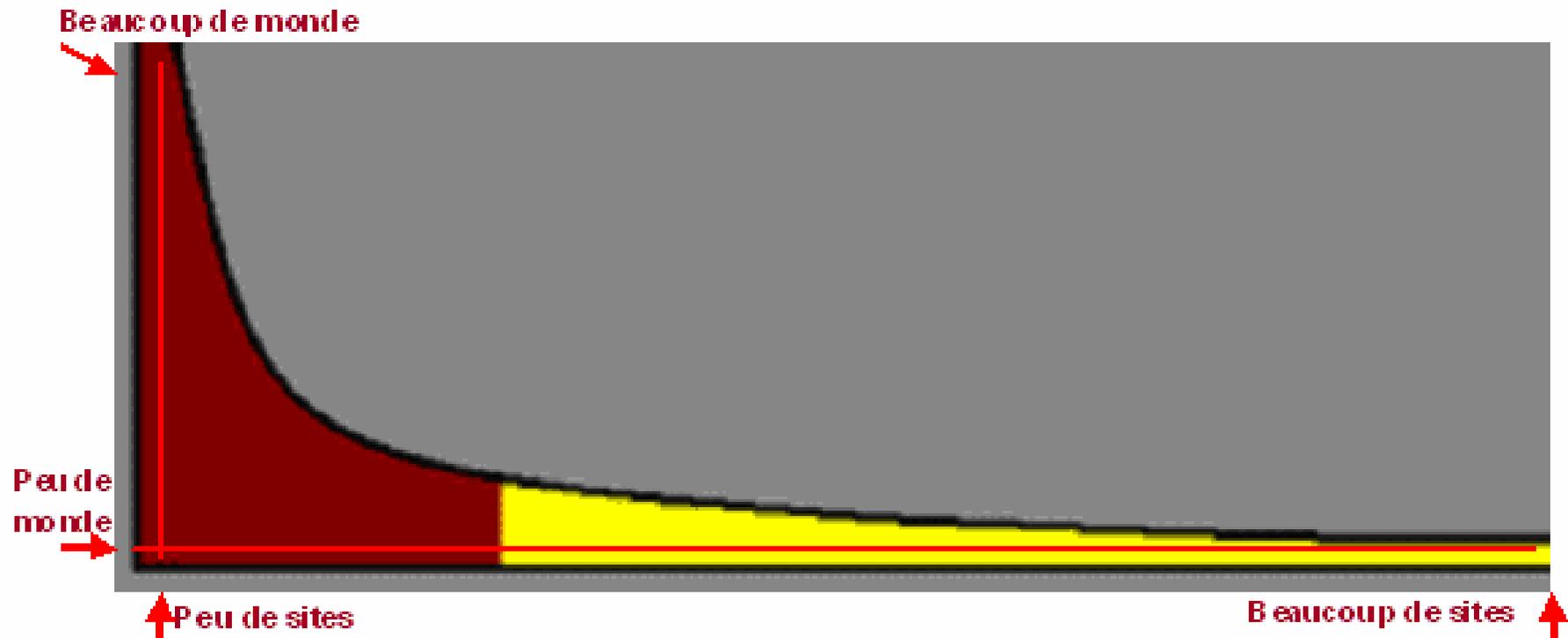
## Trois étapes vers une diversité infinie





Clip promotionnel ouvrage the long tail

# La « longue traîne »



« Agrégateurs »  
de contenus créés  
par les propriétaires  
-Filtres  
-Tags  
-Recommandations

- ❖ Google : longue traîne de la publicité
- ❖ Ebay : biens physiques
- ❖ Netflix, Youtube : films et DVD
- ❖ Itunes : musique
- ❖ Amazon : livres
- ❖ Wikipédia : connaissances

# Les ventes en ligne

- agréger des produits de niche pour au final en faire un marché important.

The screenshot displays the eBay homepage with the following elements:

- Navigation:** Links for home, pay, register, and site map. A search bar with "Start new search" and "Search" buttons. A menu with "Buy", "Sell", "My eBay", "Community", and "Help".
- User Interaction:** "Hello! Sign in or register" and "Advanced Search" link.
- Logos:** eBay logo, Java Technology logo, and Star logo.
- Header:** "The World's Online Marketplace" with a "Live Help" icon.
- Search Bar:** A search input field with "All Categories" dropdown, "Search" button, and "Advanced Search" link.
- Specialty Sites:** Links for eBay Motors, eBay Stores, Live Auctions, Reviews & Guides (NEW), Want It Now, and eBay Business.
- Categories:** A list of categories including Antiques, Art, Baby, Boats, Books, Business & Industrial, Cameras & Photo, Cars, Parts & Vehicles, Cell Phones, Clothing, Shoes & Accessories, Coins, Collectibles, Computers & Networking, and Consumer Electronics.
- FALL HOME STYLE TOP 10 PICKS:** A featured section with a list of 10 items: 1. Mirrors, 2. Wreaths, 3. Afghans, 4. Modern Art, 5. Chandeliers, 6. Red-in-a-Bag, 7. Teak Furniture, 8. Decorative Pillows, 9. Window Treatments, 10. Fireplace Accessories. Includes a "See More" button.
- My eBay At A Glance:** A section encouraging users to sign in for personalized information.
- Review It Now:** A section with a "Review It Now" button and a photo of a man.
- Promotional Banners:** Several banners with text and images, such as "Find this year's hottest Halloween costumes! Batman, Darth Vader & more!", "Drive more traffic to your eBay listings. Write Reviews & Guides today!", "Talk to Bill Cobb, President of eBay North America, in our next Town Hall! Join us on Wed. 11/2 at 3:30PM PT!", "Hot, New & In Demand! Make sure you get your Sony PSP. Bid Now!", and "Camera phones from \$75. Nokia, Motorola."

# Les réseaux sociaux

## A chaque continent ses préférences

LES SITES DE RÉSEAUX SOCIAUX LES PLUS FRÉQUENTÉS...

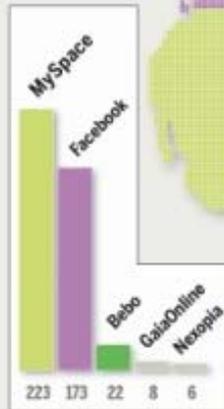
... PAR PAYS	Nom du site	MySpace	Facebook	Bebo	Cyworld	Skyblog	Hi5	Friendster	Orkut	Live Journal
	Nationalité de l'entreprise :	Etats-Unis	Etats-Unis	Etats-Unis	Corée du Sud	France	Etats-Unis	Etats-Unis	Etats-Unis	Russie

... PAR CONTINENT

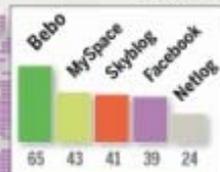
En millions d'heures par mois  
(août 2007)

### AMÉRIQUE DU NORD

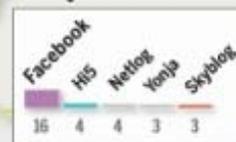
Un quart des inscrits dans le monde.



### EUROPE



### AFRIQUE - PROCHE-ORIENT

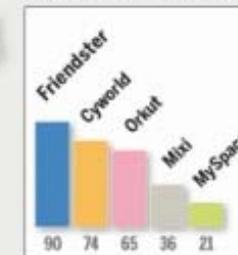


### AMÉRIQUE LATINE



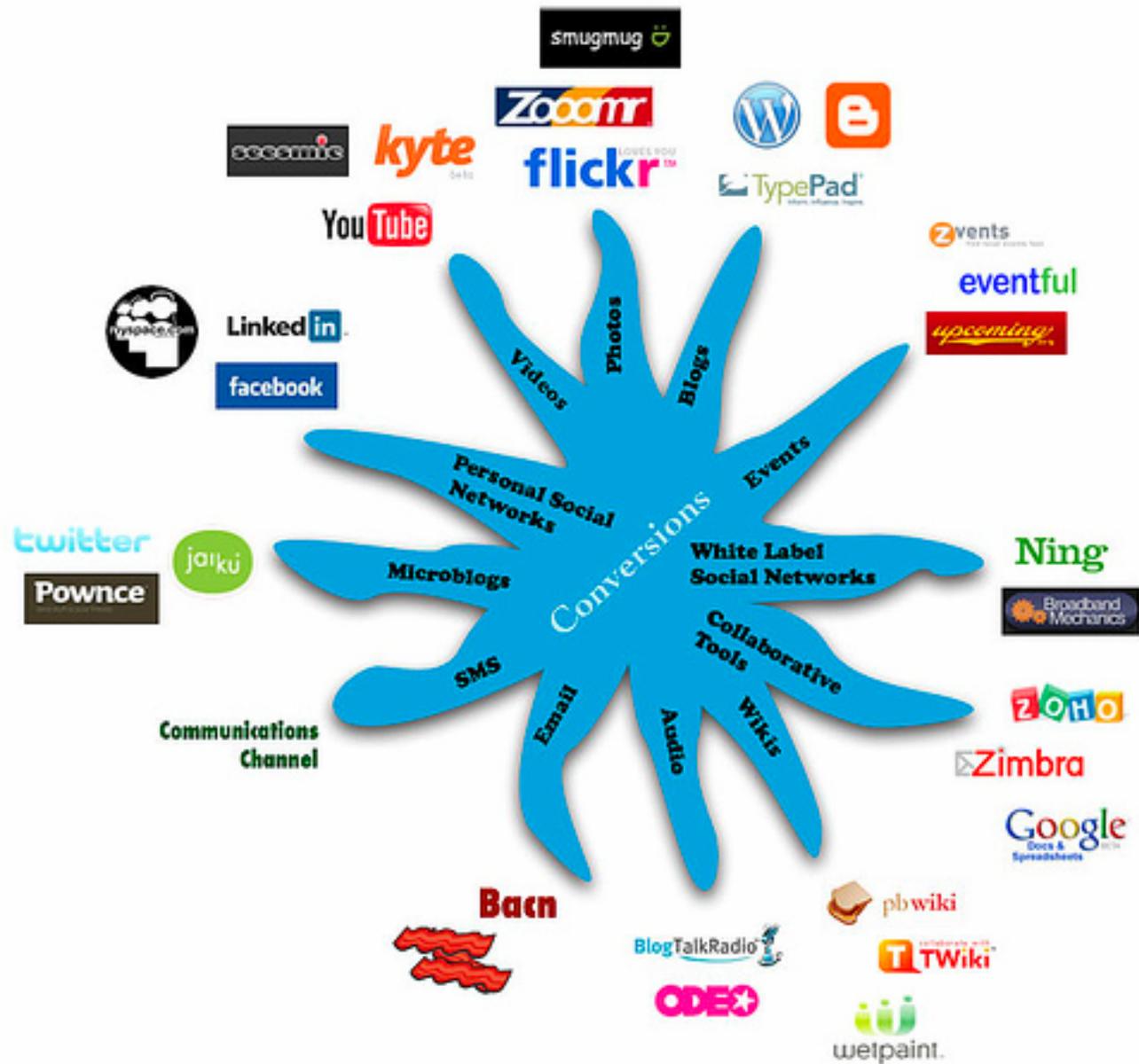
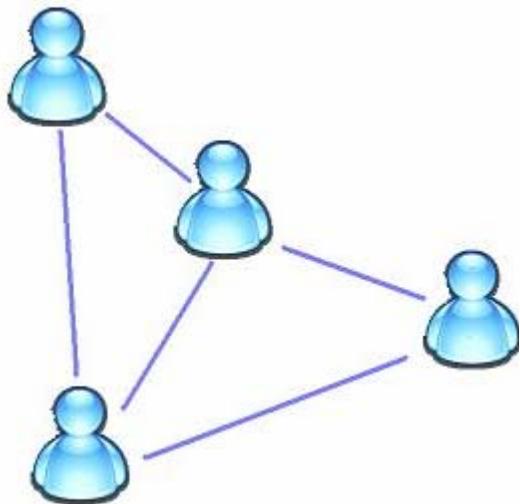
### ASIE - PACIFIQUE

Un tiers des inscrits dans le monde.



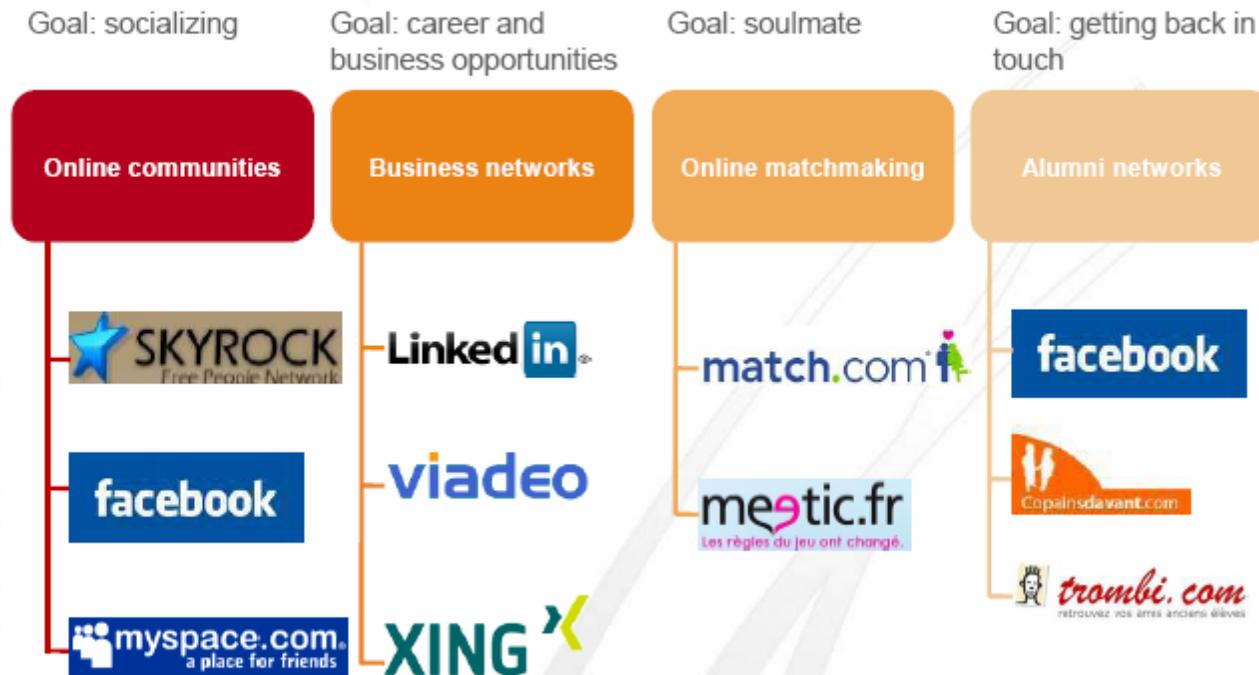
Infographie Le Monde

Sources : ValleyMag août 2007, Datamonitor



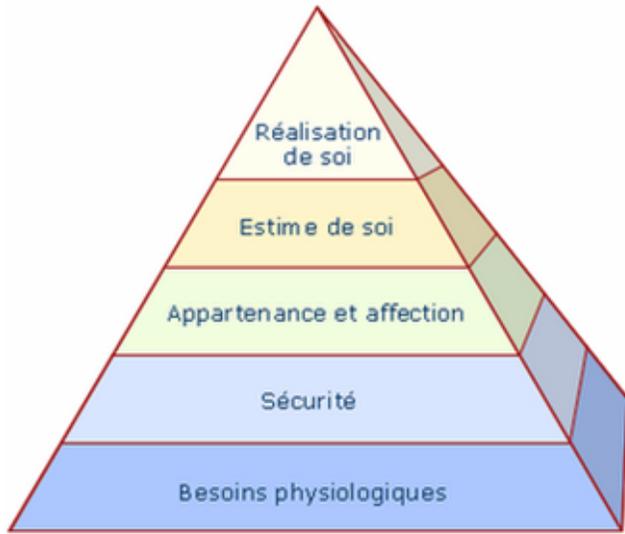
## Four types of networks can be identified

Typology of social networks

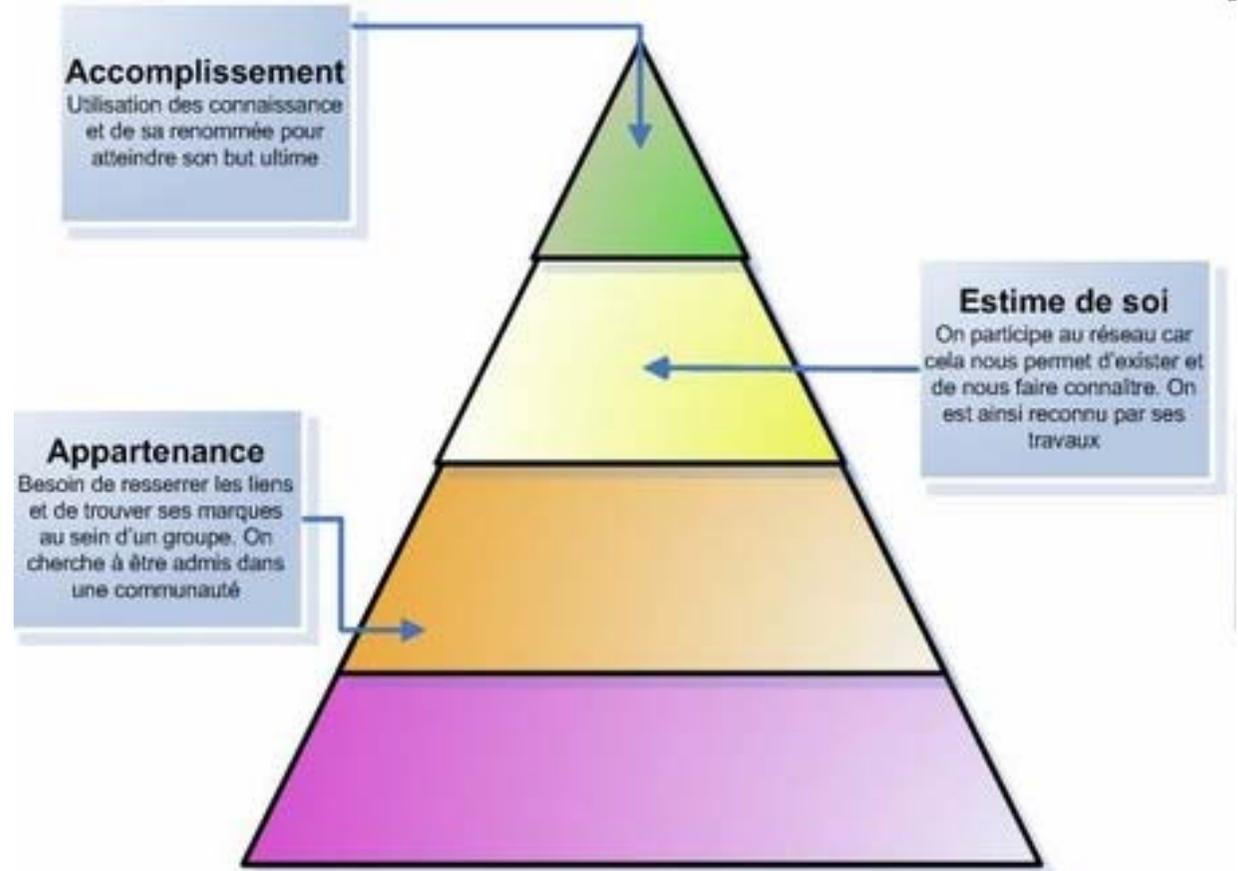


Facebook is currently moving from an « alumni network » to an « online community »

# Le « réseautage »



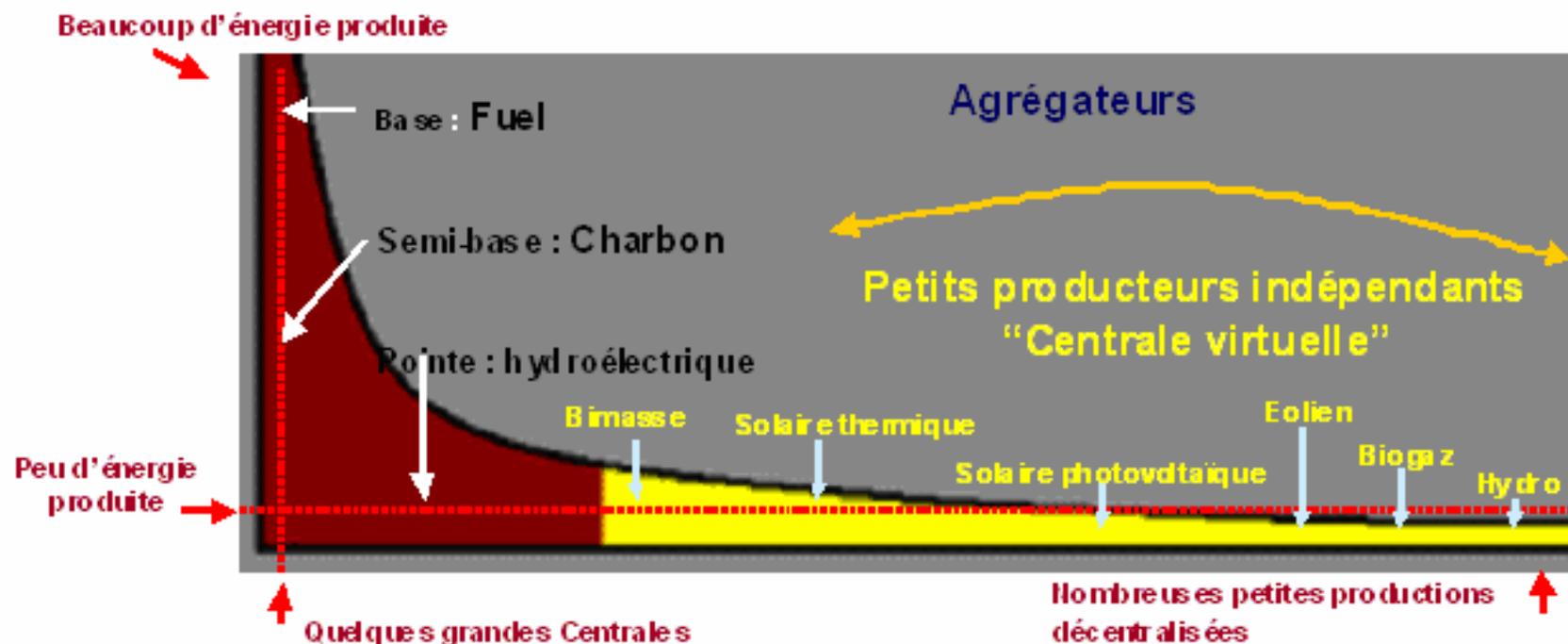
pyramide de Maslow



# Psychologie du réseau social

# Domaine de l'énergie

## La « longue traîne » de l'énergie



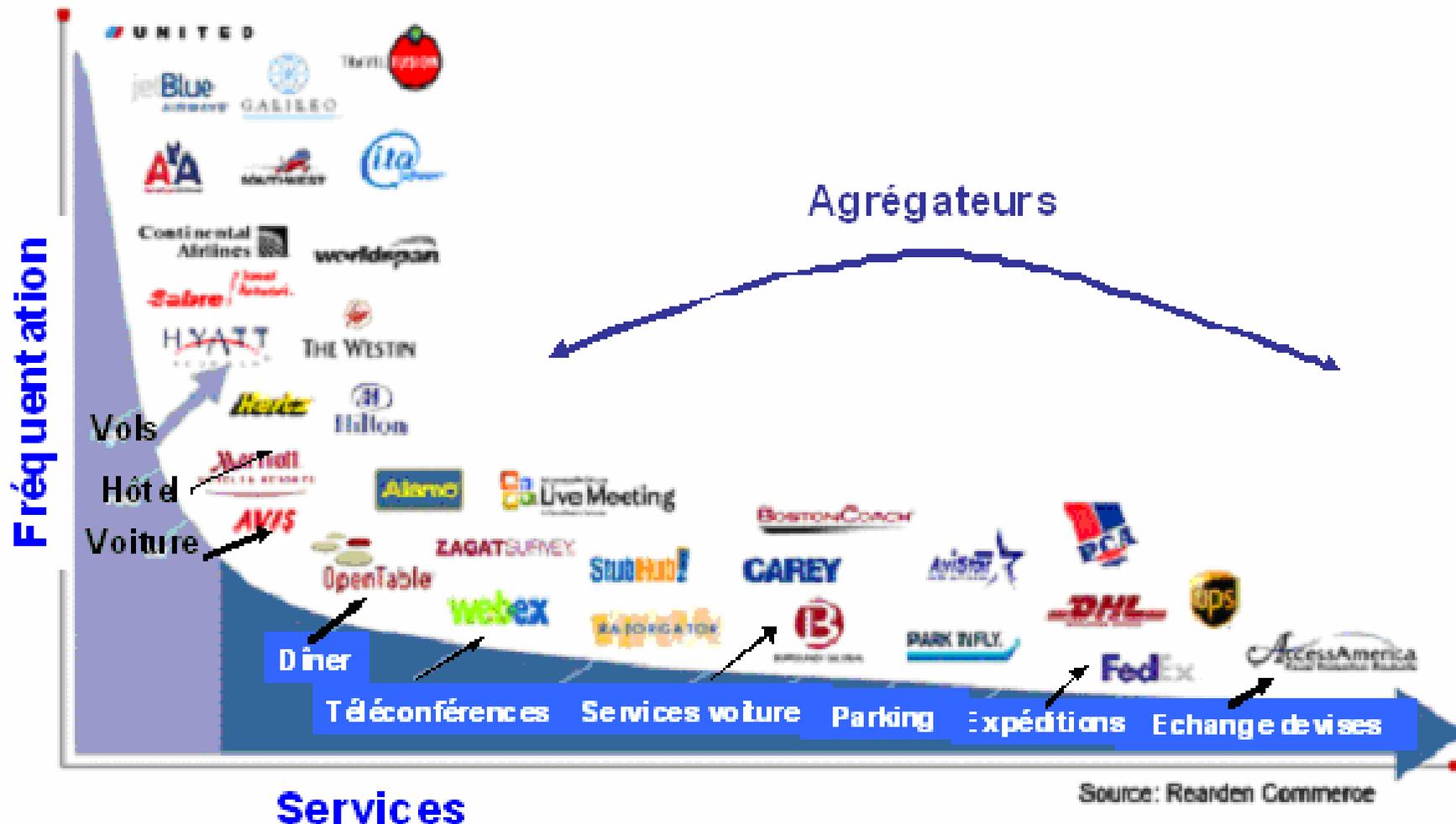
Favoriser les petits producteurs indépendants. (PPEI)  
Concept de « centrale virtuelle ». Revendre l'énergie à la grille grâce à des « agrégateurs »

# Tourisme et voyage

- Le modèle de la longue traîne vient d'être adapté à l'industrie du tourisme. la « tête » est constituée par les « trois grands » qui assurent fréquentation, popularité et chiffre d'affaires. Ce sont les transporteurs aériens, les chaînes d'hôtels et les loueurs de voitures.
- Mais des centaines de milliers de petits producteurs indépendants assurent, dans le monde entier, la fourniture de services touristiques spécifiques et personnalisés.
- Par exemple, des voitures 4x4 pour excursions, des catamarans pour des promenades en mer, des gîtes ruraux romantiques, des concerts, des dîners en ville, des services de téléconférence, d'expédition de produits, des sports extrêmes, etc.
- Dans ce cas, également, le succès vient des « agrégateurs ».

# La longue traîne et les voyages

Courbe *long tail* associée aux voyages



En guise de conclusion :

**La fin de la culture de  
masse ?**