

Adware : Zango met finalement la clé sous la porte

Zango jette l'éponge. Le spécialiste des publicités non sollicitées qui installent un logiciel-espion sur les machines des internautes a annoncé sa fermeture définitive. La fin d'un long feuilleton, et une victoire pour la tranquillité des internautes.

Il faut dire que le « modèle économique » de Zango était plutôt problématique : il s'agissait de se faire retribuer par des annonceurs pour diffuser des publicités sur les PC des utilisateurs à leur insu...

Pour accéder au visionnage de clips ou pour télécharger des jeux sur le site Zango.com les utilisateurs devaient installer un fichier dénommé '*setup.exe*' et signé de Zango qui en fait était un logiciel espion. La fonction de ce dernier est multiple, non seulement il récupère des informations sur les sessions Web de l'internaute, mais entraîne l'apparition de pop-up à caractère pornographique. Argument de défense de Zango : les utilisateurs connaissaient cette pratique arguant que l'accord de licence était totalement compréhensible. Un peu léger.

Fin 2006, la FTC, le gendarme américain du commerce condamne la société (ex-180 solutions) à une amende de 3 millions de dollars. Le FTC déclare dans un communiqué : *« les méthodes utilisées par Zango sont injustes et frauduleuses, d'autant qu'il est très difficile pour un utilisateur lambda contaminé de désinstaller ces logiciels-espions. »*

« Si le consommateur choisit de recevoir des publicités sous forme de pop-up, qu'il en soit ainsi. Mais il est absolument contraire à la loi fédérale d'installer insidieusement des logiciels qui programment l'envoi de pop-up susceptibles d'affecter l'utilisation de l'ordinateur », expliquait Lydia Parnes, directrice du bureau de la protection des consommateurs au sein de la FTC.

D'après les experts en sécurité de plusieurs éditeurs, ces fichiers sont dangereux dans la mesure ou ils peuvent être exploités par des pirates pour lancer des attaques via les failles de sécurités de plusieurs navigateurs aussi connues sous le nom de 'drive-by' downloads.

Malgré cette condamnation, Zango continue à faire parler de lui. Ainsi un ver qui vise les utilisateurs de MySpace à travers un lien piégé diffuse du spam de Zango à des milliers d'entre-eux.

En septembre 2007, nouvelle défaite pour le distributeur d'adwares. Devant la justice, la firme attaque Kaspersky, éditeur de sécurité, pour qui le *setup.exe* de Zango est un riskware, c'est-à-dire un logiciel potentiellement dangereux. Zango souhaitait voir son application cataloguée comme étant « sûre ».

La justice américaine, par l'intermédiaire du juge Coughenour a déchargé Kaspersky Lab de toute responsabilité conformément au « Communications Decency Act » considérant donc comme juste et légale, la décision de Kaspersky de classer l'application proposée par Zango comme étant un risque potentiel pour ses utilisateurs.

Mais rien y fait. En 2008, un widget piégé pour Facebook pousse l'utilisateur à télécharger sans le

savoir l'application [Zango](#) et à transmettre cette application malveillante à cinq de ses amis.

L'éditeur se fait ensuite racheter par Blinkx PLC, un spécialiste des moteurs de recherche vidéo. Mais l'idée de se faire payer pour polluer les ordinateurs des internautes ne fait plus recette auprès des annonceurs et la mauvaise réputation de la société grandit. En juin dernier, l'éditeur licencie 68 personnes. Avant de mettre définitivement la clé sous la porte.