

[Avec App Graph, Twitter trace les apps sur les smartphones](#)

Confronté à l'expectative des investisseurs, qui l'ont sanctionné en Bourse pour sa difficulté à monétiser sa base d'utilisateurs, **Twitter** prépare un grand chantier structurel pour 2015.

Le réseau social compte notamment développer ses outils de recherche, enrichir ses tweets de formats innovants, renforcer sa présence dans la sphère e-commerce et améliorer la rétention des nouveaux utilisateurs en simplifiant le processus d'inscription. Mais ses efforts se porteront aussi sur le ciblage publicitaire, selon nos confrères d'[ITespresso](#).

Une première expérimentation en ce sens a officiellement débuté ce mercredi. Twitter a [mis à jour](#) la rubrique « Sécurité et confidentialité » de son centre d'assistance pour signaler l'inclusion, dans son application pour iOS et Android, d'une fonctionnalité qui lui permettra de cerner les mobinautes en fonction des applications qu'ils utilisent.

Une possibilité de débrancher App Graph

Dans la pratique, Twitter accédera périodiquement à la liste des applications installées sur chacun des appareils mobiles de l'utilisateur (smartphones et tablettes confondus). Le « graphique » – c'est le terme utilisé pour décrire le format de collecte des données – qui en résultera permettra d'améliorer les suggestions de comptes à suivre ou encore d'afficher, dans le fil d'actualités de chaque membre, des contenus susceptibles de retenir son attention. Un principe qui vaut aussi pour les fameux « contenus sponsorisés »... c'est-à-dire à caractère publicitaire.

Twitter assure que le périmètre de la collecte se limitera à la liste des applications installées : toute récupération de données personnelles est exclue. A noter toutefois que la fonctionnalité est active par défaut : on se trouve donc dans un modèle de type « opt-out » qui requiert de se rendre dans les paramètres de l'application Twitter si l'on souhaite désactiver ce traçage symbolisé par l'option « Personnaliser Twitter en fonction de mes applications ».

Cette initiative n'est pas une première pour un service en ligne financé essentiellement par la publicité. Facebook avait amorcé une réflexion dès 2012 via son module Facebook Connect, par lequel les membres du réseau social peuvent directement lier leur profil à des sites Web, mais aussi des applications mobiles.

A lire aussi :

[Facebook, Twitter... : une grande entreprise a en moyenne 320 comptes](#)

[Avec Fabric, Twitter chouchoute les développeurs d'apps mobiles](#)

-