

Comment Google a renoncé à une confidentialité renforcée sur ses services

Google a envisagé de bâtir un outil simple permettant à ses utilisateurs de définir le niveau de confidentialité et de partage de leurs données au sein de ses multiples services. Le projet avait même été initié en 2011 par le PDG et co-fondateur **Larry Page** (en photo). Cet outil devait proposer une échelle comportant trois niveaux de confidentialité.

[Selon le WSJ](#), après de multiples tentatives, le projet a été mis aux oubliettes l'année dernière en raison des difficultés rencontrées pour harmoniser les paramètres des multiples services de Mountain View sur une échelle ne comportant que trois niveaux, mais aussi parce que Google s'inquiétait des conséquences possibles de cet outil sur Google+. En effet, selon les sources anonymes citées par le quotidien, le réglage le plus restrictif aurait nui aux partages d'information que Google souhaitait encourager sur le réseau social maison.

Une stratégie conflictuelle

Le sujet de l'exploitation des données entre les multiples services de Google est au cœur du modèle économique de la société, basé sur la publicité (qui représente à elle seule environ 50 milliards de dollars de chiffre d'affaires pour Mountain View) et sa personnalisation au profil de chaque internaute. En mars 2012, la firme a publié de nouvelles conditions d'utilisation de ses services, renforçant le partage des données entre les différents produits maison.

Une modification qui a suscité l'émoi de nombreux gouvernements. Ce fut le cas en Europe, où les régulateurs demandaient notamment que Google offre aux utilisateurs des fonctions leur permettant de choisir l'ampleur des partages de données dont ils font l'objet. En avril dernier, la **CNIL** française avait même demandé explicitement aux autres états européens de prendre des mesures contre la société américaine, cette dernière ayant refusé de modifier ses conditions d'utilisation pour se conformer à la législation européenne, selon l'autorité hexagonale (lire [Le torchon brûle entre la CNIL et Google](#)).

Voir aussi

[Quiz Silicon.fr – 10 questions sur Google](#)