

Fraude au clic: Google passe à la caisse

Le géant du Web semble vouloir en finir avec cette affaire. Google se dit prêt à verser 90 millions de dollars contre l'abandon de poursuites de la part des annonceurs.

Il s'agit de la fameuse fraude au clic. Ces annonceurs accusent Google de leur avoir facturé des « clics » imaginaires sur leurs publicités. Rappelons que chaque clic sur une publicité permet à Google d'être rétribué. L'affaire remonte à février 2005. La boutique en ligne Lane's Gifts & Collectibles et d'autres annonceurs lancent une action collective contre Google accusé de surfacturer ses prestations publicitaires via la fraude au clic. Selon l'accord, Google ne signera pas de gros chèques mais offrira des « crédits » publicitaires aux annonceurs lésés depuis 2002. *« Google permet actuellement aux publicitaires de demander un remboursement pour les clics qu'ils jugent non valides. Ils peuvent le faire pour les clics qui surviennent dans les 60 jours précédant leur notification à Google »*, explique la responsable des services juridiques du groupe, Nicole Wong.