

Gmail fait vœux de cécité dans le ciblage publicitaire

L'analyse des courriers des personnes utilisant le service **Gmail** permettait à **Google** de proposer des publicités ciblées. Un élément essentiel de la stratégie de la firme pour financer son outil de messagerie en ligne. Reste que ce procédé était critiqué par les défenseurs du respect de la vie privée.

La version commerciale de Gmail, accessible au sein de la **G Suite**, ne scanne pas les courriers de ses utilisateurs (et pour cause, puisqu'elle ne propose aucune publicité). Bonne nouvelle, la firme de Mountain View a décidé qu'il en serait bientôt **de même avec la version grand public de Gmail**. Les publicités pourront être 'personnalisées' ou non, suivant les préférences indiquées par l'utilisateur, comme cela était le cas jusqu'à maintenant (via le panneau de contrôle myaccount.google.com). Mais cette personnalisation ne se fera plus via l'analyse des courriers stockés sur Gmail.

Plus de 1,2 milliard d'adeptes

Gmail compte plus de 1,2 milliard d'utilisateurs de par le monde. C'est donc un des services les plus populaires de Google. Mais aussi une source de revenus appréciable pour la société. Via la publicité, pour les comptes gratuits. Et via les comptes G Suite payants. **Plus de 3 millions de sociétés** auraient aujourd'hui opté pour l'offre commerciale de Google.

À lire aussi :

[Gare au phishing Google Docs sur Gmail !](#)

[Gmail ne sera bientôt plus supporté sous Windows XP et Vista](#)

[Google intègre une solution de programmation low-code dans sa G Suite](#)

Crédit photo : © Ra2studio – Shutterstock