

# Google accepte le porno, mais pas les armes !

Rick Millo, un distributeur d'armes du Connecticut qui dispose d'une licence fédérale, s'est vu refuser ses publicités dans Google AdWords, le service de liens sponsorisés du premier moteur de recherche mondial.

Les conditions de vente américaines de Google stipuleraient que la publicité pour les armes est interdite. En revanche, pas d'obstacle aux publicités pour les sites pornographiques

Et pourtant la vente des armes est quasiment libre aux Etats-Unis!

La législation fédérale américaine autorise en effet la vente d'armes entre Etats, sous réserve qu'elle mette en relation des revendeurs disposant d'une licence fédérale. Et les AdWords de Google sont un outil de marketing économique, dans la mesure où l'annonceur peut ne disposer que d'un petit budget à investir dans les mots clés qu'il se choisit.

Tout heureux de s'offrir une campagne de publicité en ligne correspondant à ses moyens, Rick Millo apprend après une semaine que le contenu de son site n'est pas autorisé, et se voit refuser par Google l'accès aux mots clés qu'il s'est choisis.

Or, il se trouve que dans la démarche de Google, le moteur propose des mots clés aux enchères publicitaires. Alors pourquoi proposer des mots clés relatifs aux armes et munitions, puis refuser la publicité afférente ?

L'argument de la protection des mineurs ne tient pas ! Les sites pornographiques peuvent faire de la pub sur Google, mais pas les sites qui vendent légalement des armes. Voilà qui justifie la montée au créneau d'une association chrétienne. Contre le business du porno ? Non? Mais pour dénoncer des pratiques discriminatoires contre la liberté de posséder et d'acheter une arme.

La réponse de Google se résume au droit du site à appliquer son « *droit de réserve qui s'exerce avec une discrétion éditoriale* » ! Mais face au lobby des armes, le porte-parole de Google a souhaité que son nom ne soit pas cité.

Bon, ok pour les armes! mais alors pourquoi conserver le porno, que la morale américaine réprovoque plus que les armes ? Un coup d'oeil du côté des budgets apportera sans doute la réponse à cette question !

Sur Google, la requête « *porn* » renvoie 13.400.000 réponses en 0,34 secondes. Et 0,47 secondes pour 17.700.000 réponses sur « *gun* » ! Le premier amendement de Google l'autorise à refuser certaines expressions dans ses pubs. Mais le rejet des pubs pour les armes risque de peser sur la notoriété du moteur au moment où l'Etat de Californie bascule du côté du Terminator !