

Le mail certifié et payant ne fait pas recette

La fausse bonne idée d'AOL et de Yahoo, de proposer des mails certifiés et payants, pour permettre aux entreprises de contourner les barrières anti-spam, crée la polémique.

Des milliers d'internautes se mobilisent pour ou contre cette initiative. Et selon l'Electronic Frontier Foundation, qui a pris la tête de la fronde, 37.000 personnes ont déjà signé une pétition en ligne visant à convaincre AOL et Yahoo d'abandonner leurs projets. En février dernier, les deux géants du Net annonçaient leur intention de taxer les e-mails. De ¼ de cent à 1 cent, c'est le prix variable que Yahoo et AOL voudraient facturer aux expéditeurs qui souhaiteraient envoyer des messages directement dans les boîtes des internautes, sans passer par les filtres anti-spam. L'objectif des deux géants de l'Internet américain est double : d'une part, lutter encore plus efficacement contre le 'spam' en apportant une garantie à l'internaute quant à la légitimité des messages qu'il reçoit ; et d'autre part, adopter un nouveau modèle économique, qui en apportant une grande satisfaction aux annonceurs, leur permet d'alimenter leur caisse. La démarche serait optionnelle. Elle s'adresserait en priorité aux annonceurs qui souhaitent renforcer l'efficacité de leur campagne en leur offrant la possibilité d'expédier un message directement dans la messagerie de l'internaute. Et surtout elle représente une inversion dans le modèle économique de l'Internet puisque ce serait l'expéditeur et non plus celui qui reçoit qui aura la charge financière du message. Le projet n'a pas été élaboré directement par Yahoo et AOL, mais par une entreprise américaine de communication nommée Goodmail. La démarche assurerait aux annonceurs la garantie que l'intégralité de leurs messages, même des images, parviendrait à l'internaute. « *Nous avons entendu non seulement nos membres mais aussi nos partenaires sur les e-mails. Ils veulent un mode différent pour délivrer des e-mails directement dans la messagerie et avec une garantie de livraison* », a déclaré un porte-parole d'AOL. AOL a précisé que ces mails certifiés ne s'adressaient qu'aux usagers de sa propre messagerie. Et précise que les expéditeurs doivent promettre de ne contacter que des personnes ayant accepté au préalable la réception de leurs messages. Rassurant ?