

Les publicitaires pourront restaurer les cookies

Les publicitaires déplorent la disparition des cookies sur les postes des internautes, imposée par la multiplication des solutions de nettoyage et les anti-spywares.

Leurs arguments ? *empêcher l'apparition répétée d'une même publicité ou forcer le visiteur à saisir systématiquement son identifiant ?* ne semblent pas séduire les internautes, de plus en plus nombreux à bloquer les pop-ups et les cookies. Une société américaine spécialisée dans la conception de ces produits intrusifs, United Virtualities, aurait trouvé la solution pour détourner ces protections et récupérer les cookies supprimés par l'internaute? *Persistent Identification Element*, nom de la solution proposée par United Virtualities, exploite un système de profil contenu dans Flash de Macromedia. Les fichiers Flash, majoritairement des animations Web, disposent en effet d'une relative immunité aux systèmes de protection. La solution installée sur un poste répond à un site Web qui recherche un cookie disparu, interroge une sauvegarde en 'flash' et restaure le cookie ! Mookie Tenenbaum, le créateur de United Virtualities Inc., se justifie avec un discours pour le moins déplacé : « *Nous ne pouvons pas rendre tout le monde heureux tout le temps. Nous pouvons rendre le plus de personnes possibles heureuses le plus de temps possible!* ». Pourtant, la solution est loin de faire l'unanimité, même chez les annonceurs. Les experts en sécurité rappellent d'ailleurs que ces derniers feraient mieux de respecter la volonté de l'internaute. S'il supprime les cookies et s'en protège, c'est une démarche volontaire qui n'appelle pas à être contournée ! De son côté, Macromedia répond à la dérive en proposant sur son [site](#) les instructions pour annuler le profil Flash, et donc annuler le *Persistent Identification Element*.