

Réunion de cerveaux contre les 'badwares'

Changement de stratégie dans la lutte contre les

spywares, adwares, malwares et autres *badwares*. Les Universités d'Harvard avec le **Berkman Center** et d'Oxford avec le **Oxford Internet Institute** ont créé la '**Stop Badware Coalition**' (www.StopBadware.org). **Badware** est, comme 'malware', une nouvelle expression qui dépasse les 'spyware' et qualifie un ensemble plus large de logiciels intrusifs qui une fois installés sur le poste de l'internaute, avec ou sans son consentement, ouvrent une porte aux virus, vers, Trojan (cheval de Troie) et toutes les autres formes d'attaque de l'ordinateur. L'objectif de cette coalition est de dépasser les limites de la loi, des juridictions et des régulateurs, en adoptant une démarche éducative agressive qui pointe du doigt les auteurs de ces programmes intrusifs. Une tactique très anglo-saxonne qui consiste à exposer publiquement les auteurs de ces menaces ? les Claria et autres 180solutions (*lire nos articles*) ? et à faire appel au public pour dénoncer les pratiques agressives et hors de l'éthique des marketers. Sans définir de cible précise, la '*Stop Badware Coalition*' s'est engagée à publier mensuellement des rapports sur les entreprises qui auront été identifiées, ainsi qu'à fournir des 'truc et astuces' pour fixer les problèmes que ces programmes peuvent engendrer. L'internaute pourra aussi consulter sur le site la liste des programmes qualifiés de 'badware', vérifier si un programme qu'ils souhaitent télécharger en cache un, et alimenter ces listes par ses contributions. « *C'est principalement un projet de prévention, d'avertissement et d'éducation* », a indiqué le pionnier de l'Internet Vint Cerf, qui a rejoint le 'board' de Google au titre de Chef évangéliste Internet (ça ne s'invente pas !) et se présente comme le porte-parole de StopBadware.org. La '*Stop Badware Coalition*' est sponsorisée par Google, Lenovo (le fabricant chinois qui a acquis la division PC d'IBM) et Sun Microsystems. Et bénéficie de l'appui technique de Consumer Reports WebWatch.