

Yahoo permet d'éviter la publicité personnalisée

Le législateur américain s'intéresse de près à la protection de la vie privée. Notamment sur Internet. Les sénateurs se sont penchés sur la question du respect de l'intimité sur le web avec, en principale mire, la publicité en ligne. Soucieux du respect et de la protection des données personnelles, ils avaient déjà envoyé aux grandes firmes, le 4 août dernier, une note faisant part de leurs **inquiétudes**.

Yahoo a répondu ce vendredi 8 août en soulignant que ses dirigeants étaient tout autant soucieux de la confidentialité des données à caractère personnel.

La firme de Sunnyvale a expliqué qu'elle s'apprête à proposer aux internautes une option baptisée « **opt out** » qui permet de **désactiver les publicités** en rapport avec les pages visitées. Selon le quotidien *Les Echos*, cette prise de position s'apparente plus une initiative stratégique qu'à un véritable souci de protection des données personnelles. La décision de Yahoo s'apparente en effet à un **coup de canif** contre la stratégie de Google. La publicité personnalisée véritable cheval de bataille du géant de Mountain View est, s'il est besoin de le rappeler, devenu le modèle économique de référence du géant.

Il reste à connaître la **position de Google et de Microsoft**. Ils devraient donner leur réponse dans les jours à venir. Ils pourraient se rallier à la cause de Yahoo, histoire de ne pas être en froid avec le Sénat américain, toujours soucieux de la liberté de ses concitoyens.