

# Gmail et Inbox : Google va-t-il trop loin ?

|   |  |
|---|--|
|  <p><b>Le Net Expert</b><br/><b>INFORMATIQUE</b><br/>Protection des données personnelles<br/>Sécurité Informatique - Cybercriminalité</p> <p>vous informe...</p> | <p>Gmail et Inbox : Google va-t-il trop loin ?</p> |
|---|--|

**Google vient de lancer Inbox, une version nouvelle et plus structurée de Gmail. La solution soulève de nombreuses questions autour de l'utilisation et de la protection des données personnelles et notamment : quel est l'objectif de Google avec Inbox ?**

Inbox présente un grand nombre de fonctionnalités intéressantes : une bonne classification des e-mails, un algorithme intelligent, une interface plus ergonomique et facile à utiliser, en particulier à partir d'un téléphone mobile. Cependant, il subsiste quelques zones d'ombre, que ce soit avec Gmail ou Inbox.

Google se positionne parmi les acteurs qui protègent la vie privée de ses utilisateurs, alors qu'il met tout en œuvre dans ses outils pour analyser leur comportement. Nous savons tous que les données qui transitent dans nos e-mails sont analysées et utilisées, soit pour classer nos e-mails, soit pour nous envoyer/identifier une publicité ciblée. Google analyse les données et doit donc les stocker pour y avoir accès à tout moment.

**Peut-on continuer à parler de vie privée lorsqu'il n'y a ni option ni moyen d'interdire l'accès à mes données ?**

Inbox propose à l'utilisateur de faire le tri et de filtrer les e-mails commerciaux et les newsletters, que celui-ci peut désormais recevoir dans des catégories (« promotions », « réseaux sociaux », etc.). Pourtant, Google pousse des publicités vers les utilisateurs grâce à ce même outil. Alors Google est-il vraiment impartial lorsque Inbox filtre et classifie les e-mails ? La publicité est tout de même l'un des principaux revenus de Google... AdWords a d'ailleurs évolué pour devenir la principale source de revenus de Google et les recettes publicitaires totales de Google ont dépassées les 50 milliards de dollars en 2013, faisant de lui le leader, bien loin devant ses concurrents.

La principale différence entre Google Inbox et Gmail résulte dans l'affichage des publicités : apparemment, il n'y a pas de pub dans Inbox alors qu'il y en a toujours dans Gmail. Cela signifie-t-il que les publicités sont cachées... peut-être dans ce que Google appelle les « Bundle » (groupement de plusieurs emails) ? Car, il est difficile de croire que Google va supprimer l'affichage des publicités dans l'un de ses principaux services. Par contre, il est fort probable qu'ils continuent à utiliser l'une de leurs tactiques bien rodées qui consiste à promouvoir de nouvelles offres sans publicité au départ...

Avec Inbox, Google offre un algorithme, une classification et de nombreuses autres fonctionnalités d'un très bon niveau. Toutefois, sur le marché du filtrage des e-mails (de l'anti-spam à la solution de graymail management), seul Google a besoin de lire le contenu des e-mails alors que les autres acteurs se basent sur sa structure et d'autres paramètres pour définir sa nature. Par ailleurs, les pure-players qui offrent des solutions identiques de filtrage des e-mails, ne tirent aucun bénéfice de la publicité. Ils sont donc impartiaux dans la classification, aucun émetteur ne sera mis en avant au détriment d'un autre. Ainsi, le contenu des e-mails n'influence pas les contenus et les publicités lors des connexions du navigateur. On peut facilement comparer cette situation avec une affaire du passé concernant le paiement de Google vers AdBlock.

Les débats autour de la protection de la vie privée et des données personnelles n'ont jamais été aussi présents. Les solutions du type Gmail et Inbox sont largement utilisées par le grand public parce qu'elles sont gratuites et performantes. Toutefois, les utilisateurs n'ont pas forcément pris conscience de l'utilisation de leurs données. Quand une solution est gratuite, cela signifie que l'utilisateur est le produit... Si cela peut être acceptable pour le grand public (à voir sur le long terme), dans le monde de l'entreprise, la confidentialité des données doit être prise au sérieux. Le choix d'une solution de graymail management doit se faire en connaissance de cause.

Après cette lecture, quel est votre avis ?

Cliquez et laissez-nous un commentaire...

Source :

<http://www.journaldunet.com/ebusiness/expert/59293/gmail-et-inbox-google-va-t-il-trop-loin.shtml>