

Faut-il faire confiance aux promesses de protection accrue de la vie privée faites par Firefox ?



Une stratégie plutôt intéressante car Google ne pourra jamais rentrer en compétition sur ce terrain car c'est avant tout une régie publicitaire.

Avec Cyril Casaucau

Firefox propose son "Enhanced Tracking Protection" visant à renforcer ses mesures de protection de la vie privée.

Atlantico : Alors que Chrome est le navigateur internet le plus utilisé au monde, Firefox décide de se démarquer en axant sa politique sur le respect de la vie privée. En quoi cette stratégie montre-t-elle un intérêt grandissant des internautes sur ce critère ? Comment se traduit-il ?

Cyril Casaucau : Suite à de nombreux scandales comme Cambridge analytica pour Facebook, l'appétit de plus en plus vorace des GAFAs pour les données personnelles ou encore la mise en place d'une législation européenne autour de la vie privée (RGPD). On commence à voir une certaine prise de conscience concernant ces sujets de la part des internautes.

Il était donc logique que des sociétés comme Mozilla (Editeur de Firefox) s'en emparent, ils ne sont pas les seuls d'ailleurs on peut aussi citer Apple qui a fait énormément d'annonces dans ce sens pour ses systèmes d'exploitation (iOS 13 et MacOS Catalina).

Historiquement, Mozilla est une association à but non lucratif qui prône pour un internet ouvert, public et accessible à tous. Jusqu'à maintenant pour assurer sa pérennité, elle a lié des partenariats publicitaires avec Yahoo et Google en échange de la mise en avant de leur moteur de recherche dans son navigateur. Ce qui pose des problèmes évidents : Mozilla est financé par ses concurrents (Google avec Chrome). De plus certains d'entre eux peuvent être aux antipodes des valeurs de Mozilla.

L'éditeur de Firefox a donc entamé une nouvelle stratégie pour s'émanciper financièrement. En effet L'« enhanced tracking protection » n'est qu'une petite partie de ce que prépare Mozilla pour Firefox. On peut citer Firefox Lockwise qui est un gestionnaire de mots de passe, un service de VPN annoncé il y a quelques jours ou encore une version de Firefox payante avec des fonctionnalités premium.

Je trouve pour ma part que c'est une stratégie plutôt intéressante car Google ne pourra jamais rentrer en compétition sur ce terrain (même s'il le fait timidement avec un Adblocker pour Chrome). En effet, Google est avant tout une régie publicitaire qui a pour but de proposer la bonne publicité au bon moment au bon internaute. Il a donc besoin d'une grande quantité de données personnelles pour pouvoir être le plus précis possible. Ce n'est pas un hasard si tous les produits Google sont gratuits.

Quels sont les navigateurs qui proposent la protection optimale ?

Par défaut, je dirai que le navigateur Brave propose une protection optimale dans le sens où vous n'avez rien à configurer ou rajouter

contrairement aux autres navigateurs.

Néanmoins je pense que Firefox reste une alternative à préférer car c'est un des derniers remparts face à Chrome ayant une part de marché significative. Il suffit de rajouter l'extension μ Block pour être protégé efficacement.

En plus du choix du navigateur internet, comment optimiser davantage la protection de sa vie privée sur internet ?

Il suffit de rajouter Ghostery qui est plus agressif que l'« enhanced tracking protection » en ce qui concerne les mouchards ainsi qu' μ Block pour les publicités en tout genre

Ces extensions sont disponibles pour tous les navigateurs.

Paradoxalement ces outils de suppression de trackers et de cookies ne risquent-ils pas de mettre en péril le modèle économique gratuit d'internet ?

Je pense qu'il devrait y avoir une vraie réflexion de fond sur ce sujet car c'est un problème complexe qui ne va pas être facile à résoudre. Je m'explique : on assiste à des comportements extrêmes des deux côtés.

D'un côté, des internautes qui en ont marre d'être pistés, submergés de publicités et qui active de manière agressives ces extensions sur tous les sites. Ce qui privent les créateurs de contenu de leur rémunération et qui rends leur modèle économique fragile.

De l'autre côté on a des sites qui activent des dizaines et des dizaines de trackers pour maximiser leur revenue tout ça dans le but de compenser les pertes liées aux Adblocker.

Ce qui crée un cercle vicieux qui finalement ne bénéficie à personne.

Pour en revenir au modèle économique gratuit, je pense qu'il a déjà commencé à décliner. En effet, On retrouve deux grandes tendances grandissantes : les articles sponsorisés, ce qui peut mener à des problèmes de partialités et qui ne sont pas tous étiquetés comme tel. Le contenu payant qui a pour désavantage de ne pas être accessible à tous mais qui règle le problème de la pérennité du modèle économique.

Pour conclure je pense que des mutations de modèle économique sont à prévoir.