

<http://www.developpez.com/actu/76184/Le-cookie-est-mort-pour-les-geants-du-Web-qui-ont-trouve-de-nouveaux-moyens-pour-suivre-l-activite-des-internautes/>

Le cookie est mort pour les géants du Web

Qui ont trouvé de nouveaux moyens pour suivre l'activité des internautes

Le 10 octobre 2014, par [Amine Horseman](#), Membre Expert

Avec le rapide développement des smartphones, les géants de l'internet et de l'informatique ont trouvé de nouveaux moyens pour traquer les utilisateurs et les classer selon leurs goûts et leurs comportements. En effet, l'une des plus classiques méthodes utilisées pour suivre un utilisateur sur internet était de stocker des cookies sur son ordinateur. Les cookies servaient à stocker des informations sur les sites qu'il visite avec les dates, ainsi que d'autres informations utiles.

Cependant, avec l'apparition des tablettes et des smartphones, cette méthode a rapidement montré ses limitations. Aujourd'hui, il est fréquent utiliser plusieurs appareils pour se connecter à internet, du coup, les géants du web préfèrent stocker les informations sur l'activité de l'utilisateur sur leurs propres serveurs au lieu des cookies. D'autant plus que l'explosion des réseaux sociaux a permis de rassembler une précieuse mine d'informations pour cataloguer les utilisateurs, que les entreprises utilisent sans hésitation à des fins commerciales. Une autre raison qui limite la pertinence des cookies et qui a contribué à accélérer cette transition est que les constructeurs de smartphones empêchent aujourd'hui les applications d'accéder aux cookies des navigateurs web et vice-versa.

C'est pour ces raisons que certaines firmes comme Google, Microsoft, Apple, Yahoo et Facebook s'intéressent maintenant plus à ce qu'on appelle l'Identification Unique ou Single Sign-On (SSO) en anglais : qui est une méthode permettant à un utilisateur d'accéder à plusieurs sites web ou applications sécurisés en ne procédant qu'à une seule identification.

Par exemple, avec notre seul identifiant Gmail, on peut aujourd'hui accéder à Youtube, Drive, Calendar, Google+, Maps, Play Store ainsi que tous les autres services Google, mais les fournisseurs d'identification vont encore plus loin et proposent aux développeurs des API qui permettent aux utilisateurs de s'identifier sur des sites tiers en utilisant leurs comptes Gmail par exemple, ou leurs comptes Facebook, Flickr, YahooID, Live ID ou Twitter.

Ceci représente un avantage pour les utilisateurs qui leur évite de créer un compte différent pour chaque site avec tous les problèmes de perte de mot de passe qui s'en suivent. Et ça profite encore plus aux fournisseurs du service d'identification, car ça leur permet de traquer et cataloguer l'utilisateur et recueillir des informations détaillées sur les sites qu'il a l'habitude de visiter pour ensuite les utiliser pour mieux cibler la publicité.

Dans un récent [article paru dans eMarketer](#), Google et Facebook se partagent 40% de la publicité sur internet, suivis directement par Microsoft et Yahoo. Sur mobile l'importance de ce type de revenu se fait plus sentir puisque Google à elle seule possède 50% du marché de la publicité, suivi de Facebook avec 22%. L'intérêt de traquer et cataloguer les utilisateurs prend donc tout son sens vu l'ampleur des revenus qu'ils peuvent générer. Toutefois, pour but de protéger la vie privée des utilisateurs, ces firmes ne communiquent plus les noms et/ou adresses mails des utilisateurs aux annonceurs de pubs, ils utilisent au lieu de cela un identifiant à chaque utilisateur, l'annonceur pourra donc vous cibler avec sa publicité, mais ne saura pas votre identité réelle.

Sources : [Facebook Developpers Blog](#), [eMarketer](#), [Wikipédia](#), [Apple SSO authentification](#), [Google Account Help Center](#)