

**Navigateur : Internet Explorer 8.0, le garant de la vie privée**

**Navigateur**

Posté par : JerryG

Publié le : 30/4/2010 15:00:00

Alors que les alternatives au navigateur de Microsoft, Internet-Explorer font leur "ramdam", Le Garant du Logiciel s'est lancé dans une campagne médiatique, ainsi Internet-Explorer le navigateur préféré des Français fait la pédagogie de la vie privée sur Internet à travers une campagne très visuelle.

Internet Explorer 8, le navigateur Internet de Microsoft, attire l'attention du public sur la protection de la vie privée en ligne, à travers une campagne pédagogique et clin d'œil. Initiée en TV, la campagne entame son second volet à partir du 30 avril, en affichage urbain à Paris, en street marketing et online. Elle doit générer plus d'un milliard de contacts. Développée par l'agence Wunderman France, la création surprenante transpose avec humour l'absence de vie privée sur Internet sur les murs des immeubles, les portes des toilettes ou la carrosserie des voitures, avec la signature : « Protégez votre vie privée avec Internet Explorer 8 ».

**Une campagne d'escalade d'Internet Explorer 8 sur la vie privée**

Le principe créatif de la campagne Internet Explorer 8 : mettre en scène les tranches de vie privée des habitants d'un immeuble aux murs transparents et placer le public en position de voyeur involontaire !



**D'un seul coup d'œil et avec humour**, chacun a accès aux facettes les plus intimes de la vie de ses voisins : plonge dans une scène digne d'un vaudeville avec l'amant dans le placard, découverte de la face cachée de son macho de voisin en danseuse étoile ou encore aperçu d'un concert de rock improvisé sur le palier d'accès. Le visuel est complété d'un bandeau sous forme de conseil : « Protégez votre vie privée avec Internet Explorer 8 ».

« Nos utilisateurs n'ont pas forcément conscience de l'importance du navigateur dans la

gestion de leur vie privée sur Internet. Or, parce que le navigateur web est la porte d'entrée sur le Net, sa performance en termes de confidentialité et de sécurité est critique. Internet Explorer 8 propose une navigation respectueuse des données personnelles, protectrice de l'identité de l'utilisateur et totalement privée, pour ne laisser aucune trace sur les sites visités et dans l'historique de navigation. Nous avons voulu valoriser ce bénéfice à travers cette campagne. Le parti-pris créatif joue la carte de l'humour sur un sujet sensible en mettant en scène l'absence de protection de la vie privée », déclare **Grégory Olivier**, Directeur Marketing Communication de la division grand public et internet de Microsoft France.

### Internet Explorer 8, un navigateur spécialement conçu pour garantir la confidentialité et la sécurité des données personnelles

**InPrivate ou le surf en toute discrétion** : lorsque le mode InPrivate est activé, aucune trace des sites visités ne subsiste sur l'ordinateur. Les internautes sont ainsi assurés de naviguer sur le Net en toute confidentialité.

**Les filtres SmartScreen et XSS, pour protéger l'identité de l'internaute** : les filtres SmartScreen et XSS (Cross-Site Scripting) sont des outils de lutte anti-phishing (technique utilisée par les escrocs en ligne visant à usurper l'identité d'une personne ou d'une entité connue) et anti-malware (logiciels espion).

**La protection des données personnelles** : Internet Explorer n'exploite aucune information liée au surf d'un internaute. Les URL des sites web visités ne sont par exemple pas enregistrées et stockées, contrairement aux pratiques de certains navigateurs. La vie privée des utilisateurs est donc parfaitement respectée.

### [Internet Explorer 8 est disponible en téléchargement gratuit.](#)

### Une campagne d'affichage XXL dans Paris

A compter du 30 avril, Microsoft déploiera sa campagne d'affichage dans la capitale. Des bannières de grande envergure aux couleurs de la campagne recouvriront quatre immeubles parisiens : trois d'entre eux sont situés à Passy dans le XVI<sup>ème</sup> arrondissement tandis que le plus spectaculaire prendra ses quartiers en bordure de périphérique à la porte de Saint-Ouen sur une surface de 665 m<sup>2</sup>.

### Une opération de street marketing originale au plus près des parisiens

Dès le 1er mai, les parisiens pourront découvrir dans plus de 200 bars et brasseries de la capitale des portes de toilettes entièrement relookées aux couleurs de la campagne « vie privée » (Café Charbon; Le Select Opéra,...). Un dispositif conçu par l'agence Pro Deo, pour marquer les esprits du grand public et rappeler la nécessité de protéger sa vie privée même sur Internet !

Enfin, 400 voitures relookées aux couleurs de la campagne « vie privée » circuleront en région parisienne.

Internet Explorer est le navigateur le plus utilisé en France (source : StatCounter, Mars 2010)