



Chemin de la Liberté

# D'où vient ce « SPAM » ?

*L'amusante étymologie d'un insupportable parasite*

*par Alain Coulon  
Secrétaire d'ADELI  
Victime du pourriel*

*Chacun de nous s'est interrogé (dans mon cas, jusqu'à ce jour en vain) sur l'origine du mot « spam » utilisé pour désigner le courriel indésirable qui commence à submerger nos boîtes aux lettres électroniques ?  
L'incontournable Harrap's reste muet quand on l'interroge sur « spam ».*

## SPiced hAM ou Spiced Pork and Meat ?



SPAM est une marque déposée en 1937 par la compagnie industrielle Hormel Foods – d'Austin (Minnesota) pour identifier ses conserves alimentaires.

SPAM est peut-être la contraction de SPiced hAM (jambon épicé) ou bien l'acronyme de Spiced Pork And Meat (pâté épicé à base de porc et de viandes). Ce qui est bien loin d'annoncer un contenu délicat et savoureux.

Cette étiquette n'est pas mensongère. L'image de ce hamburger avachi appelle à la précaution « À n'ouvrir qu'en cas d'absolue nécessité - lorsqu'on est tenaillé par la faim et que tous les autres comestibles ont été consommés ».

## La farce des Monty Python

À la fin de la seconde guerre mondiale, SPAM franchit l'Atlantique à l'assaut du marché anglais. Je n'ai pas souvenir qu'une opération parallèle ait inquiété la gastronomie française.

Quelques années plus tard, le groupe satirique britannique des Monty Python se taille un beau succès avec un sketch diffusé pour la première fois le 15 décembre 1970.

Les comédiens, déguisés en Vikings attablés dans un restaurant dont le menu ne comporte que des plats à base de SPAM, se mettent à scander « Spam spam spam, spam spam spam, spam spam spam ... » sur l'air de « femme, femme, femme ... » (refrain d'une chanson interprétée par Serge Lama).

Cette interminable et assourdissante vocifération couvre toute tentative d'expression des autres personnages de la saynète<sup>1</sup>.

## Un nouveau vecteur de promotion commerciale

Il semble que la première utilisation d'un nouveau mode de promotion commerciale soit due à DEC (Digital Equipment Corporation).

En 1978, DEC prit, unilatéralement, l'initiative d'envoyer à tous les utilisateurs du réseau Arpanet (l'ancêtre d'Internet) une invitation à assister à une présentation des produits de la famille Decsystem 20.

<sup>1</sup> Voir et entendre sur [www.arobase.org](http://www.arobase.org) et [Halte.spam.com](http://Halte.spam.com)

Cette opération déclencha une vive protestation de l'utilisatrice Elizabeth « Jake » Feinler, protestation qui, apparemment, fut classée « sans suite ».

## Le développement de l'épidémie

Dans les années 1980, certains utilisateurs prennent l'habitude de « chahuter » les premiers « chats » en y déversant à flots la répétition d'un même message ... à la manière des Monty Python, dont les braillements bloquaient toute discussion dans le vacarme d'une gigantesque rigolade.

En parallèle, des messages publicitaires non sollicités commencent à envahir les boîtes des groupes d'utilisateurs. Les destinataires prennent l'habitude de détruire ces « junk e-mails ».

En 1993, Joel K « Jay » Furr dans une réponse à un émetteur de tels messages lança le mot « spam » pour décrire ce flot indésirable. Ce mot, vraisemblablement repris du sketch des Monty Python, avait trouvé un nouveau support. Il a vite supplanté le trop technique et trop explicite UCE (Unsolicited Commercial E-mail).

Par le biais d'une facétie de pitres, le nom propre déposé pour qualifier une nourriture (par ailleurs peu engageante) est devenu le terme péjoratif qui désigne un effet pervers des nouvelles techniques de communication.

## Désigner le fléau avant de le combattre

### *En anglo-américain*

En 1997, les juristes de la compagnie Hormel Foods, propriétaire de la marque SPAM ont engagé une action contre Sanford Wallace qui arborait fièrement son titre de « spammer » sur son site spamford.com.

Mais il paraît désormais bien tard pour rendre au nom « spam » sa destination originelle. Tous les internautes de la planète sont confrontés à cette nuisance dont ils invoquent le nom à défaut de pouvoir réduire son impact sur leurs activités.

### *En français dans le texte*

Les francophones, en particulier les Québécois, préfèrent utiliser le mot pourriel<sup>2</sup> (contraction de poubelle et de courriel) pour désigner cette calamité. Ce terme a été préféré à « pollurriel » ou à « courrier-rebut ». Mais le « pourripostage » (ou « pollupostage ») n'a pas encore remplacé le « spamming » et les « spammeurs » ne sont pas encore des « pourriposteurs » (ou « polluposteurs »).

## Une avalanche supportée par le destinataire

Le « pourripostage » est un outil commercial bien adapté aux entreprises disposant de faibles moyens ou offrant des services et produits souvent aux frontières de la légalité. Il leur permet de toucher, à moindre coût, un ensemble très vaste de personnes.

Actuellement, le pourriel représente un tiers des messages circulant sur le réseau Internet. Et selon nos cruelles observations ce pourcentage est en croissance régulière.

C'est un moyen de communication qui ne coûte pratiquement rien à l'annonceur ; en revanche il pénalise le destinataire, contraint de :

- supporter les coûts de connexion pendant le transfert de ces messages ;
- gérer des filtres, pour orienter vers la corbeille les messages jugés a priori indésirables selon une liste de mots-clés (viagra, mortgage, porn, ...) qu'il contient ;
- vider soigneusement sa corbeille pour éviter de « jeter ses petits bébés avec l'eau du bain » !

---

<sup>2</sup> Typologie du pourriel – la LETTRE n° 34 – janvier 1999- p. 41

## L'analyse de la CNIL

La CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés) a recueilli dans sa « Boîte à spam » des échantillons de messages non sollicités reçus et retransmis par des internautes français. Puis la CNIL a effectué une analyse des caractéristiques de ce fléau.

Selon cette analyse, 85 % du pourriel reçu par les internautes français est en langue anglaise, loin devant celui exprimé en langue française qui ne représente que 7 % en volume. Cette caractéristique fournit aux internautes anglophobes un critère pour le tri sélectif.

85 % des pourriels visent les particuliers en leur proposant des produits ou des services susceptibles de les intéresser alors que les 15 % complémentaires visent à satisfaire des besoins d'entreprises (fournitures de matériels et de consommables informatiques, entre autres).

- Les messages roses (plus ou moins pornographiques) représentent 42 %.
- Les produits financiers (crédits, remboursement de dettes, prêts, placements divers, etc.) 40 %.
- La santé (produits pour régimes, hormones, adjuvants sexuels, etc.) 13 %.
- Les messages incitant à visiter des sites humoristiques ne représentent que 2 % du volume.
- On ne note que 3 % de vecteurs d'escroqueries ou d'affaires douteuses, mais a-t-on vraiment tout essayé ?

## Et maintenant ... !

On pouvait raisonnablement espérer que cette technique de promotion commerciale n'accrocherait pas en raison du microscopique taux de retour qu'elle engendre.

Ce n'est pas le cas. Depuis plusieurs années, nous voyons ce volume s'accroître. Nous pouvons en comprendre aisément la raison : ce procédé ne rapporte pas grand-chose mais il ne coûte rien et ne présente actuellement aucun risque. En particulier, on sous-traite le travail ingrat de pourripostage à des naïfs, rémunérés uniquement sur les contacts obtenus par leur intermédiaire et qui se recrutent eux-mêmes ... par pourripostage ! Ainsi les sources de pourripostage se multiplient trop rapidement pour que l'on puisse les identifier et les éradiquer.

À l'impitoyable énergie mécanique des émetteurs de pourriels, nous ne pouvons qu'opposer une patiente résignation pour détruire ces parasites, au fur et à mesure de leur apparition.

Certains recommandent d'utiliser par retour la commande de « désinscription » ; mais ne risque-t-on pas, en rompant le silence, de se déclarer comme cible vivante, à l'usage d'autres tireurs ?

Quant à entreprendre une action au cas par cas ... alors que les émetteurs habitent aux États-Unis et opèrent sous de multiples et fugaces identités !

Nos colonnes sont ouvertes à ceux d'entre vous qui indiqueront leurs meilleures recettes pour se préserver de cette pollution.

*info@adeli.org*

### Bibliographie

La lecture du supplément « The New York Times » du Monde n° 18159 — 15/16 juin 2003 Spam edible and electronic (Spam comestible et électronique) est à l'origine de cet article.

### Site

[www.branchez-vous.com](http://www.branchez-vous.com) – dossier pourriel (site québécois)

[www.Cnil.fr](http://www.Cnil.fr) - Halte au spam

[www.arobase.org/spam](http://www.arobase.org/spam)