

Les Nouveaux Loups du Web – Interview de l'équipe Framasoft

Publié le [janvier 11, 2016](#) par [Sam MIGNOT](#)

Bonjour à tous, aujourd'hui nous allons vous présenter « Les Nouveaux Loups du Web ».

Sorti le 6 Janvier 2016 en France grâce à la traduction faite par [Jupiter Films](#) et tiré de la version original « [Terms and Conditions May Apply](#) » réalisé par [Cullen Hoback](#), ce film documentaire démontre ce que les gouvernements peuvent apprendre sur vous au travers de votre vie numérique.

Une petite annonce pour se mettre dans le bain :

[Bande annonce "Les nouveaux loups du web"](#)

Pour la sortie de ce film coup de poing envers les « méga-corporation » du web, nous avons décidé d'interviewer l'équipe [Framasoft](#) qui soutient la diffusion de ce celui-ci.

Bonjour l'équipe de Framasoft ! Avant tout, peux-tu te présenter ?

Framasoft est un réseau d'éducation populaire consacré aux logiciels libres et à la culture libre en général. On propose donc plus de trente sites-projets qui visent à apporter plus de Libre dans la vie de la famille Dupuis-Morizeau (parce qu'on a décidé d'arrêter de prendre en exemple les Michus ^^). Dans les faits, Framasoft est une petite association loi 1901 de 5 salariés et une trentaine de membres qui œuvrent à maintenir cette galaxie de projets auxquels participent des centaines de contributrices et contributeurs.

On a entendu parler de votre campagne « Dégooglisons Internet », en quoi consiste t-elle ?

Nous avons entamé cette campagne un an après les révélations de Snowden qui ont confirmé nos pires craintes : la centralisation du web et l'aspiration de nos données par cinq géants états–uniens (les GAFAM : Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) permettent un espionnage de masse que ce soit par des organismes publics (les USA en tête avec la NSA) ou privés (par ces entreprises à des fins publicitaires).

Cette campagne vise à sensibiliser le grand public à ces questions, en proposant des réponses concrètes. Sur trois ans, nous souhaitons proposer 30 services alternatifs à ceux de GAFAM... uniquement basés sur du logiciel Libre, avec des conditions d'utilisation Éthiques, dans un but de Décentralisation des données et par un financement et une conception Solidaires. Nous avons déjà plus de 15 services offerts au public : moteur de recherche, réseau social, hébergement de fichier, raccourcisseur d'URL... Et ça marche plutôt bien !

Le but n'est pas de Framasoftiser internet, mais de montrer que le logiciel Libre apporte des réponses et une autre façon de voir le Web. En gros, en allant sur nos services, vous goûtez au Libre, et ensuite vous pouvez les installer pour votre famille, votre asso, votre école, votre ville...

On rêve que les gens quittent nos services, s'inspirent de notre exemple, deviennent plus autonomes et reprennent la maîtrise de leur vie numérique. Bref : copiez-nous !

Avez vous déjà lu les conditions générales d'utilisation des données privées présentes sur chaque site internet que vous visitez ?

Il y en a qui ont essayé, ils ont eu des problèmes.<https://www.youtube.com/watch?v=gNI9a-K1JoU> . Mais fais l'expérience : c'est écrit de telle sorte que les yeux commencent à piquer et qu'on a une furieuse envie de reprendre une partie de SuperTuxKart.

Il y a eu une expérience à Londres où dans les conditions d'accès à un point wifi, on devait accepter de donner son premier-né <http://www.theguardian.com/technology/2014/sep/29/londoners-wi-fi-security-herod-clause> . Évidemment : des gens ont accepté, sans avoir lu ce à quoi ils s'engageaient. C'est l'humoriste Eddie Izzard qui ironisait en disant qu'Apple pourrait mettre l'intégralité de Mein Kampf dans les CGU d' iTunes et que tout le monde cliquerait sur « Je suis d'accord »...

Personne ne lit les conditions générales d'utilisation. C'est justement pour cela qu'il y a des gens qui le font pour nous, et nous les résumons sur des sites formidables : <https://tosdr.org/>

C'est l'occasion de préciser que nous en revanche, nous avons fait l'effort de rendre claires et lisibles les conditions d'utilisation des services que nous proposons.

<https://nav.framapad.org/nav/html/cgu.html>

Est-il possible d'entrevoir un avenir du Web sans contrôle ni récolte d'informations (abusives/intrusives) ? Pourrait-il survivre 'économiquement' parlant ?

Bien sûr, c'est possible. Nous allons d'ailleurs nous y atteler, vous allez voir. Le Web est conçu pour être décentralisé. Or, ce qui rend la collecte abusive d'information si dramatique, c'est que cette information est aux mains de quelques géants qui peuvent la brasser, la croiser...

En fait tout se résume à un bon vieil adage libriste : « Si c'est gratuit, c'est toi le produit ».

Le modèle économique de Gmail, c'est (entre autres) de lire tes courriels afin de t'afficher des pubs correspondant à ce qui se dit dans tes conversations. Si tu parles d'acheter une voiture avec ton conjoint et que tu vois une pub pour Toyota, ça semble pas si grave... Mais que se passe-t-il lorsque tu échanges avec un proche sur ton cancer, que tu es dans un état de vulnérabilité... est-ce que Gmail va t'afficher une pub pour un remède miracle à base de perlinpinpin...?

À l'inverse, d'autres modèles économiques, ceux des Communs et de la société de la collaboration, proposent des alternatives concrètes. Ces modèles fonctionnent souvent par le don, la participation.

Framasoft, par exemple, vit à 90 % des dons des internautes. Notre budget annuel représente 2.7 secondes du chiffre d'affaire de Google, et pourtant nous avons un million de visites par mois... comme quoi, on peut construire des alternatives ensemble !

Le film « Les Nouveaux Loups du Web » nous donnera t-il des conseils pour ne plus utiliser les GAFAM ? Des alternatives existent ?

Alors non : ce film n'est pas là pour nous donner des conseils.

Car avant de trouver des alternatives, il faut saisir les enjeux. Beaucoup de personnes nous disent encore que les politiques de GAFAM ne les dérangent pas, avec ce fameux argument de « Je n'ai rien à cacher ». Ce film répond à cet argument et aide à prendre conscience du fait qu'on engage aussi bien nos données que celles de nos proches (de toutes les personnes en contact avec nous), et que les modèles économiques de ces super-compagnies (Apple est la première capitalisation boursière au monde, Google la deuxième) engagent l'avenir de nos sociétés... aussi bien dans le monde numérique que dans des domaines très matériels.

Comment comptez-vous attirer un public plus jeune à voir ce film ?

Il faut pas croire que les personnes les plus jeunes sont les moins intéressé-e-s par le sujet. Les questions de vie privée, de réputation numérique, de données que l'on retrouve ou non sont extrêmement présentes dans les esprits des ados et jeunes adultes.

Après, il s'agit clairement d'un documentaire : on ne va pas le voir comme on va voir le dernier Michael Bay.

Nous, nous espérons vraiment que les personnes sensibles aux modèles alternatifs dans l'écologie, l'éducation, l'économie, la politique, etc. iront voir ce film. Car tous ces sujets rejoignent celui du numérique, et que c'est ensemble que l'on pourra sensibiliser un maximum de notre entourage.

On sait qu'il y a eu un débat après l'avant-première du film diffusé le 15 novembre. Un compte-rendu a t-il été réalisé ? Allez-vous en réaliser d'autres ?

À part en interne, il n'y a pas de compte-rendu à notre connaissance. Il faut dire que cette avant-première a eu lieu 2 jours après les attentats du 13 novembre, dans un moment où les esprits étaient encore occupés par le choc et le deuil.

Et donc oui, justement, nous avons envie de réaliser de nouveaux débats suite aux projections du film. Nous sommes d'ailleurs en contact avec le diffuseur pour essayer d'être présent-e-s là où nous le pourrons (et d'inviter les ami-e-s Libristes à venir présenter les valeurs que nous défendons).

Pensez-vous qu'une réelle prise de conscience opérera sur le public ?

Nous voyons qu'elle est déjà en cours.

Avec les révélations de Snowden, la loi de programmation militaire, la loi renseignement... de plus en plus de personnes viennent nous aborder pour trouver comment héberger leurs emails ou changer leurs habitudes.

Sans forcément abandonner tous les services d'un coup, une simple prise de conscience permet d'en modifier l'utilisation, de réfléchir à deux fois à ce que l'on partage sur Facebook, ce que l'on commente sur Youtube...

Après, cette prise de conscience est un travail de fond. Le tout est de savoir où tu veux placer le curseur entre confort et liberté. Mais si on ne te montre pas que c'est bien LA question que t'imposent les conditions générales de GAFAM, tu ne pourras même pas te la poser.

On nous dévoile les pratiques et techniques utilisées pour récolter le plus de données possible par les « méga-corporations » du web. Avez-vous eu des difficultés / des barrières pour le partage de la diffusion du film à cause du ton dénonciateur de celui-ci ?

Non, pas vraiment, ou du moins pas à notre connaissance.

À l'époque où le film a été tourné, il n'y avait pas encore eu les révélations de Snowden. On pourrait donc vouloir l'ignorer, le balayer de la main en se disant qu'il s'agit des craintes de paranoïaques du numérique.

Désormais, on sait de manière prouvée que les craintes évoquées dans ce film, que les abus de pouvoir totalitaire des géants du web sont une réalité. Il devient bien plus difficile d'en ignorer le message.

L'équipe de la formation COLIBRE de Lyon 2 est à fond avec vous et utilisent vos outils au quotidien. Avez-vous un mot à leur faire passer ?

Oh que oui : on a besoin de vous !

Le principe même de Framasoft consiste à ne pas produire du contenu Libre, mais à amener ce que des communautés créent vers un large public. Le Libre est parfois enfermé dans un certain « entre soi », parce que lorsque l'on passe son temps à produire des œuvres de l'esprit sous licence libre, on n'en a plus beaucoup pour communiquer sur ce que l'on fait.

Nous nous rendons compte, quotidiennement, qu'un public de plus en plus large est ravi d'utiliser des logiciels et des œuvres qui respectent leurs libertés. La grande difficulté qui demeure, c'est de faire savoir que cela existe, d'en exposer les enjeux et la différence... Sur ces points, toutes vos énergies seront les bienvenues !

Alors bien entendu, faire de l'éducation populaire demande du temps et de l'énergie... Mais comme on le dit chez nous : « la route est longue, mais la voie est Libre ! »



Nous remercions grandement l'équipe Framasoft pour leur disponibilité, leur réactivité et leur enthousiasme !



Allez voir ce film sans plus tarder

MIGNOT Samuel / BERTRAND Valentin / BRAHAMI Sami /

Ce contenu a été publié dans [Documentaire](#), [Framasoft](#), [Naviguer sur internet](#), [Univers libre](#), avec comme mot(s)-clé(s) [Condition d'utilisation](#), [Cullen Hoback](#), [Degoogleons internet](#), [documentaire](#), [Framasoft](#), [Jupiter Film](#), [Les nouveaux loups du web](#), [liberté individuelle](#), [libre](#). Vous pouvez le mettre en favoris avec [ce permalien](#).

Vous n'êtes pas inscrit sur Facebook ? Le réseau social vous piste quand même

<http://www.journaldugeek.com/2015/04/01/non-inscrit-facebook-piste-cookies/>

Par [Elodie](#), le 1 avril 2015 à 18h08

Selon [une enquête](#) réalisée par des universitaires belges, le réseau social piste non seulement ses utilisateurs, mais aussi ceux non inscrits sur le réseau social, contrevenant ainsi aux règles européennes en vigueur.



Nous savions déjà que [Facebook traquait ses membres même en dehors de ses pages](#) grâce aux fameux cookies et au « plug-in sociaux » ‘Like’ ou ‘Partager’ intégrés sur les sites internet tiers.

Cela, afin d’analyser encore plus finement le comportement de ses usagers et pouvoir leur proposer des publicités toujours plus ciblées. Faisant ainsi la joie de quelques 2 millions d’annonceurs présents sur Facebook.

« Quand un utilisateur logué sur Facebook visite un site contenant des plug-in sociaux, Facebook reçoit l’identifiant Facebook de l’utilisateur, l’identifiant de son navigateur et l’URL de la page visitée », souligne ainsi le rapport.

Un cookie est un petit fichier installé par un site sur le disque dur d’un internaute et qui recueille ses données de navigation, c’est-à-dire son activité en ligne et certains paramètres, et ce afin de faciliter sa navigation.

Informations provenant des sites web et des applications qui ont recours à nos services.

Nous recueillons des informations lorsque vous visitez ou utilisez des sites web et des applications de tiers qui ont recours à nos services (par exemple, lorsqu'ils incluent nos boutons J'aime ou Se connecter avec Facebook, ou encore lorsqu'ils font appel à nos services de mesure et de publicité). Ceci comprend des informations sur les sites web et les applications que vous consultez, votre utilisation de nos services sur ces sites web et applications, ainsi que les informations que le développeur ou l'éditeur de l'application ou du site web partagent avec vous ou avec nous.

capture d'écran

En novembre dernier, en même temps qu'elle affirmait renforcer sa politique de confidentialité, la firme de Menlo Park annonçait également [le renforcement de son ciblage publicitaire](#).

[How Ads Work on Facebook](#) from [Facebook](#) on [Vimeo](#).

Et bien cela est désormais à la portée de tous, sans discrimination, pour les internautes inscrits ou non sur la plateforme selon ledit rapport.

Si vous espériez échapper un peu au pistage sur la toile, notamment en vous tenant éloigné de Facebook, vos efforts pourraient bien être réduits à néant. Du moins ce sont [les conclusions d'une étude](#) réalisée par des chercheurs de l'université de Louvain et de Bruxelles, relayée par [The Guardian](#).

Dans leur rapport, ils expliquent qu'après qu'un utilisateur se soit rendu sur Facebook, même après s'être déconnecté, « *Facebook continue de le tracer avec des cookies* », même lorsqu'il n'interagit pas avec les « plug-in sociaux ». 13 millions de sites en sont pourvus, et Facebook n'est pas le seul à faire son beurre sur les utilisateurs dits « passifs » : Google est dans la [ligne de mire de la CNIL](#) et du G29 pour les mêmes raisons.

Plus grave encore, même une personne n'ayant pas de compte Facebook peut être *pistée*. Il suffit qu'elle visite une page ou un profil public pour que le cookie soit installé.

Facebook ne s'en cache pas puisque la firme le révèle dans sa [politique de confidentialité relative aux cookies](#) :

« Nous utilisons des cookies même si vous n'avez pas de compte ou si vous vous êtes déconnecté(e) » notamment « pour nous permettre de proposer, sélectionner, évaluer, mesurer et comprendre les publicités que nous diffusons sur Facebook et ailleurs (y compris les publicités diffusées par nos filiales ou nos partenaires ou en leur nom) ; [...] générer des statistiques concernant les personnes qui interagissent avec nos services et avec les sites web de nos annonceurs et partenaires. »



Facebook likes cookies – crédits : Matthew LaPenta

Là où le bât blesse, c'est que l'installation de cookie doit se faire avec le consentement préalable de l'internaute pour ne pas contrevenir au droit européen.

Facebook serait donc dans l'illégalité par rapport à la loi en vigueur dans l'Union européenne. Ce qui n'est pas nouveau puisque l'étude a été commandée par la Belgian Privacy Commission ([Commission de la protection de la vie privée](#)) suite à un précédent rapport, publié en février et mis à jour ce 31 mars, relevant les manquements de la politique de confidentialité de Facebook au regard du droit européen, comme le rappelle [The Guardian](#).

Facebook a rétorqué via un porte-parole en évoquant des « *inexactitudes* », sans pour autant les détailler :

« Les auteurs ne nous ont jamais contactés, ils n'ont jamais cherché à clarifier les hypothèses sur lesquelles ce rapport est fondé. Ils ne nous ont pas non plus invités à commenter ce rapport avant de le rendre public. [...] Nous avons proposé de rencontrer les auteurs pour leur expliquer en quoi ce rapport est incorrect, mais ils ont refusé de nous rencontrer. »

Facebook se dit d'ailleurs « *confiant* » sur le fait que les dernières mises à jour effectuées concernant sa politique de confidentialité sont « *conformes aux lois en vigueur, y compris au droit européen* ».

Des inexactitudes non explicitées par la firme, qui n'a pas donné plus de détails, ni infirmé des points précis du rapport. [Pixels](#) précise qu'un porte-parole a assuré à [Business Insider](#) « *que les données collectées par les plug-in sociaux n'étaient pas liées à la publicité ciblée* ». Sans démentir la collecte de données d'internautes non inscrits sur le réseau social...

Les chercheurs ont pour leur part précisé au quotidien britannique n'avoir jamais été contactés par la firme de quelque manière que ce soit. Ils ne « [sont] *pas étonnés que Facebook ait une vision différente de la façon d'appliquer les lois européennes sur la protection des données* ».

Cependant, si le géant américain « *pense que le rapport d'aujourd'hui contient des erreurs factuelles, nous serions heureux de recevoir toute remarque spécifique qu'il souhaiterait apporter.* »

Des révélations qui ne vont pas améliorer l'image de la firme auprès des grandes instances européennes déjà à l'œuvre sur d'autres dossiers, dont celui de l'optimisation fiscale.

Vous reprendrez bien un cookie, [Monsieur Obama](#) ?