



Aie confiance... Aie confiance... La vie privée des *facebookeurs*

Le 4 février 2004, Mark Zuckerberg crée « The Facebook », un réseau social pour les étudiants d'Harvard, avec l'aide de Dustin Moskovitz, programmeur, Andrew McCollum, graphiste, Chris Hughes, porte-parole et consultant, et Eduardo Saverin, commercial. En juin, ils s'installent en Californie sur les conseils de Sean Parker, entrepreneur cofondateur de Napster, site gratuit d'échange de fichiers musicaux en pair-à-pair ⁽¹⁾. Sean Parker a flairé le potentiel du réseau, et encourage Mark Zuckerberg à l'ouvrir à d'autres universités. En 2005, ils achètent le nom de domaine « facebook », et tous les internautes de plus de 13 ans à travers le monde ont finalement accès au réseau en septembre 2006. Traduit en 76 langues en 2008, dont le basque et le breton, le réseau compterait depuis juillet 2010 plus de 500 millions de membres, dont 20 millions de Français.



Aujourd'hui, et depuis quelque temps déjà, la politique de confidentialité de Facebook est décriée. Pour faire vivre le réseau, le site profite des données des utilisateurs qu'il vend aux publicitaires et développeurs d'applications proposées via le réseau. Jusqu'à il y a peu, Facebook assurait ne vendre que les données publiques, soit le nom et la photo de profil de l'utilisateur, ainsi que toutes les données paramétrées « tout le monde », visibles donc par tout internaute.

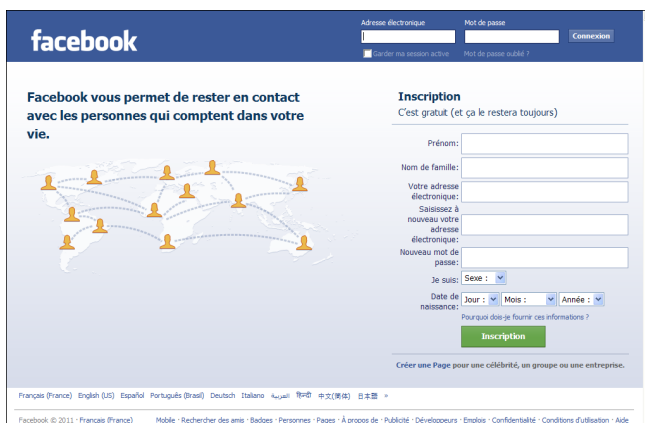
C'est déjà beaucoup quand on sait que la majorité des membres du réseau ne maîtrisent pas les 50 paramètres aux 170 options possibles qui permettraient de mieux protéger sa vie privée. Sans compter que la politique de confidentialité change régulièrement et complique l'accès aux informations conte-

nues sur son profil. Et que rares sont d'ailleurs les utilisateurs au courant de ces modifications : il faut pour cela se rendre à la page consacrée à la politique de confidentialité, accessible sur le site, ou sur la page « Facebook Site Governance », en anglais.

Facebook est un lieu public

Pour autant, tout citoyen est responsable des informations qu'il divulgue sur Facebook. Trois anciens salariés de la société d'ingénierie Alten l'ont bien compris lorsqu'ils ont été licenciés pour « *dénigrement* » et « *incitation à la rébellion* » après avoir échangé et publié des propos entre collègues fin 2008 sur Facebook. La justice française considère en effet le réseau comme un lieu public. Faut-il insister sur les collégiens exclus après avoir injurié leur professeur sur le réseau, ou la condamnation en septembre 2010 d'un jeune de 19 ans à trois mois de prison ferme pour « *outrage public* » après avoir insulté des gendarmes sur son profil ? Il paraît évident qu'il faut être prudent et savoir contrôler les paramètres de son profil.

Pour cela, il suffit de se rendre dans l'onglet « Paramètres de confidentialité » de son compte, et de les personnaliser. Ainsi, on peut partager ses publications, opinions politiques et religieuses, photos et vidéos sur lesquelles on est identifié avec « tout le monde », « amis et leurs amis », « amis seulement » ou « autre » qui permet de sélectionner une liste restreinte de ses amis. D'où l'intérêt de classer ses « amis » en différentes catégories comme la famille,



Page d'accueil du site Internet Facebook.

⁽¹⁾ – Le pair-à-pair (traduction de l'anglicisme *peer-to-peer*, souvent abrégé « P2P »), est un modèle de réseau informatique proche du modèle client-serveur mais où chaque client est aussi un serveur (source : Wikipédia, consulté le 8 février 2011).

Des associations mayennaises tentent l'expérience

Des entreprises, artistes, émissions de télévision, associations et personnalités ont bien compris l'intérêt de faire sa promotion sur Facebook. En France, 37 % des internautes possèdent un compte Facebook, et le facebookeur moyen a 130 amis, une vraie « toile d'araignée ». C'est l'idéal pour de la communication interactive rapide, efficace et... gratuite. Le réseau propose également des onglets spécifiques : on trouve ainsi sur la page du Téléthon la possibilité d'y faire directement un don, ou sur celle de magasins, comme La Redoute, des jeux concours. Porsche proposait même à chacun de son million de fans de graver son nom sur une voiture unique, aujourd'hui installée au musée Porsche de Stuttgart.

En Mayenne, l'Association Mouillotins Animation Cuillé (AMAC) a également créé sa page et son profil Facebook : *Les Mouillotins Fanfare-On*. En février 2011, si « seulement » 298 personnes « aiment » la page officielle, le profil compte 1 321 amis à son actif. Ce précieux outil de communication est pour Antoine Foucher, administrateur, un moyen de « cibler son public, avoir la réaction des fans et discuter avec eux. C'est plus facile à utiliser qu'un blog, un site Internet ou MySpace⁽²⁾ ». L'AMAC y annonce des événements de façon à pouvoir estimer la fréquentation. Mais les amis, ce n'est pas illimité. Au bout d'un certain nombre de demandes d'amis refusées, envoyées de la part de l'association, le compte peut se retrouver bloqué pendant quelque temps. Impossible alors d'envoyer d'autres invitations et d'élargir son réseau, à moins que ce ne soit les internautes eux-mêmes qui en fassent la demande, ce qui devient plus évident lorsque le réseau a déjà pris de l'ampleur : l'effet boule de neige en somme.



« Mur » des Mouillotins Fanfare-On.



« Mur » de la Société d'archéologie et d'histoire de la Mayenne.

Pour la Société d'archéologie et d'histoire de la Mayenne (SAHM), qui a créé sa page sur le réseau, le bilan est plus mitigé. « *Au bout d'une année, l'association ne compte que 51 amis, par ailleurs essentiellement déjà adhérents ou proches d'adhérents. Au final, l'expérience n'est pas pour le moment concluante* », confie Stéphane Hiland, vice-président de la SAHM. Pas toujours si évident de se faire une place sur Facebook, surtout avec une page, et non un profil, normalement réservé pour ceux qui ne représentent ni une célébrité, ni un groupe, ni une entreprise. Une page suppose en effet que les intéressés fassent la démarche de rechercher l'association et non l'inverse. Et une fois qu'un facebookeur « aime » une page, cela n'apparaît pas de façon très claire sur son profil. Difficile parfois d'être visible sur un réseau qui compte 500 millions de membres...

les amis proches, les collègues, des institutions... comme on le ferait dans la vie réelle en somme. Et si on s'y perd, un logiciel⁽³⁾ offre de scanner son compte et d'indiquer quels sont les paramètres susceptibles de compromettre sa vie privée ; il ne restera donc qu'à modifier les options concernées.

Facile, donc, de protéger sa vie privée ? Il ne faut pas oublier que le souhait des annonceurs est d'ob-

tenir des données les plus précises possibles, et que c'est dans l'intérêt de Facebook de les leur fournir. Cela aboutit à des publicités personnalisées pour une meilleure efficacité, qui apparaissent à droite des pages du compte. Pour obtenir toutes ces informations, il y a d'abord le bouton « j'aime » qui indique aux amis ce qui vous intéresse, que ce soit un produit, un événement, une personnalité. « Dis-moi ce que tu aimes, je te dirai qui tu es » ou comment mieux vous cerner...

« Nous utilisons des cookies⁽⁴⁾ (...) pour savoir quand vous interagissez avec les applications (...), avec nos widgets⁽⁵⁾, nos boutons Partager et nos publicités » (site Facebook).

Il en est de même pour les réseaux internes à Facebook auxquels on appartient (géographique, professionnel), ou encore les quizz

(2) – MySpace est un réseau social créé en 2003 aux États-Unis et très utilisé dans les milieux musicaux.

(3) – <http://www.reclaimprivacy.org/>

(4) – Un cookie est un fichier stocké sur le disque dur d'un internaute et qui sert au fournisseur d'accès pour obtenir des informations sur cet internaute et ses parcours sur la toile.

(5) – Un widget est un petit outil interactif qui permet d'obtenir des informations (météo, dictionnaire, etc.).

et autres jeux qui demandent l'autorisation de l'utilisateur de récupérer ses données plus ou moins publiques : de ses photos à sa situation amoureuse, en passant par sa liste d'amis et son identifiant. Autant de moyens faciles pour piéger un membre qui croyait protéger ses données. En novembre 2010, Facebook vendait même des coordonnées personnelles. Avant de faire machine arrière le 18 janvier 2011, suite aux plaintes des utilisateurs, mais juste « *le temps de communiquer aux membres comment cela sera mis en place* ».

Mais pas de quoi s'inquiéter encore, puisque c'est possible de limiter ces intrusions. C'est de nouveau dans les paramètres de confidentialité qu'il faut se rendre, dans les options de la rubrique « applications et site web ». Par défaut, l'utilisateur autorise aux développeurs d'applications l'accès à ses informations : un droit qui peut se supprimer. Mais cela ne change pas grand-chose puisque, là encore par défaut, les développeurs d'applications accèdent à ces données par l'intermédiaire des amis. Il faudra donc décocher l'ensemble des informations accessibles de cette manière dans la sous-rubrique « informations accessibles par l'intermédiaire de vos amis ». Facebook rappelle tout de même que « *plus vous partagez, meilleure est l'expérience* ».

Pirates !

Désormais, le profil s'est transformé en bunker. Hormis le nom et la photo de profil, qui, bien que Facebook dise l'interdire, peuvent très bien ne pas être les vrais, rien ne filtre, à part pour les amis proches en qui on a toute confiance. Cela n'empêchera pas Facebook de stocker toutes les données sur ses serveurs. Car si un internaute garde (a priori !) la propriété intellectuelle des images et vidéos mises en ligne sur le réseau, Facebook détient une licence perpétuelle et mondiale du contenu de ces données. « *Nous ne souhaitons pas utiliser vos données personnelles d'une façon qui ne serait pas acceptable pour vous. La confiance dans notre réseau afin de partager des informations est l'aspect le plus important de notre travail* », explique pourtant Mark Zuckerberg.

Rassuré ? Voici la suite : *Le Monde* du 4 février 2011 rapporte le procédé de John Jean, informaticien français consultant en sécurité informatique. Ce patron de la société de sécurité informatique Wargan a mis au point, en août 2010, un logiciel intrusif capable de recueillir toutes les données d'utilisateurs de Facebook en exploitant deux failles du système de sécu-

rité. « *En une dizaine d'heures, on aurait pu recueillir les données de 200 000 personnes en exploitant ces vulnérabilités, si l'on considère que les utilisateurs ont en moyenne 300 amis et que la moitié clique sur un lien envoyé* », précise-t-il sur « www.lepost.fr ».

Maquillé en application officielle de Facebook, ce piratage aurait pu mettre à mal tout le réseau en peu de temps. Heureusement, John Jean prévient Facebook mi-septembre et les problèmes sont résolus deux semaines plus tard. Ce pirate n'est pas le premier à avoir souligné les failles du système de sécurité du réseau. On pourrait citer entre autres le bouton « j'aime pas » qui permettait aux pirates de soutirer des informations aux membres, et même de pirater leur compte. En avril 2010, un hacker mettait en vente un million et demi de comptes Facebook volés. En mai, tout le monde pouvait accéder pendant quelques minutes aux discussions privées de ses amis. Et si le système de sécurité prend en compte ces problèmes au fur et à mesure, Facebook, dans son propre intérêt, ne pourra jamais garantir une véritable protection de la vie privée.

Suicide virtuel

Trop c'est trop ! L'utilisateur pris d'une crise de paranoïa (justifiée ?) peut opter pour la solution radicale : supprimer son compte. Il ne serait pas le premier : en 2010, ont eu lieu des « quit facebook days », des journées où quelques milliers de membres décidaient ensemble de quitter Facebook. Une goutte d'eau dans l'océan, mais qui a su faire du bruit. Et puis il y a « seppukko » et « web 2.0 suicide machine » : deux logiciels qui suppriment à la place des internautes leurs comptes de réseaux sociaux. Des logiciels rapidement bloqués par Facebook. Il faudra donc s'armer de patience pour réussir son suicide virtuel : si désactiver son compte est facile, disparaître totalement du réseau n'est pas une mince affaire. Il faudra supprimer un à un ses amis, photos, informations. Le compte reste actif encore quatorze jours durant lesquels Facebook continue de récolter les informations qui apparaissent sur le mur du profil.

Sinon, on peut rester sur le réseau, voire s'y inscrire, en restant simplement vigilant.

