

Objet : demande d'améliorations en matière de respect de la vie privée des lecteurs

Bonjour,

J'étais abonné à *Arrêt sur images*.

Je me permets un point de théorie nécessaire pour comprendre la problématique que je vais soulever.

Tout contenu externe qui est directement affiché sur le site web d'ASI (c'est-à-dire qui n'est pas un lien) permet à l'éditeur (et à l'hébergeur) dudit contenu de suivre, au fil des jours, le parcours des lecteurs d'ASI sur le site web d'ASI et en dehors si d'autres sites web ont recours à ce même contenu (c'est le cas d'un traqueur Facebook ou d'une police de caractères hébergée par Google, l'hégémonie de ces sociétés commerciales leur permet de suivre l'activité des citoyens sur le web, de site web qui utilise leurs services en site web qui utilise leurs services).

Ces éditeurs (et hébergeurs) récupèrent bien sûr l'adresse IP (l'identifiant technique d'un ordinateur ou d'une entité – un foyer domestique, une société commerciale, une administration, etc. –) du lecteur d'ASI, mais aussi l'adresse de la page web d'ASI sur laquelle il se trouve (ça se nomme « HTTP referer »), et donc quel contenu précis le lecteur est en train de lire (ha, celui-ci s'intéresse à Charonne puis au coup de com' autour de la fin de la GLI-F4 puis au vrai-faux OFCE/Le Maire).

Ça, c'est le minimum, je passe sur les autres informations qui peuvent être récupérées à propos et à l'insu des lecteurs d'ASI.

On peut séparer ces contenus en différentes catégories : traqueurs publicitaires, traqueurs de profilage / statistiques, et contenu utile mais externalisé. Je préfère le terme de traqueur à celui de pisteur, car sa sémantique est plus proche de la vérité.

*Arrêt sur image* n'a pas recours à la publicité, donc la première catégorie est pliée.

ASI utilise un seul traqueur de profilage et de statistiques : Google Analytics fourni par la multinationale du même nom.

Quel est l'intérêt d'établir des statistiques sur les lecteurs ? À mes yeux, le nombre d'abonnements est l'indicateur-clé d'un journal payant et il se suffit à lui-même. À quoi bon calculer d'autres statistiques (nombre de visites, de visiteurs) ?!

1) Détecter les fraudeurs qui mutualisent un abonnement ? Quelle importance cela a-t-il ? Quel impact sur le chiffre d'affaires cela représente-t-il ?

2) Adapter la ligne éditoriale en fonction des articles les plus lus ? Le but d'un journal n'est pas de contenter ses lecteurs, mais de les surprendre, de leur ouvrir l'esprit avec des sujets auxquels ils ne s'attendent pas.

À quoi bon connaître le nombre d'abonnés mobiles / fixes et certains paramètres techniques des ordinateurs des lecteurs ? Si c'est vraiment important pour adapter le comportement du site, il suffit de demander cette information aux lecteurs en leur laissant le choix de ne pas répondre. Même chose pour les autres informations récoltées par Google Analytics : elles me semblent futiles, mais si elles sont vraiment importantes, demandez-les et acceptez qu'on ne vous réponde pas.

Je pense vraiment que *Arrêt sur image* peut virer le traqueur Google Analytics sans trop d'effort et sans subir une quelconque perte. Vos confrères des journaux *Reflets.info* et *NextInpact* l'ont fait (uniquement pour les abonnés dans le cas du second).

Au pire, si vous voulez vraiment établir des statistiques sur vos lecteurs en conservant le même niveau de service, faites-le en interne, sans recourir à des services tiers (Google Analytics) qui fliquent les lecteurs. C'est possible avec le logiciel

Matomo, par exemple. Là encore, vos confrères de *Reflets.info* ont déjà la configuration informatique qui fonctionne.

Venons-en à la catégorie « contenu utile externalisé ».

*Arrêt sur image* utilise des polices de caractères (qui déterminent la manière dont sont affichés les caractères des textes, en très résumé) qui sont stockées chez Google (fonts.gstatic.com). Vous pouvez utiliser les mêmes polices en les stockant sur votre hébergement, à côté de votre site web, comme vous le faites avec les images d'illustration. Le passage de l'état actuel à l'état que je propose devrait vous prendre moins de 15 minutes de travail et retire une dépendance à Google et un traqueur, ce qui permet de ne pas communiquer à Google d'informations sur vos visiteurs (voir le paragraphe de vulgarisation ci-dessus).

Sur sa page d'accueil, ASI affiche vos tweets (Daniel S.). Encore une requête vers Twitter et des données personnelles de visiteurs qui partent vers Twitter. Ce contenu me semble futile, mais s'il est important pour vous, remplacez ce gadget (widget) Twitter par un lien vers votre compte Twitter. Les abonnés intéressés cliqueront d'eux-mêmes. Si vous voulez vraiment conserver l'affichage des tweets sous la forme actuelle, utilisez l'API de Twitter pour récupérer les tweets du côté du site web ASI et les afficher vous-même. Ainsi, les abonnés verront les tweets sans être fliqués par Twitter.

Sur toutes vos pages, vous chargez des scripts en provenance de Dailymotion, Vimeo et Youtube. Même sur les pages qui ne comportent pas de vidéos. Si vous les jugez nécessaires (pour ma part, je doute de leur pertinence), chargez le script adéquat uniquement sur les pages qui comportent au moins une vidéo de l'hébergeur en question (chargez le script Youtube si vous affichez une vidéo Youtube, chargez le script Vimeo si vous affichez une vidéo Vimeo). Alors, oui, ça demande un certain développement informatique, mais l'on ne doit pas excéder la journée de travail. Et, au moins, ces plateformes de vidéo ne suivront plus les abonnés d'ASI sur toutes les pages, dévoilant ainsi leurs lectures, leurs intérêts, etc.

De même, quand vous intégrez une vidéo, vous utilisez également les services de la société commerciale embed.ly qui propose de « grow your audience ». Encore une fois, je n'en vois pas l'intérêt pour un journal payant et cela informe embed.ly des lectures des abonnés. D'un point de vue technique, les plateformes de vidéo suscitées ont déjà l'infrastructure technique nécessaire pour survivre aux abonnés d'ASI, pas besoin d'ajouter un intermédiaire qui fait double emploi.

Pour la diffusion de vos émissions, vous pouvez envisager de remplacer Vimeo par PeerTube (<https://joinpeertube.org/>). Vos confrères de *Thinkerview* l'ont fait.

Internalisez au maximum les contenus que vous utilisez (images, vidéos, document PDF, visualisation graphique, etc.), c'est-à-dire stockez-les sur votre site web, sur votre hébergement, sans dépendance à un acteur extérieur à *Arrêt sur image*.

Néanmoins, en tant que critique média, vous avez besoin d'afficher, dans le corps de vos articles, les contenus vidéos d'autrui. Soit vous les importez au préalable sur PeerTube et ça consomme du temps de travail pas forcément rentabilisé, soit, vous n'intégrez plus les vidéos dans le corps de vos articles, vous contentant de pointer la vidéo avec un lien dans le corps de l'article. L'abonné qui le souhaite cliquera sur le lien et ira voir le contenu. Donnez le choix aux abonnés de se faire voler ou non leur vie privée en vous lisant.

Ce dernier point est valable pour tous les contenus externalisés que vous souhaitez montrer à vos abonnés (document PDF, tweet, visualisation graphique, etc.) : ne les

intégrez pas dans le corps de vos articles, mais pointer ces contenus avec un lien. Pour un tweet, par exemple, citez-le de la même manière que vous citeriez une déclaration orale : sans utiliser le gadget Twitter, sans fioriture, juste entre des guillemets. Si un lien vous semble trop austère, rusez : transformez le contenu en image hébergée à côté de votre site web, par exemple.

Si vous ne pouvez pas vous passer de contenus externes, voici un palliatif : demander au service informatique d'*Arrêt sur image* et/ou à votre hébergeur informatique, r3zo, de configurer le serveur web d'ASI pour qu'il envoie l'entête HTTP « Referrer-Policy » (documentation technique : <https://frama.link/rp> ). Quand il récupérera une ressource externe (police de caractères stockée chez Google, gadget Twitter, vidéo Google Youtube ou Vimeo ou..., etc.) le navigateur web du lecteur d'ASI n'indiquera plus sur quelle page d'ASI, dans quelle URL précise, il a trouvé cette ressource. Ainsi, le service externe ne saura pas quel article d'ASI est lu par tel lecteur.

Notons qu'il s'agit d'une mesure faible : il y a des fuites et, en fonction du contenu demandé et de son nom, le service externe n'a pas besoin de connaître précisément l'article lu par le lecteur d'ASI pour en connaître la teneur. Bref, cette mesure est insuffisante. Mais c'est un premier pas très facile à mettre en œuvre : on parle de moins de 15 minutes de travail d'un informaticien.

Notons que cela peut réduire la pertinence de vos statistiques Google Analytics.

Le respect de ma vie privée est une valeur importante. J'ai besoin de ça. Un journalisme éthique (indépendant, critique, etc.) ne me suffit plus. Je n'arrive plus à lire des articles en ayant en tête que ma vie privée dégueule chez tout un tas de sociétés commerciales par la faute du site web qui prétend m'informer. Les protections techniques utilisables par une personne lambda sont d'illusoires passoires.

Avec les journaux papier, il était inimaginable de se faire renifler le cul sans consentement par xx entités. Le vendeur de journaux sait que j'ai acheté tel journal papier. Personne d'autre. Il ne sait pas ce que j'y ai lu. Personne le sait. Ça doit rester ainsi. Le secret des lectures est aussi vital pour la démocratie que le secret du vote. Personne doit être en capacité de pouvoir un jour reprocher ses lectures à quelqu'un. Il ne peut y avoir de pensée autonome sous surveillance. La vie privée est un enjeu fort de la presse numérique, à mon avis, et il n'est pas pris au sérieux.

J'espère qu'*Arrêt sur image* fera tous les efforts possibles pour virer le traqueur Google Analytics et les contenus externalisés (au moins la police de caractères et embedly, c'est 30 minutes de travail). Ça serait chouette, un journal encore plus éthique et respectueux de ses lecteurs

Cordialement.