

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

Bonjour,

J'étais abonné aux *Days*.

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 des *Days* (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 des *Days*, sur le site web des *Days* 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 des *Days*, mais aussi l'adresse de la page web des *Days* 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 au rapport entre le respect de nos aspirations et le sommeil puis à la réforme des retraites puis à l'intelligence artificielle).

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

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.

Les Days n'a pas recours à la publicité, donc la première catégorie est pliée.

En revanche, *Les Days* utilise quelques traqueurs de profilage et de statistiques : Google Analytics / Google Tag Manager, Facebook et Twitter.

Alors, oui, si l'on refuse les cookies dans le message d'information en bas de la page d'accueil, on échappe à tout ça. Pour ma part, je préférerais que, par défaut, sans aucune action de sa part, le lecteur soit peinard, qu'on le respecte.

Le message d'information en bas de page est défectueux (j'ai testé avec un navigateur Mozilla Firefox récent et vierge c'est-à-dire sans extensions et avec un profil fraîchement créé) : il s'affiche une unique fois sur la page d'accueil. Si le lecteur n'y prête pas attention et clique sur un article, le message ne s'affiche plus. Même si le lecteur revient plus tard sur la page d'accueil. Il faut que le lecteur clique sur l'obscur lien « Gérer mes cookies » dans le pied de page (quel lecteur normalement constitué va cliquer sur ça ?) ou qu'il efface les cookies des *Days* de son navigateur web puis qu'il revienne sur la page d'accueil des *Days* pour avoir à nouveau le choix !

Pendant ce temps, tous les traqueurs sont activés... sans recueil du consentement du lecteur, ce qui n'empêche pas tous les boutons « autoriser » de la fenêtre « gestion des cookies » d'être, à tort, au vert.

Ceci n'est pas conforme au Règlement européen 2016/679 sur la protection des données personnelles : le consentement ne peut pas être réputé acquis par défaut, sans action consciente du lecteur.

Je ne comprends pas l'utilisation du traqueur Facebook. Quel intérêt de livrer le parcours du lecteur c'est-à-dire les URL des articles lus, donc les centres d'intérêts, y compris politiques, à Facebook ? Votre page sur les données personnelles indique que

la finalité est de « mesurer l'impact de nos campagne de publicité sur la plateforme Facebook ». Le moyen mis en œuvre me semble être disproportionné par rapport au but recherché : pour suivre l'évolution d'une campagne Facebook, il faut filer à Facebook les données de citoyens qui ne sont pas abonnés à Facebook. La législation sus-mentionnée impose une proportionnalité de la collecte et des traitements.

Je ne comprends pas 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 le nombre de visites et de visiteurs uniques mensuels ?!

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.

D'ailleurs, dans la fenêtre de « gestion des cookies », Google Tag Manager est classé dans la catégorie « Services » que vous décrivez comme « Les APIs permettent de charger des scripts : géolocalisation, moteurs de recherche, traductions, ... ». Selon la fiche produit chez Google, GTM est uniquement un outil marketing. La géolocalisation qu'il offre est pour enrichir les statistiques avec celle des visiteurs d'un site web. Il devrait être classé dans la catégorie « mesure de navigation et d'audience ».

Je pense vraiment que *Les Jours* peut supprimer tous les traqueurs sus-nommés 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 ».

Les polices de caractères (qui déterminent la manière dont sont affichés les caractères des textes, en très résumé) utilisées par *Les Jours* sont récupérés depuis les sites web Adobe Typekit.net et typography.com. À chaque article consulté par un lecteur, ces services en sont informés (mécanisme HTTP referer, toujours).

typography.com ne sert à rien : il ne rend aucun service, il redirige vers un objet que vous hébergez vous-même à côté de votre site. Il faudrait que le code de vos pages indique aux navigateurs web de récupérer directement ce fichier au lieu de pointer sur typography.com. C'est 30 minutes de travail d'un informaticien.

typekit.net peut être évité en stockant vous-même la police à côté de votre site web, sans dépendance externe. C'est 30 minutes de travail d'un informaticien.

N'étant plus abonné, je ne vois pas si d'autres contenus sont externalisés. Mais, d'une manière générale, internalisez vos contenus et :

- Si vous voulez partager une vidéo, mettez simplement son lien dans l'article, n'intégrez pas le lecteur Google Youtube (ou autre) ni la vidéo dans le corps de

- l'article. Si le lecteur des *Jours* veut voir la vidéo, il suivra le lien et, tant qu'il ne cliquera pas sur ce lien, aucune information sur lui fuitera vers Youtube ;
- Si vous voulez partager un document PDF, mettez-le à disposition sur votre site, pas chez un quelconque prestataire, comme vos images ;
 - Si vous voulez partager un tweet, n'utilisez pas le gadget Twitter, copiez-collez le texte du tweet et faites-en une citation entre de simples guillemets, comme quand vous restituez un témoignage oral. La fioriture Twitter est inutile ;
 - Si vous voulez partager une visualisation graphique, transformez-la, au préalable, en une image que vous afficherez dans le corps de l'article. Si l'interactivité de la visualisation est importante, mettez un lien vers la visualisation dans le corps de l'article ;

Tout cela est facile à mettre en œuvre. Donnez au moins le choix à vos lecteurs de se faire voler leur vie privée ou non.

Si vous ne pouvez pas vous passer de prestataires externes, voici un palliatif facile à mettre en œuvre : demander au service informatique des *Jours* ou à votre hébergeur informatique de configurer le serveur web des *Jours* pour qu'il envoie l'entête HTTP « Referrer-Policy » (documentation : <https://frama.link/rp>). Quand il récupérera une ressource externe (police de caractères stockée chez Adobe, vidéo Google Youtube, etc.) le navigateur web du lecteur des *Jours* n'indiquera plus sur quelle page des *Jours*, dans quelle URL précise, il a trouvé cette ressource. Ainsi, le service externe ne saura pas quel article des *Jours* 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 des *Jours* 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.

Je n'envisage pas de me ré-abonner aux *Jours*. Parce que le respect de ma vie privée est une valeur importante. J'ai besoin de ça. Un journalisme éthique (indépendance, temps long, 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 que *Les Jours* fera tous les efforts possibles pour virer les traqueurs et contenus externalisés. Ça serait chouette, un journal encore plus éthique et respectueux de ses lecteurs.

Cordialement.