

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

Bonjour,

J'achète *Siné mensuel* tous les mois chez mon marchand de presse préféré. J'ai aussi acheté *Siné madame* (bien tenté).

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 de *Siné mensuel* (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 de *Siné* sur le site web de *Siné* 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 de *Siné*, mais aussi l'adresse de la page web de *Siné* 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 la démocratie participative à Saillans, puis à la réforme de la loi Bichet puis à la résistance des libertaires en Grèce).

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

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.

Le site web de *Siné Mensuel* n'a pas recours à la publicité, donc la première catégorie est pliée.

Le site web de *Siné* utilise un unique 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 ? Compte-tenu que le site web reprend les contenus publiés dans l'édition papier, le nombre d'abonnements et de ventes est l'indicateur-clé et il se suffit à lui-même. À quoi bon calculer d'autres statistiques (nombre de visites, de visiteurs) ?! À quoi bon connaître le nombre de lecteurs mobiles / fixes et certains paramètres techniques des ordinateurs des lecteurs compte-tenu de la prééminence de la version papier ? 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 *Siné* 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 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 ».

Plusieurs composants du site web de Siné sont hébergés à l'extérieur, par d'autres entités que votre hébergeur (1&1).

C'est le cas de polices de caractère (qui déterminent la manière dont sont affichés les caractères des textes, en très résumé) qui sont stockées chez Google (fonts.gstatic.com et fonts.googleapis.com). Vous pourriez utiliser les mêmes polices en les stockant sur votre hébergement, à côté de votre site web WordPress, comme les dessins de vos articles. 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).

C'est aussi le cas de styles (mise en forme du site web) et de scripts (des bidules qui s'exécutent dans le navigateur web des lecteurs afin de proposer des fonctionnalités dynamiques plus ou moins utiles) qui sont hébergés chez BootstrapCDN, Google (ajax.googleapis.com) et CloudFlare (cdnjs.cloudflare). Là encore, internaliser tout ça, stocker tout ça sur votre hébergement, c'est possible, ça prend 30 minutes, et ça vous débarrasse d'une dépendance à autrui et le lecteur d'un traqueur.

Vous utilisez le mécanisme ReCAPTCHA fourni par la multinationale Google (encore !). Normalement, cela sert à protéger les formulaires (de contact, d'inscription de newsletter, etc.) de robots qui pourraient spammer lesdits formulaires. Normalement, il faut positionner ReCAPTCHA uniquement sur les formulaires. Là, vous avez fait le choix, curieux, de le mettre sur toutes les pages du site. Donc, à chaque fois qu'un lecteur lit un article, pouf, Google en est informé (HTTP referer, toujours). Pas cool. Actuellement, vous n'avez plus de formulaires, donc ReCAPTCHA pourrait être totalement supprimé.

J'ai vu que le seul formulaire qui a existé était pour s'inscrire à une newsletter. Deux remarques.

La première : plutôt que d'utiliser le service de la société commerciale Mailchimp (qui remplit les emails de traqueurs permettant de s'assurer que les destinataires ont cliqué sur les liens proposés dans le contenu de l'email), vous pourriez utiliser le service de liste de diffusion (ce qu'est une newsletter) Framalistes (<https://framalistes.org/>) de l'association française Framasoft (<https://framasoftware.org/>) qui œuvre pour des services numériques éthiques. Ceci dit, la transition demande pas mal de travail.

Deuxième remarque : si votre newsletter Mailchimp devait revenir, isolez son formulaire d'inscription sur une page web dédiée et mettez un lien vers cette page dans les menus du site. N'intégrez pas directement le formulaire Mailchimp dans les menus / colonnes du site web. En faisant ainsi, seuls les visiteurs qui veulent s'inscrire, qui auront cliqué sur le lien, qui seront arrivés sur la page dédiée seront traqués par Mailchimp. Ça se fait rapidement et quasiment sans travail.

Vous utilisez également des vidéos Google Youtube. Ne les intégrez pas dans vos articles. Préférez les pointer avec des liens. Ainsi, seuls les lecteurs qui veulent vraiment voir ces vidéos seront traqués par Google. Si vous voulez aller plus loin, vous pouvez remplacer Google Youtube par PeerTube (<https://joinpeertube.org/>). Vos confrères de *Thinkerview* l'ont fait. Mais la transition demandera vraiment pas mal de boulot.

D'une manière générale, si vous souhaitez afficher des contenus externalisés dans vos articles, ne les intégrez pas dans le corps de vos articles, mais pointer ces contenus avec un lien. Ainsi, seuls les lecteurs désireux d'en apprendre plus cliqueront sur le lien et verront des bouts de leur vie privée être collectés par ces contenus externes.

Pas besoin du gadget (widget) Twitter et de sa fioriture pour illustrer un article avec un tweet : une simple citation entre guillemets et un lien vers le tweet suffisent.

Si vous voulez partager une visualisation graphique externe (une mappemonde, un graphique, etc.), proposez un lien vers ce contenu, ne l'intégrez pas dans le corps de l'article ou alors sous forme d'une image.

Etc.

Bref, laissez le choix au lecteur de se faire cliquer ou non. Mieux, internalisez les contenus que vous utilisez, stockez-les chez votre hébergeur, à côté de votre site web.

Si vous ne pouvez pas vous passer de contenus externes, voici un palliatif : configurez le serveur web du site web de *Siné* 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, vidéo Google Youtube, etc.) le navigateur web du lecteur du site web de *Siné* n'indiquera plus sur quelle page du site web *Siné*, dans quelle URL précise, il a trouvé cette ressource. Ainsi, le service externe ne saura pas quel article du site web de *Siné* 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 de *Siné* 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 15 minutes de travail).

Le respect de ma vie privée est une valeur importante. J'ai besoin de ça. Un journalisme éthique (indépendant, critique, avec des dessins de presse, 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.

Pour ces raisons, et d'autres, je continuerai d'acheter la version papier de *Siné Mensuel*, mais j'espère que *Siné* fera tous les efforts possibles pour virer le traqueur Google Analytics et les contenus externalisés (au moins la police de caractères, les scripts et reCAPTCHA, c'est moins d'une heure de travail). Ça serait chouette, un *Siné* avec un site web éthique et respectueux des lecteurs. C'est important, un tel site web : ça donne envie de partager des contenus que l'on a appréciés dans la version papier auprès de non lecteurs.

Cordialement.