

Facebook sait tout de vous!

10 novembre 2012

Le Soleil

Baptiste Ricard- Châtelain bricard@lesoleil.com

Officiellement, la reconnaissance faciale, qui permet au géant informatique de vous identifier sur les photos, est désactivée dans tous les marchés, le temps qu'on améliore le logiciel

Depuis la mi-septembre, l'entreprise se targue d'être visitée par un milliard d'humains chaque mois. Quelque 584 millions d'accros s'y rendraient quotidiennement. Il doit donc y en avoir quelques-uns parmi vous! Alors, cher fidèle de Facebook, vous vous êtes déjà demandé ce que contiennent les archives du populaire site de réseautage social à votre sujet? Tout. Ce que vous y avez écrit, diffusé, publié depuis le jour de votre conversion... et bien plus. Voici ce que vous pourrez découvrir si vous demandez votre dossier.

Connaissez-vous la distance séparant vos yeux, votre nez et vos oreilles? Eh oui, Facebook est en mesure de la calculer! Cela permet au géant informatique de vous identifier sur les photos que vous et vos « amis » téléversez dans le réseau.

Cette fonctionnalité a toutefois été retirée pour répondre aux critiques internationales sur l'intrusion dans la vie privée des utilisateurs. Officiellement, la reconnaissance faciale est aujourd'hui désactivée dans tous les marchés, le temps qu'on améliore le logiciel. Et elle ne sera jamais offerte au Canada parce que la législation ne l'autoriserait pas, a tenu à nous préciser Meg Sinclair, du service des communications corporatives de Facebook. D'ailleurs, dans notre dossier personnel, obtenu relativement facilement, la mention «Aucun modèle facial trouvé» est inscrite dans la section «Données de reconnaissance faciale».

Ce surprenant aperçu des capacités du géant numérique permet néanmoins de jauger la précision des informations compilées. Impossible, faute d'espace, de défiler la liste exhaustive dans cet article. Jetez néanmoins un oeil sur notre tableau « Obtenir ses dossiers Facebook» que vous pouvez lire en page 14; vous saurez où débusquer les principaux éléments recueillis sur votre compte.

Tout tout tout!

Tout, vraiment tout, ce que vous avez volontairement diffusé à votre sujet — même ce que vous préféreriez peut-être oublier! — s'y trouve. Emploi, ancienne flamme, résidence, sexe, anniversaire, relations, membres de votre famille, scolarité, langue, numéro de téléphone, religion, courriel, films et musiciens appréciés... Ce que vous avez dévoilé est enregistré, incluant les modifications que vous avez apportées par le passé à ces renseignements.

Aussi, si vous avez écrit quelque chose, si vous avez commenté le statut d'un ami, si vous avez publié une photo ou cliqué sur une publicité, l'information est répertoriée. La date, l'heure de toutes vos actions, même les plus anciennes, sont notées.

Il y a plus. Les noms des personnes qui n'ont pas répondu à vos demandes d'amitié, la marque de votre ordinateur, les événements auxquels vous participez, le jour où vous avez consulté le journal d'un autre, des coordonnées géographiques de lieux visités... « Nous

recevons des données à votre sujet à chaque fois que vous entreprenez une action dans Facebook», note l'entreprise dans sa Politique d'utilisation des données.

Et vous n'êtes pas seul maître à bord! «Nous pouvons recevoir des informations vous concernant par le biais de vos amis, par exemple lorsqu'ils téléchargent vos coordonnées, publient une photo de vous, vous identifient sur une photo, dans une publication ou dans un lieu, ou vous ajoutent à un groupe. Les personnes qui utilisent Facebook peuvent enregistrer et communiquer les informations dont elles disposent à votre propos ou à propos d'autres personnes [...].»

« Nous recevons également d'autres types d'informations vous concernant», lit-on. Ah oui? Des exemples? «Lorsque vous publiez des informations telles que des photos ou des vidéos sur Facebook, nous pouvons recevoir des données supplémentaires (ou métadonnées), comme l'heure, la date et l'endroit où vous avez pris la photo ou la vidéo.»

Mais encore? «Nous recevons les données de l'ordinateur, du téléphone portable ou de tout autre appareil que vous pouvez utiliser pour accéder à Facebook [...]. Cela peut comprendre votre adresse IP [NDLR : permet d'identifier la machine] et d'autres informations comme votre fournisseur d'accès à Internet, le lieu, le type de navigateur que vous utilisez ou les pages que vous consultez.»

Facebook butine parfois, en outre, chez des «partenaires », des « clients publicitaires » ou « d'autres tiers ». Les données ainsi amassées «nous permettent de diffuser des publicités plus pertinentes, de mieux comprendre la façon dont les gens utilisent Facebook et, de manière générale, d'améliorer les services que nous proposons», justifie l'entreprise.

Politique d'utilisation des données de Facebook : www.facebook.com/about/privacy/

UN ELDORADO POUR LES SPÉCIALISTES EN MARKETING

10 novembre 2012

Le Soleil

Baptiste Ricard- Châtelain

La connaissance fine des habitudes, des préférences, du statut social ou du lieu de résidence a une grande valeur. Elle permet le «ciblage» des clients potentiels qui seront plus sensibles aux messages

Le «modèle Facebook» pourrait devenir un eldorado pour les publicitaires en manque d'astuces afin de charmer le consommateur de plus en plus perméable à leurs roucoulaudes.



Vrai que le réseau social recueille beaucoup de données personnelles sur ses utilisateurs, convient le professeur Jean-François Guertin, responsable de la maîtrise en administration, concentration communication marketing, à l'Université de Sherbrooke. «C'est sûr que l'outil, ou le médium, électronique permet l'accumulation de ce genre d'informations. C'est un outil performant qui emmagasine l'information sur l'individu.»

Cette connaissance fine des habitudes, des préférences, du statut social, du lieu de résidence a une grande valeur. Elle permet le «ciblage» des clients potentiels qui seront plus sensibles aux messages. Car l'urbain moyen est exposé à 2000, 3000 publicités chaque jour, dont la majorité ne le touche pas, ne le vise pas. «On se fait une espèce de carapace en tant que consommateur.» Mais Facebook — comme plusieurs autres sites Web qui nous analysent — pourrait franchir cette chape d'indifférence. Comment? Un exemple : vous marchez sur la Grande Allée, à Québec. Un restaurateur du coin manque de clients. Il fait diffuser une publicité aux utilisateurs qui se trouvent à proximité en leur offrant un rabais à utiliser rapidement. Bon pour le commerce, bon pour le consommateur, remarque M. Guertin.

«Amis» appâts

Mieux, un annonceur utilise votre réseau social, vos amis, pour vous appâter. L'humain a tendance à se regrouper avec des congénères qui partagent des goûts similaires, enseigne l'universitaire. Facebook vous envoie donc un message du type : «Savais-tu que ton ami aime tel livre, telle musique, telle cause?» Vous risquez fort d'y voir de plus près. «Non seulement la publicité est personnalisée, mais elle est aussi dans un réseau de gens qui nous ressemble.»

C'est le paradis du spécialiste en marketing? «Cette dimension sociale s'avère très prometteuse», répond Jean-François Guertin. Les publicitaires s'attendent à améliorer leur «efficacité» grâce aux nouveaux outils.

Le plan d'affaires de Facebook repose d'ailleurs sur la collecte d'un maximum de données sur les habitués et leur revente aux annonceurs. Dans son plus récent rapport trimestriel, l'entreprise déclare des revenus de 1,26 milliard \$ dont 1,09 milliard \$, 86 %, provient de la publicité.

«Nous pouvons associer votre ville actuelle, vos coordonnées GPS et d'autres informations géographiques pour, par exemple, vous informer et informer vos amis de la proximité de personnes, d'événements ou de bons plans qui pourraient vous intéresser. Nous pouvons également recueillir des données vous concernant pour vous diffuser des publicités mieux adaptées à votre profil», expose justement Facebook dans sa Politique d'utilisation des données. «Nous pouvons utiliser les informations que nous recevons à votre sujet [...] pour mesurer et comprendre l'efficacité des publicités que nous affichons et pour diffuser des publicités qui vous concernent plus pertinemment.»

Pause ou rupture?

10 novembre 2012

Le Soleil

Baptiste Ricard- Châtelain

Un bon matin, vous constatez que votre réseau social préféré ne vous comble plus. Ça y est, c'est fini! Vous fermez votre compte Facebook. Êtes-vous certain que vous avez effacé vos informations personnelles?

UNE PAUSE POUR RÉFLEXION

Il est possible de désactiver votre compte, le temps de prendre du recul. «Les autres utilisateurs ne voient plus votre journal, mais nous n'effaçons pas vos informations», avertit clairement la Politique d'utilisation des données de Facebook. «La désactivation d'un compte équivaut à nous indiquer de ne pas supprimer les informations, car vous souhaitez peut-être à l'avenir réactiver ce compte. Vos amis vous verront toujours dans leur liste d'amis.» Comment «désactiver»? Dans l'univers Facebook, cliquez sur la flèche blanche en haut, à droite. Rendez-vous dans la section «Paramètres du compte», puis reclic sur «Sécurité», à gauche. Fouillez un peu, le lien est au bas.

RUPTURE DÉFINITIVE

C'est sérieux. Votre relation ne peut plus revivre. «Lorsque vous résiliez un compte, il est supprimé de façon permanente de Facebook», rapporte la Politique d'utilisation des données. «Un délai d'environ un mois est nécessaire pour supprimer un compte, mais certaines informations peuvent rester dans des copies de sauvegarde et dans des journaux d'activité jusqu'à 90 jours.» Certaines données survivront toutefois, par exemple si un ami a conservé un de vos messages.

www.facebook.com/help/delete_account

UN JEU DONT ON A ACCEPTÉ LES RÈGLES

10 novembre 2012

Le Soleil

Baptiste Ricard-Châtelain bricard@lesoleil.com

Vous le saviez. Ne jouez pas la comédie en vous offusquant de la collecte importante par Facebook de données personnelles vous concernant. Vous y avez expressément consenti lorsque vous vous êtes inscrit! Bien entendu, sauf exception, vous n'avez pas lu le volumineux contrat, vous n'avez pas soupesé le pour et le contre avant d'accepter les conditions de l'entreprise. Outre des fanatiques et des universitaires, la plupart des internautes offrent leur consentement sans le consulter.

Le titulaire de la Chaire de l'Université de Montréal en droit de la sécurité et des affaires électroniques, Vincent Gautrais, l'a parcouru. Juridiquement, «le consentement est supposé protéger l'individu». Il est toutefois perverti puisque peu consultent la documentation copieuse, souvent mal foutue. «Ça devient un moyen de protéger les compagnies, de protéger Facebook.» Elle pourra toujours prétendre que ses adeptes maîtrisent les règles du jeu.

Le professeur Gautrais ne s'inquiète néanmoins pas de l'utilité première des informations compilées. Il est légitime pour l'entreprise de financer ses activités en vendant de la publicité. «Ce n'est pas tellement ça qui me fait peur. C'est plutôt l'utilisation des données qui peut être faite quand elles sont vendues à d'autres sites.»

En 2009, le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada a forcé la main au géant américain. «Facebook communique des renseignements personnels aux tiers développeurs d'applications, comme des jeux, des questionnaires et des petites annonces, pour la plateforme Facebook. Il y a plus de 950 000 développeurs d'applications provenant d'environ 180 pays», critiquait le chien de garde. Aujourd'hui, le réseau social peut toujours échanger des informations privées, mais il doit soit obtenir votre accord, soit enlever votre nom.

Principe de précaution

La Politique d'utilisation des données révèle que, si vous donnez votre autorisation, Facebook fournit des détails à ses partenaires commerciaux : «Lorsque vous vous connectez à un jeu, une application ou un site Web, par exemple en accédant à un jeu, en vous connectant à un site Web [parfois appelé «Application» ou «App»] à l'aide de votre compte Facebook ou en ajoutant une application à votre journal, nous leur communiquons vos informations de base, qui incluent votre identifiant utilisateur, ainsi que les identifiants de vos amis [ou la liste de vos amis] et vos informations publiques.»

Les technologies évoluent rapidement, plus rapidement que l'encadrement réglementaire, ajoute Vincent Gautrais. « On devrait appliquer un principe de précaution.» Et les entreprises du cyberspace devraient être totalement transparentes quant à l'usage qui est fait des données personnelles amassées.

En terminant, conseil du prof de droit : n'oubliez pas que tout ce que vous écrivez, publiez sur Facebook devant un auditoire — vos dizaines d'amis sont un auditoire — peut servir en cour. Facebook n'est pas privé.

Comment obtenir des copies de ses dossiers Facebook?

Il suffit de demander. Mais, encore faut-il savoir où se rendre dans le réseau social labyrinthique pour effectuer cette requête.

Baptiste Ricard-Châtelain

10 novembre 2012

Le Soleil

Comment obtenir ses dossiers Facebook

Nul besoin de monter sur vos grands chevaux et d'invoquer les lois québécoise et fédérale sur la protection des renseignements personnels détenus par les entreprises... C'est ce que nous avons d'abord fait! La réponse à la fois courte et exhaustive à notre revendication est arrivée du service des communications corporatives, par courriel : «Tous les utilisateurs de

Facebook peuvent télécharger leurs informations personnelles directement à partir du site», écrit Meg Sinclair, la porte-parole anglophone déléguée pour nous aiguiller. Le populaire réseau social a simplifié la démarche, puisque la législation oblige les compagnies à rendre accessibles les dossiers privés qu'elles constituent.

Voici où se cache une des sections pertinentes dans Facebook :

Ouvrez le site, cliquez sur la petite flèche blanche, en haut à droite, puis rendez-vous dans «Aide».

Sélectionnez ensuite, au bas, «Consulter les pages d'aide».

À gauche de la nouvelle page, choisissez «Confidentialité».

Enfin, dans le nouveau menu qui s'affiche, posez votre curseur sur «Accès à vos informations Facebook».

Histoire de simplifier l'exercice, vous trouverez ci-dessous les directives pour obtenir copie des données vous concernant. Facebook lance une mise en garde à ceux qui téléchargeront leurs renseignements personnels : «Attention : ce fichier contient des informations de nature sensible. Vous devriez le protéger lors de l'enregistrement, de l'envoi ou du transfert vers un autre service.»

1 HISTORIQUE PERSONNEL

L'historique personnel relate tout ce que vous avez écrit, les photos sur lesquelles on vous a identifié, vos contacts, vos mentions «J'aime», le moment de l'ajout d'un ami, les messages laissés dans votre journal, les endroits où vous avez indiqué vous trouver, etc. En somme, vous y découvrirez toutes vos activités courantes dans l'univers Facebook. L'heure et la date de vos allées et venues y figurent. Le tout, depuis l'ouverture de votre compte.

COMMENT LE TROUVER

- Accédez à votre section privée, votre journal, en cliquant sur votre nom, en haut à droite.
- Sous votre photo de couverture, il y a un bouton «Historique personnel». Clic.

2 ARCHIVE

Plus détaillée, votre archive vous dénuade un peu. Coordonnées, liste d'amis, les invitations à des événements auxquelles vous avez répondu, les messages envoyés et reçus (même en privé), tous les commentaires que vous et vos amis avez faits concernant les publications d'un journal ou les photos d'un autre, la liste des groupes auxquels vous adhérez, divers autres contenus.

COMMENT L'OBTENIR

- En haut, à droite, cliquez sur la petite flèche blanche, celle que vous activez lorsque vous voulez quitter Facebook.

- Un menu apparaît : choisissez «Paramètres du compte».
- Une page exhibant, entre autres, votre nom, votre courriel et votre langue s'affiche. En bas, sous cette liste, vous lisez «Téléchargez une copie de vos données sur Facebook». Clic.
- Vous voyez le lien «Créer mon archive»? Reclie.
- Vous n'obtiendrez pas les informations sur-le-champ. Quand le fichier sera prêt, vous recevrez un avis par courriel. Nous avons récolté notre copie le jour même.

3 ARCHIVE ÉTENDUE

Il ne reste plus grand-chose de caché! Ici, tout est noté. Vous souvenez-vous que le vendredi 15 juin 2012 à 10h59, vous avez vérifié votre compte? Facebook l'a consigné, tout comme elle a noté que vous vous êtes déconnecté deux minutes plus tard, à 11h01, le même jour. L'entreprise a aussi enregistré l'adresse électronique permettant d'identifier avec quel ordinateur ou quel téléphone cellulaire vous vous êtes branché, le nom de votre logiciel de navigation sur le Web, le système d'exploitation de votre machine... On y inscrit également sur quelles publicités vous avez cliqué, les sujets de ces pubs, les événements (nom, date, lieu, heure...) auxquels on vous a invité et votre réponse, vos liens familiaux, les noms des personnes qui vous ont envoyé un «Poke» pour vous saluer (date et heure), les noms des «amis» que vous avez rayés de votre compte, des coordonnées géographiques de géolocalisation... Il y a même une section «Données de reconnaissance faciale» pour vous reconnaître dans les photos publiées par d'autres — un service non accessible au Canada parce que la loi l'interdit, dicit une porte-parole de Facebook.

COMMENT L'OBTENIR

- Vous suivez les directives détaillées précédemment pour accéder à votre archive. Mais vous n'optez pas pour le lien «Créer votre archive».

Regardez juste en dessous. Vous pouvez cliquer dans le texte sur les mots «Archive étendue». Clic.

- Encore une fois, vous devrez poireauter un peu. Lorsque le fichier sera prêt, Facebook vous enverra un courriel. Si vous ne voyez pas passer ce message, revenez au même endroit ultérieurement, là où vous avez commandé votre archive. Lorsqu'elle sera terminée, vous pourrez la télécharger.