

# Google+/Google-

Le pire et le meilleur – 2<sup>ème</sup> partie

Laurent Hanaud

Dans la Lettre n° 90 de l'hiver 2013, nous avons présenté les bons côtés des principales applications de l'écosystème Google. Rappelons que celui-ci repose sur 208 applications ou services (liste complète sur <http://www.webrankinfo.com/google/produits.php>), plus ou moins reliés entre eux par un système d'identification unique de ses utilisateurs.

Google a ses défenseurs qui arguent la performance de ses services facilitant la vie des internautes.

Mais il a aussi ses détracteurs qui avancent leurs arguments.

Y aurait-il une face obscure ?

Essayons d'y apporter des éléments de réponse en parcourant les principaux services et applications.

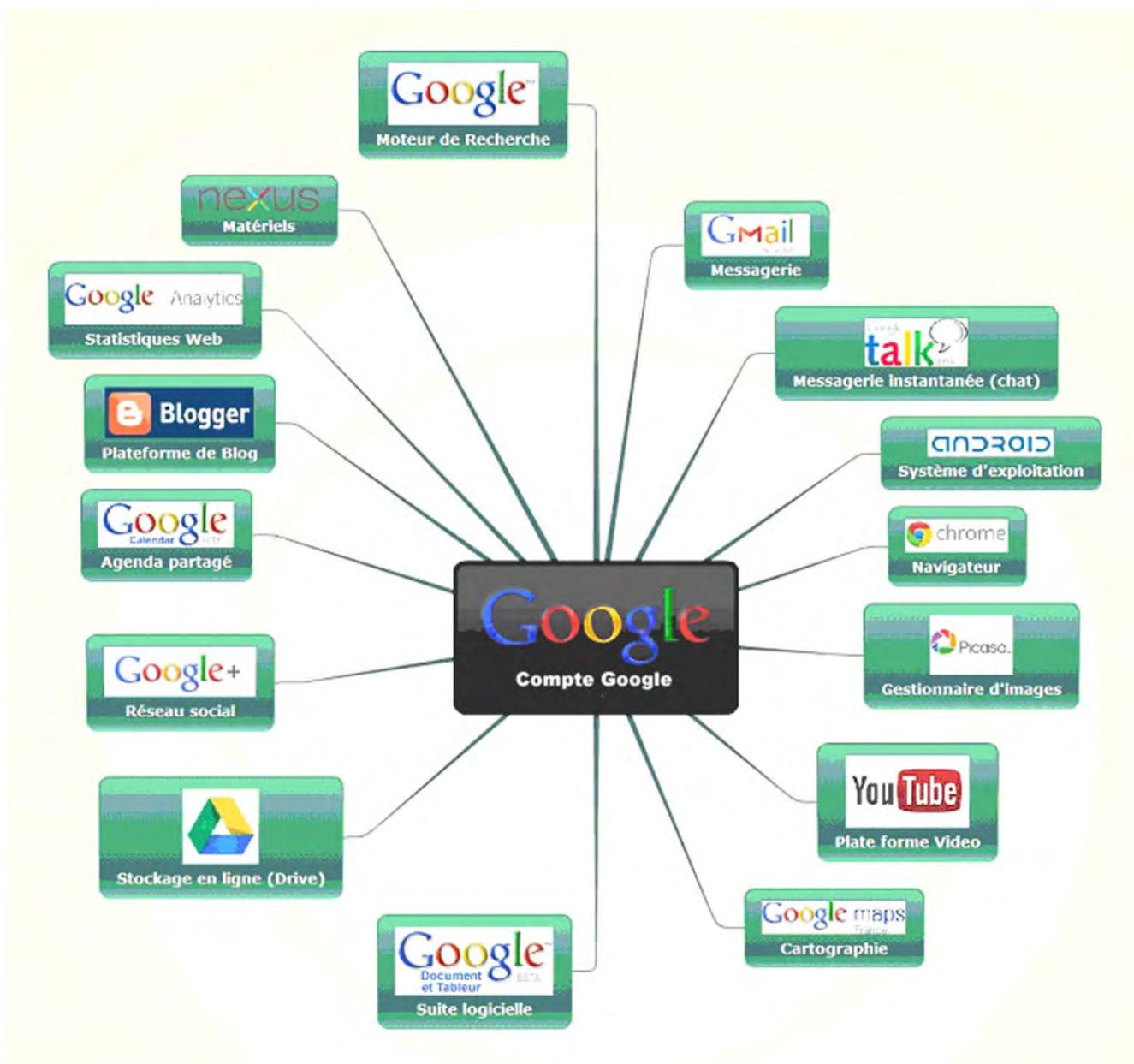


Fig. 1 L'écosystème Google.

## Produits et services

### Le moteur de recherche

Aujourd'hui, le moteur de recherche Google est incontournable. Son succès résulte de son fameux système de classement, le « Page Rank ». Il s'agit d'un algorithme d'analyse des liens permettant de les classer dans les résultats de recherche et d'évaluer ainsi la popularité d'un site sur une grille de 0 à 10. Cet algorithme est une marque déposée et il évolue selon la stratégie de Google.

Or bon nombre de spécialistes reprochent la dépendance des entreprises à cette évolution.

Qu'en est-il ?

Le Page Rank était déterminé, principalement, par le nombre de liens pointant vers une page web, les BackLinks. En 2010, Google intégra un critère de base sur les conditions de vitesse de chargement des pages. Il faut dire que bon nombre de référenceurs ont abusé du système en améliorant artificiellement la performance du page rate par différentes techniques telles que la vente de backlinks, le « Google Bombing », le « keyword stuffing ». Par conséquent Google a réagi en faisant évoluer son algorithme de recherche.

Mais cela n'est pas sans conséquence sur les résultats. Ainsi, suite au déploiement de « Google Panda », certains sites ont vu leur trafic diminuer de moitié et d'autres l'inverse. Ce nouvel algorithme privilégierait les sites au contenu de qualité et, à l'opposé, pénaliserait ceux au contenu non pertinent. Se retrouvent classés dans cette seconde catégorie les sites agrégateurs de contenu, les comparateurs de prix ou les annuaires. Alors sur quelle base, identifier un contenu de qualité et un contenu pertinent. Google n'en donne aucune définition.

De plus la « sélection » ne s'effectuerait pas uniquement sur la recherche mais aussi sur la divulgation des informations. Ainsi la presse évoque que la compagnie aurait défini 57 signaux tels que la moyenne de recherche, l'OS, la localisation et autre, pour filtrer les résultats.

Cela signifie que sur une même requête, deux utilisateurs différents, n'obtiendraient pas la même liste de résultats. C'est ce qu'on appelle le « Filter Bubble », où chacun ayant sa propre information, se retrouverait dans sa bulle.

Peut-on considérer ce fait comme du service personnalisé ? À chacun sa réponse.

Mais il est facilement compréhensible que Google est plus enclin à concevoir des stratégies de recherches et de divulgations favorisant ses services de publicité en ligne que sont Adwords et Adsense, les deux piliers de son modèle économique.

Bref plus que jamais, les entreprises et internautes n'auront autant été dépendants des systèmes de classement de Google.

### La messagerie Gmail et le carnet d'adresse

Février 2013 ; Microsoft lançait sa nouvelle messagerie « Outlook.com » avec le slogan suivant :

**« Outlook.com considère que votre vie privée n'est pas à vendre ».**

Pourquoi un tel slogan ? En fait Microsoft vise très clairement son concurrent direct Gmail. Et d'affirmer que Google pratique systématiquement l'analyse des emails à des fins publicitaires. Voyez comme notre concurrent est peu soucieux de la vie privée des internautes.

La réponse ne s'est pas fait attendre. Si Google peut proposer des services gratuits, c'est tout simplement que la publicité supplée au paiement de ces services. Réponse du berger à la bergère ; Scroogled<sup>1</sup>.



Fig. 2 Pétition contre l'analyse des mails.

Que faut-il en penser ?

Les données individuelles ont de la valeur, et à ce titre il ne faut pas être étonné qu'elles puissent attirer toutes les convoitises.

Ce n'est pas un secret. Google a un Business Model reposant sur un principe très simple ; gratuité des services contre publicité.

En l'occurrence avec Gmail c'est le ciblage qui est recherché. Plus j'analyse finement les messages, mieux je cible et par voie de conséquence plus j'ai d'informations à valeur ajoutée à proposer aux annonceurs. Ainsi je me démarque de la concurrence. Et c'est d'autant plus facile, que j'ai mon propre moteur de recherche me permettant de naviguer dans ma propre messagerie. On est prévenu.

<sup>1</sup> De « scrooge » en anglais Grippe-sous.

## Le système d'exploitation Android

Le système d'exploitation Android domine de plus en plus le marché. Selon les chiffres publiés par Strategy Analytics, il s'est vendu, durant le quatrième semestre 2012, 152 millions de smartphones Android dans le monde, ce qui représente 70 % des ventes ; succès absolu à ce jour. Il est clair que son faible coût, que son intégration complète avec les autres applications de Google ainsi que l'offre de plates formes tel que Google Play sont à l'origine de cet engouement. Donc produit génial ?

Regardons-y d'un peu plus près.

Tout d'abord, lors de la première mise en route pour initialiser la messagerie, le carnet d'adresse, les contacts, il y a obligation de créer un compte Google. En soit, ce n'est pas un problème. Mais si un utilisateur est allergique au Cloud, et qu'il ne veuille pas utiliser un compte sur un serveur externe, il lui est alors impossible d'utiliser le carnet d'adresses et les contacts. De plus lors de la création du compte il peut être demandé le numéro de téléphone du portable, ce à quoi met en garde la CNIL, puisque : « *Les numéros de téléphone constituent des données à caractère personnel au sens de l'article 2 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée ; en conséquence, lorsque les numéros appelés sont enregistrés ou traités dans un fichier informatique, l'opération qui en est ainsi faite constitue un traitement automatisé de données à caractère personnel soumis aux formalités préalables prévues par le chapitre IV de la loi du 6 janvier 1978 modifiée* »<sup>1</sup>.

Lors d'une interview radiophonique, un représentant de la CNIL, prônant la vigilance, disait très clairement : « *Ne donnez pas votre numéro de téléphone à n'importe qui* ».

Question : Google est il n'importe qui ?

A chacun d'en juger !

Mais son Business Model est connu, et les recommandations de la CNIL aussi<sup>2</sup>. « *Ne communiquez votre numéro de téléphone que lorsque cela vous paraît nécessaire. Soyez vigilants lorsque vous utilisez des services de personnalisation de portables (logos, sonneries...) ou lorsque vous participez à des jeux par envoi de SMS.* ».

La gêne est que lorsqu'un adolescent veut télécharger un jeu à partir de n'importe quelle plateforme, il est obligé de fournir son numéro de téléphone. Ce n'est pas que cela lui paraît nécessaire, mais il ne peut pas faire autrement.

Autre point important propre au smartphone, les logiciels espions. Depuis trois ou quatre ans, fleurissent des applications permettant à un tiers d'écouter les conversations, de lire les SMS, de localiser en temps réel. Citons Flexi Spy, Mobile Spy, GSM Digital Spy etc. La vente de tels produits est régie par l'article 226.3 du code pénal spécifiant que toute installation du produit doit avoir l'autorisation du propriétaire. Le faire à l'insu de ce dernier sans son consentement est illégal et peut être sanctionné de 45 000 € d'amende et d'un an de prison (article 226.1 du code pénal).

Comment s'en prémunir ? Sur un iPhone, la mise en place d'un logiciel espion impose que l'appareil ait été au préalable « jailbreaké ». Il y a donc une trace qui devrait mettre la puce à l'oreille.

En revanche, sur Android il n'existe aucune mesure en natif, prévue dans l'OS. La seule protection réelle est l'installation d'un anti-virus. Encore faut-il qu'il soit capable de détecter le logiciel espion installé.

## Le navigateur Chrome

Google Chrome a beaucoup influencé les autres navigateurs avec son style épuré. Les performances des uns par rapport aux autres ont régulièrement évolué. Il n'y pas grand intérêt à mesurer la performance d'Android par rapport à ses concurrents.

En revanche, cela permet de synchroniser différentes informations concernant les favoris, les thèmes, les réglages dans le compte Google. C'est très pratique. Cela se fait instantanément grâce à ce compte. Mais attention, ce dernier centralise beaucoup d'informations, dont le traçage des recherches. D'ailleurs dans son contrat, « Google chrome » n'avertit-il pas l'internaute que la compagnie se réserve le droit d'utiliser les données faisant l'objet de sa recherche, à des fins de référencement ?

## Le gestionnaire d'image Picasa

Picasa, même s'il a des fonctions de gestion d'image est avant tout un outil de partage. Sur ce marché, la concurrence est rude. En 2011 on dénombrait une vingtaine de sites ; en 2012, ils étaient déjà plus de cinquante. Citons à titre d'exemple, Flickr, Piwigo, Joomeo, Jiwix, Zaclys, Comboost, Instagram.

Constatant cet engouement, la CNIL a commandé une étude auprès de la SOFRES pour comprendre les pratiques des internautes en matière d'échanges de photographies. Celle-ci a été réalisée en novembre 2012 sur un panel de 1 554 individus âgés de 13 ans et plus. Qu'en est-il ?

<sup>1</sup> Norme simplifiée n° 47 parue au journal Officiel n° 50 du 1 mars 2005.

<sup>2</sup> On ne peut que recommander le guide de la téléphonie de la CNIL

Une fonction importante de l'outil de partage est le marquage, c'est-à-dire la possibilité d'associer une image à une personne. Un peu plus de 40 % des internautes marquent les photos. Cela peut monter à 89 % chez les 18-24 ans. Seulement 34 % demandent systématiquement la permission de mise en ligne à la personne photographiée.

Autre fonction qui porte le débat ; la reconnaissance faciale. Si 26 % des internautes la trouvent pratique, 41 % la considèrent très gênante. Et ce sentiment est d'autant plus renforcé que :

- « Seuls 38 % déclarent savoir exactement qui a accès aux photos ;
- 73 % s'inquiètent que des personnes tierces les utilisent à leur insu ;
- 60 % pensent que les paramètres ne leur procurent pas le niveau de confidentialité souhaité. »

Picasa peut-il rassurer ?

L'outil de partage Google, depuis la version 3.5 dispose de la reconnaissance faciale. À partir de son compte Google, il suffit d'ouvrir un album dans « Picasa Album Web ». Pour activer la fonction, reste, à travers les paramètres de confidentialité et autorisations, à cocher les tags de nom (autrement dit le marquage), puis d'affiner en donnant la possibilité d'afficher les tags ou pas selon les catégories d'album. Il est possible de lier ces tags aux comptes utilisateurs Gmail et à des noms de lieux (géo-marquage), d'autoriser ou non le téléchargement des photos.

Concernant les règles de confidentialité, ces dernières sont édictées dans « Google – Règles & Principes », avec une attention toute particulière sur le chapitre « Comment nous utilisons les données que nous collectons », dans lequel il est clairement spécifié que « Les informations personnelles que vous fournissez pour l'un de nos services sont susceptibles d'être combinées avec celles issues d'autres services Google (y compris des informations personnelles) ».

Il existe aussi des règles portant sur le contrôle du partage et des paramètres de confidentialité. Mais dans ces dernières Picasa n'est pas directement cité.

Toutes ces règles restent très globales. Bien sûr, elles peuvent évoluer, mais ce n'est pas si facile. Nous avons tous en mémoire la mésaventure d'Instagram, qui pour avoir ajouté ce petit paragraphe : « Vous acceptez qu'une entreprise ou toute autre entité puisse nous payer pour afficher votre nom et profil d'utilisateur, vos photos [...] en lien avec des contenus payants ou sponsorisés, sans que cela ne vous donne droit à une compensation » s'est vu monter une levée de boucliers, une véritable fronde des internautes. Cela revenait tout de même à autoriser Instagram de pouvoir faire n'importe quel usage des photos, dont celui de les vendre à des annonceurs.

La sanction ne s'était pas fait attendre, moins de 3,5 millions de visiteurs par jour, beaucoup d'entre eux ont menacé de fermer leur compte, à l'instar du National Geographic.



Fig. 3 Menace du retrait du National Geographic.

## La plate-forme vidéo YouTube

C'est la plate-forme de partage des vidéos en ligne. La problématique est très proche de celle de Picasa.

Toutefois, demeure une spécificité propre à YouTube, celle de la bande passante. YouTube avec sa vidéo en occuperait à lui seul 70 %.

Aussi certains opérateurs commencent à réfléchir sur de nouveaux modèles économiques consistant à faire payer plus cher l'internaute le plus gourmand. D'autres utilisent des moyens plus rudes consistant à ralentir volontairement la visualisation des vidéos. Cela reviendrait à institutionnaliser un principe de priorité dans le transfert des données. Mais bon nombre d'internautes combattent cette idée au nom du principe de la neutralité du net.

## La géolocalisation – Google Latitude – Google Maps – Google View – Google Now

Ce service de géolocalisation a été lancé en 2009. Il est interfacé avec d'autres applications telles que Google Maps, Google View ou Gmail. À l'époque Monsieur Gundotra alors vice-président en charge de l'ingénierie de Google avait présenté Latitude comme un outil très pratique permettant « *de vous reconforter en apprenant que l'avion d'un être cher a atterri sans problème malgré les conditions géographiques* ». Il est vrai qu'interconnecté avec Gmail, cet outil permet de partager sa position en temps réel avec un proche. Pratique en effet, quand on lui donne rendez-vous au restaurant.

Cependant, bon nombre d'associations de défense des libertés individuelles ne voient pas la situation aussi idyllique. Il ne faut pas oublier que le programme fonctionne avec le module GPS du mobile et de façon passive en continu, dès qu'il a été activé. Quelques secondes d'accès au mobile, suffisent à l'activer sans obligation de saisir un mot de passe. Une fois lancé, attention au risque d'espionnage aigu de vos proches. Le principe peut effrayer. Google envoie régulièrement des courriels de rappel aux détenteurs de l'application. Est-ce suffisant ?

Autre point d'inquiétude, la captation des données par les voitures Street View. En 2007, dans le cadre du programme Street View, la compagnie avait fait sillonner l'Europe entière de voitures équipées de caméras panoramiques à 360° ; la finalité étant de collecter de contenu en vue de renseigner les services Google Maps et Google View.



Fig. 4 Voiture « Street View » de Google.

Or ces voitures ne se sont pas contentées de prendre des photos du quartier. Dans le processus de collecte elles ont aussi capté les données Wi-Fi, avec les identifiants, données de connexion, échanges de courriel et ce sans autorisation préalable des propriétaires. La réaction de la CNIL ne s'est pas fait attendre. Après avoir établi des contrôles fin 2009 et début 2010, la commission fit dans un premier temps une mise en demeure en mai 2010. Ensuite, elle infligea le 17 mars 2011 une amende de 100 000 €, à l'encontre de Google, en précisant :

*« Compte tenu de la gravité des faits et du risque d'atteinte à la vie privée des utilisateurs des réseaux Wi-Fi concernés, la CNIL a mis en demeure la société, le 26 mai 2010, de cesser toute collecte de données à l'insu des personnes et de lui fournir une copie de l'intégralité des données de contenu captées sur le territoire national. Google ayant communiqué ces données de contenu, la CNIL a ainsi été la première autorité au monde à pouvoir les analyser. L'analyse menée sur ces données par la CNIL a permis de constater que Google avait enregistré, outre des données techniques (identifiants SIID et adresses MAC des points d'accès Wi-Fi), de nombreuses données concernant des particuliers, identifiés ou identifiables (données de connexion à des sites Web, mots de passe de messagerie, adresses de courrier électronique, échanges de courriels révélant notamment des informations sensibles sur l'orientation sexuelle ou la santé des personnes) ».*

Google, par la voix de son directeur protection des données personnelles, dut réagir comme suit : « *Comme nous l'avons déjà dit, nous sommes profondément désolés d'avoir collecté par erreur des données circulant sur des réseaux Wi-Fi non sécurisés. Dès que nous avons compris ce qui se passait, nous avons arrêté nos voitures Street View et en avons immédiatement informé les autorités françaises. Notre objectif a toujours été de détruire ces données et nous sommes contents que la CNIL nous en ait donné l'autorisation* ».

Mais à ce jour, Google n'a toujours pas fourni le code ayant permis cette collecte. Fin juillet 2012, la compagnie confirmait qu'elle était toujours en possession d'une partie des données de contenu collectées par les voitures Street View et s'en excusait.

Il faut dire qu'en matière de géolocalisation, elle ne s'est pas arrêtée en si bon chemin. Voici le dernier né : Google Now.

Cette application est présentée par Google comme un moteur de recherche pertinente apportant le bon résultat au bon moment, sans que l'utilisateur ait à le demander. Pour ce faire, « Now » analyse en permanence sur le mobile un certain nombre de données provenant de l'agenda, de la navigation d'internet et de la géolocalisation entre autres. L'utilisateur ne demande plus, l'application propose grâce à son « Knowledge Graph ». Elle est en mesure :

- de vous prévenir sur certains événements (circulation routière, bulletin météo, rendez-vous etc.) ;
- et de vous suggérer différents services (restaurant, concert etc.).

À première vue, cet assistant semble très sympathique. Mais en y regardant de plus près, dans son principe, certaines réserves peuvent être émises :

- la géolocalisation est permanente ;
- elle fonctionne de façon connectée avec les agendas, courriels, historique de navigation et Google + ;
- l'élément de recherche est défini par Google Now et non par l'utilisateur ;
- pour certains, ce dernier serait enfermé dans sa « Filter bubble ».

## La suite logicielle — Google docs

Google Docs est avant tout un outil de travail collaboratif, qui apporte certains avantages tels que le partage des documents, l'historique des versions, les modifications simultanées.

Il dispose d'un module de conversation en ligne. Il intègre le PDF et est directement indexé par le moteur de recherche Google.

Alors attention à la confidentialité, sans compter que les documents en ligne sont stockés sur les serveurs Google, situation pouvant devenir conflictuelle avec la politique de sécurité de certaines entreprises. C'est bien là le point faible. D'autant plus qu'en 2009, le système n'a pas été à l'abri d'un bug permettant à des internautes de consulter des documents pour lesquels ils n'étaient pas autorisés. Donc méfiance justifiée, qui n'est pas sans rappeler, certes dans un autre registre, celui du BYOD, la décision d'IBM d'interdire l'utilisation de Siri à ses employés.

Comme l'a expliqué l'un des responsables ; « *avec Siri, vous acceptez qu'Apple et l'ensemble de ses services utilisent ces informations, y compris votre voix et vos données personnelles* ». Ne peut-on pas en dire de même de Google docs ? À chacun de donner son avis.

## Le stockage en ligne – Google drive

Les offres de stockage sur le marché ne cessent de se multiplier. Google Drive propose 5 Go gratuits. Au-delà l'offre est payante. Officiellement il permet de stocker tout type de fichier. Cependant, il y a des limites. Il n'est pas possible d'ouvrir des fichiers Word de plus de 2 Mo. Il en va de même pour les feuilles de calcul Microsoft, limitées à 20 Mo et des fonctions avancées non supportées. En revanche, il existe un système de conversion automatique vers les formats Google, permettant au passage de réduire la taille des documents. Il faut avouer que les 5 Go peuvent être vite atteints. Cependant, il ne faut pas oublier que le document dans son format Google sera directement indexé par le moteur de recherche.

L'élément clé en termes de confidentialité est l'emplacement physique des serveurs. Ceux-ci étant situés aux États-Unis, tout document stocké sur Drive relève de la législation américaine.

Et en la matière, de par le Patriot Act, l'administration US a un droit de regard complet sur tous les fichiers. Par conséquent l'outil d'effacement proposé est relatif, car physiquement toute donnée enregistrée doit être conservée pour un certain temps vis-à-vis des autorités administratives. De plus, dans les conditions générales d'utilisation, il est bien spécifié :

« *En utilisant nos Services, vous acceptez que Google puisse utiliser vos données à caractère personnel conformément à ces Règles de confidentialité de Google. Nous répondons aux notifications d'atteinte présumée aux droits d'auteur et désactivons les comptes des utilisateurs ayant plusieurs fois porté atteinte à ces droits, conformément à la procédure établie par la loi américaine dénommée « Digital Millennium Copyright Act »* ». On ne peut être plus clair.

À cela, concernant la propriété des contenus, dans les CGU<sup>1</sup>, il y est spécifié que : « Certains de nos Services vous permettent de soumettre des contenus. Vous conservez tous vos droits de propriété intellectuelle sur ces contenus. Ce qui est à vous reste à vous. ». Mais d'ajouter ensuite, « *En soumettant des contenus à nos Services, par importation ou par tout autre moyen, vous accordez à Google une licence, dans le monde entier, d'utilisation, d'hébergement, de stockage, de reproduction, de modification, de création d'œuvres dérivées, de communication, de publication, de représentation publique, d'affichage ou de distribution public desdits contenus. Les droits que vous accordez dans le cadre de cette licence sont limités à l'exploitation, la promotion ou à l'amélioration de nos Services, ou au développement de nouveaux Services. Cette autorisation demeure pour toute la durée légale de protection de votre contenu, même si vous cessez d'utiliser nos Services (par exemple, pour une fiche d'entreprise que vous avez ajoutée à Google Maps)* ».

Par conséquent, Il faut retenir que d'une part, il y a bien des pratiques pour assurer la confidentialité du contenu, que l'internaute en est le propriétaire. Mais d'autre part, Google se réserve le droit non seulement d'utiliser les données de l'internaute, mais aussi de les modifier en vue uniquement d'améliorer ses services. Chacun appréciera. La CNIL, a déjà rendu son verdict : cette politique d'utilisation est non conforme au droit européen. Les autres pays européens ont suivi la position de la CNIL. Alors gare aux sanctions.

## Le réseau social – Google +

Google + a été lancé en 2011. Mais à en croire plusieurs articles de la presse, le réseau social n'aurait pas le vent en poupe. Ainsi Comscore, leader mondial de la mesure d'audience d'Internet, précisait qu'en février 2012 les internautes avaient passé en moyenne 3 minutes sur Google + contre 405 sur Facebook. Bref le succès ne semblerait pas être au rendez-vous malgré la belle ergonomie du site et son intégration avec les autres services Google. Mais c'est peut-être là que le bas blesse, l'intégration.

En effet, en janvier 2012, Google annonçait vouloir intégrer dans les résultats de son moteur, les contenus de Google + et de Picasa. Suite à cela, aux États-Unis, plusieurs acteurs majeurs de l'Internet se sont inquiétés. Ainsi l'EPIC (Electronic Privacy Information Center) soucieuse de la confidentialité des données privées n'a pas hésité à porter l'affaire devant la FTC (Federal Trade Center) pour faire vérifier par le régulateur, s'il n'y avait pas là une pratique anticoncurrentielle.

En un mot, Google serait accusé de favoriser son réseau social.

Néanmoins, au début de cette année, le régulateur américain a blanchi la société faute de preuves. Ceci dit rien n'est encore gagné. À présent, reste à convaincre la commission européenne.

De toute manière, les jeux sont loin d'être faits lorsqu'on observe l'arrivée de nouveaux venus tels que Pheed ou Snapshot. Ce dernier, avec sa fonction d'évanescence des images dans les échanges de photos, a totalement séduit les 15-25 ans, au point de faire passer Facebook pour un « Bad Brand<sup>2</sup> ». À Suivre...

## L'agenda Google

Il s'agit d'un agenda en ligne. Il faut surtout s'attacher à bien configurer les paramètres de confidentialité de l'agenda si on ne veut pas que les informations saisies soient à la vue de tous. Ceci dit, n'oublions pas que l'agenda est interfacé avec d'autres services « Google ».

Les statistiques Google Analytics/outils pour les webmasters

Google Analytics permet de suivre la fréquentation des sites. C'est un outil clé pour les administrateurs, car il fournit des informations clés sur l'état de santé des sites.

Le danger serait celui du risque de profilage. Il ne faudrait pas que ces informations puissent créer des liens entre l'identité des internautes et leur comportement ou centres d'intérêts. Il est intéressant que le pouvoir judiciaire du canton de Genève en Suisse utilise Google Analytics pour son site Web et n'a rien trouvé à dire sur ce risque. Néanmoins il conseille vivement de se déconnecter de la messagerie Gmail lors de toute navigation sur le site du pouvoir judiciaire.

## Les livres – Google eBooks

Google-eBooks ou Google livre est un moteur de recherche indexé sur des ouvrages publiés dans le monde entier. Ce dernier repose sur une numérisation préalable des ouvrages, l'objectif étant de proposer une prévisualisation des textes sur Internet. Le projet a été inauguré en 2002. Depuis, 10 millions d'ouvrages auraient été numérisés à la suite d'accords passés avec des librairies universitaires.

Le souci est que, parmi ces ouvrages, plus de la moitié est protégée par les droits d'auteur et que, pour un bon nombre d'entre eux, aucune autorisation préalable n'a été demandée. C'est bien ce qui est au cœur de plusieurs batailles juridiques, entre auteurs, maisons d'édition, gouvernements d'un côté et Google de l'autre.

<sup>1</sup> présentées sur le site Google en Mars 2013.

<sup>2</sup> Littéralement : mauvaise marque

Dans ce domaine, la compagnie a toujours argumenté sa défense sur la notion du « Fair use » ou « Usage loyal ». Ce dispositif, au cœur du système juridique américain et dont des équivalents existent dans d'autres pays, autorise la publication d'ouvrages protégés par les droits d'auteur si le caractère de l'usage répond à des fins éducatives et non lucratives. Sur ce principe, Google a pu mettre fin à des procès en trouvant des accords amiables. En revanche, en France, la compagnie a été déboutée en 2009 du procès qui l'opposait aux éditions La Martinière ; le juge de grande instance prenant sa décision sur la notion de « fait générateur du dommage » et non de « l'usage loyal ». Après avoir fait appel, un terrain d'entente fut trouvé en 2011 sur la diffusion, le droit et la rétribution des publications, mettant ainsi fin au conflit.

Quoi qu'il en soit, aujourd'hui, le guide des certifications publié par ADELI est bien référencé dans Google-eBook. On peut y feuilleter le sommaire, l'introduction et partiellement une ou deux fiches. Pour obtenir une vue complète de l'ouvrage, il suffit de le commander sur Google Play. Prémisse à un assaut du commerce en ligne, en vue de concurrencer Amazon et eBay ?

### Les services – Google Cloud Platform

Voici une activité intéressante à mentionner, celle des offres Cloud et SaaS. Google a développé des produits de plate-forme Cloud pour mettre en œuvre des solutions de stockage, de traitement de données, de Big Data, d'applications Cloud. Citons App Engine, Compute Engine, Cloud Storage, Cloud SQL entre autres. C'est un domaine où la compagnie n'intervient pas directement vis-à-vis des clients. Elle le fait par l'intermédiaire de partenaires dans le cadre du programme « Google Cloud Platform ». Non contente de gérer du contenu, elle s'intéresse aussi au contenant à travers la livraison de services de cloud.

### Les produits et matériels. – smartphones et tablettes – Google Glass – Google Car

Depuis plusieurs années, Google porte un grand intérêt aux développements de produits et matériels. Qu'en est-il ?

La compagnie participe avec des constructeurs à l'élaboration de smartphones et de tablettes équipés d'Android. Citons Asus, Samsung, HTC, Intel.

Très souvent, dans ce genre de partenariat, elle prend à sa charge l'optimisation du système pour l'adapter aux composants matériels du fabricant. Du classique, rien de bien surprenant.

Là où elle innove, c'est l'extension qu'elle fait en passant des supports classiques des technologies de l'information (PC, tablettes, téléphones) à d'autres supports et en premier lieu les lunettes. Voici Google Glass.

Google Glass est une paire de lunettes interactives équipée comme un smartphone ; processeur, mémoire, communication Wi-Fi/Bluetooth, micro, écouteurs, photo vidéo et même gyroscope et compas. Manque à l'appel la 3G, mais qu'on peut obtenir en appoint avec un téléphone. Ces lunettes disposent de tous les services Google qui viennent d'être présentés. Les applications s'en trouvent facilitées. Sans manipulation physique, uniquement par reconnaissance vocale ou tout juste avec un petit trackpad situé dans l'une des branches, il est possible, en surimpression de la vue classique, de photographeur, visualiser un itinéraire, faire une recherche sur le Web. Ceci représente une avancée certaine pour les personnes handicapées, les hommes d'affaires pressés dans les transports ou encore les équipes de secours lors d'accidents et de catastrophes naturelles. Mais après avoir brossé ce portrait quelque peu flatteur, il n'en demeure pas moins que des appréhensions se font jour, surtout dans le domaine de la vie privée.

À partir du moment où toute image et toute conversation peuvent être enregistrées « on line » sur des serveurs de Google, il y a un risque certain que cela se fasse à l'insu des personnes observées.

Premières d'entre elles à monter au créneau pour dénoncer ce danger, les politiciens, et ce quelle que soit leur nationalité. Et tous de dénoncer cet état de fait, voir de prendre des mesures pour en encadrer l'utilisation.

A titre d'exemple, aux États-Unis, un député de la chambre des représentants a déposé un projet de loi pour interdire leur utilisation en voiture, invoquant le fait que le dispositif occultait une partie de la vue. Et des particuliers suivent le mouvement à travers notamment le collectif « Stop the Cyborgs ». Ce dernier se donne pour mission « d'empêcher un futur dans lequel la vie privée est impossible et le contrôle des entreprises total », la problématique n'étant pas uniquement technologique mais aussi comportementale. Ainsi certains cafés sur la côte est des États-Unis n'hésitent pas à interdire le port des lunettes dans leur établissement en le faisant savoir par affichage de logos distinctifs.

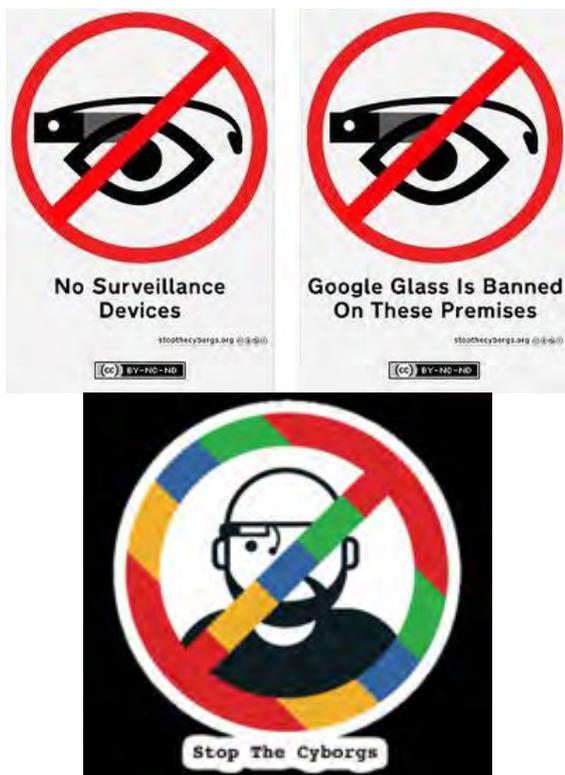


Fig. 5 Logos signalant l'interdiction du port de Google Glass.

Et que dire sur la santé, avec un Wi-Fi fonctionnant en permanence près du cerveau !

Alors que ces lunettes ne sont pas encore commercialisées, force est de se demander si l'on n'assiste pas tout simplement à une « technopanique<sup>1</sup> » autour de celles-ci.

Un autre projet est en cours de réalisation, celui de la voiture autonome appelée aussi « Google car ». Il s'agit d'un véhicule pouvant rouler sans chauffeur.

Pour cela elle dispose d'un pilotage automatique fondé sur :

- un « Lidar » ou système de télédétection au laser posé sur le toit ;
- un capteur de mouvement ;
- un radar ;
- et une caméra.



Fig. 6 Google Car.

Google espère pouvoir la commercialiser d'ici 5 ans. Elle est déjà opérationnelle dans 3 États américains. Restera à fixer le prix.

## De nouveaux dangers ?

### Google : une capacité d'innovation hors pair

Il est impressionnant de voir la capacité de l'entreprise Google à innover, ainsi que la vitesse à laquelle elle le fait, et ce, à partir des besoins et des services qu'elle imagine pouvoir rendre. Jamais l'intégration donnée/objet n'aura été aussi forte. Il y a encore peu de temps, les données se voyaient confinées au sein des ordinateurs et centres de calcul.

Aujourd'hui avec les réseaux, elles pénètrent toute sorte d'objets, rendant ces derniers plus intelligents dans leur utilisation ; la forme la plus aboutie étant pour l'heure l'assistant prédictif supporté par Google-Now à travers les smartphones et Google-Glass. Voilà un petit appareil en mesure de vous interpellé pour, compte tenu de l'état de la circulation constaté, vous recommander de prendre tel itinéraire plutôt que tel autre afin d'éviter tout retard à votre rendez-vous. Quelque part, c'est cela la révolution Google.

Et il faut s'attendre à une multiplication des applications. Déjà, à Fukushima des Google-Cars sont entrées en action pour faire des missions de repérage dans les zones irradiées. Samsung, pour sa part, s'intéresse très fortement à l'application d'Android dans la domotique.

Mais, comme cela a déjà été évoqué à plusieurs reprises, le système a aussi ses revers.

À titre personnel, je ferais trois constats majeurs qui me semblent bien caractériser l'évolution sociétale.

<sup>1</sup> Terme utilisé par Jeff Jarvis de « Buzzmachine » dans ; « I see you: The technopanic over Google Glass ».

## Où la compagnie choisit pour vous

Rendons-nous sur la première figure en début d'article ; l'écosystème Google. Celui-ci se présente comme une étoile de services avec en son centre un élément clé : le « compte Google ». À travers lui, donc de vous-même, toutes les informations, traitées par les différents services, peuvent être mises en relation les unes avec les autres. Google peut intégralement disposer de votre « Bio ».

Ce à quoi il sera en mesure de vous apporter des services plus innovants non seulement à vous-mêmes, mais aussi à des tiers qui vous sont inconnus.

Dans ces conditions, que faire si le compte ne vous intéresse plus ? Si cela vous rend allergique au Cloud ? Vous auriez peut-être aimé conserver un simple système de réconciliation entre votre smartphone et votre PC, à la manière du bon vieux « Palm Desktop » ?

Et bien peine perdue, ce n'est plus dans l'air du temps. Google dans son principe, impose ce qui lui convient.

Il ne vous demande rien. C'est gratuit.

Mais, revers de la gratuité, vous ne décidez de rien non plus. Et s'il veut arrêter un service, il le fait unilatéralement avec lui-même. Depuis 2011, près de 70 produits ont été retirés du catalogue. La manière dont ont réagi les internautes à l'annonce de l'arrêt de Google Reader est très symptomatique. C'est cela aussi le nouveau modèle économique. On est bien loin du client roi des années soixante-dix. Et bon nombre d'acteurs suivent. Dernier en date, Microsoft avec Windows 8. Bref, la gratuité est toute relative. Les entreprises savent très bien en user.

## En se souciant peu de votre intimité

Le deuxième constat a été évoqué par Monsieur Alex Turk<sup>1</sup>.

Alors qu'il était encore président de la CNIL, lors d'un débat parlementaire<sup>2</sup>, il évaluait la situation comme suit : « *La technologie évoluant sur des cycles de plus en plus courts, l'individu se sent dépassé par l'évolution de cette dernière. La géolocalisation est devenue à ses yeux un problème majeur car elle repose sur différents vecteurs, biométrie, vidéosurveillance, carte bancaire, Pass navigo, réseaux sociaux etc.*

*On peut être inquiet de leur synergie, car il n'existe aucune autorité pour la juguler. Et même si la CNIL avait l'autorité nécessaire, il lui faudrait un budget bien plus important pour être efficace. De plus, cette situation ne va pas aller en s'améliorant avec l'arrivée des nanotechnologies. Celles-ci permettront de concevoir des systèmes furtifs pour entendre et écouter. La conséquence est que toute personne n'aura plus la garantie de son incognito. Le droit à l'intimité ne sera plus assuré. Cette notion aura disparu. L'individu s'auto formatera par anticipation ».*

Depuis ce débat, dans le cadre du projet « Mobilitics », la CNIL et l'INRIA viennent de développer un outil capable de détecter et d'enregistrer les accès à des données personnelles sur un smartphone.

Ils ont ainsi équipé 6 iPhone (le produit fonctionnant actuellement sur IOS). Pendant trois mois, des membres de la CNIL ont utilisé les appareils. Le résultat est éloquent :

- 9 Go de données récoltées ;
- 189 applications utilisées ;
- 76 événements par jour et par volontaire ;

« *La géolocalisation reine des applications sur smartphone* ».

Un deuxième test sera effectué avec Android. Les résultats sont attendus avec impatience.

## Pour vous livrer des services favorisant l'addiction ?

Enfin le troisième constat est le risque d'addiction aux outils numériques. Bien entendu, ce phénomène n'est pas spécifique à Google, mais en tant qu'acteur majeur dans les nouvelles technologies, en faisant évoluer de plus en plus rapidement ses produits et services, en sur-abreuvant les utilisateurs d'informations, n'a t'il pas fait émerger une nouvelle dépendance ?

Ainsi bon nombre de personnes se sentent obligées de consulter en permanence leur messagerie de peur de passer à côté d'une information clé. Ce phénomène appelé FOMO (Fear Of Missing Out ou en français l'angoisse de manquer quelque chose) est une conduite d'addiction nécessitant des soins. Il relève du même comportement que celui que l'on connaît à propos des jeux ou des achats. Ce point est suffisamment pris au sérieux, pour qu'il y soit fait mention.

<sup>1</sup> Ancien président de la CNIL et actuel sénateur du Nord.

<sup>2</sup> Débat parlementaire de Septembre 2010.

## Conclusion

Pour le commun des mortels, Google a été très longtemps perçu comme l'entreprise qui proposait un moteur de recherche. Mais depuis 2002, cette entreprise a su diversifier ses produits à coup de rachats et de développement.

En se donnant pour mission « *d'organiser l'information à l'échelle mondiale et de la rendre universellement accessible et utile*<sup>1</sup> », elle a su créer des services en ligne pour y parvenir. Cela n'a pas été sans heurt.

Elle inspire aussi la crainte et la méfiance concernant les questions de vie privée, de propriété des informations ; pour preuve des poursuites judiciaires évoquées précédemment.

Serait-elle donc Docteur Jekyll ou Mister Hyde ?

À chacun d'en décider.

Une chose est sûre. Jusqu'à présent, dès que la ligne jaune semblait être franchie, elle a toujours su négocier ses difficultés, le plus souvent par d'habiles négociations ; trois pas en avant, puis un, voir deux en arrière, comme elle a pu le démontrer vis-à-vis des éditions Lamartinière.

Aujourd'hui, non seulement elle est devenue un acteur incontournable de l'Internet, mais à partir de cette situation, il est aussi intéressant de constater qu'elle a commencé à investir le monde industriel pour le modeler sous un nouvel angle, par ses soins.

Les produits Google cars et Google glass n'en sont que les premiers témoins. Ce phénomène devrait s'amplifier dans un proche avenir, notamment avec le développement des nanotechnologies.

Un tel mouvement où le secteur du numérique encadre et formate celui de l'industrie est totalement nouveau.

Il ne peut que renforcer Google dans sa stature de leader du marché.

Résultat des courses, l'inquiétude se fait sentir cette fois-ci de la part de ses concurrents ; ces derniers craignant une position dominante sur le marché.

Pour preuve, la plainte déposée à Bruxelles par la coalition « FairSearch<sup>2</sup> » à son encontre.

Faut-il y voir un combat des chevaliers Jedi contre le dangereux Dark Vador ?

Bien nous en garde ; mais encore une fois, à chacun de voir, compte tenu des enjeux et des risques qu'il estime encourir sur sa vie privée.



Il ne reste plus alors qu'un seul conseil à donner aux lecteurs, s'il est permis d'en donner un :

**« Que la clairvoyance et la vigilance soient avec vous ». ▲**

***laurent.hanaud@adeli.org***

<sup>1</sup> Repris du site Google il y a deux ans.

<sup>2</sup> Regroupe 17 sociétés dont Microsoft, Nokia, Oracle pour les plus connues.