

Quand Google fait l'ange avec nos données

Google fait peur et Google le sait. Alors Google fait de gros efforts pour tenter de nous rassurer.



Mais cela sera-t-il suffisant ? Google n'est-il pas devenu intrinsèquement trop gros, quelle que soit la manière dont il brasse nos nombreuses données personnelles, quelle que soit l'indéniable qualité de sa myriade de services et de produits ?

Telle est la vaste question du jour, tapie derrière notre traduction évoquant leur projet du « Front de Libération des Données ».

La page d'accueil Google propose depuis peu un petit lien *Confidentialité* en bas du champ de recherche. Il vous mènera au portail [google.fr/privacy](https://www.google.fr/privacy) qui a pour titre **Centre de confidentialité : Transparence et liberté de choix.**

Chez Google, nous sommes parfaitement conscients de la confiance que vous nous accordez, ainsi que de notre devoir de protéger la confidentialité de vos données. À cette fin, vous êtes informé des données qui sont collectées lorsque vous utilisez nos produits et services. Nous vous indiquons en quoi ces informations nous seront utiles et comment elles nous permettront d'améliorer les services que nous vous proposons.

On y décline alors la *philosophie* Google résumée en « cinq principes de confidentialité » et illustrée par cette **vidéo** que je vous invite à parcourir et qui témoigne une fois de plus de la maîtrise didactique de Google dans sa communication.

Du lard ou du cochon ? De l'art de faire l'ange quand on fait la bête ? Les commentaires accueilleront peut-être certaines de vos réactions.

En attendant la vidéo fait référence à un récent service, le **Google Dashboard**, qui est censé vous permettre de « savoir ce que Google sait de vous » en centralisant en un unique endroit toutes les informations collectées associées à votre compte Google (Gmail, Google Docs, Agenda, Maps, etc.) et à ses services connexes (YouTube, Picasa, etc.). Pour en avoir un bref aperçu, là encore, nouvelle et toujours efficace vidéo dédiée.

Cette initiative est louable parce qu'elle vous expose à priori la situation en vous facilitant la modification des paramètres. Mais elle est à double tranchant parce que vous vous rendez compte d'un coup d'un seul de l'étendue de la *pieuvre* Google et de la quantité impressionnante de vos données que Google peut potentiellement manipuler. Et puis n'oublions jamais la force d'inertie du paramétrage par défaut.

La vidéo nous parle également du « **Data Liberation Front** », ou « Front de Libération des Données » en français, dont le logo ouvre ce billet. Ce n'est pas un nouveau mouvement révolutionnaire mais un projet interne qui œuvre à ce que l'assertion suivante devienne réalité :

Nous voulons que nos utilisateurs restent chez nous parce qu'ils le souhaitent, non parce qu'ils ne peuvent plus en sortir.

Il s'agit donc en théorie de pouvoir facilement quitter Google en listant sur un **site**, service par service, les procédures à suivre pour exporter nos fichiers et nos données depuis les serveurs de Google vers notre disque dur local dans des formats standards et ouverts. Les manipulations à réaliser ne sont pas toujours des plus simples (quand elles existent effectivement), mais le projet nous dit qu'il travaille justement à constamment améliorer cela.

On retrouve cette idée, lorsque Google nous affirme que « Competition is just one click away », autrement dit que tout est fait pour qu'il suffise d'un clic de souris pour s'en aller chez un concurrent, et que les autres devraient en faire autant pour que s'établisse une saine compétition. Pas sûr que Microsoft soit sensible à l'argument.

Centre de confidentialité, Google Dashboard, Data Liberation Front, One click away, Sens de l'ouverture... il n'y a pas à dire, Google met les bouchées doubles pour ne pas se mettre en porte-à-faux avec son fameux slogan « Don't be evil ».

Alors, convaincu ?

Dans l'affirmative, remercions Google pour son souci de transparence et continuons à lui faire confiance, sachant alors que le futur et novateur système d'exploitation Google Chrome OS vous tend les bras. Point trop d'inquiétudes mal placées, vos données sont bien au chaud dans les nuages.

Dans le cas contraire, c'est plutôt un « **Google Liberation Front** » qu'il va falloir songer à créer !

Pourquoi Google vous laisse facilement quitter Google

Why Google makes it easy to leave Google

*Nate Anderson – 1 mars 2010 – Ars Technica
(Traduction Framalang : Goofy et Don Rico)*

Nous avons déjà évoqué le Front de Libération des Données de Google (FLD) l'année dernière, lorsque ce projet a été rendu public, mais depuis, qu'a fait l'équipe interne de Google qui se consacre à l'exportation des données ? Eh bien... elle a créé des autocollants, pour commencer.

« DONNÉES ÉLEVÉES EN PLEIN AIR », proclament-ils, ce qui résume en quelques mots les efforts du Front de Libération des Données. L'objectif de l'équipe n'est rien moins que de permettre aux utilisateurs de quitter plus facilement Google et ses multiples services, en emportant avec eux leurs courriels, leurs photos et tous leurs documents.

Les travaux les plus récents concernaient Google Docs, qui propose désormais une option pour télécharger en masse. Sélectionnez les documents que vous désirez, cliquez sur un bouton, Google les archive en un seul fichier .zip (jusqu'à 2Go) et vous les envoie par e-mail.

Au cours d'une récente visite aux bureaux de Google à Chicago, où le FLD est basé, nous avons discuté avec Brian Fitzpatrick, qui dirige l'équipe, pour savoir plus en détail pourquoi il souhaite que l'on puisse s'affranchir facilement des services Google, et comment il compte s'y prendre.

Empêcher l'inertie

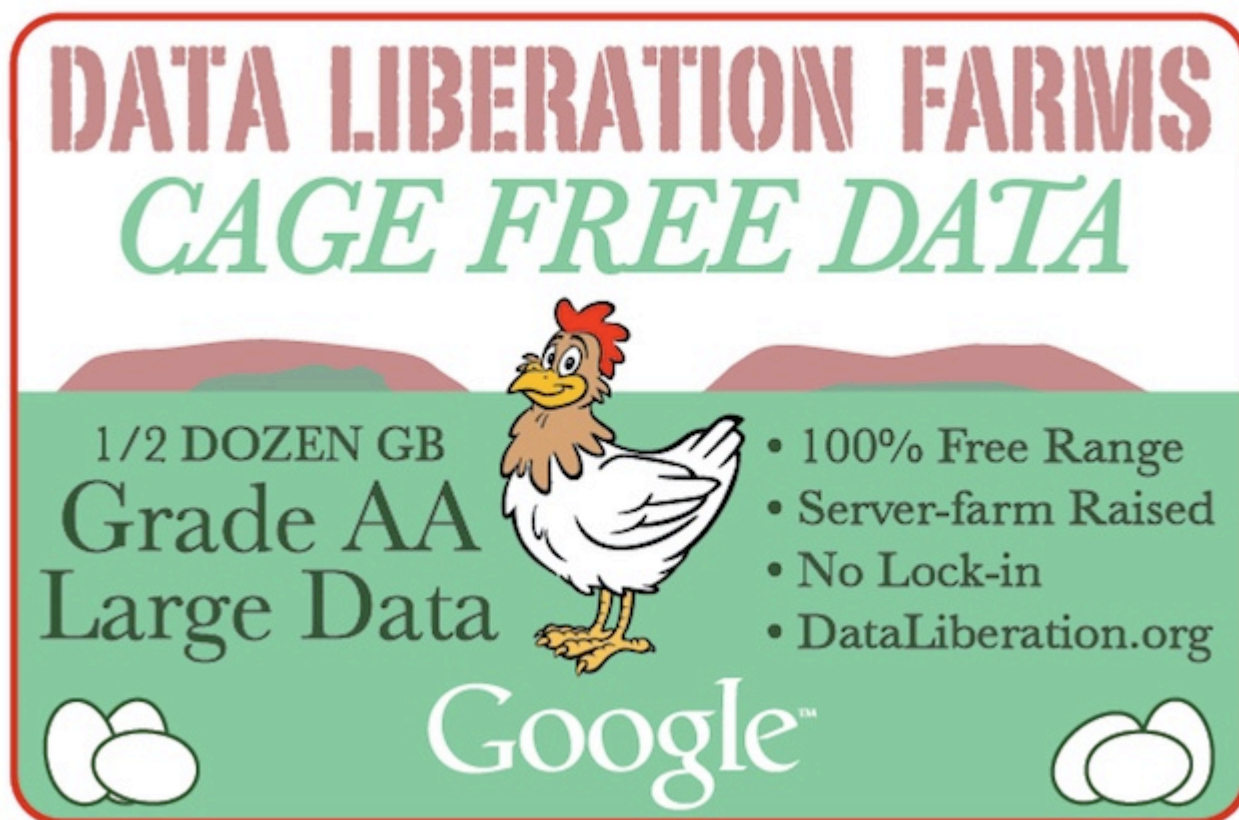
Il est certain que lancer cette initiative estampillée « ne faites pas le mal » au sein de l'entreprise est une bonne manœuvre de communication, mais le FLD ne découle pas d'une décision prise au sommet de la hiérarchie. Fitzpatrick déclare qu'en ce qui le concerne, il a « commencé en toute naïveté ». Après avoir écouté pendant des années le président Eric Schmidt déployer son éloquence pour expliquer combien il est important de ne pas enfermer les utilisateurs, Fitzpatrick a remarqué que certains produits Google compliquaient l'application de cette politique.

Le FLD est l'émanation de son travail de réflexion. L'équipe

existe depuis deux ans maintenant, et depuis les choses ont changé : à ses débuts, c'est elle qui allait trouver les autres équipes d'ingénieurs, mais à présent, selon Fitzpatrick, ce sont ces dernières qui « viennent nous consulter » pour savoir comment elles s'en tirent.

La rétention des données n'est pas mauvaise que pour les utilisateurs ; Fitzpatrick estime qu'elle est aussi mauvaise pour Google. « Si l'on crée une base d'utilisateurs verrouillée, avance-t-il, on devient forcément complaisant avec soi-même ».

Rendre aussi facile l'abandon de Google Docs que celui du moteur de recherche de Google force Google à cultiver un de ses points forts : engager des collaborateurs brillants. Le travail du FLD « met en effervescence les équipes d'ingénieurs », explique Fitzpatrick, puisque les ingénieurs doivent satisfaire les utilisateurs en innovant, et non en les mettant en cage.



Les utilisateurs se préoccupent-ils vraiment de la libération

de leurs données ? Certains, oui, mais l'utilisation des fonctions d'exportation demeure limitée. Google enregistre « un niveau constamment faible de l'usage de ces fonctions », déclare un ingénieur de l'équipe, particulièrement quand le géant de la recherche choisit d'abandonner des services peu performants.

Disposer d'outils d'exportation facilite également de telles interruptions de services ; souvenez-vous des problèmes rencontrés par les sites de vente de musique bardés de DRM, lorsqu'ils ont finalement tenté de fermer leurs serveurs de DRM. Grâce à l'ouverture des données de Google, l'entreprise évite ce genre de critiques publiques quand survient une fermeture de service, comme lorsque Google Notebook a été mis au rebut.

Nicole Wong, conseillère juridique adjointe de Google, nous a confié que Google prend le FLD au sérieux pour deux raisons : d'abord, il donne le contrôle aux utilisateurs, et ensuite, « quand nous déclarons qu'il suffit d'un clic pour passer à la concurrence, des initiatives telles que le FLD le prouvent ».

Ce dernier commentaire nous rappelle que l'ouverture représente un réel bénéfice stratégique pour l'entreprise qui va bien au-delà de la conception des produits et du pouvoir accordé à l'utilisateur. Google est de plus en plus en ligne de mire des investigations antitrust, de la part du ministère de la Justice américain, et subit déjà des enquêtes en Europe au nom de la lutte antitrust. Le FLD est ainsi un argument de plus que Google peut employer pour démontrer qu'il n'est pas un Cerbère pour usagers captifs.

Il arrive que l'équipe du FLD affronte les critiques de ceux qui accusent Google de ne rendre « libres » et exportables que les données à faible valeur marchande pour l'entreprise (voyez par exemple ce commentaire du chercheur Ben Edelman à propos de la récupération des données Adwords). Mais depuis sa création, le FLD a travaillé avec plus de vingt-cinq équipes

de Google pour faciliter l'exportation des données, et nul doute que ses efforts concernant les applications comme Google Docs sont une bonne nouvelle pour les utilisateurs.

« Nous nous efforçons de provoquer une plus grande prise de conscience au sein de l'entreprise, » déclare Fitzpatrick, tout en admettant avec une petite grimace qu'il n'a aucun « pouvoir » réel sur les décisions des différents chefs de projet.

On peut toujours aller plus loin. L'équipe surveille la page du modérateur Google, sur laquelle les utilisateurs peuvent soumettre des suggestions – et elles sont nombreuses. « Mes contacts Gmail – pouvoir les exporter, et ré-importer une version modifiée, sans copier chaque élément un à un » propose l'un d'eux. « Ajouter les microformats hCalendar à l'agenda Google, pour pouvoir réutiliser partout ailleurs les rendez-vous enregistrés » suggère un autre. « Je veux récupérer l'historique de mon tchat avec Gmail », réclame un troisième.

Fitzpatrick promet que d'autres avancées vont suivre, bien qu'il ne puisse pas parler des projets qui sont dans les incubateurs. Ce qu'il peut faire, pour l'instant, c'est vous envoyer un autocollant.