

Peter Fleischer (Google) : "Traiter Google de Big Brother, c'est ne pas se donner le temps de comprendre..."

[Retour au sommaire de la lettre](#)

Aujourd'hui, de nombreux observateurs considèrent Google comme un énorme Big Brother qui va stocker et analyser de nombreuses informations de ses utilisateurs, faisant peser un lourd risque sur la confidentialité de nos vies privées. Ces accusations sont-elles fondées? Quelles informations Google stocke-t-il réellement et pendant combien de temps? Quels sont les risques à terme? Existe-t-il des gardes-fous? Pour le savoir, nous avons rencontré Peter Fleischer, responsable Europe de la protection des données chez Google. Il répond - sans langue de bois - à nos questions...

Peter Fleischer est responsable pour l'Europe de la protection des données chez Google. A une époque où on compare de plus en plus Google à Big Brother et où de nombreux observateurs, comme le "Article 29 Working Party" chargé au sein de la Commission européenne de coordonner la protection des données privées en Europe, s'émeuvent du nombre d'informations personnelles que le moteur de recherche peut détenir sur ses utilisateurs (<http://actu.abondance.com/2007-22/article-29.php>), le rachat récent de la régie publicitaire Doubleclick



(<http://actu.abondance.com/2007-16/google-doubleclick.php>) n'ayant pas contribué à apaiser la situation, il nous a semblé nécessaire de lui poser quelques questions pour en savoir plus sur la politique générale de Google sur ce sujet très chaud, voire brûlant... Ces accusations sont-elles fondées? Google est-il réellement un "Big Brother" susceptible de stocker et d'analyser d'innombrables informations sur nos vies privées? Voici quelques éléments de réponse...

Peter Fleischer, merci de nous recevoir et de bien vouloir répondre à nos questions. Pouvez-vous vous présenter à nos lecteurs?

Bien sûr. Je suis d'origine allemande mais j'ai vécu toute ma jeunesse aux Etats-Unis. J'habite à Paris depuis maintenant dix ans. Je travaille chez Google depuis deux ans, après une expérience de dix ans chez Microsoft. Je suis juriste de formation et je travaille depuis 1998 dans le domaine de la conservation, du traitement et du stockage des données personnelles, des problématiques, parfois complexes, tournant autour de la vie privée, chez Microsoft et donc maintenant chez Google. Je m'occupe de ce domaine pour l'Europe ici.

Quelle sont vos relations avec le siège social de Google, à Mountain View?

Je dépends du service juridique, mais, vous savez, Google est une société qui est assez peu hiérarchisée... Nous sommes quelques-uns à être spécialisés dans ce domaine des données privées, voire dans les rapports avec les gouvernements ou les organismes de régulation, mais Google a préféré une organisation où cette problématique est abordée à temps partiel, disons à 10 à 20% de leur temps, par de nombreux ingénieurs. Cela me permet ainsi de pouvoir collaborer de façon étroite avec de nombreuses personnes, managers, développeurs et de pouvoir structurer nos réflexions et actions de manière très efficace, car ainsi la question des données personnelles est essaimée de façon générale dans l'entreprise... Nous travaillons, comme souvent chez Google, de façon très décentralisée...

Parlons de faits concrets pour commencer : lors d'une recherche web, quelles sont les données utilisateur qui sont stockées par Google et combien de temps?

Les voici :

- L'adresse IP de l'internaute.
- La jour et l'heure de connexion.
- Le système d'exploitation (OS) et le navigateur utilisés.
- La requête saisie sur le moteur.
- Le cookie contenant les préférences de l'utilisateur (nombre de résultats par pages, langues désirées, filtres sélectionnés, etc.).

Ces informations sont actuellement stockées par Google durant un délai de 18 mois, que ce soient les indications "logs" (adresse IP, date et heure...) ou le contenu des cookies. Ce délai nous est nécessaire pour protéger nos algorithmes, mener la lutte contre le spam, etc. Une fois le délai de 18 mois passé, nous "anonymisons" nos fichiers...

Pourquoi avez-vous pris dernièrement la décision de rendre anonymes vos données une fois passé ce délai ?

Tout simplement parce que, lors de nos différents rendez-vous avec les utilisateurs, les organismes de régulation ou autres, cette question revenait régulièrement. Nous avons donc mené une réflexion en interne en regardant, dans un premier temps, ce que faisaient les autres acteurs. A ce niveau, rien ne nous a semblé réellement fixe et clair. Nous avons donc essayé de faire un pas en avant. Nous avons eu une approche très pragmatique en nous posant la question du délai de stockage nécessaire en interne de ces informations pour lutter contre la fraude, améliorer nos algorithmes, etc. Et nous en sommes arrivés à ce délai de 18 à 24 mois qui nous semble approprié pour nos propres besoins. En l'espèce, notre décision n'a pas été "émotionnelle", voire irrationnelle, elle s'est basée sur une approche "ingénieur" de nos besoins...

A quoi servent ces informations ?

Nous avons trois utilisations majeures des informations collectées :

- Amélioration de nos algorithmes, lutte contre la fraude et le spam. Nous avons aussi besoin de garder des informations pour des raisons fiscales, comptables, juridiques (dans le cadre de procès en cours ou à venir), etc.
- Utilisation dans nos système publicitaires comme la géolocalisation qui permet de cibler un annonceur.
- Collaboration avec la police, qui nous demande parfois des données leur permettant d'élucider certaines affaires de pédophilie, pornographie, terrorisme ou autres.

Quelle est la politique de Google dans ce domaine ?

Nous avons d'ores et déjà mis en place cinq principes clairs au sujet de notre politique de confidentialité :

1. Nous intégrons la protection des données confidentielles dès la conception de nos produits (par exemple, Google Talk propose un bouton permettant d'inhiber l'enregistrement d'une conversation...).
2. Aucun de nos produits n'exploite de données personnelles, sauf mention explicite dans la politique de confidentialité affichée en ligne.
3. Aucune donnée sensible n'est exploitée sans le consentement express de l'utilisateur.
4. Nos politiques de confidentialité sont rédigées dans un langage simple et compréhensible, et non dans le jargon juridique habituel.
5. La plupart de nos services sont utilisables de manière complètement anonyme.

Les risques encourus aujourd'hui ne nécessitent-ils pas des gardes fous ? Google gère de très nombreuses données personnelles...

Il faut bien faire la part des choses entre trois niveaux de données personnelles et par là-même, de confidentialité :

- L'anonymat, qui confère une opacité sur l'utilisateur et ses données personnelles.
- L'accès par pseudonyme, qui permet de "connaître" un utilisateur sans avoir accès à des données personnelles (nom, adresse, etc.).
- L'identifiabilité, qui fournit au site web des informations personnelles lors de la création d'un compte complet (nom, adresse, coordonnées bancaires, etc.).

La plupart de nos outils, chez Google, sont soit anonymes (sous réserves des informations collectées, indiquées précédemment), soit utilisables par le biais d'un compte Google, sous la

forme d'un pseudonyme (couple "login/password") libres. Dans une immense majorité de cas, nous ne connaissons que très peu de choses de nos utilisateurs, contrairement à ce que beaucoup de gens pensent.

Et, par exemple, dans le cas d'un éditeur abonné au service AdSense, pour qui nous connaissons plus de choses (et notamment ses coordonnées bancaires), il est tout à fait possible de gérer plusieurs comptes : un "personnel", l'autre "professionnel", etc., afin de scinder les différentes activités ou les différents "niveaux de discrétion" désirés...

Nous proposons également un système de recherches personnalisées

(<http://www.google.com/history?hl=fr>) qui permet d'effacer ses "traces" ou d'obtenir des résultats plus pertinents sur la base des requêtes précédemment saisies. Chacun utilise les outils selon ses attentes et nous voulons avant tout proposer toute une gamme de solutions à l'utilisateur qui fera ensuite ses propres choix...

Pour ce qui est des gardes-fous, sachez que nous avons une charte de confidentialité

(<http://www.google.fr/intl/fr/privacy.html>) de plus en plus précise, et que nous essayons d'améliorer dès que cela est possible. Nous n'avons pas le droit de ne pas suivre cette charte qui est très contraignante pour nous. Je pense que chacun devrait la lire avant de nous traiter de "Big Brother" (*rires*)...

Par exemple, nous nous engageons à ne pas fournir de données à des tiers, comme des annonceurs ou autres. Si cela arrivait, au vu de l'exposition médiatique de Google aujourd'hui, cela n'échapperait à personne et ce serait notre perte. Nous ne sommes pas fous...

L'aspect international du problème n'est-il pas un obstacle également ?

Tout à fait. De nombreux pays ont des lois parfois contradictoires au sujet de la conservation et de la sauvegarde des données privées. Par exemple, il existe actuellement un projet de loi en Allemagne demandant que chaque utilisateur d'un service de mail soit identifié au préalable. Si cette loi passait, cela serait un énorme problème pour nous puisqu'il faudrait qu'on identifie tous les usagers de Gmail. Vous voyez le problème... La Suède, pour sa part, désire mettre en place un système de contrôle du réseau que j'assimile à ce qui se fait aujourd'hui en Chine, le réseau passant par des nœuds (*hubs*) permettant la surveillance de données transitant sur l'Internet de ce pays... Aux Etats-Unis, les données stockées sur un PC sont protégées par le Quatrième amendement (une commission rogatoire est nécessaire à leur consultation). Mais les données stockées sur un serveur d'entreprise sont protégées par l'ECPA (*Electronic Communications Privacy Act*), moins restrictif quant aux possibilités de consultation de certaines informations par les autorités gouvernementales et judiciaires (une assignation est nécessaire à leur consultation)... Ce n'est pas logique... Ceci dit, j'ai vraiment l'impression que les lois sur la surveillance des données numériques sont plus intrusives en Europe qu'outre-Atlantique... Mais nous travaillons aujourd'hui dans un imbroglio de lois et de directives "locales" qui ne facilitent pas notre travail au quotidien...

En parlant de Chine, votre approche de ce marché n'est-elle pas l'illustration des limites du système, lorsque la volonté politique d'un pays est la plus forte ?

C'est vrai, nous avons dû faire des concessions en Chine, dûes à leur "great firewall" qui contrôle tout ce qui transite chez eux. La situation était claire: nous avons le choix soit de ne pas y aller soit de fournir notre technologie aux internautes chinois tout en indiquant que certains sites avaient été enlevés par décision du gouvernement. Nous avons opté pour la seconde solution, contraints et forcés... Ce fut un choix difficile, un compromis obligatoire... Mais nous n'avons en revanche pas implémenté, dans ce pays, des outils comme Gmail ou Google Spreadsheets, qui nécessitaient un stockage local, afin de préserver les données privées des internautes chinois...

Cependant, nous avons donné la preuve, et notamment récemment face au gouvernement américain (NDLR : <http://actu.abondance.com/2006-04/google-copa.php>) que nous avons une ferme volonté de coopérer avec la justice tout en gardant notre indépendance et en veillant sur la vie privée de nos utilisateurs.

Un organisme tiers indépendant ne devrait-il pas gérer ces données privées ? Une sorte d'ONU numérique ?

Oui, pourquoi pas, dans le cadre notamment de la coopération avec la police qui nous demande parfois des données leur permettant d'avancer dans des enquêtes de pédophilie, par exemple... Mais il faut bien voir que ces données sont également utiles pour nous, dans le cadre de la lutte contre la fraude, pour améliorer nos algorithmes, pour des aspects comptables ou fiscaux, etc. Nous avons besoin d'avoir un accès quasi constant à ces données pour les analyser. Difficile, dans ce cas, de les stocker chez un tiers. D'autre part, Google est une société extrêmement médiatisée

et donc très visée au niveau du piratage. Nous avons de multiples experts en sécurité chez nous et nous pensons que les données de nos utilisateurs sont bien mieux en sécurité sur nos serveurs...

Une action commune des différents moteurs de recherche ne pourrait-elle pas être envisagée ?

Je fais partie de nombreux forums et groupes de réflexion européens sur le sujet. Dans ce cadre, je rencontre souvent des concurrents de Google et nous discutons ensemble, bien sûr. Mais ce sujet est très sensible et nos logs sont des "nerfs de la guerre" très importants. Difficile de penser qu'une action commune puisse être mise en place sur des sujets aussi proche de nos "core businesses"...

Google a obtenu la moins bonne note au sujet de l'attitude de l'entreprise concernant les données privées dans un rapport de l'association Privacy International (<http://actu.abondance.com/2007-24/privacy-international.php>). Qu'en pensez-vous ?

Nous sommes déçus que ce rapport soit basé sur de nombreux malentendus et sur une méconnaissance de nos produits et services. De plus, aucune de ces allégations ne nous est parvenue avant publication, donc nous n'avons jamais eu la possibilité de les corriger, ce que nous regrettons. Privacy International aurait dû prendre en compte les points suivants, qui font de nous l'une des sociétés les plus en avance dans le domaine de la protection des données utilisateurs :

- Nous nous sommes battus pour nos utilisateurs dans le bras de fer avec le DOJ (*Department of Justice*) lorsque le gouvernement américain a voulu obtenir des données issues de nos logs.
- Nous n'avons jamais connu de manquements sur la conservation de nos données, contrairement à d'autres entreprises qui détiennent des informations bien plus sensibles (médical, finance, etc.).
- Le rapport traite sur des divulgations "potentielles" de données alors que bien d'autres ont clairement connu des problèmes de divulgations affirmées de ce genre...
- Notre barre d'outils ne collecte aucune information personnelle et identifiable et leur description de notre produit est imprécise. Certaines informations peuvent être envoyées à Google mais uniquement si l'utilisateur le choisit. Si un usager du moteur utilise le formulaire de recherche, les requêtes sont envoyées mais pas les résultats, contrairement à ce que dit le rapport, et ces requêtes sont traitées exactement comme le seraient une requête sur le moteur web. Aucune identification à quiconque n'est mise en place dans ce cas.
- Nous sommes la seule entreprise à avoir fixé un délai clair de stockage de nos données (18 mois).
- Chacun de nos produits qui collecte des informations permettant d'identifier une personne inclut une période spécifique de rétention des données ou des fonctions spécifiques qui permettent à l'utilisateur d'avoir accès, de modifier ou supprimer ses données. Aucun autre produit du marché comparable à Google Web History, par exemple, n'offre ce degré de contrôle de la part de l'internaute.

Finalement, cette problématique n'est-elle pas complexe à résoudre en raison des intérêts divergents des différents acteurs ?

Vous avez mis le doigt sur le problème majeur. Il est à mon avis impossible de mettre en place une politique unique de traitement des données privées qui satisfasse à la fois les moteurs de recherche, les utilisateurs, les organismes de régulation, la police, les gouvernements et cela dans tous les pays du monde... Par exemple, certains organismes de régulation nous ont demandé qu'aucune donnée ne soit stockée, même pas pendant une seconde. La police, elle, voudrait bien que le délai soit plus long qu'actuellement, par exemple jusqu'à la prescription de certaines affaires. Et nous, nous avons besoin de traiter des données pour protéger nos algorithmes et donc nos utilisateurs. Le tout dans un contexte international juridiquement très complexe. Tout est donc affaire de compromis, d'arbitrages... Chaque acteur défend ses intérêts et c'est normal. Le but est alors d'arriver à une situation qui soit la meilleure possible pour tout le monde, et je peux vous assurer que ce n'est pas facile...

Dernière question : avez-vous lu le livre "1984" de George Orwell ([http://fr.wikipedia.org/wiki/1984_\(roman\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/1984_(roman))) ?

(rires) Oui et je l'ai beaucoup aimé. Je sais que beaucoup de gens traitent Google de "Big Brother" mais ce sont souvent des personnes qui ne se sont pas donné la peine de comprendre la problématique actuelle qui est très complexe. D'ailleurs, on parle beaucoup de Google alors que le monde bancaire, par exemple, pose peut-être des questions bien plus importantes et

fondamentales dans le domaine des données privées. Mais l'Internet a un côté "science-fiction", un peu "surréaliste", qui est plus "fashion", plus "clinquant"... On fantasme beaucoup... Cela ne nous empêche pas de prendre très au sérieux tous ces aspects de protection de la vie privée de nos utilisateurs. Mais il y a encore beaucoup d'éducation et d'"évangélisation" à faire... Nous préparons, à cet effet, de nouvelles informations qui seront prochainement disponibles sur notre site, destinées aux utilisateurs moins avertis. D'autre part, nous continuons à dialoguer avec tous ceux qui veulent bien parler avec nous afin de faire avancer les choses.

Il faut bien comprendre que l'utilisateur est au cœur des préoccupations de Google. Nous pronons la transparence dans le domaine de la protection de la vie privée de nos usagers. Notre succès est basé sur la confiance que les internautes ont en nous. Le jour où nous oublierons cela, nous signerons notre perte. Et nous voulons encore être là pendant quelques années...

Merci, Peter, pour vos réponses à nos questions.

Interview réalisée le 7 juin 2007 dans les locaux de Google France, à Paris.

Quelques liens intéressants sur les textes de lois ayant trait à la protection des données :

DIRECTIVE 2006/24/CE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 15 mars 2006

Sur la conservation de données générées ou traitées dans le cadre de la fourniture de services de communications électroniques accessibles au public ou de réseaux publics de communications, et modifiant la directive 2002/58/CE au Journal officiel) et décision du Conseil du 21 février 2006.

http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/fr/oj/2006/l_105/l_10520060413fr00540063.pdf

Pour la France : CNIL

<http://www.cnil.fr/>

Pour l'Europe :

http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/index_fr.htm

Pour les Etats-Unis :

<http://www.ftc.gov/privacy/>