

# DROPBOX, TWITPIC: VOS CONTENUS NE VOUS APPARTIENNENT PLUS

LE 5 JUILLET 2011 ADMIN

Les nouvelles conditions générales d'utilisation de Dropbox relancent le débat sur la confidentialité et la propriété des contenus sur les réseaux sociaux. Tour d'horizon des pratiques déjà existantes.

Les utilisateurs du service de stockage en ligne **Dropbox** ont reçu en fin de semaine un courriel les avertissant d'une modification de ses Conditions Générales d'Utilisation (CGU).

Rapidement, plusieurs **billets de blogs** sont parus pour dénoncer une tentative illégitime d'appropriation des contenus. Aux Etats-Unis, **certains usagers en colère** [en] s'estiment même trahis et comparent la politique de Dropbox à celle de Facebook, souvent décrié pour **ses modifications subreptices de CGU** [en] aboutissant à une emprise toujours plus forte sur les données des usagers.

C'est plus exactement ce passage des nouvelles CGU du service qui a suscité l'inquiétude, dans la mesure où il semble conférer à Dropbox un droit très large à la réutilisation des contenus hébergés par la firme :



*By submitting your stuff to the Services, you grant us (and those we work with to provide the Services) worldwide, non-exclusive, royalty-free, sublicenseable rights to use, copy, distribute, prepare derivative works (such as translations or format conversions) of, perform, or publicly display that stuff to the extent reasonably necessary for the Service.*

*(En soumettant vos données aux Services, vous nous accordez (et ceux avec qui nous travaillons pour fournir les Services) un droit international, non-exclusif, libre de droits et cessible, d'utiliser, de copier, de distribuer, de détourner (par des traductions ou des formats), et d'afficher publiquement ces données, dans la mesure du raisonnable et du nécessaire pour le Service.)*



**Sur son blog** [en], Dropbox essaie d'expliquer que ces modifications ont seulement pour but de rendre les CGU plus claires et plus compréhensibles, et qu'elles ne visent nullement à s'approprier les contenus postés par ses usagers.

Certains commentateurs font confiance à cette argumentation et estiment qu'il y a tempête dans un verre d'eau. Marc Autret, **cité par le blog Urbanbike**, explique que cette nouvelle clause n'est pas aussi menaçante qu'elle en a l'air et qu'elle est même en un sens nécessaire à Dropbox pour faire tourner son service :



*Sur le plan juridique il s'agit seulement d'une clause ayant valeur de licence (=permission) avec une portée strictement technique, et donc en aucun cas d'une cession de droits [...]*

*Il peut paraître aller de soi que Dropbox va devoir copier, transférer, compresser, afficher, vignetter, bref, manipuler les fichiers (« your stuff ») qu'on lui confie. La clause des TOS se borne à expliciter ce*

**point, qui est une condition matérielle sine qua non pour que le service soit possible.**



Cette nouvelle « affaire » rappelle fortement celle provoquée il y a un mois par **Twitpic**, le service de partage de photos sur Twitter, qui **avait annoncé** [en] procéder lui aussi à une clarification de ses CGU (**excellente analyse ici** par Rubin Sfadj).

Alors que faut-il penser de tout cela et a-t-on raison de crier au loup chaque fois qu'un service modifie ses conditions d'utilisations ? Ce sujet soulève des questions cruciales concernant les relations contractuelles entre les internautes et les services en ligne ou médias sociaux, à une heure où ceux-ci sont principalement alimentés par des **User Generated Content**, produits par leurs utilisateurs.

## **Le média social est un loup pour l'Homme...**

Il est un peu surprenant à la réflexion que ces changements de CGU, sur Dropbox ou Twitpic, suscitent autant d'émoi, car il y a longtemps que les plateformes de services en ligne font figurer dans leurs conditions d'utilisation des clauses très proches de celle qui pose problème pour Dropbox. Remontons un peu dans le temps...



En février 2009, Facebook **avait déjà déclenché un tollé** en ajoutant à ses termes de service une clause paraissant lui octroyer « tous les droits, pour toujours » sur les contenus chargés par ses utilisateurs. Devant l'ampleur de la réaction de la communauté, Facebook avait dû **revenir en arrière** et entamer un dialogue avec ses usagers, aboutissant à l'élaboration d'un *Facebook Bill of Rights and Responsibilities* (**intégré depuis aux CGU de Facebook** [en]).

Mais si vous lisez attentivement ce contrat liant tous les utilisateurs de Facebook à la plateforme, vous constaterez qu'il contient toujours une clause semblable à celle de Dropbox :



***Pour le contenu protégé par les droits de propriété intellectuelle, comme les photos ou vidéos (« propriété intellectuelle »), vous nous accordez [...] une licence non-exclusive, transférable, sous-licenciable, sans redevance et mondiale pour l'utilisation des contenus de propriété intellectuelle que vous publiez sur Facebook ou en relation à Facebook (« licence de propriété intellectuelle »).***

Twitter a suivi une évolution similaire. Le service de microblogging présentait à son ouverture en 2006 une attitude relativement ouverte, en ne revendiquant pas de droit sur les contenus postés par ses usagers. Mais en septembre 2009, le petit oiseau bleu est subitement devenu plus gourmand (j'avais analysé ce changement **dans ce billet** sur S.I.Lex) :



### **Your Rights**

***You retain your rights to any Content you submit, post or display on or through the Services. By submitting, posting or displaying Content on or through the Services, you grant us a worldwide, non-exclusive, royalty-free license (with the right to sublicense) to use, copy, reproduce, process, adapt, modify, publish, transmit, display and distribute such Content in any and all media or distribution methods (now known or later developed).***

***(Vous détenez vos droits sur tous les Contenus que vous soumettez, postez ou affichez sur ou par le biais des Services. En soumettant, en postant ou en affichant sur ou par le biais des services, vous nous accordez une licence internationale, non-exclusive et libre de droit (avec le droit de sous-licence) d'utiliser, copier, reproduire, traiter, adapter, modifier, publier, transmettre, afficher et distribuer ce Contenu sur tout média et par toutes méthodes de distribution (connus aujourd'hui ou développés ultérieurement).)***



En gros, ce qui est à vous est à vous, mais c'est... à nous également ! (on verra plus bas par quel tour de passe-passe juridique cette double propriété sur les contenus est possible).

En mai 2010, c'est l'univers persistant Second Life qui **avait provoqué une vague de protestations de la part de ses utilisateurs** (et même des poursuites en justice). Linden Lab, l'entité qui maintient et développe Second Life, après avoir garanti pendant des années que les terrains virtuels achetés par les utilisateurs constituaient une véritable propriété, a subitement décidé de revenir en arrière en leur octroyant une simple licence révocable.

Il serait possible de continuer ainsi longtemps, car mis à part quelques rares exceptions, les CGU des médias sociaux comportent de telles clauses appropriatives, et c'est une de leurs stratégies habituelles d'attirer à eux des utilisateurs et des contenus dans un premier temps, pour durcir ensuite sans préavis leurs conditions d'utilisation et s'octroyer des droits d'usages plus étendus.

## **Les CGU, c'est le vol ?**

Dans quelle mesure est-il légitime que les plateformes demandent à leurs usagers d'accepter ce type de clauses et quelles en sont les conséquences exactes sur la propriété des contenus ? Il n'est pas évident de répondre à ces questions et tout est affaire de formulation.

Marc Autret a sans doute raison lorsqu'il explique qu'un service en ligne comme Dropbox a besoin d'un certain nombre d'autorisations pour pouvoir traiter les contenus sans prendre de risques juridiques :



***Prenons un exemple plus simple: quand un éditeur envoie son PDF à l'imprimeur pour fabrication, il autorise (implicitement) son prestataire à copier, reproduire, transférer, etc., l'œuvre qui va faire l'objet de la publication (ou les fichiers qui la constituent, ce qui revient au même***

*en droit). Par nature, un imprimeur reproduit une œuvre — c'est la définition même de son métier ! — et pourtant il n'est en rien « cessionnaire des droits de reproduction ».*

*En droit anglo-saxon, le terme « grant » (« you grant us ») correspond à une garantie. La clause de Dropbox doit s'interpréter ainsi : « En nous confiant des fichiers qui vont par nature être stockés sur nos serveurs, routés, transférés, manipulés, affichés sur notre site, zippés, etc., vous nous garantissez le droit (=autorisation) de le faire. Il s'agit bel et bien d'une licence.*



Chez d'autres services, comme YouTube, les CGU précisent que vous autorisez également les autres membres de la plateforme à utiliser vos contenus. C'est de cette façon par exemple que fonctionne juridiquement le lecteur exportable de YouTube (**j'en avais parlé ici**).

Les conditions vont parfois plus loin en permettant à des tiers, y compris d'autres firmes, de réutiliser les contenus, comme c'est le cas **sur Twitter** [en]:



*You agree that this license includes the right for Twitter to make such Content available to other companies, organizations or individuals who partner with Twitter for the syndication, broadcast, distribution or publication of such Content on other media and services, subject to our terms and conditions for such Content use.*

*(Vous reconnaissez que cette licence inclut le droit pour Twitter de rendre ce contenu disponible pour d'autres sociétés, organisations ou individus qui sont partenaires de Twitter pour la syndication, la diffusion, la distribution ou la publication de ce contenu sur d'autres médias et services, sujets à nos conditions d'utilisation de ce Contenu.)*



Pour autant, des clauses de ce genre ne sont pas non plus *ipso facto* abusives, car elles permettent à Twitter de mettre à disposition ses données **par le biais de ses API**, et l'on sait que ce sont en partie ces applications tierces qui font **l'utilité et la richesse du Twitter Universe** [en].

Néanmoins, je ne suis pas complètement d'accord avec Marc Autret lorsqu'il affirme que ces clauses constituent de simples licences et non des cessions de droits, cette distinction me paraissant difficilement applicable à ce qui se passe sur les médias sociaux :



*En conclusion: la clause de Dropbox est tout à fait normale, loyale, pertinente et fondée. Ce n'est pas une CESSION de droits, c'est une LICENCE visant formellement à permettre la fourniture « paisible » du service dont il est question.*



## La cession opprime et la licence protège

On a relevé plus haut que les CGU des médias sociaux aboutissent à ce paradoxe que les

mêmes contenus semblent faire l'objet de deux droits de propriété superposés : celui de l'utilisateur et celui de la plateforme. C'est assez troublant à première vue, car nous sommes habitués à penser le droit d'auteur à partir du paradigme de l'univers physique et il est assez rare que ce qui nous appartient appartienne aussi à notre voisin ! Mais avec les biens immatériels, la propriété peut se démembrer à l'infini, par le biais du mécanisme particulier des cessions non exclusives. Et c'est bien ce que constituent les CGU des plateformes, au-delà des licences (autorisations) qu'elles accordent (sur la distinction cession/licence, **voyez ici**).

La cession des droits peut en effet s'opérer à titre exclusif ou non exclusif. Le premier cas correspond par exemple à celui **d'un contrat d'édition classique**, dans lequel un auteur va littéralement transférer ses droits de propriété intellectuelle à un éditeur pour publier un ouvrage. L'auteur, titulaire initial des droits patrimoniaux, s'en dépossède par la cession exclusive et il ne peut plus les exercer une fois le contrat conclu. Avec les CGU des plateformes, les droits ne sont pas transférés, mais en quelque sorte « répliqués » : l'utilisateur conserve les droits patrimoniaux attachés aux contenus qu'il a produit, mais la plateforme dispose de droits identiques sur les mêmes objets.



Conséquence : rien n'empêche l'utilisateur de reproduire ou diffuser ailleurs un contenu posté sur la plateforme, mais il ne peut s'opposer à ce que celle-ci fasse de même, voire ne conclue des accords avec un tiers, y compris à des fins commerciales. C'est une chose qui arrive d'ailleurs chaque fois qu'une plateforme est rachetée (**exemple récent**) : grâce à la cession non-exclusive concédée par les utilisateurs, il est possible de vendre les contenus hébergés à un tiers (c'est le sens de la formule « *sublicenseable rights* » que l'on retrouve dans les CGU).

Jusqu'à présent, il est vrai que les médias sociaux restaient relativement prudents dans la façon dont ils utilisaient les droits qu'ils tenaient de ces cessions. Mais un pas décisif **a été franchi par Twitpic le mois dernier** [en] lorsqu'il a conclu un accord commercial exclusif avec le groupe de presse WENN pour lui permettre de « représenter les photos » hébergées. Cela signifie donc que Twitpic estime disposer, non pas seulement d'une licence, mais bien d'une cession des droits, et quand on lit bien **le texte des CGU** [en], on se rend compte qu'elles peuvent tout à fait recouvrir ce genre de transactions commerciales, au-delà des seules opérations nécessaires au service.

Il est en fait très rare que les plateformes se contentent de simples licences d'utilisation, mais on trouve tout de même quelques exemples. **Ici chez Delicious** [en], les CGU visent bien seulement des permissions pour des usages nécessaires au service, sans entamer les droits des utilisateurs :



***By posting content, you are granting permission to Delicious and others to access and use it in connection with Delicious and otherwise in connection with its affiliates' businesses. You can mark content as private to restrict access and use to those users to whom you explicitly grant access. For publicly accessible content, you can label***

*your content with one of several possible licenses. . Your use of a license in connection with your content does not affect Delicious' right to access and use it in connection with Delicious or otherwise in connection with its affiliates' businesses.*

*(En postant du contenu, vous donnez la permission à Delicious et à d'autres d'y accéder et de l'utiliser en lien avec Delicious, ou bien en lien avec les entreprises associées. Vous pouvez indiquer le contenu comme privé pour en restreindre l'accès et l'utilisation aux utilisateurs à qui vous avez explicitement accordé l'accès. Pour le contenu publiquement accessible, vous pouvez associer une des licences possibles à votre contenu. Votre utilisation de la licence sur votre contenu n'a pas d'impact sur le droit de Delicious d'y accéder et de l'utiliser en lien avec Delicious or avec les entreprises associées.)*



Toutefois, même lorsque les CGU opèrent une cession des droits, cela ne signifie pas que les plateformes peuvent toujours faire des choses aussi violentes que Twitpic. Comme le dit Marc Autret, pour Dropbox, des restrictions ont été apportées qui vont limiter les usages possibles. Les droits cédés ne le sont que « dans la mesure raisonnable de ce qui est nécessaire au service » et les CGU précisent que la licence « ne vaut que pour nous permettre d'administrer techniquement le service, de le diffuser et de le faire fonctionner ». Les nouvelles CGU de Dropbox paraissent donc relativement inoffensives. Mais on ne trouve rien de tel chez Twitter ou Facebook, qui pourraient très bien agir comme l'a fait Twitpic, en revendant leurs contenus.

## Quelle validité pour les clauses appropriatives ?

Que vaudraient en justice de telles clauses, si des réclamations étaient déposées ? La question n'est pas simple à trancher, mais plusieurs affaires récentes nous donnent quelques pistes instructives.

Twitpic a en effet déjà suscité une affaire en justice à la fin de l'année 2010. L'AFP avait en effet réutilisé sans autorisation des images postées par un photographe au moment du séisme à Haïti, en prétendant que le fait de les partager sur la plateforme **rendait ces photos « libres de droits »**. Une cour américaine **s'est prononcée sur la question** [en] et a débouté l'AFP de ses prétentions, en confirmant que le photographe demeurait bien titulaire de ses droits. Mais à cette occasion, elle s'est aussi penchée sur la cession concédée à Twitpic et en a manifestement reconnu la validité (personne à ma connaissance ne l'a relevé !):



*By their express language, Twitter's terms grant a licence to use content to Twitter and its partners. Similarly, Twitpic's terms grant a licence a licence to use photographs to « Twitpic.com or affiliates sites ». AFP [...] do not claim there are partners of Twitter or affiliates of Twitpic licensed under the terms of service.*

*(Les termes d'utilisation de Twitter accordent expressément un droit d'utilisation du contenu de Twitter et de ses partenaires. De la même façon, les termes de Twitter accordent un droit d'utilisation des photographies de "Twitpic.com et des sites affiliés". L'AFP [...] ne se dit pas partenaire de Twitter ou affilié à Twitpic selon les termes d'utilisation.)*



On peut donc en conclure que le juge américain a repoussé la demande de l'AFP, mais uniquement parce qu'elle n'était pas un partenaire commercial de Twitpic et qu'à l'inverse, elle aurait considéré comme valide une cession de droits opérée entre ces deux acteurs.

Ce qui veut dire qu'à la base, il estime valable la première cession provoquée par les CGU de Tiwtpic entre l'utilisateur et la plateforme...

Et en France, me direz-vous ? Les choses seraient peut-être un peu différentes. En effet, le Code de Propriété Intellectuelle **encadre de manière stricte les cessions de droits**. Il considère par exemple que « *la cession globale des oeuvres futures est nulle* » (**Art. L-131-1**) et il impose des conditions de validité assez strictes, qui ne sont peut-être pas respectées par les CGU des plateformes (**Art. L-131-2**) :



***La transmission des droits de l'auteur est subordonnée à la condition que chacun des droits cédés fasse l'objet d'une mention distincte dans l'acte de cession et que le domaine d'exploitation des droits cédés soit délimité quant à son étendue et à sa destination, quant au lieu et quant à la durée.***



En juin 2010, j'avais relevé un cas intéressant. Joëlle Verbrugge, sur **son blog Droit et Photographie**, avait produit **une analyse des CGU du site de partage de photos Darqroom**, tendant à la conclusion que celles-ci étaient sans doute abusives. Ces remarques ayant été soumises à la plateforme, celle-ci avait décidé **de modifier ses conditions d'utilisation** pour mieux délimiter la cession des droits consentie par les photographes. Afin de se conformer à la loi française ? Peut-être...

De mon point de vue, je dirais que la cession exigée par Dropbox pourrait être suffisamment précise pour répondre aux exigences du droit français, mais j'ai de sérieux doutes quant à celles de Twitpic, Twitter ou Facebook, trop générales.

## **Encore une fois, la question de « l'hybride juste »**

On le voit, ces questions sont redoutablement complexes, mais elles revêtent une grande importance pour l'équilibre du « pacte juridique » entre les plateformes de service en ligne et les internautes.

Sur ce point, la réflexion la plus profonde dont j'ai connaissance est sans doute celle exprimée par Lawrence Lessing dans **cette conférence** [en], où il aborde la problématique de « l'hybride juste ». Par service « hybride », il désigne les plateformes commerciales donnant aux internautes la possibilité de partager des User Generated Content. Lessig se demande à quelles conditions un « hybride » de cette sorte se comporte justement envers ses utilisateurs, qui sont à l'origine de sa propre substance et sans lesquels il ne serait que coquille vide.

J'avais essayé de **réfléchir à cette question l'été dernier** et voici la conclusion à laquelle j'arrivais :



***Pour moi, un hybride juste serait celui qui réussirait, non pas à garantir aux usagers un titre de propriété sur les contenus qu'ils produisent, mais à faire en sorte, au contraire, que personne ne puisse s'approprier définitivement le fruit de l'intelligence collective et des interactions nées du partage et de l'échange. Pour cela, il faudrait pouvoir juridiquement constituer les User Generated Content en biens communs, non appropriables à titre exclusif.***

***Le défi consiste à le faire tout en permettant à des modèles économiques de se mettre en place, pour que le caractère hybride des plateformes puisse perdurer.***




Nous n'y sommes visiblement pas encore...

—

Publié initialement sur le blog **S.I.Lex** sous le titre **Dropbox, Twitpic et toutes ces plateformes qui veulent croquer vos contenus...**

Illustration Flickr CC    par **Ben Beard**,   par **babyben**,   par **stijn**

**PIERRE**

le 5 juillet 2011 - 11:51  SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Le titre est en décalage avec la conclusion de l'article je trouve...*

VOUS AIMEZ




VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

**RAVAGED**

le 5 juillet 2011 - 11:54  SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Hier j'ai fermé mon compte Dropbox, il y a quelques semaines c'était mon compte Twitpic.*

*Les 2 fois, j'ai envoyé un message très simple et très clair au service disant que c'était dû au récent changement de CGU, ainsi qu'un petit tweet pour marquer le coup.*

*Si tout le monde faisait cela, et c'est ce qu'il faudrait, ces services ne se permettraient pas de tels changements dans les conditions.*

VOUS AIMEZ




VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

**SAMY RABIH**

le 5 juillet 2011 - 11:57  SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*Intéressant comme les clients de Dropbox ou même les journalistes d'OWNI ne lisent même pas les CGU de Dropbox...*

VOUS AIMEZ




VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

**R\_GRANDMORIN**

le 5 juillet 2011 - 15:02  SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*imaginons: facebook s'écroule devant le succès de Google+. Les revenus pub s'effondrent.*

*Facebook change alors de modèle économique:*

*- il vend désormais aux médias, entreprises les photos, médias postés jadis par ses utilisateurs,*

*- un user (ex: Emma Leprince) avait uploadé des demos sur son profil. 5 ans plus tard elle sort un album qui cartonne. Facebook décide alors de vendre le fichier de la demo.*

*Ces 2 scénarii seraient donc impossibles en France pour non respect de l'Art. L-131-2.*

VOUS AIMEZ




VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE

**ANTHONY**

le 5 juillet 2011 - 17:02  SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*"Pour cela, il faudrait pouvoir juridiquement constituer les User Generated Content en biens communs, non appropriables à titre exclusif."*

*J'aimerais bien plus d'explications si cela est possible, merci.*

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE



## PIERRICK LE GALL

le 5 juillet 2011 - 23:20 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



En effet, l'annonce des changements, ou plutôt des "clarifications", dans les conditions d'utilisation de Dropbox a déclenché une vague de panique sur Twitter. Bien sûr, il ne s'agit que d'une petite minorité des utilisateurs Dropbox (qui compte environ 25 millions de comptes) mais ils se sont fait entendre !

Je travaille dans le partage de photos en ligne, et cette "affaire" m'a inspiré un billet sur mon blog <http://piwigo.wordpress.com/2011/07/04/dropbox-data-ownership-who-cares/> voici un extrait, traduit en français :

> [à propos du changement des conditions d'utilisation]  
> Alors qui se sent concerné ? Je pensais que "presque personne" était la bonne réponse, jusqu'à ce que je lise un grand nombre de messages sur Twitter du type  
> "aujourd'hui je ferme mon compte Dropbox, je ne suis pas d'accord avec leurs nouvelles conditions d'utilisation". En fait, on dirait que "quelques personnes" se sentent concernées !

L'idée n'est pas de diaboliser les services en ligne qui affichent clairement leur droit d'utilisation automatique sur les contenus de leurs utilisateurs. L'idée, c'est plutôt mon étonnement car finalement, une partie des utilisateurs se sent concernée. En général, un service web simple à utiliser, pratique, utile et gratuit, cela suffit pour les utilisateurs. Mais là on dirait que les utilisateurs commencent à prendre conscience que rien n'est "vraiment gratuit", et que lorsqu'on ne paie pas avec de l'argent, on paie avec ses données personnelles...

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## JON

le 5 novembre 2011 - 13:35 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Good review – there are a few recent changes though:

You get 2GB of space with the FREE version, but now there is no restriction to the number of computers you can sync/backup (from 2).

It gives you the ability to upload and sync any folder on your computer.

It is the only service that offers such a broad device and OS support with apps for iPhone/iPad, Android, Blackberry, Symbian and WinMo.

On the Free version the upload/download is faster than when reviewed :)

Also if you use the below referral code you get 500MB extra on top of the Free 2GB or 16GB extra on any of the paid-for services!

<http://db.tt/7UuDW32>

Hope it helps someone.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

### 3 pings

Actualize-me » La jungle des conditions d'utilisation des services Web – Le Monde le 6 juillet 2011 - 4:01

[...] ses conditions d'utilisation France 2 Dropbox se la joue Big Brother ZDNet On Software France - Owni - Mac Generation 22 autres [...]

Installer son propre serveur Mozilla Sync pour Firefox » DocGreen le 15 août 2011 - 18:47

[...] toute relative pour des raisons de politique d'utilisation du service (l'affaire Dropbox en est une illustration) ou plus implacable et surnois, pour des motifs de sécurité intérieure [...]

Pourquoi Dropbox, ça boxe ? | Pour une Thèse Thésible ! le 13 mai 2012 - 13:01

*[...] données, en raison d'une modification des conditions générales de Drobbox. Voir cet article de owni.fr, et cet autre de [...]*