

# PETIT OISEAU DEVIENT GOURMAND ? (À PROPOS DES NOUVELLES CONDITIONS D'UTILISATION DE TWITTER)

LE 12 SEPTEMBRE 2009 LIONEL MAUREL (CALIMAQ)

Judi dernier 10 septembre, Twitter a annoncé qu'il opérât une modification unilatérale des conditions d'utilisation du service (TOS – Terms of Service). La firme en avait le droit et nous étions prévenus : les précédentes conditions indiquaient expressément que de tels changement pouvaient intervenir ("We reserve the right to alter these Terms of Use at any [...])

Judi dernier 10 septembre, **Twitter a annoncé qu'il opérât une modification unilatérale des conditions d'utilisation du service (TOS – Terms of Service).**

La firme en avait le droit et nous étions prévenus : **les précédentes conditions** indiquaient expressément que de tels changement pouvaient intervenir ("We reserve the right to alter these Terms of Use at any time ...).

Les **premiers commentateurs** ont immédiatement relevé qu'une porte était à présent ouverte en matière de publicité, aspect important qui fait évoluer le **modèle économique** de Twitter en réponse aux débats sempiternels sur la viabilité de ce service de plus en plus utilisé, sans être pour autant rentable.



*The Services may include advertisements, which may be targeted to the Content or information on the Services, queries made through the Services, or other information. The types and extent of advertising by Twitter on the Services are subject to change. In consideration for Twitter granting you access to and use of the Services, you agree that Twitter and its third party providers and partners may place such advertising on the Services or in connection with the display of Content or information from the Services whether submitted by you or others.*

*Tip : We're leaving the door open for exploration in this area but we don't have anything to announce.*



Mignon cet oisillon, non ? Mais attention en grandissant, il pourrait bien gagner en appétit ...  
(Photo par Lamiot, CC-BY, Source : Wikimedia Commons)

Mais ce changement de stratégie s'accompagne aussi d'une **modification importante de l'attitude de la compagnie vis-à-vis des contenus produits par les utilisateurs**. Deux aspects qui sont d'ailleurs intimement liés...

On a beaucoup glosé ces derniers temps sur la **nature juridique des contenus de Twitter**, pour s'efforcer de déterminer quel était leur statut vis-à-vis du droit d'auteur. J'avais essayé de participer à ce débat (**ici** ou **là**), qui à mon sens, est loin d'être anodin, car Twitter suscite des pratiques qui introduisent de vraies ruptures dans notre relation aux contenus. On s'en souvient, Franck Louvrier, le Conseiller en Communication de l'Elysée, s'est lui aussi **fendu d'un avis** mais il s'est magistralement pris les pieds dans le tapis !

Sans tomber dans les excès de rapacité dont **Facebook par exemple** a fait montre dans le passé, il faut bien être conscient que **Twitter a choisi d'adopter une attitude plus agressive vis-à-vis des contenus postés par les utilisateurs**, qui lui permettra de les réutiliser à ses propres fins, notamment dans ses relations commerciales avec des tiers.

La raison économique a bien sûr ses raisons et on ne peut pas reprocher à une firme d'essayer d'assurer sa rentabilité et son avenir. Mais **c'est quand même très dommage**, car une autre voie aurait peut-être pu être empruntée.

Nous perdons en fait un champ d'expérimentation juridique potentiellement intéressant, à un moment où l'on recherche toujours désespérément de nouveaux modèles qui permettraient de concilier les pratiques d'échange et de réutilisation des contenus du web 2.0 avec les cadres rigides du droit d'auteur. Dans ce débat, **le statut juridique des User Generated Content (Contenus produits par les utilisateurs)** – dont font partie les messages échangés sur Twitter – constitue un enjeu de première importance. Ils sont en effet la matière première – je dirais même la chair vive – du Web 2.0 (du **Web squared** ?) et savoir à qui ils appartiendront déterminera pour une bonne part la direction qu'empruntera Internet à l'avenir.

**Lire la suite du billet sur le blog S.I.Lex**

#### ZOUPIC

le 13 septembre 2009 - 11:26 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



*question technique, puisque tu as l'air d'avoir creusé le sujet:  
Je publie mes "twitts" dans identi.ca que je rediffuse derrière sur twitter  
automatiquement, twitter les envoie sur facebook et facebook les envoie sur  
friendfeed.*

*Puisqu'au moment de la création ils sont sous licence CC, mais qu'ils rencontrent les  
uns après les autres les CGU des autres sites, qui au final garde les droits ?*

*Merci d'avance.. ;-)*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

#### CALIMAQ

le 13 septembre 2009 - 12:37 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@zoupic

*Excellente question ! Qui va me permettre de mettre en lumière toute l'ampleur du  
problème...*

*1) Le circuit commence sur identi.ca où vous publiez vos micromessages sous licence  
Creative Commons. Vous n'avez pas le choix : utiliser identi.ca implique que vos  
contenus sont placés sous licence CC-BY. Ça a le mérite d'être simple.*

*2) Vos micromessages partent ensuite automatiquement sur Twitter. Ce faisant, vous  
concédez implicitement une licence d'utilisation à la firme. Mais comme les nouvelles  
Tos nous le disent, What's yours is yours, donc vos Tweets restent sous la licence CC  
initiale (CC-BY). Problème : les utilisateurs de Twitter n'ont aucun moyen de le savoir.  
Vous pouvez utiliser TweetCC pour mettre votre profil sous CC, mais cela ne permet  
pas vraiment aux autres utilisateurs de le savoir...*

*3) De là vos tweets rebondissent et se retrouvent sur Facebook. Rebelote : vous  
concédez automatiquement une licence d'utilisation à la compagnie. Mais bien entendu,  
ce qui est à vous reste à vous. Donc vos Tweets sont encore sous CC. la différence  
avec Twitter, c'est que vous pouvez placer votre profil Facebook sous Creative*

Commons, pour le faire savoir à tout le monde (si vous êtes particulièrement sournois, vous pouvez en profiter pour utiliser une licence CC différente, histoire de pimenter un peu les choses !)

4) Dernière étape de ce périple des micromessages : FriendFeed. Ici les choses sont plus simples (comme elles étaient sur Twitter avant). FriendFeed vous laisse une propriété pleine et entière sur vos contenus et ne demande pas en retour que vous lui concédiez une licence. Donc vos messages restent sous CC. Mais problème quand même : impossible de placer votre profil FriendFeed sous Creative Commons, donc personne ne peut le savoir à moins de s'engager dans un passionnant jeu de piste pour remonter jusqu'à la source de votre activité identi.ca !

Résultat des courses :

1) Vos messages au final sont bien toujours sous Creative Commons, mais seulement de manière théorique, car comme la signalétique des CC ne peut pas être affichée sur certains services (Twitter, FriendFeed), la validité de la licence est très douteuse ...

2) Vous avez concédé au passage deux licences de réutilisation avec une portée très large: une à Twitter et une à Facebook, qui leur permettent en gros de faire ce qu'ils veulent de vos contenus.

Mais à part ça ce qui est à vous est à vous !

Et n'oublions pas la cerise sur le mille-feuilles juridique : si vos messages à la base ne sont pas assez originaux ou formalisés (au bas mot 90 % des cas), alors il n'y a rien à licencier à l'origine et toute la chaîne des droits peut se rompre (mais seul un juge est en mesure de nous le dire !).

Vous ne croyez pas qu'il commence à y avoir un énorme problème de gestion des droits dans le web 2.0 ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## ZOUPIC

le 13 septembre 2009 - 23:09 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Bonjour, merci beaucoup pour cet éclairage précis! Je crois que tu peux me tutoyer :)

Oui, c'est un mic mac complet, et finalement, même si j'ai mis le badge CC sur Facebook, pour que les gens le sache ça reste un gentil "merdier".

Dans le fond, ce n'est pas tant par rapport au public ou à mes followers que je les protège, c'est justement contre des Tos abusives ou gênantes, afin de pouvoir dire qu'au moment de leur création, ils ont été posés sous une licence CC.

La différence évident entre Facebook et Twitter est l'importance du contenu, alors que sur twitter/identi.ca ce ne sont que des 140 caractères, sur facebook il y a des photos et des créations un peu plus longues et riches qui demandent probablement une plus grande précaution d'utilisation vis-à-vis de FB.

Pour compliquer le shmilblick, je rediffuse aussi mes billets de posts (originellement sous CC 3.0) sur Facebook en notes. Là encore, je dois probablement les partager avec FB. Est-ce que ça veut dire qu'alors que si on récupère les données via mon blog on ne peut en faire un usage commercial, alors que FB, par définition pourra jouer et s'en servir comme bon lui semble, usage commercial y compris?

merci d'avance...

Besoin de réflexion profonde et d'évolution de ce côté.. j'imagine que je ne suis pas le seul à me poser ces questions!

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

## CALIMAQ

le 14 septembre 2009 - 7:29 &bullet; SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@zoupic

Les "Conditions" de Facebook indiquent :

"For content that is covered by intellectual property rights, like photos and videos ("IP content"), you specifically give us the following permission, subject to your privacy and application settings: you grant us a non-exclusive, transferable, sub-licensable, royalty-free, worldwide license to use any IP content that you post on or in connection with Facebook ("IP License"). This IP License ends when you delete your IP content or your account unless your content has been shared with others, and they have not deleted it".

*“a licence to use any IP content that you post” : c’est une formule suffisamment large pour englober l’usage commercial. Et c’est normal en un sens, car Facebook est une compagnie et non une association caritative ! Par définition, les contenus que l’on poste sur Facebook alimentent son activité commerciale.*

*Maintenant est-ce Facebook peut aller plus loin et réutiliser les contenus des utilisateurs par ailleurs ? J’aurais tendance à dire que oui. La licence que nous lui concédons est “sub-licensable”, ce qui signifie qu’il peut transférer le droit d’usage à un tiers, et rien ne l’empêche de le faire à titre onéreux.*

*Du coup, il y a une sorte de contradiction avec l’usage de la licence CC-NC (Non Commerciale). Disons que son effet va être asymétrique : pour les autres utilisateurs de Facebook et pour les simples visiteurs du site, il n’est pas possible de réutiliser les contenus à des fins commerciales. Mais Facebook peut le faire de son côté ...*

*A titre de comparaison, j’ai aussi regardé les conditions d’utilisation de Flickr (qui permet l’usage des Creative Commons) :*

*“Pour ce qui concerne le Contenu que vous stockez, transmettez ou mettez en ligne sur les Services en vue de le rendre accessible à des tiers, vous accordez à Yahoo! et aux sociétés du Groupe Yahoo!, pour le monde, un droit non-exclusif et gratuit d’utilisation permettant à Yahoo! et aux sociétés du Groupe Yahoo! de reproduire, publier et diffuser ce Contenu aux fins de fourniture des Services, de sa promotion et de sa distribution, et ce, sur tout support électromagnétique et par tout moyen de communication électronique, sur les sites du Groupe Yahoo! et sur les sites de partenaires ou de tiers”.*

*Même système de licence concédée, mais définie de manière plus précise (“reproduire, publier, diffuser” et le terme sous-licenciable n’apparaît pas). Mais la compagnie peut réutiliser les photos à l’extérieur “sur des sites de partenaires ou de tiers”.*

*Au final, je suis comme toi : il va me falloir un moment pour évaluer toutes les conséquences de cette étrange “géométrie variable des droits” qui est le propre des services web ...*

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE