

Belgique-Belgie  
PP  
6180 Courcelles  
P/301109

# NEWS

Périodique trimestriel n° 103 – Avril 2014



**Handicapé Visuel Formation Emploi asbl**  
rue Winston Churchill 121A – B-6180 Courcelles  
Tél. 071/46.18.08 – Fax: 071/46.06.50  
info@hvfe.be – www.hvfe.be

**Delta Lloyd** : BE71 8778 5249 0169 – BIC : BNAGBEBB  
**ING** : BE79 3600 0326 1933 – BIC : BBRUBEBB

Bureau de dépôt: 6180 Courcelles  
Editrice responsable: Souad BOUROUA  
rue Winston Churchill 121 a – 6180 COURCELLES



## EDITORIAL

Chère lectrice,  
Cher lecteur,

**N**ous sommes ravis de vous retrouver pour ce premier numéro de l'année.

Au fil des pages, vous retrouverez l'ensemble de vos rubriques habituelles qui vous proposent des articles d'actualité sur des sujets divers.

Dans ce numéro, nous vous proposons un article qui vous aidera à comprendre le fonctionnement de Facebook, ce réseau social que tout le monde connaît, à vous prévenir de ses dangers, à vous familiariser avec son vocabulaire, etc.

Cette année, l'Assemblée générale de notre Association aura lieu le samedi 26 avril prochain. Elle nous donne l'occasion de rencontrer nos membres effectifs et de les informer sur l'ensemble des actions menées lors de l'année écoulée.

Je profite de cet édito pour vous inviter à réserver dès à présent la date du 27 septembre 2014 dans vos agendas ! Nous organisons notre 5<sup>e</sup> soirée de soutien destinée à récolter les fonds nécessaires au bon fonctionnement de notre Service d'accompagnement spécifique en informatique adaptée aux personnes aveugles et gravement malvoyantes. Nous vous y attendons nombreux !

Pour des raisons environnementales et budgétaires, nous souhaiterions diminuer le tirage du News en format papier.

Pourriez-vous envoyer votre adresse email à [noemie.poulain@hvfe.be](mailto:noemie.poulain@hvfe.be).

Toute l'équipe de l'asbl HVFE vous souhaite d'ores et déjà de joyeuses fêtes de Pâques.

**Emeline Procureur**  
**Rédactrice en chef**



### En souvenir de Marcel François

Le 13 février, 12<sup>e</sup> anniversaire de son décès

On dit que ça ne prend qu'une minute pour remarquer une personne spéciale, une heure pour l'apprécier, un jour pour l'aimer, mais qu'on a ensuite besoin de toute une vie pour l'oublier.

« Le fil n'est pas coupé »

Son épouse, ses enfants et beaux-enfants, son petit-fils Michaël et Elodie, la famille apparentée et ses amis...



## VISION

### Les véhicules silencieux

#### **Une si agréable quiétude qui recèle néanmoins des dangers, des appréhensions surtout pour les personnes déficientes visuelles**

L'on ne peut certes que se réjouir de l'usage accru de bicyclettes, de rollers et de l'avènement de voitures à propulsion électrique. Le charme de ces derniers véhicules réside notamment dans leur compatibilité environnementale, ainsi que dans la quiétude, dans l'agréable absence de bruit. Mais l'on se doit cependant de signaler les dangers que peut comporter cette mobilité silencieuse pour les personnes aveugles et gravement malvoyantes du fait d'un manque total de bruit, c'est-à-dire de l'absence d'un signal perceptible bien à temps annonçant l'arrivée de tels moyens de déplacement.

Nous avons déjà eu l'occasion d'écouter en consultation d'urgence deux sujets gravement malvoyants qui se sont sentis frôlés par un vélo électrique et une troisième qui fut légèrement blessée par l'impact d'une petite voiture électrique transgressant un passage protégé pour piétons. Ils n'en moururent pas, ils ne furent pas gravement blessés cette fois-là, mais leur effroi et son impact psychique négatif étaient bien là. C'était la remise en cause d'un sentiment suffisant de sécurité tel qu'acquis par une personne déficiente visuelle mettant en pratique de bonnes attitudes et techniques de locomotion. L'incident subit, l'accident paraissait même sur le point, voire d'avantage, de raviver le deuil acquis, d'occasionner son rebond, c'est-à-dire de remettre peu ou prou en cause l'acceptation suffisamment positive et dynamique du handicap (Claude SCHEPENS, 1974). Rappelons aussi que tout deuil, même ténu, rappelle tous les deuils.

L'électromobilité (bicyclettes, rollers et scooters électriques, mais aussi les véhicules hybrides, les voitures, les autobus électriques et même les nouveaux tramways) est en croissance sur nos routes et sur nos chemins et elle est très vraisemblablement appelée à se multiplier. Le danger et le relatif sentiment latent d'insécurité que suscitent ces véhicules chez les personnes aveugles et malvoyantes s'intensifient et notamment au moment de traverser une rue, de bifurquer à un coin de rue ou dans des lieux où plusieurs types d'usagers se croisent.

Un article paru dans le numéro de janvier 2014 de la revue Clin d'Oeil (l'organe de la Fédération suisse des aveugles et malvoyants) a étudié les trop rares prescriptions nationales déjà d'application ou en gestation comme suite à l'essor des véhicules silencieux. L'on y signale des travaux préparatoires de l'U.E.A. (Union européenne des aveugles). Une résolution de l'O.N.U. (Organisation des Nations Unies) et une réglementation au niveau européen seraient même en phase de préparation. Mais chacun sait que cela prend du temps à être élaboré, discuté, à être accepté par les divers états et enfin effectivement mis en pratique.

Mais ce qui paraît tout autant urgent, c'est de sensibiliser au mieux l'ensemble des usagers (piétons, conducteurs de deux-roues, automobilistes et chauffeurs de transports en commun) aux problèmes suscités par la mobilité électrique silencieuse de ce fait pratiquement imperceptible par les personnes gravement déficientes visuelles. Il en va d'ailleurs peu ou prou de même pour les piétons mais en suscitant moins de graves dangers. Certes, une réduction sensible du chahut du trafic routier comme suite à l'essor de véhicules électriques est en soi une bonne chose mais il risque de provoquer de nouveaux

types d'accidents, de susciter de nouvelles appréhensions. L'objectif ne doit pas être atteint en ignorant et au détriment d'un groupe de citoyens particulièrement vulnérables sur la voie publique. En effet la sensation auditive, la perception d'un bruit et son identification est un processus supplétif fondamental pour les personnes aveugles et gravement malvoyantes. L'audition est en quelque sorte le socle existentiel de leur présence au monde, de toutes leurs subtiles mais néanmoins fatigantes voire stressantes stratégies compensatoires. L'acuité auditive permettant d'apprécier les intensités sonores jointe à d'autres propriétés de l'ouïe signale spontanément, instantanément la présence d'un émetteur. Elle permet même d'apprécier sa distance, sa vitesse, son éventuel rapprochement et, s'il échète, l'imminence d'une collision... De plus, la perception binaurale permet de localiser l'objet bruyant. En effet, sauf dans le cas très rare d'une absolue symétrie, un son arrivant plus vite à une oreille qu'à l'autre, permet au cerveau de calculer illico l'angle d'émission et de localiser l'émetteur en l'occurrence un véhicule en mouvement. Rappelons que sauf à être touché, un objet totalement silencieux n'existe pas pour une personne aveugle. De plus, un certain bruit, non pas un vacarme, émis par un véhicule en mouvement concourt aussi à la sécurité des piétons bien voyants, son audition s'ajoutant à la seule perception visuelle d'un engin en déplacement et cela dans les trois cents soixante degrés de l'espace alors que notre champ visuel est limité et qui de plus est nul sur l'arrière de soi.

L'on connaît aussi l'invasion de vélos, de trotinettes et de rollers, ... qui foncent sur les trottoirs et qui représentent un réel danger pour tous les piétons même parfaitement bien voyants. Ces engins sont de plus souvent mal ou non éclairés, quasi invisibles le soir venu tout en se plaisant parfois à zigzaguer en ignorant, en frôlant même les passants. Les cyclistes n'ont pas

leur place sur un trottoir, sauf s'il s'agit d'un cheminement pour piétons et cyclistes spécialement signalé à cet effet. La réalité est loin d'être telle. Même les associations de type Pro vélo admettent que le trottoir est le territoire exclusif des piétons. Mais dans la pratique bien loin s'en faut. Les organisations pour la promotion de l'usage du vélo plaident par ailleurs pour des voies sûres réservées aux seuls cyclistes. Pour elles une division de la chaussée en trois (trottoirs, route et piste cyclable) serait la solution idéale, si tant est que l'espace le permette, ce qui est souvent loin d'être le cas

### **Conclusion**

Les véhicules silencieux de tous types sont appelés à se multiplier. Tout en présentant bien des avantages environnementaux et de quiétude ils peuvent néanmoins occasionner un réel danger, un souci, une tension nerveuse accrue pour les piétons et tout particulièrement pour les personnes aveugles et malvoyantes. Les conducteurs de tels engins, tout autant que les usagers faibles, devront s'adapter et modifier en conséquence leurs comportements en déplacement.

Surtout dans la pénombre et l'obscurité, et quitte à se singulariser, ce qui est un choix personnel et variable selon les environnements, les personnes déficientes visuelles ont tout intérêt à veiller à être bien visibles notamment par l'éventuel port de gilets, de brassards... de couleurs bien contrastantes, voire fluorescentes selon toutes les possibilités offertes par le prisme des couleurs en tonalités, en saturations et en brillances.

Seuls celles et ceux qui se rendent bien visibles peuvent s'attendre à être vus !

**Claude SCHEPENS**  
**Psychologue et neuropsychologue**  
**spécialisé dans le domaine des**  
**déficiences visuelles**



## INFORMATIQUE

### TELORION

#### Qu'est-ce que le Télorion ?

C'est un smartphone de la marque SAMSUNG Galaxy S3 ou S4 accompagné d'une synthèse vocale afin de permettre aux personnes handicapées de la vue de s'en servir.

La société Télorion a imaginé une coque en silicone qui s'applique sur le smartphone.

Cette coque fait penser à un clavier de gsm et occupe le bas du smartphone.

Le clavier est surmonté de deux lignes de commandes qui permettent de se déplacer dans des menus ainsi qu'un bouton central qui permet de revenir facilement dans le menu général du télorion.

On peut aussi utiliser certaines applications (sms, téléphone, agenda, ...) en utilisant des raccourcis vocaux.

Pour une autoformation, il existe un cd qui reprend les différentes manipulations à effectuer ; ce cd est très explicatif.

Le smartphone se connecte facilement en bluetooth aussi bien à une barrette braille qu'à un clavier externe.

Pour les adeptes de l'informatique, le smartphone peut être utilisé que ce soit pour du courrier électronique, pour surfer sur Internet, pour écouter de la musique, pour y copier des livres numériques, etc. Cependant, pour les applications informatiques, il est nécessaire d'utiliser un clavier externe et enlever la coque car celle-ci empêche un bon fonctionnement des fonctions informatiques.

Bien sûr, cette technologie entraîne un certain coût : environ 680€ chez AVH (Paris) et l'AWIPH rembourse le même montant attribué à un gsm avec synthèse vocale.

On peut aussi le trouver chez Sensotec.

Bref, que ce soit un iPhone ou un smartphone, ces bijoux de technologie restent chers et il est difficile de préférer l'un par rapport à l'autre.

*Georges DUDOME*

## Facebook entre passion et détestation – partie 1

**Cette première partie de notre article, très théorique mais indispensable, sera suivie d'une seconde partie beaucoup plus pratique expliquant comment créer et sécuriser un compte, mais aussi le vocabulaire à maîtriser et diverses astuces.**

Il faudrait être mort depuis longtemps ou vivre sur une autre planète (et encore, ce n'est pas certain) pour ne jamais avoir entendu parler de Facebook. Vos enfants, les membres de votre famille, vos amis,

vos voisins, vous-même peut-être, tout le monde est sur Facebook.

Aujourd'hui, ce réseau social comporte plus d'1 milliard 200 millions d'utilisateurs dans le monde. Si Facebook était un pays, il serait plus peuplé que l'Inde et devrait même dépasser la Chine en 2016. C'est réellement l'entreprise de tous les records. À tel point que même Google s'inquiète de l'ombre croissante que lui fait Facebook puisque de plus en plus d'informations y sont disponibles et que les utilisateurs ont

tendance à se détourner du moteur de recherche.

Malgré ce succès, nous constatons chaque jour que bon nombre d'utilisateurs, y compris les professionnels, en ignorent les dangers avérés ou potentiels. Nous allons publier une série d'articles destinés à aider le lecteur à comprendre le fonctionnement de ce méga réseau social, à maîtriser son vocabulaire, à éviter les comportements à risques, à prendre les précautions nécessaires pour se protéger et à profiter en toute sérénité de cet outil.

Car Facebook suscite la passion chez les uns et la détestation chez les autres. Dès le début, la polémique était présente. Les problèmes les plus souvent cités sont liés à des atteintes alléguées envers la vie privée et le droit à l'anonymat sur Internet. Lors de la création de son compte, l'utilisateur cède à l'entreprise des droits de réutilisation sur toutes les données qu'il publie...

### ➤ **L'historique**

Le 28 octobre 2003, alors qu'il est en deuxième année à Harvard, Mark Zuckerberg crée Facemash, une sorte de trombinoscope. Pour se procurer les premières photos, on dit qu'il n'hésita pas à pirater une zone protégée de l'un des ordinateurs de son université. Harvard ne disposant pas de trombinoscope, le succès est immédiat puisque Facemash attire 450 visiteurs et 22 000 affichages des photos durant les quatre premières heures de sa mise en ligne.

Quelques jours plus tard, l'administration de Harvard ferme le site et entame une procédure judiciaire à l'encontre de Mark Zuckerberg pour violation du droit de propriété intellectuelle et prononce son expulsion de l'université. Ces sanctions et poursuites seront par la suite abandonnées.

Le 4 février 2004, Mark Zuckerberg lance un nouveau projet intitulé Thefacebook. Là, ce sont trois anciens étudiants de l'université qui attaquent l'auteur en affirmant qu'il leur avait assuré travailler avec eux au développement d'un projet de réseau social connu sous le nom de

HarvardConnection.com, alors qu'en réalité, il détournait leurs idées pour créer son propre réseau. L'enquête ayant démontré l'exactitude des accusations, Zuckerberg et ses partenaires finirent par s'entendre sur un dédommagement financier.

Au départ, l'accès à Facebook était réservé aux étudiants de Harvard, mais dès mars 2004, il fut ouvert à ceux de Stanford, Columbia et Yale. Plus tard, le réseau s'ouvrit à la Boston University, à la New York University, au MIT et progressivement, à la plupart des universités du Canada et des États-Unis.

Le succès ne se dément pas et durant la semaine du 13 mars 2010, pour la première fois, Facebook attire plus de visiteurs que Google. Enfin, en mai 2012, le réseau fait son entrée en Bourse avec un résultat mitigé pour les investisseurs.

### ➤ **Les revenus**

On nous demande souvent d'où Google ou Facebook tirent leurs (immenses) revenus. La réponse est simple: de la publicité, dont les chiffres diffèrent très fort entre les deux géants.

Chez Google, 8% des utilisateurs cliquent sur la première publicité affichée sur les pages de résultats. Soit 80 000 clics par million de pages affichées. Tandis que chez Facebook, le nombre de clics est infiniment moindre puisqu'il tourne autour de 0,04% (400 clics par million de pages affichées).

Cet écart s'expliquerait par le fait que la moyenne d'âge des utilisateurs de Facebook est basse et que ces jeunes maîtriseraient mieux les applications permettant de bloquer l'affichage des publicités.

## ➤ Les chiffres-clés

Les chiffres ci-dessous datent de quelques mois, mais donnent une bonne idée générale de la taille et de la croissance de Facebook:

- **1,11** milliard de membres actifs au cours des 30 derniers jours.
- L'âge médian des nouveaux utilisateurs est de **22** ans.
- Les membres actifs vivent à **81%** en dehors des USA + Canada (c'était 80% en avril 2012).
- **665** millions de membres actifs chaque jour au 31/03/2013.
- **398** millions de membres actifs 6 jours sur 7 (chiffre datant du 31/03/2012).
- **751** millions de membres actifs mensuels sur mobile (488 millions au 31/03/2012).

En Belgique, les derniers chiffres indiquent **4 444 920** d'internautes connectés à Facebook dont 50,7% d'hommes et 49,30% de femmes. Plus de 25% d'utilisateurs ont entre 25 et 34 ans. Ces 6 derniers mois, l'étude d'E-net Business indique que Facebook a connu une croissance de 4,56% d'utilisateurs belges. En 2012, il n'y pas moins de **6 millions** de Belges présent sur Facebook, soit **58,1%** de la population belge.

Facebook est le réseau social leader (en audience) dans 39 pays sur les 44 analysés par ComScore. Les autres pays sont la Chine, le Japon, la Russie, la Corée du Sud et le Vietnam.

### ➔ Quelques chiffres encore

- **140,3** milliards de relations entre «amis».
- **300** millions de photos uploadées chaque jour.
- **219** milliards de photos sont actuellement stockées sur Facebook (sur environ 265 milliards ayant été uploadées; les autres ayant été supprimées). L'upload de photos existe depuis l'automne 2005.
- **3,2** milliards de «J'aime» et commentaires chaque jour.

- **1 130** milliards de «J'aime» depuis la sortie de cette fonction en février 2009.
- **17** milliards de posts géolocalisés, incluant les check-in.
- **42** millions de pages ayant 10 fans ou plus.
- **62,6** millions de morceaux de musique (différents !?) ont été écoutés 22 milliards de fois via les applications d'écoute de musique en ligne.

### ➔ Infrastructure technique

- **100** petaoctets de stockage de photos et vidéos. 100 Po =  $100 \cdot 10^{15}$  octets, soit 100 000 To (teraoctets) situés sur un seul cluster HDFS (un record mondial selon Jay Parikh, responsable IT de Facebook). (Source Big Data août 2012).
- Chaque jour, Facebook doit stocker 500 To de données supplémentaires.
- Facebook est propriétaire de **2** datacenters à Prineville (Oregon) et Forest City (Caroline du Nord) et locataire d'autres datacenters en Californie et en Virginie.

### ➔ Données financières

- **3,7** milliards de dollars de chiffre d'affaires (CA) en 2011, dont 85% en publicité.
- **1,458** milliard de dollars de CA au premier trimestre 2013, dont 1,245 milliard en publicité.
- **59** millions de dollars de perte au troisième trimestre 2012.
- **885** millions de dollars de dépenses au troisième trimestre 2012.
- **3,910** milliards de dollars de cash au 30/06/2012.
- **388** millions de dollars de dépenses en recherche et développement pour l'année 2011 (contre 144 millions en 2010).
- **153** millions de dollars de dépenses en recherche et développement pour le premier trimestre 2012 (contre 57 millions pour le premier trimestre 2011).
- **68** millions de dollars: le montant total des acquisitions en 2011.

- **30%**: commission prélevée par Facebook sur les transactions payantes effectuées dans les applications.

→ *Données sur l'entreprise*

- **3 976** salariés au 30/06/2012 (contre 3 539 au 31/03/2012).
- **11** bureaux aux États-Unis et 18 à l'étranger.  
L'ensemble des bureaux représente 2,2 millions de pieds carrés (dont 1 million pour le siège social à Menlo Park), ce qui représente environ 204 000 m<sup>2</sup>.
- Facebook est disponible en **70** langues.
- L'entreprise a été créée en juillet **2004**.
- Son siège social est situé à l'adresse 1601 Willow Road, Menlo Park, California, 94025, États-Unis.
- **774** brevets obtenus aux USA (+ 546 en attente d'approbation). À l'étranger, Facebook détient 96 brevets et a déposé 194 demandes. À ces brevets, il faut rajouter les 650 en passe d'être rachetés à Microsoft (l'accord a été signé le 5/04/2012), qui les avait précédemment achetés à AOL.
- Le fondateur Mark Zuckerberg a **29** ans (né le 14/05/1984). En 2011, son salaire s'est élevé à **483 333** dollars auxquels il faut ajouter des bonus et compensations pour atteindre en tout **1 712 362** de dollars. À partir de 2013, son salaire annuel sera, à sa demande, de 1 dollar. Qu'on se rassure, il bénéficiera toujours des autres revenus et bonus engendrés par sa société ainsi que de nombreux avantages en nature.

Toutes ces données proviennent de Webrankinfo (<http://goo.gl/WskFC>).

### LES CONTESTATIONS

Wikipedia (<http://goo.gl/dWsr2>) rapporte les éléments suivants:

Facebook connaît un bon nombre de controverses. Le site a été bloqué par intermittence dans plusieurs pays dont la République populaire de Chine, le Vietnam, l'Iran, l'Ouzbékistan, le Pakistan, la Syrie et le Bangladesh pour différentes raisons. Par exemple, le site a été banni de certains pays pour son contenu jugé antisémite et

religieusement discriminatoire. Le site a également été bloqué par un bon nombre d'entreprises pour empêcher les employés d'y accéder durant leurs heures de travail. Les données personnelles des utilisateurs de Facebook ont également été menacées et la sécurité des comptes a été compromise à plusieurs reprises. Facebook a également été poursuivi en justice et accusé d'évasion fiscale.

En juillet 2011, les autorités allemandes discutent de la prohibition des événements organisés sur le site. La décision est basée sur le squattage d'individus à des événements alors qu'ils n'étaient, à l'origine, pas invités. Il y a quelques années par exemple et l'information avait d'ailleurs fait la Une: 1 600 «invités» se sont présentés au 16<sup>e</sup> anniversaire d'une adolescente localisée à Hambourg alors que l'invitation a incorrectement été marquée pour le public. Une centaine de policiers ont été déployés. L'un d'eux a été agressé et 11 participants ont été arrêtés pour agression, dégradations et résistance aux autorités.

Mais les critiques les plus nombreuses portent sur des faits répétés de non-respect de la vie privée. Facebook a tenté de prendre les devants en publiant une page expliquant la procédure à suivre si vous estimez qu'il y a eu atteinte à votre vie privée: piratage, injures, photos inappropriées, etc. (<https://fr-fr.facebook.com/safety>).

En France, UFC - Que Choisir tente d'obliger les 3 grands réseaux sociaux que sont Facebook, Twitter et Google+ à mettre leurs contrats d'utilisation en conformité avec le droit français, en particulier sur le respect des données personnelles. L'association les accuse: «Elliptiques ou pléthoriques, les conditions contractuelles des réseaux sociaux ont pour point commun de ne donner aucune information claire sur les services qu'ils fournissent». En effet, les internautes se plaignent fréquemment de l'opacité dont font preuve les 3 entreprises sur l'usage qu'elles réservent aux données privées. Il est difficile de savoir si celles-ci sont destinées à de simples statistiques (ce qui est

annoncé) ou si elles sont revendues à des annonceurs.

S'agissant de Twitter, UFC poursuit en disant: «À titre d'exemple, la politique de vie privée, les conditions d'utilisation et les règles de Twitter (3 textes !) renvoient par liens hypertextes à pas moins de 65 pages internet, parfois en langue anglaise ! [...] En outre, les informations essentielles (responsabilité, récupération des données sur les divers terminaux, etc.) sont morcelées et distillées de manière éparsée dans les conditions, au point qu'il est impossible de savoir l'étendue des données collectées».

Dans un style totalement opposé, là où Twitter et Facebook proposent des contrats tellement longs qu'ils en deviennent impossibles à assimiler pour l'internaute lambda, Google+ «choisit une formulation laconique pour mieux masquer l'étendue des obligations de l'internaute».

Outre l'illisibilité des contrats, l'UFC - Que Choisir reproche également aux réseaux sociaux d'imposer des clauses abusives.

Par exemple, celles qui visent à les exonérer de toute responsabilité en cas de divulgation de données ou qui permettent aux éditeurs de suspendre brutalement un compte et l'accès à tous les contenus uploadés et partagés par l'utilisateur.

Enfin, bien sûr, l'association leur reproche de se donner le droit d'utiliser toutes les données envoyées par l'utilisateur, y compris parfois celles qui sont «supprimées», mais qui sont en réalité invisibles.

«Comment admettre qu'en s'inscrivant sur un réseau, un internaute donne un blanc-seing général pour devenir l'objet de publicités ciblées ou plus largement d'une utilisation de ses données sans son consentement express ?», demande l'association.

Toutes ces informations proviennent d'un article de Numerama (<http://goo.gl/dSGZI>).

**ATHENA 293 – septembre 2013**  
**Christian VANDEN BERGHEN**

---

## Facebook entre passion et détestation – partie 2

---

Dans cette seconde partie de l'article consacré au réseau social Facebook, vous apprendrez concrètement comment créer un compte, comment le supprimer, ainsi que quelques mots de vocabulaire et des concepts spécifiques qu'il est indispensable de maîtriser avant de se lancer.

### QUI SONT LES UTILISATEURS DE FACEBOOK ?

**S**elon un article publié par le quotidien L'Avenir (<http://goo.gl/AnBOMK>), environ 5 millions de Belges seraient sur Facebook. À l'échelle du pays, cela représente 48,2% de la population totale et 62,41% des internautes. La Belgique se situerait ainsi à la 37<sup>e</sup> place mondiale des pays les plus représentés sur ce réseau social.

Facebook continue donc de séduire en Belgique et reste le premier réseau social du pays, devant le professionnel LinkedIn (1,5 million d'utilisateurs), bien que sa croissance s'érode d'année en année. D'après le Belgian Social Monitor, le taux de croissance annuel est passé de +12% à +8% de 2012 à 2013. Socialbakers situe quant à lui la croissance belge à +6,17%.

Les Belges de 25 à 34 ans sont les plus représentés (24%) suivis de près par les 18-24 ans (22%). L'âge moyen des utilisateurs du réseau Facebook dans le monde est de 22 ans. Cela ne signifie pas que le réseau n'intéresse que les jeunes. Partant de l'idée que les acheteurs potentiels de leurs produits et services «sont» sur le réseau, de plus en plus d'entreprises viennent à leur rencontre pour leur proposer leurs produits et services. On

peut même affirmer qu'il n'est plus envisageable aujourd'hui pour une entreprise de ne pas avoir de page Facebook puisque ce réseau est manifestement devenu le «lieu» où se trouvent les clients.

Aujourd'hui, le top 5 des entreprises ayant le plus de fans sur Facebook en Belgique se présente comme suit: Coca-Cola, Nutella, M&M's Belgium, Disney et Ice-Watch. Ceci est particulièrement intéressant puisque cette dernière est une entreprise belge (Bastogne).

### COMMENT CRÉER UN COMPTE ?

La première chose à bien comprendre est qu'il existe deux manières d'être présent sur Facebook: les personnes physiques se créent un «Profil», les personnes morales sont représentées par une «Page». En d'autres termes, un profil est personnel, il dit qui vous êtes en tant qu'individu.

Vous ne pouvez créer une page d'entreprise que si vous disposez d'un profil. Sachez que vous ne pouvez créer qu'un seul profil par adresse électronique et que Facebook vous demande d'utiliser votre identité réelle.

#### ➤ Créer un profil

Pour créer un profil, et si vous avez atteint l'âge requis de 13 ans, il suffit de se rendre sur la page d'accueil de Facebook (<http://www.facebook.com/>). Bien que des spams évoquent un Facebook payant, l'inscription et l'utilisation de ce réseau sont (et devraient rester) gratuites.

Le formulaire est tout simple et ne requiert que des informations classiques de base. La date de naissance sert à vérifier que vous avez bien 13 ans... (il n'existe bien entendu aucun contrôle de l'âge).

Une fois ce formulaire complété, vous recevrez un message électronique de confirmation. Cliquez sur le lien contenu dans ce mail et vous voilà sur Facebook.

#### ➔ Retrouvez vos amis

Facebook vous demande l'autorisation de parcourir le carnet d'adresses électronique lié à votre compte mail pour y trouver des adresses déjà enregistrées. Mais vous pouvez ignorer cette étape.

Si vous avez accepté cette invitation à lier vos contacts à Facebook et qu'ensuite vous souhaitez gérer les contacts importés, vous pouvez le faire à partir de la page [http://www.facebook.com/invite\\_history.php](http://www.facebook.com/invite_history.php). C'est là que vous pourrez supprimer tout ou partie de vos contacts. Il est important de savoir que Facebook utilise les adresses de contact que vous avez importées pour présenter des suggestions du genre «Vous connaissez peut-être telle ou telle personne». Bien entendu, Facebook insiste pour importer vos contacts parce que ceux-ci doivent lui permettre d'augmenter sa propre visibilité.

#### ➔ Informations du profil

Facebook vous invite à partager un certain nombre d'informations personnelles supplémentaires sur votre parcours géographique, scolaire et professionnel. L'objectif étant ici à nouveau de compléter sa base de données pour la vente de publicités ciblées. Le ciblage publicitaire de Facebook est l'un des plus performants sur le Web.

En regard de chaque champ du formulaire, un clic sur l'icône représentant un globe ouvre un menu déroulant vous permettant de déterminer qui pourra voir cette information. Cette étape est extrêmement importante dans le cadre de la protection de votre vie privée:

- «**public**»: visible par toute personne ayant accès à Facebook;
- «**amis**»: visible par les personnes avec qui vous êtes connecté;
- «**moi uniquement**»: visible uniquement par vous;
- «**personnalisé**»: un nouvel onglet permet de rendre une information visible aux amis de vos amis, à certaines personnes ou listes de personnes à définir.

Ces restrictions doivent être définies pour chacun des champs du formulaire. Il est également possible d'ignorer cette étape.

→ *Ajoutez une image de profil*

Cette image (photo) apparaîtra sous forme de miniature à côté de vos commentaires et sera liée à toutes vos activités sur Facebook. Cette étape peut également être ignorée. Désormais, votre journal apparaît.

### ➤ **Le journal**

De quoi s'agit-il ? Le Journal regroupe l'ensemble de vos publications (textes et photos) sur Facebook. Il est aussi appelé «Mur».

À tout moment, pour accéder à votre journal, il suffit de cliquer sur votre photo ou votre nom de profil en haut à gauche.

→ *La photo de couverture*

C'est une photo de plus grande taille qui apparaît dans la partie supérieure de votre journal, juste au-dessus de votre photo de profil. Cette photo de couverture est le reflet de votre humeur ou de vos centres d'intérêt ou activités du moment. Elle vient compléter la représentation que vous souhaitez donner de votre personnalité. Il est possible de la modifier à tout moment.

Vous n'êtes pas autorisé, sur un profil personnel, à utiliser une photo de couverture à caractère commercial ou promotionnel. En d'autres termes, vous ne pouvez pas utiliser votre profil personnel pour faire la promotion de produits commerciaux.

La photo de couverture est publique, comme votre photo de profil.

**À force d'informer les internautes de ses statuts au fil des jours, on finit par ne plus savoir comment on est, voire qui on est. Homme/femme, célibataire/en couple/en pleine rupture, au boulot/sans emploi/en vacances, ici/ailleurs/là-bas, employé modèle/petit rat de l'opéra,... Le journal qui était alors intime devient public. Cela peut être**

**troublant. Que puis-je dire ou ne pas dire ? Telle est la question, à laquelle il vaut mieux bien réfléchir...**

→ *Publiez dans le journal*

Vous pouvez publier de l'information dans votre journal, mais également dans le journal de quelqu'un d'autre. Vous pouvez publier 4 types d'informations dans votre journal :

- **Statut**: c'est ce que vous souhaitez communiquer. Le statut ne peut comporter que du texte.
- **Photo**: vous pouvez publier des photos individuelles ou créer un album de photos.
- **Lieu**: permet de dire où on se trouve. Cette information est le système de géolocalisation de Facebook (analogue à FourSquare par exemple) et est surtout utilisé par les membres utilisant Facebook sur leur smartphone ou tablette.
- **Événement marquant**: Facebook propose de choisir une option parmi une liste comportant des éléments tels que nouvelle formation, nouvel emploi, retraite, mariage, naissance, rupture sentimentale, deuil, perte de poids, changement de régime alimentaire, etc.

Toutes ces données, y compris celles qui paraissent les plus ridicules ou insignifiantes, servent à alimenter la base de données de Facebook donc à vous cibler de plus en plus précisément.

Pour chacun des 4 types d'information, vous pouvez définir la date, le lieu et ce que vous êtes occupé à faire (émotions), à regarder (film, série télé, émission, etc.), à lire, à écouter ou à jouer. Facebook n'a, semble-t-il, pas envisagé que ses membres se livrent aussi parfois à des occupations professionnelles...

Pour chaque publication, vous pouvez également identifier des personnes et indiquer que vous étiez (ou êtes) en leur compagnie. Pour ce faire, cliquez sur le lien «**Identifier des personnes**» et tapez le nom d'une personne: Facebook recherche dans votre liste de contacts et dans la liste des amis de vos contacts.

Pour publier dans le journal d'un ami, tout se passe de la même manière. Commencez par cliquer sur le nom ou photo d'un ami pour arriver sur son journal. Vous ne pourrez publier sur un autre journal que si l'ami en question n'a pas verrouillé cette option (nous en parlerons plus loin). Vous pouvez aussi rechercher manuellement des amis.

➔ *Définissez qui peut voir les contenus de votre journal*

Sur la même page, vous pouvez définir qui peut voir vos contenus. «**Afficher en tant que**» permet d'afficher ce que les autres verront. Vous pouvez même vérifier ce qu'une personne en particulier verra en tapant son nom. Vous pouvez aussi «**Afficher en tant que public**» pour visualiser ce que tout le monde pourrait voir.

#### COMMENT PUBLIER DU CONTENU ?

➔ *Partagez ce que vous trouvez sur le Web*

Facebook vous permet de partager, avec votre réseau, des informations que vous trouvez sur le Web. Comment procéder ? Sur la plupart des sites, vous trouverez deux icônes Facebook :

- **Like** - J'aime permet de signaler à vos amis que vous appréciez un contenu et le fait apparaître dans leur fil d'actualité (notification) mais pas dans votre propre journal.
- **Share** – Partager permet de partager un lien dans votre propre journal, dans le journal d'un de vos amis, dans un groupe, sur l'une de vos pages et dans un message privé.

➔ *Partagez ce que publient vos amis*

Dans le fil d'actualité de vos amis, sous chaque information publiée, se trouve une série de boutons :

- **J'aime**: signale à vos amis que vous appréciez ce qu'ils ont publié et fait apparaître l'information dans le fil d'actualité (notification) de vos autres

amis mais pas dans votre propre journal.

- **Commenter**: fait apparaître votre commentaire sous l'information publiée par votre ami.
- **Partager**: permet de partager un lien dans votre propre journal, dans le journal d'un de vos amis, dans un groupe, sur l'une de vos pages et dans un message privé.

➔ *Gérez et contrôlez toutes vos activités sur Facebook*

Dans votre Journal personnel, à droite de l'image de couverture, cliquez sur «**Historique personnel**» pour consulter et gérer toutes vos activités sur Facebook. Vous y trouverez tout, absolument tout, y compris vos recherches, classé du plus récent au plus ancien. À droite, un menu permet de vous déplacer dans le temps (mois, années).

Vous pouvez modifier chaque publication en cliquant sur l'icône en forme de globe. C'est là que vous pourrez modifier le public qui peut lire telle ou telle information. Juste à droite de cette icône, vous trouverez un petit crayon permettant d'éditer l'information pour choisir la manière dont l'information apparaît sur votre journal :

- **En avant dans le journal**: permet de mettre une information en évidence et la maintient tout en haut du journal, même si vous publiez de nouvelles informations. L'information mise en avant apparaît dans votre journal avec une icône en forme de marque-page.
- **Autorisé dans le journal**: activé par défaut.
- **N'apparaît pas dans le journal**: supprime l'information de votre propre journal, mais elle restera visible dans le fil d'actualité de vos amis.
- **Supprimer**: supprime une information, y compris du fil d'actualité de vos amis.
- **Ajouter un lieu**.

Dans la marge de gauche, le bouton «**Vos publications**» permet de n'afficher que ce que vous avez publié dans votre journal, vos partages, vos commentaires dans les

journaux de vos amis, vos statuts, vos activités sur les pages et vos activités sur les applications (jeux ou autres applications externes liées à Facebook).

Facebook est une formidable machine. Mais à qui bénéficie-t-elle ? D'abord à ses propriétaires, qui sont occupés à se constituer une gigantesque base de données d'informations privées sur leurs membres, qu'ils peuvent revendre à n'importe quel annonceur.

C'est aussi une machine à retrouver des gens, d'anciens amis ou collègues perdus de vue. Mais n'oubliez jamais que si Facebook est gratuit, c'est parce qu'en échange de tous ces merveilleux services, vous lui vendez ce que vous avez de plus précieux: votre vie privée.

**Dans le prochain article, nous verrons notamment comment supprimer un compte...**

*ATHENA 294 – octobre 2013*  
**Christian VANDEN BERGHEN**



## SANTÉ

### Soleil et protections nutritionnelles

Lorsque l'on évoque la protection solaire, spontanément des images de crème solaire, lunettes de soleil, chapeau, parasol apparaissent à notre esprit. De même que la recommandation de ne pas s'exposer au moment des heures les plus chaudes de la journée, entre 12 h et 16 h. Mais saviez-vous que la composition de notre assiette peut également nous protéger des effets néfastes du soleil ? Le rayonnement ultra-violet émis par le soleil entraîne la génération par notre corps de radicaux libres susceptibles de provoquer des lésions cellulaires importantes.

Deux organes sont particulièrement exposés : l'œil et la peau.

La facilité d'exposition au soleil lors de nos vacances, parfois très intense sous les tropiques ou à la montagne, pour un grand nombre de personnes, participe à l'augmentation des cancers de la peau et de la DMLA, (Dégénérescence maculaire liée à l'âge : une maladie de l'œil qui touche de plus en plus les séniors, qui déforme les images et rend aveugle à terme).

#### Pourquoi la peau et les yeux ?

Quelques éléments pour vous éclairer...

- La peau : une cible plus fragile qu'on ne le croit Le rayonnement solaire est responsable de diverses pathologies, des plus banales aux plus redoutables.
- L'érythème superficiel et profond : le « coup de soleil » bénin occasionnant une gêne temporaire durant les vacances mais qui peut aller jusqu'à des brûlures invalidantes. A long terme les coups de soleil altèrent profondément notre peau.
- La lucite estivale, pathologie bénigne mais invalidante, apparentée à une «allergie solaire» caractérisée par l'apparition de lésions rouges et prurigineuses (ça gratte) sur le décolleté. Elle touche 10% des adultes dont 90% des femmes.
- Le vieillissement cutané accéléré, dû à des expositions prolongées et répétées, s'accompagne d'altération de la peau à l'origine des rides.
- Les cancers cutanés sont initiés par des lésions de notre ADN dues à une production accrue de radicaux libres.

Les yeux : une fenêtre ouverte vers la lumière tout au long de la journée.

La lumière et ses images sont filtrées par nos yeux. Les rayons solaires traversent nos structures oculaires comme la cornée, le cristallin et la rétine. Ces rayons lumineux se focalisent vers la macula. L'intensité lumineuse, sa température Kelvin, le rayonnement ultraviolet, sont à l'origine d'une production accrue de radicaux libres susceptibles d'entraîner des dégâts à chacune des structures de l'œil si les protections de notre organisme ne sont pas suffisantes.

### **Comment optimiser les protections naturelles de notre corps ?**

Par notre assiette ! La lutte contre les radicaux libres passe par un apport optimal et adapté en antioxydants.

La défense des antioxydants est spécifique.

La peau et l'œil utilisent des micronutriments spécifiques pour leur protection. Leur apport alimentaire devrait être largement augmenté pour réduire les risques de développement des cancers cutanés et/ou des DMLA chez les adultes et leurs enfants.

Des couleurs naturelles dans notre assiette pour l'œil et la peau.

### **Les antioxydants de l'œil**

Certains pigments contenus par les fruits et légumes ont un pouvoir antioxydant qui aide notre œil à se protéger des rayonnements solaires. Ces pigments sont la lutéine et la zéaxanthine. Ils appartiennent à la famille des caroténoïdes.

Notre organisme ne peut pas fabriquer la lutéine. On la trouve uniquement dans notre alimentation. La zéaxanthine peut être trouvée dans l'alimentation mais est surtout fabriquée par notre corps à partir de la lutéine.

Ces antioxydants se concentrent au centre de la macula, où elles forment le pigment

maculaire, à l'origine du nom de la macula (macula lutea = tache jaune). Leur rôle est de protéger la rétine contre les effets phototoxiques de la lumière durant toute notre vie.

### **Alors pour protéger nos yeux des rayons du soleil, quels sont les aliments sources de ces pigments (ou caroténoïdes) ?**

- Les sources de lutéines alimentaires : épinards, les pois verts, les brocolis. Mais aussi la chicorée, l'endive, la salade, l'amarante, la mangue, le soja vert...
- Les sources alimentaires de zéaxanthine : le maïs, la courge, la pêche, la mangue... Lycopène et sélénium : des protecteurs pour notre peau.
- Le lycopène est aussi un pigment de la famille des caroténoïdes. C'est le nutriment le plus protecteur pour la peau.
- Contrairement aux idées reçues, ce n'est pas le bêta-carotène qui assure cette fonction de façon la plus efficace.
- Les sources alimentaires de lycopène: raisin, pastèque, tomate, papaye, goyave, pamplemousse rose, melon d'eau... Les sources alimentaires de carotènes: carottes, pêches, abricots ...
- L'absorption du lycopène est majorée après cuisson douce dans de l'huile d'olive et/ou de colza.

### **Le sélénium**

Une large partie de la population belge et française ne reçoit pas les apports nutritionnels quotidiens en sélénium optimaux pour une protection des cancers et notamment des cancers cutanés.

- Apport quotidien en sélénium constaté : 40 à 50µg/jour
- Apport quotidien en sélénium recommandé : 80 µg/jour

Les aliments sources de sélénium :

- Les légumineuses et céréales complètes à consommer fréquemment.
- Les poissons gras (sardines et maquereaux) à consommer de manière régulière.

- Les noix du Brésil à consommer de manière occasionnelle.

#### En résumé :

La protection solaire pour notre peau et pour nos yeux.

Une exposition raisonnée, une prévention optimale de notre peau et de nos yeux lors de l'exposition : lunettes de soleil, vêtements, et crèmes solaires à un indice de protection efficace et adapté.

Toute l'année : une optimisation de notre protection naturelle via notre assiette.

Une alimentation colorée antioxydante et notamment riches en végétaux (fruits, légumes) et plus particulièrement ceux concentrés en pigments caroténoïdes lutéine, zéaxanthine, lycopène.

Pensez également aux aliments sources de sélénium.

Une hydratation suffisante : boire au moins 1,5 litre d'eau par jour.

Source: [www.siin-nutrition.com](http://www.siin-nutrition.com)



## INFORMATION

### Votre Bibliothèque High-Tech !

**L**a Bibliothèque de la Ligue Braille fait un pas en avant et rejoint l'ère numérique. Les utilisateurs aveugles ou malvoyants de la Bibliothèque ont désormais accès à un nouveau service : la Bibliothèque en ligne !

L'ensemble des catalogues (livres audio, en braille, en grands caractères, tactiles ou multi-supports) sont désormais consultables sur le site <http://bibliotheque.braille.be>, soit plus de 20.000 titres tous supports confondus !

#### Téléchargez ou commandez des livres en quelques clics

En tant que membre de la Ligue Braille, connectez-vous à votre compte et téléchargez gratuitement 10 livres par mois sur l'ensemble des 12.000 livres audio du catalogue. Une fois téléchargé, vous pourrez écouter le livre immédiatement sur votre ordinateur, votre tablette ou votre smartphone avec l'une des applications recommandée par la Ligue Braille.

Une hésitation sur un livre ? Écoutez-en la 4<sup>e</sup> de couverture et faites-vous une idée du livre et de la voix de son narrateur.

Vous préférez les livres en braille ou en grands caractères ? Toujours sur le site, commandez auprès de la Bibliothèque des

livres audios sur CD Daisy, en braille, en grands caractères, tactiles ou multi-supports et recevez-les chez vous.

#### Comment obtenir un accès ?

Tous les utilisateurs de la Bibliothèque sont automatiquement inscrits à la Bibliothèque en ligne. D'ici quelques jours ils recevront leurs codes d'accès (numéro de membre Ligue Braille et mot de passe) par courrier postal.

Vous êtes membre de la Ligue Braille et n'avez pas encore emprunté de livre à la Bibliothèque ? Prenez contact avec la Bibliothèque par e-mail sur [bib@braille.be](mailto:bib@braille.be) ou en téléphonant au 02 533 32 40, vous avez également accès à ce service !

#### Maîtriser les nouvelles technologies avec sa déficience visuelle

La Ligue Braille organise des séances d'informations et des ateliers pour toutes personnes aveugles ou malvoyantes désirant en apprendre plus sur le monde virtuel ou les nouveaux outils de lecture (tablettes, liseuses, smartphones, etc).

### **1. Séance d'information sur les nouvelles technologies**

Nos Bibliothécaires vous apprendront à décrypter le monde virtuel de manière conviviale et ludique. Vous n'avez aucune base en informatique ? Cette séance d'information est faite pour vous !

### **2. Atelier "Découverte des nouveaux outils de lecture"**

Que choisir parmi les tablettes, liseuses, smartphones, PC, ... ? Pour quels usages ? La Bibliothèque vous conseille, à votre rythme et sans stress ! Cet atelier est destiné aux personnes déficientes visuelles ayant suivi la séance d'information (ou ayant déjà des bases en informatique) ainsi qu'aux personnes qui souhaitent acheter ce type d'appareil.

### **3. Atelier "Découverte de la Bibliothèque en ligne"**

Comment fonctionne-t-elle ? Que peut-on y trouver ? Comment télécharger un livre ?

La Ligue Braille peut fournir une explication en fonction des besoins de chaque personne déficiente visuelle. L'atelier s'organise sur demande à la Bibliothèque (Bruxelles) ou dans nos antennes régionales (Ath, Charleroi, Jambes, Libramont).

Contactez-nous au 02 533 33 59 ou envoyez un e-mail à [sylvia.cerfontaine@braille.be](mailto:sylvia.cerfontaine@braille.be)

N'hésitez pas à contacter la Bibliothèque par e-mail sur [bib@braille.be](mailto:bib@braille.be) ou par téléphone au 02 533 32 40 aux jours et heures d'ouverture suivants : du lundi au vendredi de 8h30 à 12h et de 13h à 16h30 (fermé le mercredi matin).

#### **Ligue Braille asbl**

Rue d'Angleterre, 57

B-1060 Bruxelles

IBAN : BE11 0000 0000 4848

BIC BPOTBEB1

[info@braille.be](mailto:info@braille.be)

---

## SOMMAIRE

---

<b>Éditorial</b> .....	1
<b>Vision :</b>	
Les véhicules électriques .....	2
<b>Informatique :</b>	
TELORION.....	4
Facebook entre passion et détestation – partie 1 .....	4
Facebook entre passion et détestation – partie 2 .....	8
<b>Santé :</b>	
Soleil et protection nutritionnelle.....	12
<b>Information :</b>	
Votre bibliothèque High-Tech ! .....	14

*Rédactrice en chef:*

Emeline PROCUREUR

*Comité de rédaction:*

Georges DUDOME  
Béatrice FRANCO  
Emeline PROCUREUR  
Claude SCHEPENS

*Réalisation technique:*

Valérie DUBOIS  
Noémie POULAIN  
Emeline PROCUREUR

Avec le soutien de la Présidence du Gouvernement wallon et de la Loterie Nationale  
Avec le soutien de CAP48

Avec le soutien de



Wallonie



**Loterie Nationale**  
créateur de chances 

Membre de la C.B.P.A.M.  
(Confédération Belge pour la Promotion des Aveugles et Malvoyants)