

Le réseau social piste tous les internautes

Facebook collecte des données même sur ceux qui n'ont pas ouvert de compte

Peu importe que vous ayez un compte Facebook ou non : [le réseau social] est capable de collecter des informations sur *chacun d'entre nous*. » Cette phrase assassine a été lancée par Debbie Dingell, représentante démocrate du Michigan, lors du deuxième jour d'audition de Mark Zuckerberg, le patron de Facebook, mercredi 11 avril, devant le Congrès américain.

Le fondateur du réseau social a été interrogé sur sa capacité – déjà connue – à pister les internautes, qu'ils soient utilisateurs de Facebook ou non. Face à cette question délicate, M. Zuckerberg, mal à l'aise, a promis que ses équipes « reviendraient » vers les élus.

En fait, ces données sont collectées à partir des sites visités par l'internaute. Les boutons Facebook « J'aime » ou « Partager » qui apparaissent sur d'innombrables pages Web ont une autre fonction que celle qu'ils affichent. Même si l'internaute ne clique pas dessus, ils ordonnent à son navigateur de transmettre des données le concernant à Facebook.

Le réseau social utilise aussi vos contacts. Les utilisateurs de Facebook se voient proposer d'importer leurs contacts (sur Gmail, Hotmail, Yahoo!, leur répertoire téléphonique...) afin de trouver des amis avec lesquels se connecter sur le réseau social, ou d'en inviter d'autres à se créer un compte. Or, lorsqu'ils effectuent cette action, Facebook aspire des données concernant ces internautes, qui ne sont pourtant pas forcément inscrits sur le réseau social.

Carnets d'adresses aspirés

La quantité de données collectées – et leur nature exacte – n'est pas listée par Facebook. Concernant les données de navigation, l'entreprise dit recevoir « des informations sur la page Web que vous consultez, la date et l'heure, et d'autres données liées au navigateur », sans plus de précision. En 2015, le réseau social avait assuré que ce type de données était supprimé au bout de dix jours.

Lorsque vous synchronisez vos contacts avec le réseau social, les adresses e-mail et les numéros de téléphone de ces personnes sont collectés, mais pas seulement. Les données peuvent inclure, précise Facebook, « leurs noms et surnoms, photos de contact (...) et autres in-

formations que vous pourriez avoir ajoutées comme une relation ou leur profession, ainsi que les données sur ces contacts présentes sur votre téléphone ». Pour justifier cette collecte, Mark Zuckerberg a évoqué « des raisons de sécurité » : « Afin d'empêcher des gens d'aspirer des informations publiques, nous devons savoir quand quelqu'un tente d'accéder de façon répétée à nos services. » En gardant la trace d'internautes, même non inscrits, Facebook dit pouvoir repérer des activités suspectes.

Quand le réseau social aspire les données du carnet d'adresses d'un de ses utilisateurs, cela l'aide « à proposer des recommandations pour vous et les autres et à fournir un meilleur service ». Cela permet aussi au réseau social de suggérer immédiatement à un nouvel inscrit des personnes à suivre.

Cette collecte massive par Facebook a pour fondement la publicité ciblée, à la base de son modèle économique. En récupérant des données sur les internautes non inscrits, sa régie peut leur exposer des publicités dites « pertinentes ».

Les internautes non inscrits sont rarement au courant que leurs données sont collectées par Facebook. Une partie de ceux qui ne sont pas sur le réseau social évoquent souvent comme raison leur aversion à l'idée de transmettre leurs données à l'entreprise. Or, ces « résistants » voient eux aussi leurs données aspirées.

Surtout, les internautes n'ont pas donné leur accord. Ou du moins, pas explicitement. En Europe, les sites Internet utilisant des cookies – fichiers mémorisés dans le navigateur qui enregistrent les pages consultées – doivent en informer leurs visiteurs et obtenir leur consentement. Mais ces derniers ne connaissent pas forcément la nature de ces cookies, et ignorent que leurs données seront probablement transférées, entre autres, à Facebook.

Ce pistage des internautes non inscrits a d'ailleurs valu à Facebook une condamnation en Belgique. La justice belge a ordonné à Facebook, en février, de cesser cette pratique auprès des internautes du pays, sous peine d'une astreinte de 250 000 euros par jour pouvant atteindre 100 millions d'euros. Facebook a annoncé son intention de faire appel. ■

MORGANE TUAL