

Ces entreprises qui vous connaissent mieux que vous-mêmes

Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft... ces noms vous parlent certainement, peut-être également sous l'acronyme « GAFAM ». Multinationales dantesques aux chiffres d'affaires atteignant des milliards de dollars à travers le monde, leur modèle économique est pourtant simple : vous. Nous tous.

Juillet 2015, un scandale de grande envergure éclate. Facebook a laissé fuiter des données personnelles de dizaines de millions de personnes (inscrites ou non) à une société de conseil en politique, Cambridge Analytica. Il est permis de se demander quel est l'intérêt pour une telle société d'obtenir ce genre de données. La réponse est cachée dans la question. « Ce genre de données », ce sont les données personnelles. Sur Facebook ce sont vos noms, prénoms, âges, relations amicales et amoureuses, centre d'intérêts, opinions politiques... la liste est longue car, in fine, c'est toute votre vie. Enfin, la vie que vous laissez paraître. CA a exploité toutes ces données pour proposer des campagnes politiques ciblées en faisant apparaître des publications de personnes politiques de façon non hasardeuses dans les fils d'actualité des membres du réseau social.

Ne vous êtes-vous jamais demandé comment de tels services comme ceux proposés par Google ou Facebook peuvent-ils être gratuits ? Pur altruisme ? Loin de là. Ce sont en effet toutes les données dont je vous parle depuis tout à l'heure qui sont au cœur du business de ces entreprises. Elles se rémunèrent en exploitant le moindre octet que vous leur lâchez en l'analysant, le corrélant à d'autres puis en le vendant à des tiers. Dans l'absolu, il n'y a rien de problématique à cela dans la mesure où les conditions sont écrites et décrites et que vous les acceptez en connaissance de cause. Cependant, la réalité est toute autre.

D'une part, lesdites conditions générales d'utilisation (communément abrégées « CGU ») sont souvent peu lisibles au sens intelligible du terme. Les anglais ont un mot assez pertinent pour cela : « human-readable ». De scandales en scandales, nous arrivons maintenant à obtenir auprès des sociétés du web des CGU plus claires pour une personne telle que Madame Michu. Néanmoins, cela ne garantit pas la vision des conséquences de ce qui est énoncé. En effet, lorsque Google vous dit que vos données peuvent faire l'objet d'une collecte et d'une analyse pour le simple fonctionnement des services Google associés, imaginez-vous que cela induit une possible analyse de votre agenda, notamment du vol Paris-Londres que vous avez prévu, lui sachant bien évidemment que vous résidez à Toulouse, allant ensuite vous proposer via Google Flight un vol Toulouse-Paris sur différents sites web que vous visiterez n'ayant aucun rapport avec votre voyage mais ayant seulement des espaces de publicités Google ? Et pourtant c'est bien le cas. Effrayant n'est-ce pas ? Enfin, sauf si vous êtes d'accord avec cela et que vous savez ce que vous donnez à Google. Quoi qu'il en soit, vous n'avez pas tellement le choix : même pour n'utiliser qu'un centième des services vous devez accepter l'intégralité des CGU et tout le traitement de vos données personnelles allant avec sinon, vous renoncez à employer leurs services.

Ceci fait une merveilleuse transition pour la suite car, d'autre part, le réel danger est le monopole. Prenons l'exemple du monopole du rail par la SNCF. Lorsque vous achetez un billet, sur oui.sncf notamment, vous devez cocher la case d'acceptation des conditions générales de vente. Et

je mets toute la puissance du verbe devoir dans cette phrase car effectivement, si vous refusez, vous ne pourrez tout simplement pas voyager en train. Alors dans ce cas, c'est différent car on parle de CGV et c'est un service public, le traitement des données est différent. Mais c'est le principe qui nous intéresse. Google a ce monopole sur l'Internet. C'est dangereux et ça ne devrait pas être le cas parce qu'en vous donnant le choix d'accepter ou non leurs CGU et donc de potentiellement renoncer à leurs services, ce n'est plus tellement un choix et vous acceptez par obligation. En effet, les alternatives sont peu répandues alors qu'elles sont nombreuses. Le problème étant que les GAFAM transforment, modèlent le web et l'Internet pour elles, pour nous contraindre.

Stéphane Richard, le PDG d'Orange, pense que Madame Michu n'a pas son mot à dire quant aux choix techniques réalisés dans le cœur de l'Internet. Je m'engage en disant que M. Richard se fourvoie en tenant de tels propos. Stéphane Bortmeyer, pont de l'Internet et notamment du DNS (permettant de traduire des adresses IP en noms usuels) lui répond en d'autres termes mais dans ce sens : « Internet est comme une extension virtuelle de la société, c'est une place de la société à part entière. Toute modification de ce lieu entraîne des conséquences sociétales. Ces modifications, ces changements, ces choix techniques regardent donc Madame Michu comme chacun d'entre nous. »

Ce document à usage interne est en cours de rédaction. Il est livré sous licence [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).