

Combien valent vraiment vos données personnelles sur les réseaux sociaux ?

<input type="checkbox"/>	Combien valent vraiment vos données personnelles sur les réseaux sociaux ?
--------------------------	---

Une extension pour navigateur développée par des chercheurs de l'université de Madrid vous permet de connaître en temps réel les revenus publicitaires générés par votre profil Facebook.



Sur Internet, comme le dit l'adage : si c'est gratuit, c'est vous le produit.

SUPERSTOCK/SUPERSTOCK/SIPA

MONÉTISATION. Dans le monde des *big data*, combien valent vraiment vos données personnelles sur Facebook ? Les recettes publicitaires du réseau social ne cessent de croître de façon exponentielle : 17 milliards de dollars pour 2015, contre 764 millions en 2009. Et combien d'euros gagnés grâce à votre propre activité ? Pour l'utilisateur, il est souvent délicat de répondre à cette question, tant l'opacité sur les algorithmes utilisés par les plate-formes (dont réseaux sociaux) est grande. Mais une extension gratuite pour le navigateur Chrome (bientôt disponible aussi pour Opera et Firefox) développée par des chercheurs de l'Université de Madrid permet d'estimer en temps réel la valeur économique dégagée par votre profil au fur et à mesure du temps passé sur le site de Mark Zuckerberg... un travail de recherche qui interroge d'ailleurs la valeur commerciale globale de nos données et les modes de régulation possibles.

Même sans cliquer sur les pubs, un internaute rapporte

L'outil madrilène, baptisé FDVT (pour *Facebook Data Visualisation Tools*), permet de quantifier l'évolution de la valeur publicitaire d'un profil en fonction du temps passé sur le réseau social. Il s'appuie sur le projet TYPES, financé par l'Europe dans le cadre de l'initiative Horizon 2020, qui se préoccupe de la transparence de la publicité en ligne dans l'économie numérique. « *Chacun a une valeur différente sur le marché selon son profil, de sorte que l'outil ne fournit qu'une estimation des profits* », expliquent Ángel et Rubén Cuevas, professeurs à l'Université Charles III de Madrid et créateurs de l'extension. « *Lorsque vous vous connectez à Facebook et recevez une publicité, nous déterminons la valeur qui lui est associée, le prix que ces annonceurs paient pour afficher ces publicités et chacun de vos clics sur une de ces publicités.* » Les deux chercheurs ont notamment constaté que le coût d'un utilisateur américain est à peu près deux fois supérieur à celui d'un utilisateur espagnol. Et ce n'est pas tout : ils ont également mis en évidence que même sans jamais cliquer sur un lien sponsorisé, Facebook générerait néanmoins de la valeur à partir de votre profil.



Capture d'écran de l'extension : après quelques minutes seulement d'activité et sans cliquer sur aucune pub, l'auteur de ces lignes a déjà cédé près d'un dollar de revenu publicitaire à Facebook.

Une commodité marchande comme les autres ?

À l'heure où les données personnelles s'échangent pour une poignée de dollars (et notamment en Chine, on l'on peut acquérir les données personnelles de citoyens américains pour à peine 100 dollars), se pose la question de leur valorisation. Un rapport écrit fin 2016 par le Oxford Internet Institute s'interrogeait ainsi sur la chaîne de valeur des données personnelles (c'est à dire, l'évolution de leur valeur de leur création à leur utilisation dans l'économie numérique), et sur les types de régulation possibles, par exemple via une possible taxation de l'usage des données personnelles. Une démarche qui n'aurait rien d'évident, au vu de la nature internationale et dématérialisée des échanges de données...[lire la suite]

Notre métier : Vous aider à vous protéger des pirates informatiques (attaques, arnaques, cryptovirus...) et vous assister dans vos démarches de mise en conformité avec la réglementation relative à la protection des données à caractère personnel.

Par des actions de formation, de sensibilisation ou d'audits dans toute la France et à l'étranger, nous répondons aux préoccupations des décideurs et des utilisateurs en matière de cybersécurité et de mise en conformité avec le règlement Européen relatif à la Protection des Données à caractère personnel (RGPD) en vous assistant dans la mise en place d'un Correspondant Informatique et Libertés (CIL) ou d'un Data Protection Officer (DPO) dans votre établissement.. (Autorisation de la Direction du travail de l'Emploi et de la Formation Professionnelle n°93 84 03041 84)

Plus d'informations sur

: <https://www.lenetexpert.fr/formations-cybercriminalite-protection-des-donnees-personnelles>



Réagissez à cet article

Original de l'article mis en page : Sur les réseaux sociaux,
combien valent vraiment vos données personnelles ? –
Sciencesetavenir.fr