

Non, la politique de confidentialité de Facebook n'est pas un progrès



Non la politique de confidentialité de Facebook n'est pas un progrès

Avec ses nouvelles règles, entrées en vigueur en janvier 2015, Facebook promettait transparence et contrôle pour les utilisateurs. D'après un rapport commandé par la Cnil belge, ce contrôle s'avère en vérité très restreint.

« Vous avez le contrôle ». C'est le message qu'a tenu à faire passer Facebook auprès de ses utilisateurs en introduisant une nouvelle version de sa politique de confidentialité et de ses conditions d'utilisation. Mais ce contrôle s'avère en vérité à géométrie variable, et même parfois tout bonnement inexistant, en particulier lorsqu'il s'agit pour l'utilisateur de limiter la collecte de ses données à des fins publicitaires. D'après le rapport rendu à l'autorité belge de protection des données personnelles par des chercheurs universitaires, il ne fait pas de doute que Facebook viole le droit européen.

D'anciennes « pratiques rendues plus explicites » et étendues

Cette situation préexistait toutefois à l'entrée en vigueur en janvier 2015 des nouvelles conditions d'utilisation du réseau social. « Pour être clair : les changements introduits en 2015 n'étaient pas tous drastiques. La plupart des 'nouveaux' termes et règles de Facebook sont simplement d'anciennes pratiques rendues plus explicites » souligne le rapport en préambule.

Pas pire qu'avant alors ? Pas si vite. Les juristes estiment en effet que la firme a aussi profité de ce changement pour étendre ses traitements de données. En substance, Facebook combine une grande variété de sources et de types de données, et de plus en plus y compris hors de ses seuls services.

Et si Facebook se montre plus gourmand en données, il a en revanche fait (ou presque) du sur-place sur l'information des utilisateurs et les moyens dont ils disposent pour contrôler ou s'opposer à ces traitements.

« Les usages des données sont encore seulement communiqués de manière générale et abstraite. La majeure partie de la politique d'utilisation des données consiste en des hypothèses et des termes vagues plutôt qu'en des déclarations claires quant à l'utilisation réelle des données » analyse le rapport.

« En outre, les choix qu'offre Facebook à ses utilisateurs sont limités. Pour nombre des utilisations de données, le choix pour les utilisateurs relève simplement du 'à prendre ou à laisser'. S'ils n'acceptent pas, ils ne peuvent plus utiliser Facebook [...] » est-il encore précisé.

Choix limités et faux sentiment de contrôle

En vérité, les seules options de contrôle dont les internautes disposent sur le service portent sur l'accès à leurs contenus par les autres utilisateurs. Les auteurs de l'étude relèvent d'ailleurs que les règles par défaut de partage restent problématiques.

Et ainsi cette granularité dans le contrôle de la confidentialité s'estompe dès qu'il s'agit pour Facebook et des partenaires de collecter et exploiter des données. Les utilisateurs ne peuvent alors exercer « un contrôle significatif » sur l'exploitation de leurs données personnelles. Cette situation se traduit chez l'utilisateur par « un faux sentiment de contrôle » tranche le rapport.

D'ailleurs, la définition de l'opt-out appliquée par Facebook à la publicité sociale et comportementale ne respecte pas la législation en matière de recueil effectif du consentement. Dans certains cas, comme le partage des données de localisation, les juristes précisent que les utilisateurs n'ont tout simplement aucun droit d'opposition.

Si cette analyse juridique a été commanditée par la Cnil belge, ce n'est pas un hasard. Celle-ci participe en effet, aux côtés des autorités allemande et néerlandaise, à un groupe de travail de l'Article 29 sur la conformité de la politique de confidentialité de Facebook avec le droit européen.

A noter que des représentants de Facebook ont rencontré le ministre belge en charge de la confidentialité afin de discuter des conclusions de ce rapport. La firme assure d'ailleurs respecter les lois du pays en matière de protection des données. Une ligne de défense qui était celle de Google en 2012 après l'entrée en vigueur d'une nouvelle politique de confidentialité.

Après cette lecture, quel est votre avis ?

Cliquez et laissez-nous un commentaire...

Source

<http://www.zdnet.fr/actualites/non-la-politique-de-confidentialite-de-facebook-n-est-pas-un-progres-39815200.htm>

Par Christophe Auffray

c