

Le marché des données personnelles

Le juteux marché des données personnelles



Le marché des données personnelles

La Cnil, l'autorité de contrôle en matière de protection des données personnelles en France, a sanctionné la semaine dernière l'entreprise américaine Clearview AI, spécialisée dans la reconnaissance faciale, pour traitement illicite des données personnelles. Ces dernières sont collectées massivement par divers acteurs et sont de plus en plus utilisées à des fins marchandes, voire criminelles.

L'actualité

La Cnil a condamné jeudi dernier à une sanction de 20 millions d'euros l'entreprise américaine Clearview AI. Il s'agit du montant maximal possible pour le non-respect du règlement européen sur la protection des données (RGPD). La Cnil a également enjoint cette entreprise « de cesser de collecter et d'utiliser, sans base légale, les données des personnes se trouvant en France et de supprimer celles déjà collectées » d'ici deux mois, sous peine d'une amende supplémentaire de 100 000 euros par jour.

Clearview AI collecte sans l'accord des intéressés des photographies ainsi que des images extraites de vidéos accessibles sur Internet, y compris sur les réseaux sociaux. De cette manière, la société, qui ne dispose d'aucun établissement en Europe, s'est appropriée « plus de 20 milliards d'images à travers le monde », [selon la Cnil](#). Clearview AI commercialise l'accès à sa base d'images de personnes sous la forme d'un moteur de recherche dans lequel un individu peut être recherché à l'aide d'une photographie. La société offre notamment ce service à des forces de l'ordre.

« Il n'y a aucun moyen de déterminer si une personne est de nationalité française, uniquement à partir d'une photo publique sur Internet, et il est donc impossible de supprimer les données des résidents français », a réagi Hoan Ton-That, le dirigeant de Clearview AI, dans un communiqué transmis à l'AFP. « Clearview AI ne collecte que des informations accessibles au public sur Internet, comme tout autre moteur de recherche tel que Google, Bing ou DuckDuckGo », a-t-il ajouté.

Identification des personnes physiques

Une donnée personnelle est « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable », explique la Cnil sur son site Internet. Elle peut permettre d'identifier une personne directement, par exemple avec son nom, ou indirectement, par exemple avec son numéro de téléphone. De même, la personne peut être identifiée à partir d'une seule donnée ou [d'un croisement de données](#) (exemple : une femme vivant à telle adresse, née tel jour et membre de telle association). Les données personnelles sont classées en deux catégories : celles qui sont objectives, telles que le nom et le groupe sanguin, et celles qui sont subjectives, comme des avis, des déplacements géographiques, des comportements d'achats. Elles se déclinent en de nombreux formats tels que des outils informatiques (adresse IP, cookies, etc.), des images, des sons (échantillons de voix), des traces corporelles (telles que les empreintes digitales), etc. Les informations concernant des personnes morales telles qu'une entreprise ne relèvent pas des données personnelles.

La valeur des données personnelles

La numérisation de l'information a permis de réduire considérablement les coûts de collecte et de traitement des données personnelles, ce qui a facilité leur exploitation marchande, expliquait le docteur en économie Fabrice Rochelandet dans [un ouvrage publié en 2010](#). Si certaines sont directement produites par les individus, par exemple lorsqu'ils répondent à un questionnaire en ligne, la plupart sont collectées lors de leurs interactions avec un ordinateur, un téléphone mobile, des outils de paiement ou des capteurs qui équipent certains objets (voitures, montres, etc.). Les données personnelles sont souvent qualifiées de « pétrole du XXI^e siècle », rappelait le Cese, une institution indépendante chargée de conseiller le gouvernement, dans un avis publié en 2021. Mais, comme le pétrole, elles doivent être transformées pour produire de la valeur, ajoutait-il. Ce procédé comporte « quatre étapes » : « la production de données, le stockage (stock ou flux), le traitement algorithmique puis l'utilisation ou la mise à disposition à des tiers qui vont les réutiliser ».

En 2020, plus de 4 000 entreprises étaient spécialisées dans le courtage de données dans le monde, [selon une étude menée](#) par WebFX, une agence américaine spécialisée dans le marketing

numérique. Très présents aux États-Unis, les courtiers de données, ou « data brokers » en anglais, collectent des données sur les citoyens à partir de leurs activités en ligne ou en achetant les données des cartes de fidélité des magasins. Ils les transforment en listes précises (personnes aimant le jardinage, personnes atteintes de telle maladie, etc.) puis les revendent à d'autres entreprises, le plus souvent à des fins de marketing.

Les modèles économiques

Les données personnelles sont exploitées différemment selon les entreprises. Dans [un rapport publié en 2015 \[PDF\]](#), le Cigref, un réseau de grandes entreprises françaises, distinguait deux principaux modèles économiques. Le premier est le « modèle biface », un marché caractérisé par la mise en relation de deux types d'acteurs sur une même plateforme, en l'occurrence les utilisateurs et les annonceurs. Facebook et Google utilisent les données personnelles de leurs utilisateurs pour mieux cibler les publicités. Le second est le « modèle serviciel », qui consiste à proposer l'accès à un produit, le plus souvent sous la forme d'une location ou d'un abonnement. Dans ce marché, les données personnelles sont utilisées pour offrir aux utilisateurs « un meilleur service, c'est-à-dire plus personnalisé, plus efficace et pertinent », expliquait le Cigref. C'est par exemple le modèle du distributeur d'électricité Enedis qui propose, avec son compteur Linky, de réaliser des interventions à distance.

La protection des données personnelles

L'exploitation des données personnelles peut avoir des effets négatifs pour les personnes tels que la multiplication des sollicitations non désirées, principalement à travers les publicités ciblées ou les spams, voire des conséquences illégales, comme l'escroquerie en ligne ou l'usurpation d'identité. En France comme en Europe, cette exploitation se heurte à un droit fondamental, celui du respect de la vie privée, ce qui explique que les données personnelles soient protégées par différents textes tels que le Règlement général sur la protection des données (RGPD), [entré en vigueur en 2018 dans l'UE](#). Ce texte n'interdit pas le commerce des données personnelles, mais il régit leur collecte, leur traitement ainsi que leur transfert en dehors de l'UE. La vente et l'achat de données personnelles restent ainsi autorisés, sous réserve que le RGPD soit respecté. Les entreprises sont par exemple tenues de recueillir l'accord préalable des clients avant de collecter leurs données en fonction de leur usage.

Pour aller plus loin

CONCURRENCE

Sur le site de l'Institut Mines-Télécom, une école de commerce, le doctorant en sciences économiques Antoine Dubus présente ses travaux sur les effets de la [concurrence](#) sur la collecte et la monétisation des données personnelles. Il illustre son propos en analysant le rachat de WhatsApp par Facebook. « Whatsapp étant un service gratuit, sans stratégies de revenus en soit, il est clair que la raison même de son acquisition était l'accès aux données personnelles », explique-t-il.

[Lire sa présentation.](#)

COURTIERS DE DONNEES

Interrogé l'an dernier par le média L'ADN, le journaliste Olivier Tesquet, auteur de l'ouvrage « À la trace », présente l'activité des courtiers de données. Il explique qu'ils sont principalement installés aux États-Unis, où la réglementation est moins stricte qu'en Europe, [mais qu'ils possèdent des milliers d'informations sur de très nombreux individus à travers le monde.](#)

[Lire son interview.](#)

Source : <https://www.brief.eco/>