



Les deux organismes livrent une charge d'une ampleur inédite contre le réseau social, accusé de récupérer et utiliser les informations personnelles de quelque 30 millions de Français.

La France hausse le ton contre Facebook. Lundi et mardi, la Cnil et la DGCCRF ont adressé séparément une mise en demeure au réseau social. Les deux organismes, chargés de faire respecter la vie privée et la loyauté des transactions à l'égard des consommateurs, donnent respectivement trois mois et 60 jours à la société américaine pour se mettre en conformité avec la loi française. S'il n'obtempère pas, la procédure pourra aboutir à une amende sanction, en particulier financière.

La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, qui a procédé au contrôle des conditions d'utilisation du réseau social, cible plusieurs clauses qui figurent dans la déclaration des droits et responsabilités de Facebook et «créent un déséquilibre significatif entre les droits et obligations des parties, au détriment des utilisateurs». Elle cite notamment le «pouvoir discrétionnaire» du réseau social de retirer des contenus ou informations publiés par l'internaute sur la plateforme, ou encore «le droit de modifier unilatéralement ses conditions d'utilisation sans que l'internaute en soit informé préalablement».

La Cnil, de son côté, qui a mené des contrôles chez Facebook au printemps 2015, s'en prend tout aussi bien à la manière dont le site récupère des informations personnelles qu'au traitement par la suite de ces données à des fins publicitaires. La liste des manquements de Facebook est jugée particulièrement «grave», en raison du nombre de personnes concernées. Quelque 30 millions de Français sont en effet inscrits sur le réseau social.

«Opinions politiques, religieuses, et orientation sexuelle»

La **Cnil** commence par s'attaquer à la collecte des informations. «Le réseau social ne recueille pas le consentement exprès des internautes lors de la collecte et du traitement des données relatives à leurs opinions politiques, ou religieuses, et à leur orientation sexuelle», comme il a pourtant obligation de le faire en France, écrit l'autorité dans son communiqué. «De même, aucune information n'est délivrée aux internautes sur leurs droits et sur l'utilisation qui sera faite de leurs données sur le formulaire d'inscription au service», poursuit la Cnil.

L'autorité française cible ensuite la machine publicitaire du site. «Pour afficher de la publicité ciblée à ses membres, Facebook procède à la combinaison de toutes les données personnelles qu'il détient sur eux (fournies par les internautes eux-mêmes, collectées par le site, par les autres sociétés du groupe ou transmises par des partenaires commerciaux)». Ce traitement, qualifié de «massif» par la Cnil, est «susceptible de méconnaître l'intérêt des utilisateurs inscrits et leur droit fondamental au respect de la vie privée». Car si Facebook permet de supprimer des préférences détenues sur ses utilisateurs, il n'existe pas de moyens de s'opposer en premier lieu à la collecte des informations.

Tracer la navigation des internautes non-inscrits

Le troisième volet du réquisitoire de la Cnil concerne les Français qui ne sont pas sur le réseau social. «Facebook est en mesure de suivre la navigation des internautes, à leur insu, sur des sites tiers alors même qu'ils ne disposent pas de compte», assure l'autorité. «En effet, le site dépose un cookie sur le terminal de chaque internaute qui visite une page Facebook publique, sans l'en informer (pages d'un événement public ou d'un ami par exemple). Ce cookie permet alors au site d'identifier tous les sites internet sur lesquels cet internaute se rend dès lors qu'ils contiennent un bouton Facebook», détaille le communiqué.

La Cnil française rejoint les conclusions de son homologue belge qui a, la première en Europe, pointé ce traçage de tous les internautes par Facebook. L'entreprise américaine ne nie pas ce procédé. Elle affirme ne pas utiliser ces informations «pour surveiller le comportement des internautes» et leur fournir des publicités, mais à des fins de sécurité. Ces informations sont en outre supprimées au bout de deux jours. Ces explications ont été jugées insuffisantes par la Cnil, qui rappelle que les données personnelles doivent être traitées «de manière loyale et licite».

«La protection de la vie privée est une priorité»

Ce long réquisitoire ne s'arrête pas là. La Cnil reproche à Facebook de fournir des pièces justificatives, «tel qu'un dossier médical», pour attester de son identité. Elle l'invite également à exiger des Français des mots de passe plus complexe, à mieux informer de l'usage des cookies déposés dans les navigateurs et à supprimer au bout de six mois les adresses IP des personnes inscrites accédant à leurs comptes. Elle enjoint enfin l'entreprise de respecter le nouveau cadre de transfert des données personnelles entre l'Europe et les États-Unis, après l'invalidation du «Safe harbor» en octobre 2015. Lundi soir, Facebook France indiquait que «la protection de la vie privée est une priorité pour Facebook. Nous sommes confiants que notre service est en conformité avec le droit européen en matière de protection des données. Bien entendu, nous prendrons contact avec la CNIL pour discuter des points soulevés».

Benjamin Ferran

Journaliste au Figaro • Adjoint du service Médias et Technologies • Responsable du FigaroTech

In : Le Figaro - 8 février 2016 – 11h59