

Extrait du Spyworld Actu

<http://spyworld.spyworld-actu.com/spip.php?article10042>

Fans de Facebook : vie privée et Internet, est-ce compatible ?

- Informatique - Internet -



Date de mise en ligne : mardi 24 février 2009

Spyworld Actu

C'est le numéro un des réseaux sociaux en ligne en France. Dans le monde, il compte 175 millions de membres. Mais s'il fait autant couler d'encre, ce n'est pas seulement pour son audience. Il dépasse régulièrement les bornes en matière d'utilisation des données personnelles de ses membres. Cette semaine, la polémique s'est relancée ; Facebook ayant décidé d'utiliser à vie les données de ses membres puis y a cédé face au tollé provoqué. Mais le débat sur la protection de la vie privée reste d'actualité. Qu'en pensez-vous ?

"Facebook is watching you" (Facebook vous guette). C'est même sur ce concept que ce site communautaire au succès planétaire vit et grandit. Mais cette semaine, il a poussé la barre encore plus loin.

"Vous accordez à Facebook le droit irrévocable, perpétuel, non-exclusif, transférable et mondial (avec l'autorisation d'accorder une sous-licence) d'utiliser, copier, publier, diffuser, stocker, exécuter, transmettre, scanner, modifier, éditer, traduire, adapter, redistribuer n'importe quel contenu déposé sur le site", pouvait-on lire dans les conditions d'utilisation qui accompagnent l'inscription sur le site. Le seul moyen pour l'internaute de reprendre la main sur ses données personnelles, étant de se désinscrire.

Une mesure finalement retirée après la levée de boucliers des utilisateurs du site que Mark Zuckerberg, PDG et fondateur avait pourtant tenté de rassurer lundi. En vain. Les mécontentements ont grandi et deux jours plus tard, 88.000 membres avaient rejoint le groupe créé à l'occasion, baptisé « people against the news terms of service » (ceux qui sont contre les nouvelles conditions d'utilisation).

La volte-face opérée par les dirigeants souligne combien la question des données personnelles des internautes reste particulièrement sensible, y compris pour les propres utilisateurs des sites communautaires dont le principe repose pourtant sur le partage d'informations personnelles sur la Toile.

Pour Facebook, les choses se compliquent. Face à la croissance fulgurante du site, ses coûts de fonctionnement grimpent aussi. Fort d'un réseau de 175 millions d'utilisateurs, le site cherche à tirer profit tous azimuts des quantités d'informations personnelles que ces derniers livrent et échangent. Voilà la vraie richesse du site car ces informations représentent une manne considérable pour les publicitaires qui peuvent ainsi s'adresser personnellement à leurs cibles selon leurs centres d'intérêt, leur âge, les gens et lieux qu'ils fréquentent et cetera et cetera. De l'or en barre !

Gare à ne pas tuer la poule aux oeufs d'or ! A Facebook de trouver le juste équilibre entre la "monétisation" de ses membres et le respect de leur vie privée. Néanmoins, aux adeptes de Facebook et consorts (lire encadré ci-dessous), pourrait-on rétorquer qu'en livrant de son plein gré des informations personnelles sur le Net et accessibles à tous, le risque zéro qu'elles vous échappent paraît illusoire Non ?

Les français aiment les réseaux sociaux, Facebook en tête

Près de 22 millions d'internautes français (source comScore) ont visité un réseau social en décembre 2008 enregistrant un bond de 45% sur un an. A l'échelle européenne, il se situe à la troisième place du plus grand nombre d'utilisateurs avec toutefois un des taux de pénétration les plus bas (63,9%). Facebook ressort vainqueur parmi les sites communautaires présents en France. Son audience a été multipliée par plus de 5 pour atteindre quasiment 12 millions de visiteurs uniques (sans compter les connexions depuis les cybercafés ou les téléphones mobiles). Cette croissance de 445% est évidemment liée à sa mise en ligne en français. Il détrône ainsi Skyrock. L'internaute et

Fans de Facebook : vie privée et Internet, est-ce compatible ?

Copains d'avant suivent avec près de 6 millions de visiteurs uniques fin décembre, s'envolant de 112%. MySpace et Flickr terminent le top 5 avec respectivement 2,99 millions (+15%) et 1,8 million de visiteurs (+120%).

Post-scriptum :

<http://www.latribune.fr/entreprises...>