

Protection des données

1000 traceurs en 20 minutes: les consommateurs espionnés!

La FRC, en collaboration avec HestiaLabs, a mené une vaste enquête sur les flux de données résultant de l'utilisation des smartphones. Les résultats sont édifiants. À travers l'utilisation d'applications suisses courantes (médias, mobilité, shopping) durant 20 minutes à peine, près de 1000 traceurs ont été envoyés à des entreprises tierces spécialisées dans le profilage des individus. Les consommateurs sont au centre d'un système de traçage. Son opacité est entretenue par la collusion entre acteurs locaux et géants du web, qui tous se désresponsabilisent et ne respectent pas toujours la loi. Alors que la nouvelle Loi sur la protection des données (nLPD) entre en vigueur le 1^{er} septembre, la FRC appelle les firmes suisses à assumer leurs obligations, à faire preuve de transparence en ce qui concerne la collecte des données des internautes et à appliquer les règles en vigueur avec sérieux et diligence.

Les résultats de l'enquête font apparaître un véritable scandale: toutes les applications testées contribuent plus ou moins massivement à la surveillance des individus, pour leur propre compte ou pour celui d'acteurs dont le modèle économique est basé sur le profilage et la manière d'influencer les internautes. Pire encore, ces entreprises se déchargent complètement de leurs multiples responsabilités, renforçant ainsi l'opacité du système. Les applications des CFF, de la presse romande, et beaucoup d'autres participent à cette surveillance contribuant à un système délétère. Les individus ne savent pas qui détient des informations sur eux, de quelle nature elles sont, et ne disposent pas d'outils légaux suffisants pour obtenir les renseignements auxquels ils auraient droit. De plus, certaines entreprises suisses collaborent avec des sociétés problématiques, à l'instar du *data broker* Criteo. Ce courtier en données partenaire du *Temps* et de *Immobilier.ch* a été récemment condamné à une amende 40 millions d'euros par l'autorité française de protection des données (Cnil).

Suite à ses révélations, la FRC appelle les entreprises à prendre le problème au sérieux: les demandes d'accès LPD que les enquêteurs FRC ont reçu ont été traitées bien trop à la légère. La loi doit être appliquée scrupuleusement. Notre association demande également aux sociétés d'agir de manière éthique, cela en limitant l'implication de tiers et en refusant de travailler avec des entités condamnées ou impliquées dans des scandales. La FRC appelle les entreprises locales à être proactives dans l'information aux consommateurs. Fournir des conditions générales indigestes au sein desquelles les partenaires ne sont pas nommés ne constitue pas une information permettant d'obtenir un véritable consentement. Enfin, la FRC exhorte les acteurs suisses à renoncer à la collecte abusive de données. Si la vente de publicité ne fait pas partie du modèle d'affaires d'une entreprise, il n'y a aucune raison valable pour que cette dernière contribue à la surveillance des consommateurs.

«En tant qu'association, la FRC va œuvrer pour mettre ces sociétés face à leurs responsabilités, car la réalité est kafkaïenne», annonce Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale. La croissance des interactions en ligne a révolutionné nos habitudes de consommation et apporte avec elle de nombreux défis. Quant à la publicité, la FRC continue à vouloir la limiter et l'identifier, tant sur les supports traditionnels que digitaux. «Nous avons pris la mesure de l'enjeu. Ce n'est pas parce que la technologie le permet que tout est permis!»

La FRC continue de creuser cette thématique et lance une collaboration avec *Heidi.news* pour mettre en commun nos différentes expertises dans ce domaine.

Enquête compète: frc.ch/data

Informations complémentaires:

Jean Busché, responsable Nouvelles technologies, tél 021 331 00 90

Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale, tél. 021 331 00 90