

## Facebook détournerait des données de sécurité des utilisateurs pour un meilleur ciblage publicitaire



Des chercheurs américains affirment que Facebook mentirait sur l'utilisation des adresses mails ainsi que des numéros de téléphone de secours.

Des chercheurs de Princeton et de la Northeastern university viennent de s'intéresser à la politique de publicité en ligne de Facebook. Les annonces ciblées pour les utilisateurs du réseau social sont généralement extrêmement pertinentes par rapport à des magasins qu'ils viennent de fréquenter ou à des produits qu'ils souhaitent acheter.

[Selon les résultats de l'étude](#), Facebook aurait bien utilisé des données personnelles à des fins commerciales sans obtenir le consentement de ses membres.

Le réseau social aurait dupé ses utilisateurs lorsqu'il leur demandait de fournir des numéros de téléphones et des adresses mails à *des fins de sécurité*.

Ce principe de la double authentification est un phénomène de plus en plus répandu et préconisé par les experts en cybersécurité. Ce système permet d'être prévenu si quelqu'un se connecte à votre compte. Vous êtes ainsi dans la capacité de vérifier si cette tentative d'accès est frauduleuse ou non.

Selon la récente étude américaine, Facebook n'aurait pas été honnête lors du recueil des informations en question. Ces adresses mails et ces numéros de secours ont été utilisés à des fins de ciblage publicitaire. Ces éléments auraient été intégrés dans le cadre du produit publicitaire extrêmement efficace de Facebook, Custom Audiences.

Ce dispositif permet à des entreprises d'acheter de la publicité sur Facebook tout en garantissant le fait que les clients impactés soient réellement ceux que les firmes désirent. Les marques peuvent ainsi cibler directement en ligne les clients les plus susceptibles d'acheter leurs produits.

De nombreux membres de Facebook sont hostiles au ciblage en fonction de leurs données personnelles. Les utilisateurs de Facebook ayant désactivé ce ciblage particulier se retrouvent piégés malgré tout. Le géant américain utilise quand même leur adresse, selon les chercheurs.

Cette pratique est en réalité totalement contraire au Règlement Général sur les Données Personnelles (RGPD) en Europe. Si Facebook n'a pas respecté les principes du RGPD, il s'expose à des sanctions pouvant aller jusqu'à 4% de son chiffre d'affaires mondial.

L'étude évoque également l'hypothèse de l'aspiration du carnet d'adresses des utilisateurs, notamment pour aider à trouver de nouveaux amis.