

# Ce que Facebook sait de

## Un site sur lequel on dit tout de soi

■ 22 millions de Français connectés chaque jour; 1,65 milliard d'utilisateurs mensuels dans le monde : il y a plus de « facebookiens » que de Chinois. En créant son profil, un utilisateur donne son nom, son âge, parfois son lycée ou ses adresses successives, sa situation amoureuse, avec plus de nuances que l'état civil : célibataire, divorcé, en relation libre, « c'est compliqué »... Rien n'oblige à remplir toutes les cases mais Facebook incite régulièrement à compléter son profil.

## Chaque action sur une page est stockée

■ Si un utilisateur communique avec ses « amis », il le fait avec des « pokes », des « likes », etc.; il chatte, tague les clichés ou les vidéos qui défilent sur sa page. Facebook collecterait 600 000 Go d'informations chaque jour, dont 360 millions de photos. Ses algorithmes analysent les comportements, les contenus et croisent les infos, ce qui enrichit les profils. Facebook sait que vous aimez le chocolat et préférez les vacances à la mer. Ici, le « j'adore » sur la photo d'une amie de notre utilisateur aura des conséquences.



300 millions de Go analysés, recoupés

## Ce que Facebook en fait

### 50 options de ciblage

■ Facebook propose aux entreprises de cibler très précisément ses utilisateurs. Ci-dessous, les catégories proposées aux annonceurs américains. Au sein de chacune, le niveau de ciblage permet de distinguer, par exemple dans la catégorie « Parents », la mère de l'utilisateur selon son profil psycho-sociologique : urbaine, en forme, écolo, fan de foot, au foyer...

- |  |  |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Sexe             | <input type="checkbox"/> Idées politiques    |
| <input type="checkbox"/> Langues                     | <input type="checkbox"/> Distractions        |
| <input checked="" type="checkbox"/> Type de relation | <input type="checkbox"/> Famille, relations  |
| <input checked="" type="checkbox"/> Travail          | <input type="checkbox"/> Sport, bien-être    |
| <input type="checkbox"/> Revenus/Épargne             | <input type="checkbox"/> Alimentation        |
| <input type="checkbox"/> Type de maison              | <input checked="" type="checkbox"/> Hobbies  |
| <input type="checkbox"/> Foyer                       | <input type="checkbox"/> Shopping            |
| <input type="checkbox"/> Affinités ethniques         | <input type="checkbox"/> Activités digitales |
| <input checked="" type="checkbox"/> Parents          | <input type="checkbox"/> Usages sur mobile   |
| ...  | <input type="checkbox"/> Voyages             |

Animaux, politique...  
Chaque catégorie, ici les hobbies, est elle-même détaillée.

### Comment les données sont commercialisées

■ Le réseau propose aussi de pister ses utilisateurs en permanence sur le Web. Pour cela, l'annonceur dresse le portrait de son client idéal. Puis, par l'intermédiaire de différents prestataires et outils algorithmiques (retargeting, Custom Audience, Facebook Exchange, Facebook Ads...), Facebook l'aide à afficher le bon message, au bon moment, auprès de la bonne personne, soit sur les pages de ses membres, soit sur des espaces qu'il commercialise auprès d'annonceurs sur d'autres sites. Sur ses pages, Facebook vise un objectif d'une redoutable efficacité : faire en sorte que ce soit vos « amis » qui recommandent des produits.



■ Ce volume représente les infos accumulées par Facebook depuis sa création jusqu'en 2014. Le réseau social aurait ainsi constitué le plus important fichier jamais mis en place par une société privée. Ces données sont conservées dans les 6 data centers que Facebook possède ou loue à travers le monde (3 autres sont en construction). Un Européen a des chances

# vous, et ce qu'il en fait

## Toute info échangée est conservée

■ L'Union européenne a œuvré pour que les internautes disposent d'un accès aux données personnelles enregistrées par les sites, Facebook compris, et puissent supprimer ce qu'ils ne veulent plus y voir apparaître (photos des ex ou de soirées, par exemple). C'est le « droit à l'oubli ». Mais toutes les données échangées restent enregistrées sur le compte de celui avec qui vous les avez partagées. C'est le cas par exemple des messages privés. Ici, notre utilisateur vient de confier que son amie l'avait quitté.



## Les visites ailleurs sont répertoriées

■ Un clic sur le bouton Facebook de cette page Allo Ciné, et l'info file dans les serveurs du réseau social. Elle enrichit les données qui figuraient déjà dans votre compte. Grâce aux cookies qu'il dissémine, Facebook sait aussi quels sites Web vous avez consultés. Le réseau constitue même des profils fantômes : des gens non inscrits, mais dont la photo a été postée par un ami ou dont l'email figurait dans le répertoire d'un abonné.



## actualisés et stockés

d'être « logé » en Suède. Là, près du cercle polaire, sur 32 000 m<sup>2</sup> (soit 5 terrains de football), sont rassemblés des dizaines de milliers de serveurs. Facebook établit ainsi des fiches sur chaque internaute : celle sur Max Schrems, l'étudiant autrichien qui avait porté plainte contre la firme californienne en 2011, comptait 1 222 pages de données collectées en à peine trois ans !

## Une efficacité qui a rapporté plus de 3 milliards d'euros en 2015

■ En 2015, la publicité ciblée a procuré à Facebook plus de 15 milliards d'euros de chiffre d'affaires et lui a permis de dégager 3,3 milliards de bénéfices. Une manne en pleine croissance, qui profite de l'essor des mobiles (82% des revenus publicitaires, contre 50% en 2013), mais aussi de la vidéo : 4 milliards de vidéos vues par jour, dont 3 sur 4 non désirées. Cette publicité représente aujourd'hui la quasi-totalité des revenus du groupe (96,5%)... et deux fois le PIB d'un pays comme Madagascar.

## À l'arrivée, une proposition extrêmement personnalisée

■ Dans notre exemple, notre utilisateur – appelons-le Pascal – a tagué la photo de son copain Philippe postée depuis son séjour à Marie-Galante, dans les Antilles. Par ailleurs, Pascal a rapporté sa rupture avec sa compagne au cours d'un chat privé. Un annonceur affûté lui a envoyé, grâce aux outils de Facebook, une offre pour un séjour aux Antilles avec une réduction réservée aux célibataires. Notre exemple est fictif, mais réaliste.

