

**LE FIGARO****Nom de la source**

Le Figaro

**Type de source**

Presse • Journaux

**Périodicité**

Quotidien

**Couverture géographique**

Nationale

**Provenance**

France

p. 22



Jeudi 20 août 2020

Le Figaro • no. 23641 • p. 22 • 422 mots

## Ce qui est reproché à TikTok pourrait aussi s'appliquer à Facebook et Google

Renault, Enguérand

Il y a un certain paradoxe à voir Donald Trump partir en guerre contre l'application chinoise **TikTok**, accusée de siphonner les données de millions d'Américains. Dans son décret présidentiel du 6 août exigeant la vente sous 90 jours des activités américaines du réseau social chinois, le président estime que « **TikTok capture automatiquement de vastes étendues d'informations de ses utilisateurs, y compris internet, et d'autres informations sur l'activité du réseau telles que les données de localisation et les historiques de navigation et de recherche** » .

En remplaçant le nom de **TikTok** par ceux de **Google** ou de **Facebook**, on pourrait tout aussi bien s'offusquer du fait que ces deux plateformes américaines siphonnent les données des millions d'internautes à travers le monde dans la plus parfaite impunité. La collecte des données et leur utilisation à des fins de ciblage des internautes ont peu à voir avec la nationalité des applications. C'est le modèle économique intrinsèque de tous les réseaux sociaux.

Le précédent Cambridge Analytica

Mais Donald Trump a réussi à instiller l'idée que lorsqu'une application américaine collecte des données personnelles, cela est légal, et que lorsqu'une application chinoise fait de même, cela est

extrêmement dangereux. Son argument le plus percutant consiste à dire que le pouvoir en place en Chine aurait l'intention délibérée de se servir des données collectées par **TikTok** à des fins politiques. « Cette collecte de données menace de permettre au Parti communiste chinois d'accéder aux informations personnelles et exclusives des Américains », expose-t-il. À l'entendre, cela n'arriverait jamais aux États-Unis.

Jamais ? Enfin, presque. En 2018, le lanceur d'alerte canadien Christopher Wylie révélait le scandale Cambridge Analytica. En 2014, soit deux ans avant l'élection de novembre 2016, ce développeur travaillait pour la société britannique lorsque Steve Bannon, directeur de campagne du candidat à l'élection présidentielle Donald Trump, a demandé à la firme de collecter illégalement des millions de profils d'électeurs américains sur **Facebook**. Son but ? Analyser les préférences et inclinations politiques de ces internautes afin de les cibler par des messages les incitant à voter pour lui.

Interdire un réseau social est une réponse baroque à une vraie question : comment instituer une régulation mondiale de la collecte et surtout de l'utilisation des données par les réseaux sociaux ? Et ce, en Chine, aux États-Unis et partout dans le monde ?

© 2020 Le Figaro. Tous droits réservés. Le présent document est protégé par les lois et conventions internationales sur le droit d'auteur et son utilisation est régie par ces lois et conventions.

**PubliC** Certificat émis le 25 mars 2021 à LYCEE-JULES-GUESDE à des fins de visualisation personnelle et temporaire.  
news-20200820-LF-822x20x21849399753

La collecte des données et leur utilisation à des fins de ciblage ont peu à voir avec la nationalité des applications. C'est le modèle économique de tous les réseaux sociaux

**Note(s) :**

[renault@lefigaro.fr](mailto:renault@lefigaro.fr)