

Question

Après avoir brièvement présenté et résumé le(s) document(s), vous répondrez à la question :

Pourquoi et comment des données personnelles sont-elles collectées par les jeux sur mobile, et à quoi sont-elles utilisées ?

Questions préparatoires

Ces questions ne sont là que pour vous aider à comprendre le document. Leurs réponses n'apparaîtront pas forcément dans la réponse à la question principale.

1. Quelles sont les différentes manières pour un éditeur de jeux de gagner de l'argent ?
2. Quelles données sont collectées sur les utilisatrices et utilisateurs ?
3. Pourquoi collecter ces données permet de faire des publicités plus efficaces ?
4. Qu'arrive-t-il ensuite à ces données personnelles ?
5. Quel problème la collecte de ces données pose-t-il ?
6. Comment peut-on se protéger de ce tracking ?

Barème

- ⚠ **Avertissements** ⚠ Votre note ne pourra pas être supérieure à la moyenne :
- si votre podcast n'est que la liste des réponses aux questions préparatoires ;
 - si votre texte de présentation est la transcription de votre podcast.

Texte de présentation (... / 4)	Prestation (... / 6)
Titre Vous avez proposé un titre, court, clair, et percutant.	Pertinence Le contenu est pertinent et intéressant. Il n'y a pas hors sujet, et la question a sa réponse.
Forme Vous avez rendu une courte présentation, en français correct, sans (trop) de fautes d'orthographe.	Vulgarisation Le contenu est suffisamment vulgarisé pour que les auditeurs et auditrices ne connaissant ni le sujet ni le document le comprennent.
Fond Elle présente correctement le podcast, pour donner envie de l'écouter.	Plan Le contenu est structuré.
Bibliographie Elle est présente, et les références sont assez précises pour pouvoir retrouver le document d'origine.	Bibliographie Vous citez le ou les documents présentés.
	Crédits Vous citez tous les membres du groupes (même celles et ceux que ne parlent pas), en respectant le nom ou pseudonyme choisi.

Question

Après avoir brièvement présenté et résumé le(s) document(s), vous répondrez à la question :

Pourquoi et comment des données personnelles sont-elles collectées par les jeux sur mobile, et à quoi sont-elles utilisées ?

Questions préparatoires

Ces questions ne sont là que pour vous aider à comprendre le document. Leurs réponses n'apparaîtront pas forcément dans la réponse à la question principale.

1. Quelles sont les différentes manières pour un éditeur de jeux de gagner de l'argent ?
2. Quelles données sont collectées sur les utilisatrices et utilisateurs ?
3. Pourquoi collecter ces données permet de faire des publicités plus efficaces ?
4. Qu'arrive-t-il ensuite à ces données personnelles ?
5. Quel problème la collecte de ces données pose-t-il ?
6. Comment peut-on se protéger de ce tracking ?

Barème

- ⚠ **Avertissements** ⚠ Votre note ne pourra pas être supérieure à la moyenne :
- si votre podcast n'est que la liste des réponses aux questions préparatoires ;
 - si votre texte de présentation est la transcription de votre podcast.

Texte de présentation (... / 4)	Prestation (... / 6)
Titre Vous avez proposé un titre, court, clair, et percutant.	Pertinence Le contenu est pertinent et intéressant. Il n'y a pas hors sujet, et la question a sa réponse.
Forme Vous avez rendu une courte présentation, en français correct, sans (trop) de fautes d'orthographe.	Vulgarisation Le contenu est suffisamment vulgarisé pour que les auditeurs et auditrices ne connaissant ni le sujet ni le document le comprennent.
Fond Elle présente correctement le podcast, pour donner envie de l'écouter.	Plan Le contenu est structuré.
Bibliographie Elle est présente, et les références sont assez précises pour pouvoir retrouver le document d'origine.	Bibliographie Vous citez le ou les documents présentés.
	Crédits Vous citez tous les membres du groupes (même celles et ceux que ne parlent pas), en respectant le nom ou pseudonyme choisi.

Salomé Tissolong, *Des mouchards dans les jeux mobiles*, CNRS Le journal, 31 mars 2023.

<https://lejournel.cnrs.fr/articles/des-mouchards-dans-les-jeux-mobiles>

Quel est le modèle économique de ces jeux, et quel rôle y joue le tracking, l'utilisation de mouchards ?

Pierre Laperdrix [chercheur en informatique]. Il existe plusieurs façons de monétiser un jeu mobile. La première, c'est la publicité en ligne : le développeur du jeu ou l'éditeur récupère un peu d'argent pour chaque publicité présentée au joueur. Aujourd'hui, c'est la méthode la plus utilisée : 95 % des jeux sur le Google Play Store sont gratuits, donc financés indirectement par cette publicité. Il existe aussi des systèmes de microtransactions : on paye quelques euros pour débloquent des items ou de nouveaux niveaux dans le jeu. Il y a aussi les abonnements, ce sont des « Battle Pass », permettant d'accéder à des contenus supplémentaires pendant quelques mois. La dernière façon, c'est que l'utilisateur achète le jeu.

Aujourd'hui, une grosse partie d'Internet est financée par la publicité en ligne. Et pour proposer la pub qui a le plus d'impact, celle qui favorise le plus l'achat, il faut qu'elle soit la plus ciblée possible. [...] Le tracking permet de collecter un maximum de données sur lui : ce qu'il fait sur Internet, à quels jeux il joue, sa position géographique, etc. Ces données récoltées sont parfois revendues à des sociétés tierces afin d'obtenir davantage de revenus. Cet écosystème publicitaire est immense : des milliers d'entreprises collectent et s'échangent ainsi des profils. [...]

Quels risques cela engendre-t-il pour l'utilisateur, le respect de sa vie privée, et plus généralement la société ? Quelles dérives peut-on craindre ?

P. L. Comme on ne sait pas quelles données sont récupérées et échangées entre différentes entreprises, on ne sait pas à quel point cela peut avoir un impact sur notre vie. [...] Par exemple, si vous vous connectez à un jeu avec votre compte Facebook, on pourrait lier ce qu'il se passe dans le jeu à votre profil en ligne, qui contient votre nom, votre prénom, votre numéro de téléphone, parfois même votre réseau d'amis, les différentes pages Facebook que vous suivez, le pays dans lequel vous vous trouvez...

Donc oui, il peut y avoir des risques ! Car si la plupart des publicités poussent seulement à l'achat, on a vu des dérives lors d'élections politiques, avec par exemple le scandale de Cambridge Analytica où des publicités politiques avaient été placées sur Facebook pour influencer le vote lors de l'élection présidentielle de 2016 aux États-Unis. [...]

Comment peut-on se prémunir de ces dangers ?

P. L. Je pense qu'il y a une première étape à franchir dans notre société, c'est de sensibiliser les utilisateurs à ces problématiques. Ils adopteront peut-être des comportements plus prudents... Mais il est vraiment de la responsabilité des plateformes de mettre en place des systèmes de protection, parce qu'on ne peut pas reporter cette charge sur le dos de l'utilisateur ! Je suis optimiste pour l'avenir car depuis quelques années, on observe une évolution sur le plan législatif en Europe, mais aussi une prise de conscience des grands groupes.

Salomé Tissolong, *Des mouchards dans les jeux mobiles*, CNRS Le journal, 31 mars 2023.

<https://lejournel.cnrs.fr/articles/des-mouchards-dans-les-jeux-mobiles>

Quel est le modèle économique de ces jeux, et quel rôle y joue le tracking, l'utilisation de mouchards ?

Pierre Laperdrix [chercheur en informatique]. Il existe plusieurs façons de monétiser un jeu mobile. La première, c'est la publicité en ligne : le développeur du jeu ou l'éditeur récupère un peu d'argent pour chaque publicité présentée au joueur. Aujourd'hui, c'est la méthode la plus utilisée : 95 % des jeux sur le Google Play Store sont gratuits, donc financés indirectement par cette publicité. Il existe aussi des systèmes de microtransactions : on paye quelques euros pour débloquent des items ou de nouveaux niveaux dans le jeu. Il y a aussi les abonnements, ce sont des « Battle Pass », permettant d'accéder à des contenus supplémentaires pendant quelques mois. La dernière façon, c'est que l'utilisateur achète le jeu.

Aujourd'hui, une grosse partie d'Internet est financée par la publicité en ligne. Et pour proposer la pub qui a le plus d'impact, celle qui favorise le plus l'achat, il faut qu'elle soit la plus ciblée possible. [...] Le tracking permet de collecter un maximum de données sur lui : ce qu'il fait sur Internet, à quels jeux il joue, sa position géographique, etc. Ces données récoltées sont parfois revendues à des sociétés tierces afin d'obtenir davantage de revenus. Cet écosystème publicitaire est immense : des milliers d'entreprises collectent et s'échangent ainsi des profils. [...]

Quels risques cela engendre-t-il pour l'utilisateur, le respect de sa vie privée, et plus généralement la société ? Quelles dérives peut-on craindre ?

P. L. Comme on ne sait pas quelles données sont récupérées et échangées entre différentes entreprises, on ne sait pas à quel point cela peut avoir un impact sur notre vie. [...] Par exemple, si vous vous connectez à un jeu avec votre compte Facebook, on pourrait lier ce qu'il se passe dans le jeu à votre profil en ligne, qui contient votre nom, votre prénom, votre numéro de téléphone, parfois même votre réseau d'amis, les différentes pages Facebook que vous suivez, le pays dans lequel vous vous trouvez...

Donc oui, il peut y avoir des risques ! Car si la plupart des publicités poussent seulement à l'achat, on a vu des dérives lors d'élections politiques, avec par exemple le scandale de Cambridge Analytica où des publicités politiques avaient été placées sur Facebook pour influencer le vote lors de l'élection présidentielle de 2016 aux États-Unis. [...]

Comment peut-on se prémunir de ces dangers ?

P. L. Je pense qu'il y a une première étape à franchir dans notre société, c'est de sensibiliser les utilisateurs à ces problématiques. Ils adopteront peut-être des comportements plus prudents... Mais il est vraiment de la responsabilité des plateformes de mettre en place des systèmes de protection, parce qu'on ne peut pas reporter cette charge sur le dos de l'utilisateur ! Je suis optimiste pour l'avenir car depuis quelques années, on observe une évolution sur le plan législatif en Europe, mais aussi une prise de conscience des grands groupes.