

## Question

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

Comment les *data brokers* collectent-ils et rentabilisent-ils les données personnelles ?

## 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 données personnelles sont collectées par les entreprises du numérique ?
2. Comment sont-elles collectées ?
3. Que sont les « *data brokers* », ou « courtiers en données » ?
4. La collecte de données personnelles *anonymes* est-elle une menace pour la vie privée ?

## 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)                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Titre</b> Vous avez proposé un titre, court, clair, et percutant.                                                        | <b>Pertinence</b> Le contenu est pertinent et intéressant. Il n'y a pas hors sujet, et la question a sa réponse.                                          |
| <b>Forme</b> Vous avez rendu une courte présentation, en français correct, sans (trop) de fautes d'orthographe.             | <b>Vulgarisation</b> Le contenu est suffisamment vulgarisé pour que les auditeurs et auditrices ne connaissant ni le sujet ni le document le comprennent. |
| <b>Fond</b> Elle présente correctement le podcast, pour donner envie de l'écouter.                                          | <b>Plan</b> Le contenu est structuré.                                                                                                                     |
| <b>Bibliographie</b> Elle est présente, et les références sont assez précises pour pouvoir retrouver le document d'origine. | <b>Bibliographie</b> Vous citez le ou les documents présentés.                                                                                            |
|                                                                                                                             | <b>Crédits</b> 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 :

Comment les *data brokers* collectent-ils et rentabilisent-ils les données personnelles ?

## 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 données personnelles sont collectées par les entreprises du numérique ?
2. Comment sont-elles collectées ?
3. Que sont les « *data brokers* », ou « courtiers en données » ?
4. La collecte de données personnelles *anonymes* est-elle une menace pour la vie privée ?

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

« L'Œil du 20 heures » et France Info « *TrackingFiles* » : quand les données de géolocalisation de dizaines de millions de Français se retrouvent en vente, francinfo, 04 mars 2025.

[https://www.franceinfo.fr/internet/securite-sur-internet/enquete-trackingfiles-quand-les-donnees-de-geolocalisation-de-dizaines-de-millions-de-francais-se-retrouvent-en-vente\\_7101777.html](https://www.franceinfo.fr/internet/securite-sur-internet/enquete-trackingfiles-quand-les-donnees-de-geolocalisation-de-dizaines-de-millions-de-francais-se-retrouvent-en-vente_7101777.html)

Chaque portable possède un identifiant publicitaire unique, appelé « advertising ID ». Lorsqu'on ouvre une application, s'il y a un emplacement pour une publicité, une notification est envoyée à une sorte de salle d'enchères virtuelle, dans laquelle se trouvent des régies publicitaires. En un clin d'œil, le plus offrant affiche une publicité dans l'application. Mais dans cette transaction de quelques millisecondes, l'utilisateur laisse des traces.

Ainsi, l'identifiant publicitaire est envoyé aux régies publicitaires, ainsi que la localisation du téléphone. Ces données sont ensuite rachetées par des *data brokers*, des courtiers spécialisés dans les données personnelles, pour les revendre, par exemple à des fins marketing. Parfois, ce sont aussi les applications elles-mêmes qui les revendent, après avoir récolté des données sur leurs utilisateurs.

[...]

[Les fichiers des courtiers en données obtenus par les journalistes] concernent près de 12 millions de téléphones et plus d'un milliard de points GPS. [...] [Ces données] sont en théorie anonymes, car uniquement liées à l'identifiant publicitaire. Pourtant, il est aisé de recouper les centaines de points pour retrouver des informations, permettant de savoir à qui appartient le téléphone.

**Cory Doctorow, *Delta's AI-based price-gouging*, Pluralistic, 30 juillet 2025**

<https://pluralistic.net/2025/07/30/efficiency-washing>

Les courtiers en données possèdent toutes les sortes de données sur vous, des informations « légitimes » concernant tous les lieux visités en voiture, en passant par chaque endroit par lequel votre radio ou vos écouteurs *bluetooth* sont passés, ou encore tout ce que vous avez acheté, jusqu'à chacun des sites web parcourus et toutes les recherches que vous avez effectuées. Ils achètent aussi des données qui vous ont été carrément volées par un logiciel espion installé sur votre téléphone. Toutes ces données peuvent être rassemblées dans un unique fichier que vous n'avez pas de droit d'examiner, et encore moins de corriger.

[...]

McDonald a investi dans la *start-up* néozélandaise Plexure, qui propose d'aider les restaurants à faire gonfler les prix de votre commande habituelle les jours de paye, quand vous pouvez vous permettre de payer plus. Et il y a les trois grosses applications « Uber des infirmières », qui utilisent les données de surveillance pour calculer les salaires des infirmières, proposant un taux horaire inférieur aux personnes endettées, en supposant qu'elles seront trop désespérées pour refuser une offre au ras des paquets. Et alors que ces applications décident de la valeur de votre travail, les systèmes de tarification par la surveillance décident de la valeur de votre argent, en vous faisant payer plus qu'un autre consommateur par ailleurs identique, pour un produit identique, ce qui signifie qu'un de vos dollars vaut moins que celui de l'autre consommateur.

« L'Œil du 20 heures » et France Info « *TrackingFiles* » : quand les données de géolocalisation de dizaines de millions de Français se retrouvent en vente, francinfo, 04 mars 2025.

[https://www.franceinfo.fr/internet/securite-sur-internet/enquete-trackingfiles-quand-les-donnees-de-geolocalisation-de-dizaines-de-millions-de-francais-se-retrouvent-en-vente\\_7101777.html](https://www.franceinfo.fr/internet/securite-sur-internet/enquete-trackingfiles-quand-les-donnees-de-geolocalisation-de-dizaines-de-millions-de-francais-se-retrouvent-en-vente_7101777.html)

Chaque portable possède un identifiant publicitaire unique, appelé « advertising ID ». Lorsqu'on ouvre une application, s'il y a un emplacement pour une publicité, une notification est envoyée à une sorte de salle d'enchères virtuelle, dans laquelle se trouvent des régies publicitaires. En un clin d'œil, le plus offrant affiche une publicité dans l'application. Mais dans cette transaction de quelques millisecondes, l'utilisateur laisse des traces.

Ainsi, l'identifiant publicitaire est envoyé aux régies publicitaires, ainsi que la localisation du téléphone. Ces données sont ensuite rachetées par des *data brokers*, des courtiers spécialisés dans les données personnelles, pour les revendre, par exemple à des fins marketing. Parfois, ce sont aussi les applications elles-mêmes qui les revendent, après avoir récolté des données sur leurs utilisateurs.

[...]

[Les fichiers des courtiers en données obtenus par les journalistes] concernent près de 12 millions de téléphones et plus d'un milliard de points GPS. [...] [Ces données] sont en théorie anonymes, car uniquement liées à l'identifiant publicitaire. Pourtant, il est aisé de recouper les centaines de points pour retrouver des informations, permettant de savoir à qui appartient le téléphone.

**Cory Doctorow, *Delta's AI-based price-gouging*, Pluralistic, 30 juillet 2025**

<https://pluralistic.net/2025/07/30/efficiency-washing>

Les courtiers en données possèdent toutes les sortes de données sur vous, des informations « légitimes » concernant tous les lieux visités en voiture, en passant par chaque endroit par lequel votre radio ou vos écouteurs *bluetooth* sont passés, ou encore tout ce que vous avez acheté, jusqu'à chacun des sites web parcourus et toutes les recherches que vous avez effectuées. Ils achètent aussi des données qui vous ont été carrément volées par un logiciel espion installé sur votre téléphone. Toutes ces données peuvent être rassemblées dans un unique fichier que vous n'avez pas de droit d'examiner, et encore moins de corriger.

[...]

McDonald a investi dans la *start-up* néozélandaise Plexure, qui propose d'aider les restaurants à faire gonfler les prix de votre commande habituelle les jours de paye, quand vous pouvez vous permettre de payer plus. Et il y a les trois grosses applications « Uber des infirmières », qui utilisent les données de surveillance pour calculer les salaires des infirmières, proposant un taux horaire inférieur aux personnes endettées, en supposant qu'elles seront trop désespérées pour refuser une offre au ras des paquets. Et alors que ces applications décident de la valeur de votre travail, les systèmes de tarification par la surveillance décident de la valeur de votre argent, en vous faisant payer plus qu'un autre consommateur par ailleurs identique, pour un produit identique, ce qui signifie qu'un de vos dollars vaut moins que celui de l'autre consommateur.