

# Washington veut encadrer les pratiques des courtiers de Big Data

Après la publication des travaux d'un conseiller de **Barack Obama** sur [le potentiel et les limites du Big Data](#), Washington veut mieux encadrer les pratiques des courtiers en données.

« *C'est une industrie qui fonctionne en grande partie dans l'ombre* », a déclaré **Edith Ramirez**, la présidente du régulateur américain du commerce (**Federal Trade Commission - FTC**), mardi 27 mai. « *Nous voulons lever le voile du secret qui entoure les pratiques du courtage de données* », a-t-elle ajouté lors de la publication d'un [rapport de 110 pages](#) sur le sujet.

## Au nom de la transparence

La FTC recommande au Congrès américain d'exiger des courtiers en données qu'ils soient plus transparents et donnent aux utilisateurs davantage de contrôle sur leurs données personnelles. « *Les consommateurs - à supposer qu'ils soient au courant - ont très peu d'informations sur le déroulement de ces activités aujourd'hui* », a indiqué l'institution à *CNNMoney*.

Le régulateur américain s'est plus particulièrement intéressé aux pratiques de neuf courtiers actifs aux États-Unis : **Axiom**, Corelogic, Datalogix, eBureau, ID Analytics, Intelius, PeekYou, Rapleaf et Recorded Future... Mais pas Experian.

Ces courtiers recueillent des informations sur les consommateurs à partir de sources multiples, publiques ou non : **listes électorales, dossiers de prêt, données hospitalières** « anonymes », etc. Ces données sont associées à des informations obtenues en ligne via les cookies et logs (**sites web, réseaux sociaux, applications mobiles...**). Les courtiers ont ainsi la matière pour créer des profils de consommation et les revendre à d'autres, des banques à la grande distribution.

## Les « Data Brokers » sur le gril

L'industrie des « Data Brokers » scrute des milliards de transactions et génère plusieurs milliards de dollars de profits chaque année. Pour la FTC, les courtiers en données répondent aux attentes « *légitimes* » d'entreprises et de leurs clients, notamment dans les secteurs de la **prévention des fraudes** et de la **publicité ciblée**. Mais il est nécessaire d'accroître la **transparence** de leur activité à l'heure de la croissance exponentielle des volumes de données traitées.

« *Les courtiers en données en savent souvent autant - ou plus - sur nous que notre famille et nos amis* », a souligné la FTC. Pour protéger le public du « *profiling* » abusif, le régulateur demande au Congrès de légiférer. Les vendeurs auraient obligation d'**informer les consommateurs** lorsque leurs données sont partagées avec des courtiers. Mais aussi d'obtenir leur « *consentement exprès* » en cas de collecte d'informations sensibles, telles que les données de santé.

Reste à savoir quelle sera la réaction des parlementaires et lobbies américains... En mars 2012, le FTC s'était déjà prononcée pour un renforcement de [la protection des consommateurs](#) dans ce

domaine... sans convaincre ! Depuis, les pratiques des « Data Brokers » ont été occultées par le scandale des [écoutes massives de la NSA](#) révélées en juin 2013.

crédit photo © Robert Kneschke – Fotolia.com

---

**Lire aussi**

[Big Data : Washington veut renforcer la protection des données](#)