

Facebook inquiété pour un contrôle systématique des contenus

Depuis ce mardi, la société Internet de Mark Zuckerberg en sait un peu plus sur les griefs dont elle est relaxée et sur les chefs d'accusation maintenus à son encontre dans le cadre de la procédure lancée le 30 décembre 2013 par le dénommé **Matthew Campbell**. Ce membre du réseau social dénonce une analyse abusive du contenu de ses messages privés à des fins publicitaires. Il cherche à monter un recours collectif (« class action ») au nom de tous les utilisateurs américains qui estiment avoir subi la même atteinte à la confidentialité de leurs communications, selon nos confrères d'[ITespresso](#).

Le plaignant déplore surtout le contrôle « systématique » des liens hypertexte intégrés dans les messages privés. Une technique qui permet d'affiner le ciblage publicitaire. Facebook a mis fin à cette pratique en octobre 2012, mais l'exploite aujourd'hui sous une autre forme, officiellement pour lutter contre les virus et le spam. Dans tous les cas, son département juridique se réfugie sous le couvert d'une exception à l'[Electronic Communications Privacy Act](#) : cette loi fédérale de 1986 autoriserait la collecte de données par des fournisseurs de services « dans le cadre de l'exercice courant de leur activité ».

Une porte ouverte judiciaire

Ce 23 décembre 2014, la juge [Phyllis Jean Hamilton](#), qui gère le dossier pour un tribunal de district à Oakland (Californie), a écarté certains des récriminations contre Facebook, mais a refusé de clore le dossier, considérant que le réseau social n'était pas parvenu à prouver que la pratique incriminée s'inscrivait pleinement dans son business au jour le jour.

Facebook avait déjà été inquiété à plusieurs reprises en Californie. Notamment sur l'exploitation du [programme « Sponsored Stories »](#), qui consistait à reprendre certains contenus publiés par les membres et à les intégrer dans encarts publicitaires « à visage humain ». A l'été 2013, après plus d'un an de procédure, le réseau social provisionnait 20 millions de dollars pour mettre un terme à la procédure de recours collectif lancée à son encontre au motif de « pratiques intrusives » à travers cette dimension de partage viral favorisant l'exposition des marques.

* On peut suivre, sur [cette page](#), l'évolution du dossier *Campbell v. Facebook Inc, U.S. District Court, Northern District of California, No. 13-5996*.

A lire aussi :

[Facebook boute Microsoft Bing de sa recherche](#)

[Google, Apple, Facebook, Amazon : 10 choses à savoir sur les Gafa](#)

Crédit Photo : JaysonPhotography / Shutterstock.com