

Facebook : halte à la connivence collective ! Whaller appelle les entreprises et les élus à prendre leurs responsabilités

L'année 2018 se ferme sur deux ultimes scandales Facebook. Tandis que la presse relaie largement et appelle à se "protéger de Facebook", quelle est la responsabilité des entreprises, des collectivités et des institutions, qui continuent d'y assurer leur communication avec des centaines de millions de personnes?

Facebook vend vos conversations privées à des tiers

Le New York Times a révélé cette semaine que le média social a laissé quelque 150 entreprises partenaires accéder aux conversations privées de ses membres. Facebook a officiellement reconnu avoir (entre autres entreprises) laissé Netflix et Spotify consulter les messages privés des membres abonnés à ces services.

Une campagne d'hameçonnage sur Facebook

Cette avant-dernière semaine de l'année 2018 a également été l'occasion d'apprendre qu'une vaste campagne d'hameçonnage avait cours sur Facebook. Plusieurs publications distrayantes (c'est le cas de le dire) circulent sur Facebook. Elles s'appellent "A quoi ressemble la vie avant et après vos 30 ans", "A quoi ressemble la vie avant et après le mariage" ou encore "Pourquoi les hommes et les femmes sont vraiment différents". Un clic sur ces illustrations déclenche l'affichage d'un encart qui demande à l'utilisateur s'il a plus de 16 ans. S'il clique sur "oui", il donne, sans le savoir, accès à ses paramètres de publication Facebook. Une fois contaminé, son compte peut publier des contenus qu'il ne contrôle pas, et propager des virus parmi ses contacts.

Entreprises et collectivités se rendent complices de ces pratiques

L'ironie tient au fait que le New-York Times ainsi que de très nombreux organes de presse drainent leur nombreux lectorat sur Facebook. Tous possèdent des audiences en centaines de millions de lecteurs sur une plateforme, dont ils écrivent matin, midi et soir dans leurs colonnes qu'il faut « s'en protéger ». Sont également concernés, notamment en France, les grands groupes, les élus de la Nation, les représentants d'institutions publiques et parapubliques, qui, par leur présence sur Facebook, en cautionnent l'utilisation. Le comble de l'ironie, mais aussi de l'hypocrisie, est atteint quand des appels à la vigilance sont lancés depuis Facebook. Thomas Fauré, président de Whaller, un réseau social fondé sur le respect absolu de la vie privée appelle donc solennellement toutes ces organisations à prendre enfin leurs responsabilités en cessant de se rendre, nolens volens, complices des pratiques odieuses de Facebook. Il existe des alternatives crédibles et vertueuses qui proposent des usages semblables à ceux de Facebook, mais dans le respect d'une philosophie héritière de la sagesse européenne.

Contact Presse :

Kamélia Graff - kamelia.graff@whaller.com - 06.87.44.35.23

[Dossier de presse](#)

whaller.com