

## COMMENT LES APPS *FIGARO*, *L'ÉQUIPE* OU *CLOSER* PARTICIPENT AU PISTAGE DE 10 MILLIONS DE FRANÇAIS ?

Une cinquantaine d'applications françaises fournissent à une entreprise tierce les données de localisation de 10 millions de Français, toutes les trois minutes, à des fins publicitaires. Cette traque massive de la population est organisée dans le secret d'une startup du neuvième arrondissement nommée Teemo, anciennement Databerries.

Chez Teemo, lorsqu'on reçoit un futur client comme McDonald's, Système U ou Carrefour, on n'hésite pas à mettre les petits plats dans les grands pour convaincre de la supériorité technologique de cette petite boîte française qui monte. [...] Dans la startup, ce sont les expérimentations en temps réel qui servent à montrer la force de frappe de Teemo. Et il faut dire qu'elles sont impressionnantes – inquiétantes.

En général, cela se passe de la manière suivante :

« Client : Si je vous demande de me pister et de me dire où je suis, vous pourriez ?

Teemo : Oui, donnez-nous votre IDFA [identification publicitaire des iPhone]. »

Le client cherche dans son iPhone cette suite de numéro mystérieuse. Une fois trouvée, les ingénieurs l'entrent dans leur base comme s'il s'agissait d'une plaque minéralogique. Quelques secondes plus tard, sur une carte de Paris, ils retracent les derniers déplacements du client : « Vous êtes allé au restaurant hier soir ? ».

Mieux encore : sans l'IDFA, et seulement avec l'adresse et le lieu de travail d'une personne, retrouver n'importe quel Français prendrait 5 secondes à une équipe de 20 personnes, selon les informations que notre source nous a communiquées. Le Président de la République est encore plus simple à trouver, nous explique-t-on, car « il est fan de l'Équipe et est toujours suivi par une dizaine d'autres smartphones ».

Dès lors Teemo est omniscient. Mais de facto n'importe quel assaillant potentiel de la firme pourrait le devenir, avec des conséquences graves.

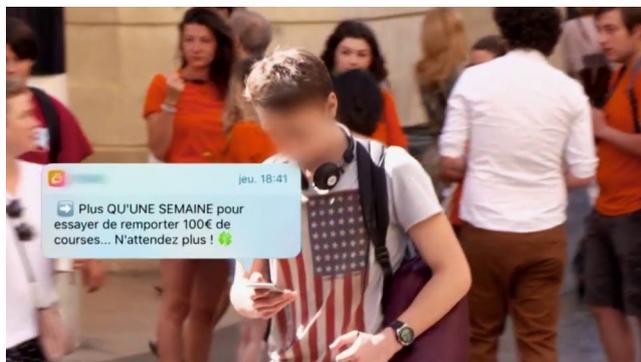
Source : [Numerama](#) (août 2017)

## UN BUSINESS MONSTRUEUX ET DES DÉRIVES : QUAND LES MARQUES VOUS SUIVENT À LA TRACE

Dans le cadre de l'émission *Tout compte fait* de Julian Bugier sur France 2, la journaliste Laura Orosemane a réalisé une longue enquête sur le marché de la géolocalisation : « Aujourd'hui, alors que les 3/4 des Français ont un smartphone, il est devenu quasiment impossible d'échapper à la géolocalisation. Elle est devenue **un énorme business** dont le marché pèserait près de 20 milliards de dollars aux États-Unis. L'une de ses principales utilisations, c'est **la publicité**. Finis les bons vieux prospectus ! Dorénavant la géolocalisation permet d'afficher sur votre téléphone une promotion sur un produit alors que vous passez devant un magasin. Encore mieux, certaines applications vous permettent de trouver le meilleur prix d'un produit autour de vous. Certains centres commerciaux comme les Quatre Temps à la Défense l'utilisent aussi pour analyser votre itinéraire et améliorer leurs ventes. » explique la journaliste.

→

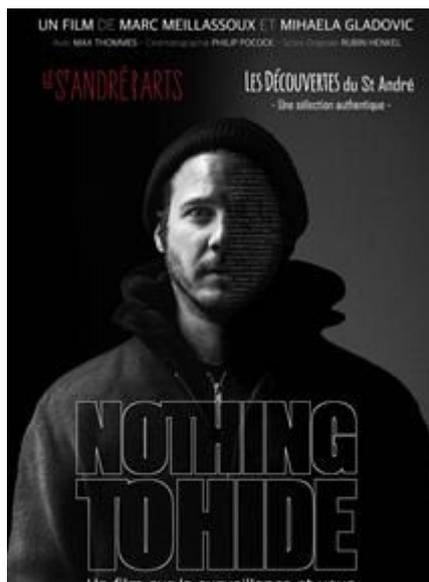
À regarder (≈ 21 min)  
<https://youtu.be/rhgNhd0fU14>



**C'EST L'HISTOIRE DE MISTERX, ACTEUR ET CLUBBER BERLINOIS,  
QUI N'A RIEN À CACHER... ENFIN, C'EST CE QU'IL DIT...**

Regardez cet extrait du film documentaire *Nothing to Hide* qui permet de mettre en évidence le problème du partage des métadatas et de la géolocalisation sur nos smartphones via l'utilisation d'un smartphone d'un clubber Berlinoise, qui n'a rien à cacher... Écoutez attentivement les conclusions des experts sur l'usage des méta-données (et donc même pas du contenu des différents messages ou photos) par des tiers... C'est **hallucinant** !

À voir (< 18 min)  
[tube.ac-lyon.fr](http://tube.ac-lyon.fr)



Je peux également vous prêter le film entier.