

**Contribution au document « Guidelines 8/2020 on the targeting of social media users -
Version 1.0 - Adopted on 2 September 2020 »**

De : Emmanuel Cauvin

à : EDPB

16 Oct 2020

Point de départ →

Monde « physique », Personne physique

(Real world, Natural person)

→ *Point d'arrivée*

Monde « physique », Personne physique, Monde numérique, Personne numérique

(Real world, Natural person, Online environment, Digital person)

Cette contribution se propose de repenser le sujet à partir de constatations simples, basées sur l'observation de notre vie de tous les jours. Nous pensons que le sujet de « l'utilisation des médias sociaux » doit être requalifié pour tenir compte de l'ampleur réelle des changements que nous connaissons dans notre vie quotidienne depuis environ dix ans. La révolution numérique n'est toujours pas traduite dans nos textes officiels à sa vraie dimension. L'exercice consistant à prendre en compte l'avènement de l'univers digital dans nos réglementations reste à faire.

Le vocabulaire que nous utilisons pour réfléchir à ces sujets doit être revu et corrigé. Et avec le vocabulaire, c'est une nouvelle approche du sujet qui se présente.

Pour tenir compte de la révolution qui s'est opérée nous devons adopter un nouveau vocabulaire, de nouvelles qualifications. Nous avons besoin d'une nouvelle grille d'analyse.

Donc revenons aux faits.

Que s'est-il passé ?

En quelques décennies un **univers digital** a été façonné, et c'est ainsi que nous avons désormais une vie digitale, en ce sens que certains moments de notre vie quotidienne se passent désormais à l'écran, notre esprit absorbé dans les flux numériques. Une pratique courante consiste même à se débarrasser de toute attache terrestre pour aller passer de longs moments sous pseudo, totalement et exclusivement en ligne.

Ce fait incontestable (et incontesté) que représente l'émergence de l'univers digital mériterait d'être traduit dans l'Opinion, dans ses vraies dimensions.

Comment traduire cet avènement dans notre vocabulaire ?

Exemples de reformulations :

« A significant development in the online environment over the past decade has been the rise of socialmedia ».

Pourrait être remplacé par :

« A significant development in our day-to-day lives over the past decade has been the rise of the online environment ».

« user-generated content »

Pourrait être remplacé par :

« digital person's components »

Apparaît en effet une **personne numérique** qui surgit de l'intérieur de l'univers digital, sans nécessairement dévoiler son identité physique. Il revêt une identité qui est peut-être fausse (en ce sens qu'elle ne correspond pas à son identité dans le monde des solides ou « monde physique ») mais qui est incarnée, inscrite dans la réalité, la réalité des écrans. La personne numérique n'est pas une entité virtuelle mais réelle. Cette personne numérique est le fruit de l'imagination de son créateur mais elle n'est pas imaginaire, elle existe dans la vraie vie.

L'homme numérique est né, il faut le reconnaître. Prendre acte de sa naissance.

Les « utilisateurs des médias sociaux » sont des personnes numériques, des personnes réincarnées sous forme numérique, dans l'univers qui porte ce nom. Ce qui est qualifié d'Utilisation de services devrait plutôt s'appeler « vie numérique ». Ces utilisateurs sont plutôt des acteurs.

Ce nouveau paradigme devrait nous conduire à reformuler certains aspects de l'Opinion comme suit :

« Individuals make use of social media »

Pourrait être remplacé par

« Individuals conduct their digital life »

Nous devons faire décoller nos réflexions, et notre législation, sur le constat de l'émergence de l'univers digital, et de la vie que cet univers a créée :

Approche classique	<u>Monde numérique</u>
<p>Périmètre : Ce modèle reste valable pour les services de type e-commerce, télémédecine, gestion des ressources humaines et des identités dans la sphère professionnelle, services publics etc. C'est-à-dire les services qui font le lien entre le monde « physique » et l'environnement numérique.</p>	<p>Périmètre : <u>Médias sociaux</u>, plateformes de musique et de vidéos, jeux en ligne, blogs...</p> <p>In/Out : tout se passe à l'écran. Ce modèle peut se passer (et souvent se passe) d'identification de la personne physique. L'univers digital fonctionne en circuit fermé.</p>

<p>Exemple du e-commerce : commande en ligne, livraison à domicile. In : commande en ligne Out : livraison dans le monde « physique »</p> <p>Ces services ont besoin de l'identification physique des personnes concernées.</p>	<p>Sur la question des identifiants, ligne de césure physique/numérique, hors ligne/en ligne :</p> <p>Identifiants : la croisée des chemins... https://www.linkedin.com/pulse/adtech-rgpd-3-identifiants-la-crois%C3%A9e-des-chemins-emmanuel-cauvin</p>
<p>Internet offre une palette de services.</p> <p>Une boîte à outils</p>	<p>Internet représente un lieu de vie, une nouvelle dimension de nos existences.</p> <p>Un univers. L'univers digital est un lieu de vie, un terrain d'action.</p>
<p>L'internaute est un utilisateur, il choisit ici ou là des services qui l'accompagnent dans sa vie les deux pieds sur Terre.</p> <p>L'avènement de l'univers digital ne change rien fondamentalement à nos conditions de vie. Tout continue comme avant.</p>	<p>L'internaute est un acteur, l'acteur de sa vie numérique.</p> <p>De l'intérieur : nous vivons cet univers de l'intérieur, à travers notre ou nos personne(s) numérique(s).</p>
<p>Les fournisseurs d'accès sont des fournisseurs comme les autres.</p> <p>Les fournisseurs d'accès proposent un service comme un autre.</p>	<p>Dans l'expression « fournisseurs d'accès » le mot clé est « accès » et non « fournisseur ».</p> <p>Les fournisseurs d'accès ouvrent une porte, LA porte vers le nouveau monde.</p>
<p>L'ordinateur ou le smartphone sont des équipements, des « terminaux ».</p>	<p>L'ordinateur ou le smartphone sont des rampes de lancement qui nous permettent de nous télécharger, pour des séquences plus ou moins longues, quelques minutes ou plusieurs heures, dans l'univers digital (tout le contraire de « terminaux »).</p>
<p>Internet est un espace commercial. La politique (polis, la « Cité ») n'a rien à faire là-dedans.</p>	<p>Cet univers est un lieu public, une nouvelle Cité. Une approche globale est possible, et même nécessaire.</p>

Dans l'hypothèse où nous nous trouvons c'est-à-dire celle du Monde numérique (col n°2 ci-dessus), l'Opinion pourrait apporter les modifications ci-après :

« Targeting on the basis of provided data »

Pourrait être remplacé par :

« Targeting on the basis of the digital person's characteristics »

« Targeting on the basis of observed data »

Pourrait être remplacé par :

« Targeting on the basis of the digital person's behaviour »

Au final la réalité d'aujourd'hui fait apparaître d'un côté un individu en chair et en os, et, de l'autre côté du miroir, une ou des personnes numériques. Cette révolution copernicienne n'est toujours pas traduite dans les textes, le projet d'opinion se présente comme une réelle opportunité pour basculer non plus seulement dans **les faits**, mais aussi dans **les mots**.

Le projet d'Opinion EDPB sur le ciblage des personnes numériques est l'occasion d'une requalification des interlocuteurs permettant d'introduire un nouveau cadre de réflexion.

Tous mes remerciements pour le temps et l'attention que vous avez bien voulu apporter à cette contribution.

Avec mes meilleures salutations

Emmanuel Cauvin

Plus de matière à penser ?

(Articles par le signataire de ces lignes)

[Univers digital ?](#)

<https://www.linkedin.com/pulse/adtech-et-rgpd-1-univers-digital-emmanuel-cauvin>

[Naissance et reconnaissance de la personne numérique](#)

<https://www.linkedin.com/pulse/naissance-et-reconnaissance-de-la-personne-num%C3%A9rique-emmanuel-cauvin>

[Identifiants : la croisée des chemins...](#)

<https://www.linkedin.com/pulse/adtech-rgpd-3-identifiants-la-crois%C3%A9e-des-chemins-emmanuel-cauvin>

[Rappel des faits](#)

<https://www.linkedin.com/pulse/adtech-rgpd-4-rappel-des-faits-emmanuel-cauvin/>