



TAXER LES DATA DES GÉANTS ?

Vers une rémunération des données personnelles ?

Carburant des géants du Net, les données personnelles sont, estime le sociologue Antonio Casilli, le fruit d'un vrai « travail numérique » des individus. Il plaide donc pour une redistribution de cette valeur, via une taxation des grandes plateformes.

Dans le sillage de l'essor du numérique, les données produites par les individus sont de plus en plus nombreuses. Dans son récent ouvrage, « *Qu'est-ce que le Digital Labor* », le sociologue Antonio Casilli s'en fait l'écho. Maître de conférences en Digital Humanities à Télécom Paris Tech et chercheur à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS), il explique à *La Tribune*, en premier lieu, que « les données personnelles dépassent amplement ce que nous publions ». Lorsqu'on poste une photo sur Facebook, par exemple, on ne publie pas qu'une image. Mais aussi un « ensemble de métadonnées » accolées à ce fichier, constate le sociologue, comme « la marque de l'appareil photo, le moment et le lieu où l'image a été prise ».

Mais ce n'est pas tout. D'après lui, « nos données sont de moins en moins publiées et de plus en plus émises ». Il fait notamment référence aux objets connectés bardés de capteurs qui envahissent progressivement notre quotidien. Des compteurs électriques connectés aux thermostats intelligents, en passant par les smartphones et leurs applications de géolocalisation, ceux-ci envoient de manière automatique moult informations sur les indivi-

dus. Dans tous les cas, cette production de données relève, selon Antonio Casilli, d'une « *activité laborieuse et productive* », c'est-à-dire d'un vrai « *travail numérique* ». Ce qui, inévitablement, pose la question de sa rémunération. Alors que, pour l'heure, les grandes plateformes comme Google, Facebook ou Amazon s'approprient gratuitement le fruit de ce labeur.

DE TROP PUISSANTS GÉANTS DU NET

Mais comment procéder? Faut-il rémunérer « *individuellement* » chaque producteur de données? Cette possibilité n'a que peu de crédit aux yeux du sociologue.

Pourquoi? D'abord parce que les données personnelles donnent très souvent autant d'informations sur celui qui les produit que sur ses proches ou sa « *base sociale* ». « *Si je dis sur les réseaux sociaux que je suis à un concert avec des amis, je donne de facto des informations sur eux, comme leurs goûts musicaux* », prend en exemple Antonio Casilli.

En clair, « *il n'y a rien de plus collectif qu'une donnée personnelle* », lâche-t-il.

Surtout, dans le cas d'une rémunération « *à la donnée* », Antonio Casilli souligne le fait que les individus n'auraient que peu de



pois pour négocier face aux mastodontes du Net – qui ont su élever leurs services au rang de références parfois incontournables. « Dans un tel système, on aurait rapidement un clivage entre les “data rich”, que sont les grandes plateformes numériques, et les “data poor”, le prolétariat des données. » Ainsi, souligne le sociologue, les individus se retrouveraient rapidement contraints de céder leurs informations aux géants du Net à un prix dérisoire.

EN FINIR AVEC « LE TRAVAIL GRATUIT »

Partant de ce constat, Antonio Casilli plaide pour une solution à plus grande échelle, comme celle d'un État. Concrètement, il milite en faveur d'un « revenu universel du numérique », lequel « serait financé par une fiscalité adaptée du secteur ».

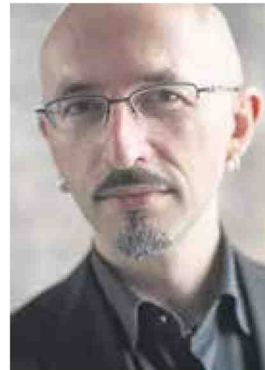
« L'idée, poursuit le chercheur, c'est que chaque citoyen d'une nation reçoive une dotation universelle et inconditionnelle, chaque mois ou chaque année. Ce serait une manière pour les grandes plateformes de restituer à la collectivité une partie de la valeur qu'elles en tirent. »

En France, les réflexions en ce sens vont bon train. Commandité par le gouvernement, le rapport Collin et Colin s'est prononcé en janvier 2013 pour une taxe sur les données. Et ce afin de « recouvrer le pouvoir d'imposer les bénéfices issus du “travail gratuit” des internautes ».

Plus récemment, en mars dernier, l'agence gouvernementale France Stratégie a dégagé un rapport sur le sujet. Il préconisait notamment « une taxe unitaire [...] fondée sur l'activité de la plateforme, mesurée par le nombre d'utilisateurs sur le territoire national – internautes ou annonceurs – ou encore sur les flux de données échangées ». Malgré ces réflexions, conjuguées à l'essor des inquiétudes sur l'utilisation des données personnelles, aucune mesure concrète visant à taxer les géants du Net ne fait pour l'heure l'unanimité. ■ P. M.



Antonio Casilli et Dominique Cerdon, « Qu'est-ce que le Digital Labor ? » éd. INA (2015)





Coauteur de
« *Qu'est-ce que
le Digital Labor* »,
Antonio Casilli
est chercheur
à l'EHESS
et maître
de conférences
en Digital
Humanities
à [Télécom
Paris Tech.](#)
© DIDIER GOUPY/
SIGNATURES - REUTERS