

# META : PAY OR CONSENT

## META : LA PROTECTION DES DONNÉES EST-ELLE DEVENUE UN PRODUIT DE LUXE ?

Article rédigé par Maxime - Médiateur Numérique de l'Aicla  
Fait en avril 2026

Secteur numérique



 Meta

Imaginez un instant : pour protéger votre vie privée, vous devriez payer un abonnement mensuel. Sinon, vous acceptez que chaque clic, chaque like et chaque seconde passée sur un réseau social soient analysés, vendus et utilisés pour vous vendre des produits. C'est exactement le choix que propose aujourd'hui Meta (la maison mère de Facebook/WhatsApp /Instagram) à ses utilisateurs européens. **La vie privée est-elle en voie de devenir un privilège réservé aux catégories les plus aisées ?** Et vous, seriez-vous prêt à payer pour protéger vos données, ou pensez-vous que cela devrait rester gratuit pour tous ?



En 2025, Facebook qui fait parti des GAFAM, comptait 3 milliards d'utilisateurs mensuels, Instagram et WhatsApp en comptaient tous les deux 2 Mds d'utilisateurs mensuels. Ainsi, sur les 4 réseaux sociaux les plus utilisés au monde chaque mois, 3 appartiennent au groupe Meta. Ce qui permet à l'entreprise Meta d'engranger énormément d'argent : en 2025, un seul trimestre a permis de faire 59,89 Mds de dollars de chiffre d'affaires. **La principale source de revenus de Meta est la publicité**, puisque sur ce même trimestre elle aurait rapporté 58,14 Mds de \$.

## PRÉSENTATION DE META

## DES PUBS ULTRA-PERSONNALISÉES, COMMENT FONT-ILS ?

Comment Meta fait-il pour savoir que nous cherchons actuellement à acheter un nouveau téléphone ou un barbecue ? Tout d'abord, l'entreprise **collecte de nombreuses données issues de notre activité** sur ses réseaux sociaux. Cela inclut les pages que nous aimons, celles appréciées par nos amis, ainsi que les informations présentes sur nos profils Facebook et Instagram (**âge, genre, localisation**). S'ajoutent à cela les contenus que nous publions ou avec lesquels nous interagissons, Meta exploite également **nos données de localisation** afin de nous proposer des publicités provenant d'annonceurs situés à proximité. Par ailleurs, la collecte de données ne se limite pas à ses propres plateformes, **Meta peut aussi suivre notre activité sur d'autres sites web, applications ou auprès d'autres entreprises**. Enfin, certaines informations personnelles, comme notre numéro de téléphone ou notre adresse e-mail, peuvent être intégrées à **des fichiers clients puis associées à notre profil Facebook**. Cela permet à Meta de proposer des publicités particulièrement ciblées, adaptées à nos comportements et à nos centres d'intérêt.



## LE NOUVEAU DILEMME : PAYER OU ÊTRE TRACÉ

Beaucoup d'utilisateurs refusent de partager leurs données personnelles en échange de publicités. Pour répondre à cela, Meta a instauré depuis fin 2023 un système de « payer ou consentir », obligeant les utilisateurs européens de Facebook et Instagram à choisir entre accepter l'utilisation de leurs données ou payer pour y échapper.

- **Payer un abonnement** (qui varie selon les pays, autour de 2,99 € à 5,99 € par mois) pour **naviguer sans publicités ciblées et sans que vos données ne soient utilisées pour le profilage**.
- **Continuer « gratuitement »**, mais en **acceptant que Meta collecte massivement vos données personnelles** pour afficher des publicités ultra-personnalisées sans avoir le choix de les visualiser.

Meta présente cela comme un choix libre : « Vous préférez la gratuité avec des pubs, ou le confort sans pubs ? ». Mais derrière cette apparente simplicité se cache une question éthique majeure : est-il normal de devoir payer pour exercer un droit fondamental, celui de protéger notre vie privée ?

# LA VIE PRIVÉE : UN DROIT OU UN PRODUIT DE LUXE ?

En mettant un prix sur la protection des données, Meta crée ce que les experts appellent un **système à deux vitesses** :

- **Pour les plus aisés** : Payer quelques euros par mois est anodin. Ils peuvent acheter et protéger une partie de leur intimité.
- **Pour les plus modestes** : Cette somme peut représenter un budget conséquent. Ils n'ont d'autre choix que de « payer avec leurs données ». Leur vie privée devient la **monnaie d'échange** pour accéder à un service essentiel de communication sociale.



Comme le souligne le BEUC (l'Organisation européenne des consommateurs), ce modèle risque de **créer une discrimination sociale** : « Les utilisateurs les plus aisés bénéficieraient d'une meilleure protection de leur vie privée, tandis que les autres devraient accepter la collecte intrusive de données ». Est-ce acceptable que la protection de l'intimité dépende du revenu, tout comme l'accès à la justice ou à la santé ?

## LES RÉGULATEURS EUROPÉENS S'INQUIÈTENT

Face à ce modèle, l'Europe ne reste pas les bras croisés. Le modèle de Meta est actuellement sous le feu des critiques de plusieurs instances :

- Le Digital Markets Act (DMA) : Cette nouvelle loi européenne **interdit** aux géants du numérique de **proposer un service de moindre qualité si l'utilisateur refuse le traçage**. Or, Meta a introduit des « coupures publicitaires » intrusives pour les utilisateurs qui choisissent l'option « moins de personnalisation ».
- Les pratiques commerciales déloyales : Les autorités françaises et européennes examinent si la présentation de l'offre **induit le consommateur en erreur**.



## QUE POUVONS-NOUS FAIRE ?

- **Modifier nos paramètres** : Si vous ne souhaitez pas payer l'abonnement, sachez que vous pouvez tout de même atténuer le traçage en optant pour l'**option des publicités « moins personnalisées », qui est gratuite**, mais nous faisons face à des « coupures publicitaires ». Pour vous aider, suivez ce tuto. Et pensez à vérifier ces paramètres à chaque mise à jour car ils peuvent se réactiver par défaut.
- **Utiliser des réseaux sociaux alternatifs** : Mastodon pour Twitter (X), Signal → WhatsApp, Instagram → Pixelfed.
- **Utiliser les réseaux sociaux sur des navigateurs** avec des bloqueurs de publicités (Firefox avec uBlock Origin, Brave) et limiter le temps passé sur les plateformes Meta.
- **Soutenir les organisations** comme La Quadrature du Net et signaler les pratiques trompeuses directement via les plateformes du gouvernement comme Pharos ou la DGCCRE.



## QUEL AVENIR POUR NOTRE VIE PRIVÉE EN LIGNE ?

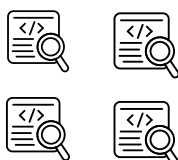
Si Meta parvient à imposer ce modèle, c'est un danger. D'autres géants (Google, TikTok, X) **pourraient être tentés de suivre la même voie** : « Voulez-vous payer 5 € ou nous laisser vendre vos données ? ».

La question dépasse largement le cas de Facebook ou Instagram. **Il s'agit de définir quel type de société numérique nous voulons** : une société où la vie privée est un droit, garanti à tous par la loi, ou un service premium que l'on achète comme une option sur une voiture ?

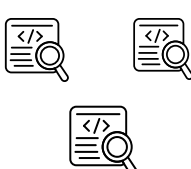
Comme le rappelle le BEUC dans ses conclusions : « **La protection de la vie privée ne devrait pas être un luxe réservé à ceux qui peuvent se le permettre.** »

## LES SOURCES :

### ARTICLES



### SITES



### ETUDES

