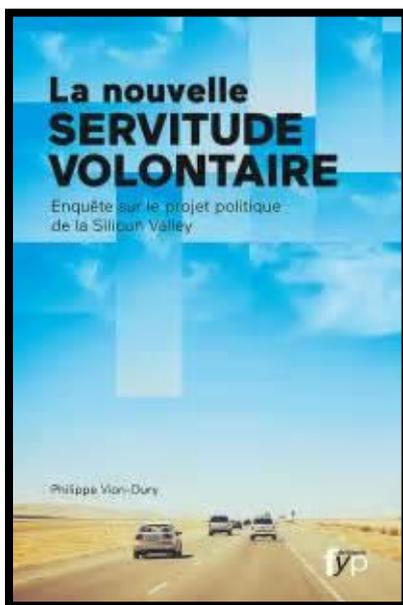

LA NOUVELLE SERVITUDE VOLONTAIRE

ENQUETE SUR LE PROJET DE LA SILICON VALLEY

Vion-Dury, Philippe. (2016). Limoges : FYP EDITIONS.

Léah Brière, Elisa Brun, Noémie Chaigne, Camille Joubert



Philippe Vion-Dury est journaliste et essayiste. Après avoir écrit pour Rue89, où il a pu exercer son esprit critique, il est aujourd'hui rédacteur en chef du magazine Socialter, spécialisé dans les innovations et l'économie.

L'auteur constate à travers cet ouvrage que nous communiquons davantage et plus rapidement. Cette maîtrise de l'information devient même un enjeu social car le fait de ne pas y participer peut amener les individus à être isolés. Cette accélération est vue comme une progression en lien avec la mondialisation. Pourtant, elle pourrait en vérité appauvrir notre rapport au monde. Derrière ces mutations, se cache un projet

politique et la perspective d'une nouvelle servitude volontaire.

Aujourd'hui les big datas qui sont les données massives que nous émettons au quotidien permettent aux entreprises et aux Etats de faire des analyses prédictives sur nos comportements. En collectant une grande quantité de nos données, des classifications et des liens sont établis afin de créer des schémas comportementaux récurrents. En effet, les individus laissent en permanence des traces de leurs activités à travers le téléphone portable, les applications, le GPS et les appareils connectés. Ces données donnent un pouvoir phénoménal à des acteurs de plus en plus influents. Les multinationales de la Silicon Valley en sont les premières utilisatrices, mais cette pratique s'étend à de nombreux autres secteurs. Nos vies sont de plus en plus contrôlées par les algorithmes pour influencer nos goûts et nous pousser à consommer. Ce contrôle est doux et subtil, caché sous des noms comme "personnalisation" ou "recommandation".

LES PIONNIERS DE L'ANALYSE ALGORITHMIQUE

Cette idéologie et les pratiques qui en découlent ont commencé avec les multinationales surpuissantes. Dans cet essai, l'auteur a ainsi choisi de se focaliser sur les **GAF**A : Google, Apple, Facebook, Amazon, qui sont les quatre entreprises les plus puissantes du monde.

Google apparaît comme l'exemple parfait permettant d'illustrer la philosophie de la Silicon Valley. Il s'est donné comme défi d'organiser toute l'information du monde. Pour cela, il a mis en place des dispositifs automatiques appelés algorithmes. Un **algorithme** est un processus défini, à travers la mise en œuvre de suites d'opérations, qui permettent de résoudre un problème. La formule est exécutée par ordinateur et va permettre d'obtenir un résultat. Les algorithmes utilisés par les multinationales collectent et classifient nos données puis créent des schémas comportementaux récurrents c'est-à-dire qu'ils font des probabilités sur nos actions futures.

Pour Google au départ, ils servaient à trier les résultats d'une recherche par ordre de pertinence, à ce moment-là tout le monde recevait le même résultat. Aujourd'hui, les moteurs de recherche sont personnalisés et vous connaissez grâce à un écosystème de pistage. En effet, toutes les informations sont collectées, de l'historique de recherche en passant par la machine que vous utilisez jusqu'à l'endroit où vous vous trouvez. Toutes ces données sont rassemblées et mises en relation par l'algorithme afin d'essayer de comprendre au mieux ce que vous cherchez et même d'anticiper le résultat. Dès lors, cette personnalisation permet de satisfaire le plus possible le client, mais surtout de pouvoir élaborer des publicités ciblées qui correspondent à 90% du chiffre d'affaire de l'entreprise. La fortune de la multinationale est due à deux algorithmes : AdWords et AdSense : ils permettent à Google de toucher une commission pour tout client qu'il amène aux annonceurs grâce aux publicités ciblées, placées sur son moteur de recherche, sur les vidéos ou sur les sites partenaires.

Amazon mise également sur une recommandation totalement personnalisée qui a elle seule correspond à 30% des ventes. **Facebook** utilise aussi des algorithmes afin de sélectionner ce que nous allons voir sur notre fil d'actualité. Ils sont avant tout là pour pouvoir faire la publicité la plus personnalisée possible, le but étant d'anticiper nos préférences afin de nous proposer la bonne annonce, au bon endroit, au bon moment.

Avec ces nouveaux modèles, nous assistons à l'ubérisation de la société où les intermédiaires entre l'individu et l'objet sont supprimés. Les probabilités effectuées à travers les collectes de données font que les clients deviennent eux-mêmes des marchandises. Leurs informations personnelles sont vendues à des entreprises et annonceurs dans le but de les atteindre avec des offres adaptées pour les pousser à consommer. Ces pratiques sont appelées « expériences utilisateur » et sont perçues comme inoffensives car elles paraissent apporter une fluidité et une simplicité pour

l'utilisateur qui voit le côté pratique avec des services lui correspondant encore plus. Pourtant, ce marketing de masse est totalement intrusif.

Le ciblage est également très présent dans les **contenus culturels**, avec les films et séries, la musique et encore les livres. Netflix, Spotify et Kindle utilisent abondamment ces pratiques de personnalisation de l'offre. Ces plateformes proposent et mettent en avant des contenus différents en fonction des préférences de chacun, mais ces recommandations peuvent s'apparenter parfois à de la censure et orchestrent nos vies. La métaphore de l'enfermement correspond au concept de « bulle filtrante » théorisé par Eli Pariser. En nous proposant des contenus, les acteurs décident en fait de ce qui entre ou n'entre pas dans notre bulle. La personnalisation nous donne une illusion de diversité et de liberté pourtant nous ne faisons que tourner en rond parmi des choix réduits.

PREDICTION ET PERSONNALISATION, AU CŒUR DE NOMBREUX SECTEURS D'ACTIVITE

LES NOUVELLES FORMES D'ASSURANCES : LA CREATION D'UN INDIVIDU IRREPROCHABLE

L'auteur insiste sur le bouleversement radical que va engendrer le big data dans le milieu de l'assurance. Grâce à la surabondance d'informations désormais peu coûteuses et facilement exploitables, des offres d'assurances variées vont apparaître, certaines sociétés les ayant déjà adoptés.

L'un des exemples cités par l'auteur est celui d'Axa. En 2014, cette entreprise a lancé l'opération « Pulsez votre santé ». Au cours de celle-ci, elle a équipé ses assurés de capteurs connectés. Ces bracelets récupèrent des données sur l'activité physique de la personne et lui propose des défis pour remporter des chèques cadeaux et des réductions. L'assureur cherche à encourager financièrement les comportements vertueux afin de limiter les problèmes de santé.

Ici l'assurance est axée sur la prévention. Néanmoins, l'auteur met en garde contre les conséquences délétères qui pourraient découler de ce modèle dans les années à venir. Tout d'abord la connaissance complète des individus (passé, présent et futur) va transformer le modèle d'assurance actuel dit préventif en un modèle prédictif. En effet, grâce aux données il sera par exemple possible d'évaluer la possibilité pour une personne de développer un diabète à 30 ans. Le risque est de passer d'une vision solidaire de la santé, avec une mutualisation du risque à une prise en compte individuelle. Une individualisation à la fois des couvertures de santé et des tarifications basées sur les prédispositions et comportements de chacun pourraient renforcer les inégalités sociales.

De plus, un contrôle permanent de nos actions par le biais de ces appareils connectés pourrait conduire chacun à **se plier à une surveillance et à une auto-discipline permanente**, perdant ainsi sa liberté individuelle.

Ces nouveaux modèles d'assurance engendrent, au-delà d'un nouveau modèle économique, une nouvelle vision sociétale, sans lien de solidarité. Mais aussi un environnement dans lequel la mauvaise santé pourrait être punie car étant signe de déficience personnelle.

LA GESTION DES RESSOURCES HUMAINES : A LA RECHERCHE DE L'EMPLOYE MODELE

La logique de scoring apparaît sur le marché du travail. En effet, ce système de notation des individus est aujourd'hui utilisé par certains employeurs pour recruter l'employé parfait. A l'aide du scoring on décèle plus ou moins le portrait d'un individu aujourd'hui et on spéculé sur qui il sera demain.

Le « klout score » est l'un des outils utilisé par les recruteurs dans leur recherche de futurs collaborateurs. Ce chiffre généré par des algorithmes de la startup Klout mesure le niveau d'influence des individus sur la toile. A partir d'un certain score (sur 100) les entreprises embauchent très facilement, en dessous et malgré une expérience professionnelle non négligeable, certaines candidatures sont rejetées.

Cet outil est finalement moins neutre qu'il n'y paraît. Le recrutement se transforme en un processus rationalisé, entièrement déshumanisé où l'individu est constamment surveillé. Il entraîne une discrimination à partir de simples données et remet en cause une gestion éthique des ressources humaines.

LE BIG DATA AU SERVICE DES CAMPAGNES POLITIQUES

Des applications du Big Data existent en politique. Les campagnes « data driven » sont pilotées grâce aux algorithmes.

Barack Obama avait pris cette direction lors de sa campagne présidentielle : les scientifiques mobilisés avaient pour but de créer des modèles en analysant le comportement des électeurs. Les électeurs se voyaient attribuer un score selon des probabilités : allaient-ils se déplacer aux urnes ? Allaient-ils voter pour Obama ? Si non, était-il possible de les convaincre ? Le but de ces modèles était de déterminer les moyens à mettre en place pour les convaincre de voter en faveur du candidat démocrate. Fallait-il utiliser les réseaux sociaux, le porte-à-porte, le téléphone ou la presse ?

Les data-analysts utilisent tous les moyens (analyses sémantiques ou social sourcing) pour cerner les avis des électeurs et pouvoir les localiser géographiquement afin de créer des débats et des discours individualisés au maximum. Le but des campagnes « data-driven » est d'identifier les préoccupations des électeurs et comment s'adresser à eux.

Au niveau français, il existe un frein à la mise en place des campagnes « data-driven » aussi poussées : la protection des données personnelles. En France, durant la campagne des municipales opposant Nathalie Kosciusko Morizet à Anne Hidalgo, les deux candidates ont utilisé des logiciels similaires, les ingénieurs s'efforçant de « rationaliser les campagnes électorales ».

Philippe Vion-Dury veut donc nous montrer que la politique est elle aussi devenue un service marchand : l'électeur devient client. La politique adopte donc elle aussi les techniques du marketing. Le problème soulevé ici n'est pas que les politiques s'adaptent aux électeurs, mais que leur écoute des citoyens s'arrête à la campagne, une fois le produit vendu.

LA SURVEILLANCE DES MASSES AU PROFIT D'UNE PLUS GRANDE SECURITE ?

La logique du scoring s'insère également dans le domaine de la prévention et de la sécurité. IBM a créé pour la police de Memphis un logiciel qui analyse un grand nombre de données pour prédire les lieux où des crimes pourraient être commis.

Le logiciel enregistre des données dont certaines sont fournies par la police : météo, transports communs, éclairage public, durée des feux rouges mais aussi arrestations, condamnations, les événements de la journée, le jour de distribution du salaire, les matchs qui ont lieu. Il analyse ces données et crée des alertes lorsqu'un lieu devient dangereux et qu'il faut envoyer une patrouille.

En Europe, des villes comme Londres, Berlin, Paris, Lille, Lyon et Marseille ont lancé des projets similaires. Les logiciels français se basent sur les données relatives à la criminalité, les données de l'INSEE, les informations sur les zones de travaux et les transports. Ils ne peuvent donc prédire que des tendances, et non pas des alertes en temps réel.

La police de Memphis témoigne que son taux de criminalité n'a jamais été aussi bas depuis 25 ans. Il reste tout de même difficile d'attribuer la baisse des crimes au logiciel et aux algorithmes prédictifs ou de savoir s'ils n'ont pas seulement changé de nature, comme la cybercriminalité, qui se déroule dans des lieux qui ne sont pas sous la surveillance du logiciel.

Ces algorithmes ont une deuxième fonction : ils analysent les informations personnelles des individus pour créer des « listes noires ». Les citoyens sont scrutés pour décider s'il est nécessaire de les labelliser « à risques » ou non. Les données analysées concernent le passé, les anciennes relations, les arrestations, les décès des proches, l'activité sociale en ligne, etc.

La question que l'auteur veut poser est alors : les algorithmes engendrent-ils des discriminations ? Des données sensibles telles que la religion, l'orientation sexuelle, les

critères sociaux (salaire, CSP), l'ethnicité ne sont pas renseignées. Cependant, il est facile de les déduire grâce à d'autres critères qui paraissent plus inoffensifs comme les lieux fréquentés, les choix de lecture, la communauté.

Le risque de surveillance de masse apparaît quand des dispositifs d'analyse sont implantés à grande échelle sur les réseaux internet, afin de trouver les signes qu'un individu se transforme en terroriste.

Les logiciels algorithmiques font émerger une culpabilité présumée statistiquement selon le système du scoring, ce qui fonde les bases d'une société où la rationalité technique prime.

L'ÉMERGENCE D'UNE SOCIÉTÉ INTELLIGENTE : LA SMART CITY

En somme, l'ensemble de ces analyses et algorithmes prédictifs, appliqués dans les divers domaines présentés auparavant, pourraient à l'avenir former une société cyber-connectée. Cette évolution donnerait naissance à une forme plus évoluée et plus aboutie de la SMART CITY, telle que nous la connaissons aujourd'hui.

Outre les projets de villes intelligentes qui ont proliféré ces dernières années, l'auteur met en évidence l'émergence d'une société en pilotage automatique, qui s'auto-régulera par le biais des nouvelles technologies.

A l'instar du système de l'assurance, le processus de collecte et d'analyse des données tend à s'appliquer à plusieurs autres espaces et activités tels que : la collecte des impôts, la régulation de l'énergie ou plus globalement encore, la gestion des espaces publics. L'objectif étant de pouvoir prédire, détecter et résoudre tout dysfonctionnement grâce au solutionnisme technique.

L'exemple de la ville de Songdo est emblématique. Ce quartier, aussi appelé U-city en référence à son hyperconnexion, est l'un des plus grands développements urbains, réalisé dans le cadre de fonds privés estimés à hauteur de 35 milliards de dollars au cours de ces onze dernières années. Ce quartier hyperconnecté contrôle l'intégralité de ses services par le biais des données collectées et traitées grâce à la multitude de technologies installées.

Parmi celles-ci, nous pouvons mentionner l'installation de capteurs au sein du réseau routier de la ville de Songdo, visant l'identification de chaque véhicule et la mesure en temps réel du trafic routier. Par ailleurs, chaque foyer dispose d'un compteur intelligent permettant de connaître sa consommation énergétique et ayant pour finalité générale la régulation de l'ensemble du réseau électrique et énergétique du quartier.

Autre fait marquant, les individus effectuant de manière responsable le tri sélectif pourront à l'avenir être identifiés par les poubelles connectées au réseau informatique de la ville, et se verront créditer automatiquement leur compte bancaire, en guise de récompense.

Dès lors, l'auteur parle d'une ville data-driven, qui est désormais contrôlée par les données et dans laquelle chaque acteur, structure ou entité sont analysés, dans le but de maintenir une certaine stabilité. Cependant, même si cette notion de société numériquement intelligente et auto-correctrice n'est présente que dans certaines villes aujourd'hui, la volonté finale serait d'étendre ce vaste système nerveux à l'ensemble de la planète.

Par conséquent, toutes les données collectées et croisées en temps réel permettraient de réguler les transports et la consommation énergétique, de détecter tout comportement inapproprié et plus largement encore, de gouverner l'humanité. L'homme serait peu à peu écarté de la boucle de rétroaction au profit des technologies du Big data. Ainsi, nous assistons à une déshumanisation de la société et à la perte des libertés individuelles.

UN OUVRAGE CRITIQUE POUR ABOUTIR A UNE PRISE DE CONSCIENCE

Pour conclure, à travers cet essai l'auteur nous amène à une véritable réflexion sur la société numérique qui provoque l'aliénation de chaque individu. Cet ouvrage paraît plutôt pessimiste quant au devenir de notre société et amène le lecteur à s'interroger sur sa liberté future. Prendre conscience des phénomènes qui se cachent derrière ces outils permettrait aux citoyens d'acquérir une plus grande autonomie et de s'affranchir des pressions quotidiennes. L'objectif de cette conscientisation est de permettre une reconnexion au monde en orchestrant nos vies selon nos convictions.