

APRÈS L'AMI RICORÉ, L'AMI BIG BROTHER

Des écrans publicitaires truffés de capteurs high-tech envahissent l'espace public. « Intelligents » ou « espions », ça dépend de quel côté on regarde...

Depuis quatre mois, à la station de métro Charles-de-Gaulle – Étoile, quatre panneaux fournissent des informations précises sur l'âge, la taille, le sexe et l'audience accordée par les piétons aux spots diffusés. Non seulement ces panneaux nous analysent des pieds à la tête, mais ils sont évidemment conçus pour nous pourrir la vie: équipés de capteurs Bluetooth, ils sont programmés pour envoyer des messages et des bandes-annonces sur nos téléphones portables. La RATP (et sa régie publicitaire, Metrobus) nous assure que les téléchargements doivent être volontaires. En oubliant juste de préciser qu'elle avait d'abord prévu de nous arroser sans demander notre avis, jusqu'à ce que la CNIL s'y oppose... Le déploiement de 1 200 panneaux de ce type est prévu d'ici à la fin 2009 dans le métro parisien et les gares franciliennes. Ils nous promettent un avenir radieux : à New York, au Japon et en Corée du Sud, où ces écrans animent les rues depuis longtemps, on devient acteur de la pub en modifiant l'affichage par la voix et des mouvements de bras. Si la magie de l'interactivité nous donnait au moins la possibilité de coller des claques aux deux guignols de la Matmut...

«On en a marre de se retrouver devant le fait accompli, explique Charlotte Nenner, de Résistance à l'agression publicitaire (RAP). Pour une fois, les citoyens demandent des comptes aux industriels avant qu'ils aient déjà tout installé.»

Y a-t-il ou non vidéosurveillance et calcul biométrique ? C'est la question posée par cinq associations, dont Souriez, vous êtes filmés, mercredi dernier à la chambre des référés. Et face à la demande d'expertise, la RATP, Metrobus, Majority Report, qui porte bien son nom et qui fournit la technologie, et Serelec, l'assembleur du dispositif, ont été quelque peu fuyants. «Ce que produisent ces panneaux, c'est ce qui en sort, et ce qui en sort peut faire l'objet d'une expertise», a concédé Metrobus, tout en refusant l'ouverture des écrans... La RATP ne s'oppose pas non plus à une expertise, mais pas avant deux mois... Et Majority Report a joué les martyrs de l'espionnage industriel: «Un capteurs d'images construit, déconstruit, il traite des données et calcule des statistiques. Mais il ne voit rien.» Il faut donc les croire sur parole. «C'est comme la recette de la confiture de grand-mère, poursuit l'avocat, on exige la recette pour s'assurer qu'il n'y a pas de colorants. Et une fois la recette sur la place publique, on nous pique la confiture !» La technologie, c'est comme la confiture, moins on en a, plus on l'étale... Délibéré le 29 avril.

AGATHE ANDRÉ

Suite dans le numéro 877

<http://www.charliehebdo.fr>