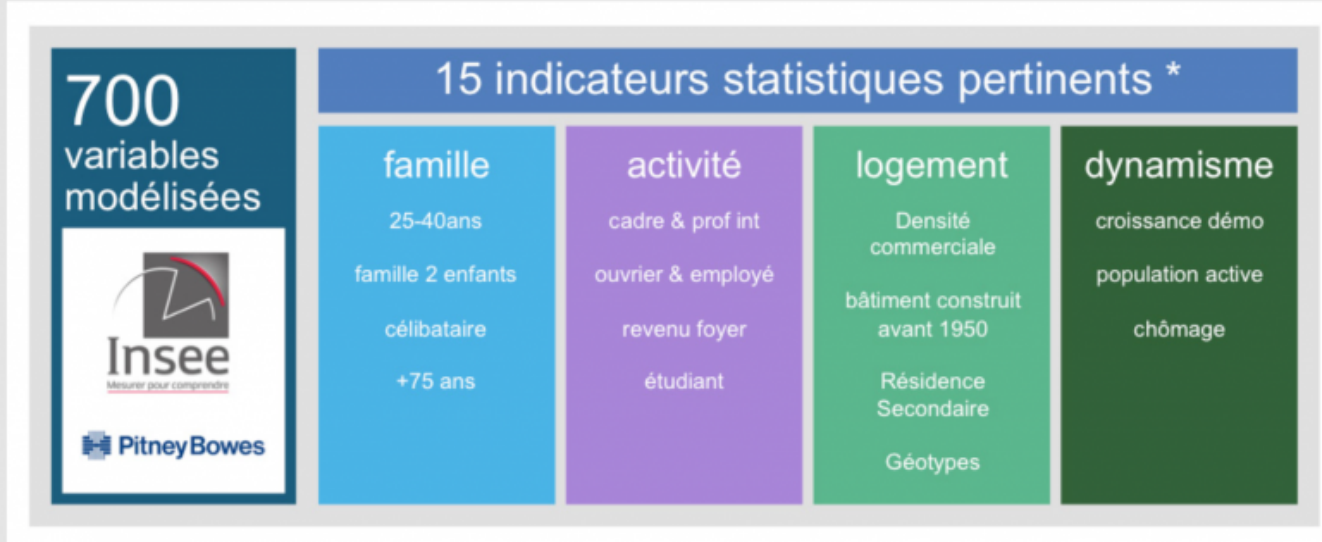
La ville de Rouen connaît tout de ceux qui visitent l'Armada grâce à la géolocalisation…

écrit par Christine Tasin | 21 septembre 2019



.
A l'insu de notre plein gré, nous n'avons plus de vie intime, plus de vie privée.
Loin de s'arracher les cheveux, même les Maires applaudissent et payent pour utiliser ses données sur nous…
L'exemple de Rouen, dans cet article de juin dernier est très révélateur :

Comment la data s'immisce dans l'Armada de Rouen

La métropole de Rouen a passé commande à Orange d'une solution de Big Data pour compter et connaître ses visiteurs. Localisation, déplacement, nationalités, lieux d'hébergement… les données de signalisation seront exploitées. Cette vision fine de leur comportement sera un outil d'aide à la décision.

Par Claire Garnier
Publié le 04/06 à 08h45
Combien ? 300.000 ? Un million ? A chaque édition de l'Armada se pose la question du nombre de visiteurs par jour. Pour en finir avec les estimations au doigt mouillé, la Métropole de Rouen a passé commande d'une solution de Big Data, Flux Vision, auprès de l'opérateur leader Orange.

Données de signalisation

Mais cet outil ne se bornera pas à mesurer quantitativement la fréquentation à partir de la part de marché d'Orange. Il fournira aussi des informations qualitatives. Comment ? En exploitant les données de signalisation (localisation, type de déplacement, nationalités des visiteurs, lieux d'hébergement) fournies par les mobiles via les antennes cellulaires d'Orange installées sur les sites publics ou privés.
« *Cinq familles de données intéressent notre client : l'origine géographique des visiteurs, les zones où ils se déplacent et où ils séjournent, la durée de fréquentation, la fréquence de visites sur l'Armada et leur profil socio-économique (ruraux, urbains, catégories socioprofessionnelles…) grâce à la segmentation géomarketing geoLife, une exclusivité Orange* », explique Pierre Jacobs, directeur Orange Grand Ouest.
.

Anonymisation irréversible des données

Le contrat prévoit deux zones d'observation, le site de l'Armada lui-même et le centre-ville historique, ainsi qu'une durée d'observation de sept semaines entre le 15 mai et le 7 juillet encadrant la période de l'Armada elle-même (6 au 16 juin).

Rouen s'engage à l'engorgement de l'Armada
Pour la Métropole, cette vision fine du comportement de ses visiteurs, sera un outil d'aide à la décision en matière d'attractivité. « *Hypothèse d'école, si nous constatons que nous avons beaucoup de visiteurs d'Amiens et du Havre mais peu de visiteurs de Caen, nous devrons nous interroger sur les raisons qui expliquent cela et y remédier»,* explique Hugo Dermien, directeur adjoint de la

communication de la Métropole.

.
Orange insiste sur la conformité de Flux Vision avec les exigences de la CNIL (Commission nationale de l'information et des libertés) et avec le RGPD, le nouveau règlement général sur la protection des données personnelles. *« Nos algorithmes garantissent la totale anonymisation des données via un procédé irréversible. L'identification est impossible»,* assure Pierre Jacobs.

https://www.lesechos.fr/pme-regions/normandie/comment-la-data-simmisce-dans-larmada-de-rouen-1026220

.

Moi, le(la) data, je ne connais pas, je ne sais pas ce que c'est… Je crois deviner qu'il s'agit d'un néologisme pour remplacer le mot « données », pourtant tellement plus clairs ! Tellement clairs que ça risque de faire peur à nos concitoyens ? On me dira qu'il s'agit spécifiquement des « données informatiques ». Ah ! ça change tout !

Les outils que nous utilisons (mobiles notamment), nos navigations sur Internet (ah ! google) permettraient à une municipalité donnée, pourvu qu'elle ait acheté à prix d'or l'outil qu'il faut de savoir qui sont les bons visiteurs de tel et tel monument, qui sont les clients de tel restaurant ou de tel autre…

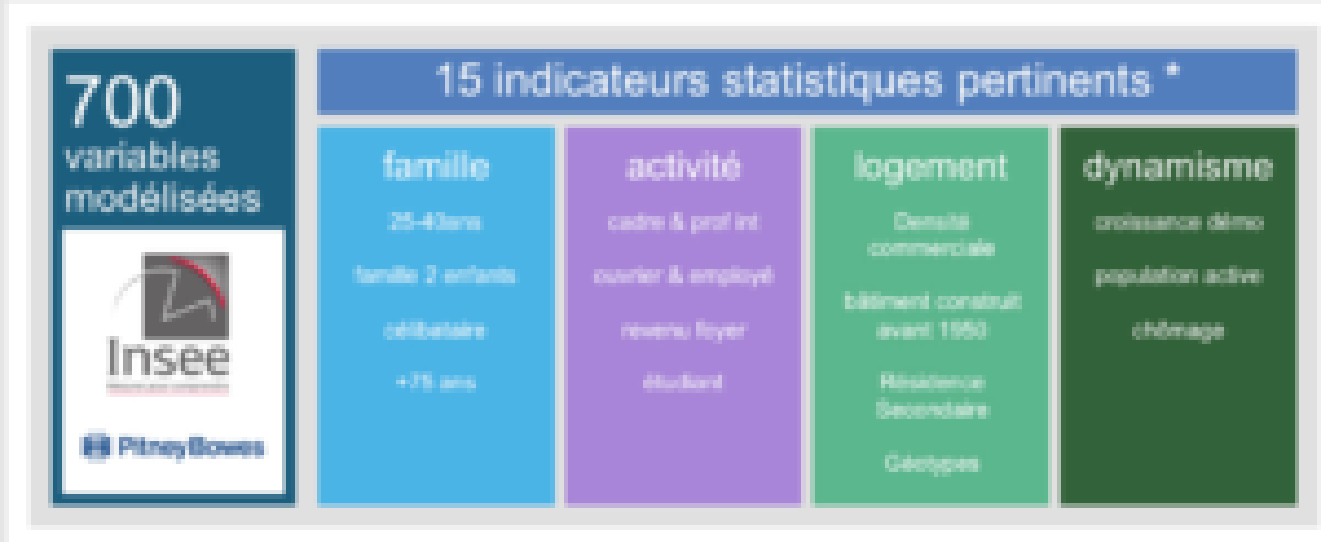
L'outil en question à Rouen (mais il doit en exister des quantités) serait donc la *segmentation géomarketing geoLife.* Bigre !

Définition trouvée sur Internet :

Conçue et utilisée par les équipes « Connaissance Clients » d'Orange, geoLife est une segmentation géo-comportementale qui ventile l'ensemble des zones IRIS, les mailles Insee

géographiquement les plus fines du territoire national en 11 segments selon différents critères socio-économiques tels que le taux d'activité, la densité commerciale, le revenu des foyers, la composition des ménages…

geoLife ventile l'ensemble des foyers français dans l'un ou l'autre des segments en fonction de leur lieu de résidence, ce qui en fait un outil particulièrement adapté pour répondre aux besoins de ciblage local ou multi-local de nos annonceurs.



https://www.orangeadvertising.fr/geolife-la-segmentation-geomarketing-proprietaire-dorange/

.

Si je traduis par « *dis-moi où tu habites, je te dirai qui tu es*« , j'ai tout bon ?

A l'heure où les politiques nous font des cacas nerveux sur la mixité sociale, sur les « zones de relégation », sur le « désenclavement »… voilà que nous serions tous dans des cases liées à notre habitat.

Et voilà que Orange (de quoi je me mêle ?) vend (très cher, forcément) ces données (comment les a-t-il obtenues ? En puisant sans notre autorisation dans ses fichiers ?), permettant à l'utilisateur lambda de savoir comment mieux prendre au piège ou surveiller un groupe ou un individu (aujourd'hui une municipalité voulant attirer toujours plus de gens, demain un patron voulant tout savoir de son futur employé, après-demain Maria désireuse d'en savoir plus sur

Romain avec qui elle doit sortir le soir, et le surlendemain Macron déguisée en Big Brother…) .
Après les révélations sur ce que Google stocke comme données plus que privées, cette affaire est une incitation à revenir au bon vieux téléphone qui ne fait pas le café… Mais qui est capable de revenir en arrière ?
Il faut penser à désactiver la géolocalisation, certes, mais, surtout, demander des comptes à Orange et les autres opérateurs téléphoniques : ils n'ont pas le droit d'utiliser nos données… fût-ce avec l'autorisation de la CNIL.
.

Ci-dessous un rappel des conseils qui ont été donnés par différents contributeurs et commentateurs pour limiter la casse :

Julien Martel :
Je passe par un logiciel vpn pour changer mon adresse ip.
Chaque ordi ou chaque maison – je ne sais plus – a une adresse ip que reconnaissent les sites internet et grâce à laquelle on peut vous localiser et donc vous retrouver même si vous écrivez sous pseudo.
Le vpn vous permet de passer par un autre ordi situé quelque part dans le monde et donc de changer l'adresse ip avec laquelle les sites vous reconnaissent.
Avec ce système, vous pouvez très bien être considéré comme résidant à Paris, Los Angeles ou Tokyo, enfin toutes les villes où le logiciel VPN a un serveur.

François des Groux
Voici un petit récapitulatif sur le VPN :
https://www.commentcamarche.net/faq/50832-comment-choisir-un-vpn
C'est parfaitement légal.
On part du principe que vous n'avez rien à vous reprocher mais que vous avez le droit de ne pas être suivie par des voyagistes ou des loueurs de voitures (par exemple) qui

ajusteront le prix en fonction de votre position géographique.
Vous pouvez débuter facilement avec le norvégien Opéra : https://www.opera.com/fr/computer/features/free-vpn

Gamma
Déjà je vous invite à taper TOR que vous pouvez conjuguer avec un VPN
Un peu de littérature
https://www.culture-informatique.net/cest-quoi-vpn/
https://www.torproject.org/

Gloup la grenouille
Exact. Chaque Box à une adresse IP.
Le VPN, simple à installer, offre un peu de sécurité.
Pour info : le navigateur OPERA (gratuit) propose un VPN gratuit et illimité lui aussi.
Conseil : changer son » emplacement » (Europe – Amériques – Asie) régulièrement, au moins une fois par mois.