

Géolocalisation et IA

Les données personnelles sont protégées par la Loi du 6 janvier 1978 Informatique et libertés ainsi que par le Règlement n° 2016/679 eu 27 avril 2016 applicable à partir du 25 mai 2018. Parmi les données de caractère personnel, certaines données peuvent apparaître aujourd'hui plus importantes que d'autres. Tel est le cas des données de géolocalisation – aujourd'hui fondamentales sur Mobile – qui améliorent la précision du ciblage publicitaire et qui sont un facteur d'irrigation du commerce de proximité, du tourisme ou des transports¹. Les spécialistes de marketing relationnel et connaissance client peuvent cibler les porteurs de leur application de bons de réduction C-Wallet, qui sont ensuite invités à activer sur leur mobile les fonctionnalités nécessaires à la réception des promotions ciblées pendant leur parcours d'achat. Cela suppose que les consommateurs potentiels aient accepté d'être géolocalisés de façon à être captés à proximité des magasins où ils peuvent profiter des promotions.

L'amalgame de données peut être source de services. C'est encore l'exemple de Facebook dont les notifications peuvent être adaptées à la localisation géographique de l'internaute de façon à lui présenter des événements locaux, des informations populaires de la ville où il se trouve, un point météo ou des informations sur les films qui passent à proximité ou des restaurants... ceci en fonction des pages likées et de sa géolocalisation.

Sur ce terrain, Google est une fois encore en très nette position de force grâce à Google Maps et au rachat de l'application de trafic Waze, ce qui lui permet d'augmenter ses recettes Adwords au niveau local.

¹ CNN, Groupe Neutralité des plateformes, compte rendu des réunions des 4 et 22 octobre, 15 novembre 2013, p. 7.

La géolocalisation peut avoir un intérêt en dehors du marketing. Ainsi peut-elle être utile dans la vie quotidienne pour vérifier la position des enfants, rassurer les amis et la famille², ou bien encore dans la prévention, la recherche ou le contrôle de délinquants.

Une réflexion conjointe entre informaticiens et juristes pourrait être menée sur les potentialités de la géolocalisation : quels sont les outils permettant la géolocalisation et comment l'individu peut-il les contrôler ? Par ailleurs, le traitement de ces données par des procédés d'Intelligence artificielle, à des fins commerciales, de ciblage, de statistiques touristiques par exemple, commande de s'interroger sur la liberté de choix des individus, des consommateurs et les nouvelles formes de consentement. **Le guider finalement vers tel produit ou commerçant en raison de son habitude de trafic (ou encore en raison de données collectées par un objet connecté³) ne peut-il pas, d'une part, être éthiquement contestable, et d'autre part, poser des problématiques juridiques en droit de la consommation et droit de la concurrence ?**

² La géolocalisation sociale ou communautaire se développe aussi avec Safety Check de Facebook ou Google contacts dont les applis permettent à l'internaute de se géolocaliser pour ses contacts préalablement autorisés lorsqu'ils le demandent.

³ Un pèse personne connecté qui l'alerterait sur son poids et lui recommanderait, voir achèterait via un assistant personnel, des produits light...