

'Linky' vendra les données de votre vie

Linky, qu'Enedis veut installer chez tout le monde, n'est pas un simple compteur électrique. Il permettra de récolter des données sur la vie des consommateurs, des données commercialisables sur le marché des 'big data', explique l'auteur de cette tribune.



L'âge de faire publie *Sexy, Linky ?*, un livre qui explique ce qui se cache derrière les nouveaux compteurs : questions sanitaires, enjeux industriels, problématique environnementale, etc.

Nous en publions ici un extrait consacré au recueil d'informations.

Au départ, les communicants de la boîte étaient sacrément fiers des nouvelles possibilités offertes par Linky, comme en témoigne ce dossier de presse daté de juillet 2015 :

"ERDF a bâti un système évolutif utilisant des technologies de pointe, capables de gérer de très importants flux de données. Nous ne sommes encore qu'aux prémices de l'exploitation de toutes les potentialités de ce compteur : Big Data, usages domotiques, objets connectés..."

Et Philippe Monloubou, patron d'Enedis-ErDF, de confirmer début 2016 :

"Nous sommes déjà, à l'heure où je vous parle, un opérateur du Big Data."

Le Big Data (littéralement "grosses données") n'est pas un fantasme pour auteur de science-fiction. Quoique discrète, c'est une révolution qui a déjà bouleversé l'économie mondiale, comme l'explique Solange Ghernaoui, experte internationale en cybersécurité et membre de l'Académie suisse des sciences techniques.

"Le nouvel eldorado numérique est lié à la collecte massive d'informations. Tous les modèles économiques sont basés sur l'exploitation des données. Nous ne sommes plus dans une économie de service, mais dans l'économie de la donnée. Le but est d'en avoir le plus possible et de les exploiter."

Plus on en a, plus on est puissant, plus on gagne d'argent en s'assurant un avenir radieux : Google, Facebook, Amazon, Apple possèdent à eux quatre 80 % des données personnelles mondiales.

Toute cette collecte va servir à faire du **profilage**. Elle va permettre de mesurer, classer, quantifier, faire rentrer des personnes dans des catégories pour mieux les cibler, mais aussi de croiser les informations, **déduire, interpréter, prédire et influencer**.

Toutes ces données, tous ces profils, se monnaient ensuite sur un marché mondial florissant. Exemple : une entreprise peut connaître votre âge-adresse-sexe pour 0,007 \$, savoir si vous avez un projet de mariage (0,107 \$), un projet d'enfant (0,187 \$), une maladie du cœur (0,447 \$) ou si vous envisagez de faire du sport pour maigrir (0,552 \$). Avec *Linky*, *ErDF* pourra dire à ses partenaires commerciaux si vous buvez beaucoup de café, si vous êtes plutôt casanier, si vous êtes un couche-tard, si vous regardez beaucoup la télévision ou si vous ne vous douchez qu'une fois par mois...

Pour avoir une vague idée du jackpot que représentent ces données personnelles, il suffit de savoir qu'au niveau mondial, le marché du *Big Data* se calcule en milliers de milliards d'euros.

Des données incontrôlables



Enedis-ErDF, de l'aveu même de son patron, souhaite y prendre sa place. On retrouve d'ailleurs avec *Linky* le processus assez classique d'un outil conçu pour le *Big Data*, comme l'a noté Solange Ghernaoui.

A chaque fois, l'intérêt premier pour l'utilisateur est mis en avant : payer moins cher, consommer mieux... C'est **un jeu de dupe**, un peu comme avec les cartes de fidélité.

Quand vous achetez quelque chose, c'est enregistré et exploité à votre insu, mais vous obtenez un bonus. Au début, on peut trouver cela attrayant et avantageux. Le problème est qu'à plus long terme, cette collecte d'informations permet de surveiller et donc de contrôler les comportements, les déplacements, les activités des consommateurs. *Linky* va même bien au-delà car les données recueillies sont celles issues de l'intimité des foyers, des activités privées.

Car évidemment, ce n'est pas votre courbe de charge en tant que telle qui intéresse *Enedis-ErDF*, mais tout ce qu'on peut en déduire. Au lancement du *Linky*, l'entreprise laissait entendre qu'on pourrait savoir tout ce qui se passe chez vous grâce à ce nouveau compteur. Face aux critiques que n'a pas manqué de susciter cette intrusion dans la vie privée de chacun, *Enedis-ErDF* a changé son fusil d'épaule, en tentant comme toujours de brouiller les pistes. Ainsi, le 1^{er} avril 2016, Bernard Lassus déclarait sur *BFM TV* que

"Linky est un compteur qui mesure des courants électriques et qui ne sait pas reconnaître l'électron qui vient de la machine à laver, de la télévision, de votre fer à repasser ou autre..."

Il aurait pu ajouter que *Linky* n'avait pas d'yeux et ne pouvait donc rien voir, ça aurait été du même tonneau.

Les compteurs *Linky* sont techniquement capables de recueillir les index journaliers et la courbe de charge, c'est-à-dire un relevé de la consommation électrique de l'abonné, avec un pas de mesure de 10 minutes. Ces données permettent de déduire des informations sur les habitudes de vie des consommateurs.

Donc, oui, *Enedis-ErDF* pourra tout connaître de vos habitudes de vie. La *Cnil* (*Commission nationale de l'informatique et des libertés*) a tout de même obtenu que, avant de transmettre ces données, *ErDF* devra avoir obtenu l'accord du client.

Cela dit, ce dernier pourrait ne pas avoir tellement le choix : pour lui concocter une offre alléchante, les fournisseurs d'énergie lui réclameront inmanquablement toutes ses données. S'il les fournit, on lui promettra de petites économies. Sinon, on lui expliquera qu'il est impossible de trouver l'offre correspondant à son profil. Le choix du consommateur de transmettre ou non ses données pourrait donc être plus compliqué qu'il n'y paraît. Surtout pour les petits budgets.

Faites confiance au "marché"



Dès que vous aurez donné votre accord, *Enedis-ErDF* aura vos données personnelles – si ce n'était pas déjà le cas – ainsi qu'un ou plusieurs fournisseurs d'énergie (il est toujours préférable de demander plusieurs devis, non ?).

Comment s'assurer, alors qu'elles sont déjà entre les mains d'au moins deux acteurs, que vos données ne seront pas exploitées autrement que pour vous préparer une offre tarifaire ? Ou revendues, même discrètement, à d'autres sociétés ?

La *Cnil* explique qu'elle sera particulièrement attentive à ce que

"ces données ne soient communiquées qu'aux sociétés spécifiquement désignées par les personnes concernées et uniquement pour les finalités souhaitées par les abonnés".

On lui souhaite bien du courage !

Et puis, vous connaissez les zigotos du gouvernement : cela fait cinquante ans qu'ils courent après la sacro-sainte "croissance", et il y a malheureusement peu de chance que cela change dans un avenir proche. Alors, si cela peut "libérer la croissance", il se trouvera assurément des ministres "volontaristes" pour changer les règles et ainsi permettre à *Enedis-ErDF* de disposer à sa guise de toutes vos données.

Votre réfrigérateur consomme trop d'électricité ? Cela se verra certainement en analysant la courbe de charge. Vous risquez alors d'avoir la visite d'un commercial en électroménager. Ces démarchages ciblés gonflent tout le monde.

Ce n'est pourtant que le côté "gentil", presque désuet, de l'utilisation d'informations. Car avec le *Big Data*, on stocke dès aujourd'hui des quantités inimaginables de données, sans forcément savoir à quoi elles serviront demain.

Et pour ne rassurer personne, on confie tout ça au "marché", comme l'a expliqué Philippe Monloubou :

"Linky ouvre tout un écosystème qui, lui, élargit un champ presque infini. Après, c'est le marché lui-même qui va décider des possibilités."

Le marché, Dieu du XXI^e siècle, auprès duquel il est inutile de se confesser : il sait déjà tout sur vous.

Nicolas Bérard est l'auteur de *Sexy Linky*, édité par *L'Âge de faire*

► Lire aussi : *Face aux méthodes brutales pour imposer le compteur Linky, la résistance grandit*

Source : Nicolas Bérard, dans *L'Âge de faire*

Photos :

. chapô : *Rmsnews*

. série de compteurs Linky : *Fournisseurs-electricité*

. Touche pas à mon compteur : *Next-up*

