

Utilisant des données personnelles liées à l'usage d'un téléphone portable (appels, tweets, types de connexion utilisés...) de 200 individus qui ont bien voulu se prêter à l'expérience pendant plusieurs mois, un algorithme a été conçu et réalisé, qui permet de prévoir les déplacements de chacun. Sans avoir recours aux informations délivrées par un GPS mais en disposant, en revanche, de suffisamment de données anonymes sur les parcours quotidiens des utilisateurs de téléphone portable, le logiciel mis au point a apporté des résultats statistiques fiables. Même si une personne fréquente en moyenne 80 lieux différents avec une certaine régularité, l'algorithme intègre les changements d'habitudes liés, par exemple, à un déménagement. Dans 60 % des cas, la prédiction de la prochaine destination de chacun des détenteurs de téléphone portable est avérée, allant même pour certains d'entre eux jusqu'à 93 % de taux de réussite.

Telle est la trouvaille de jeunes chercheurs participant au Mobile Data Challenge, concours organisé, fin juin 2012 par Nokia, en partenariat avec l'Idiap, institut de recherche sur la compréhension des phénomènes sociaux de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL). Grâce à ce nouvel algorithme, les données fournies par l'usage d'un téléphone portable pourraient être utilisées dans le cadre d'enquêtes sociologiques. Le téléphone portable serait un instrument plus fiable que les questionnaires traditionnels, soumis aux aléas de la mémoire des personnes interrogées. C'est en tout cas l'idée des jeunes chercheurs suisses, Mohamed Kafsi, Vincent Etter et Ehsan Kazemi, gagnants du concours Nokia.

Pour l'ancien numéro 1 mondial de la téléphonie mobile, il s'agissait de faire plancher les chercheurs de l'EPFL sur les innovations possibles en matière de personnalisation des services. Ainsi, selon les vainqueurs du défi technologique lancé par Nokia, l'analyse des comportements des utilisateurs de téléphone portable pourrait permettre, par exemple, de leur suggérer des déplacements en fonction de leurs goûts. Les professionnels du marketing seront certainement les plus intéressés par cette nouvelle possibilité. Déjà testé en tant que mouchard de nos émotions (voir *REM* n°17, p.14), le téléphone portable devient de plus en plus « intelligent ».

Sources :

- « Quand le téléphone mobile prédira nos comportements », Frank Niedercorn, *Les Echos*, 26 juin 2012. - idiap.ch/