

En Californie, l'IA a déjà révolutionné la consommation

TECHNOLOGIE Entre San Francisco et Los Angeles, berceau traditionnel de l'innovation technologique globale, l'intelligence artificielle s'est emparée du quotidien des consommateurs. Les robots, les voitures sans pilote ou la réalité augmentée font désormais partie du paysage

DIDIER BONVIN, SAN FRANCISCO

Ce sont des innovations qui rythment le quotidien des Californiens, et qui viendront dans quelques mois, ou quelques années, en Europe. Petit tour d'horizon de ce qui nous attend.

■ Les taxis sans pilote envahissent les rues

Difficile de ne pas être surpris par les volumineux taxis sans pilote bardés de capteurs, les Waymo une filiale d'Alphabet, la société mère de Google. Ils desservent déjà de nombreuses villes américaines et sont si populaires que de nombreux parkings commencent à les refuser.

Sans personne au volant, les Waym s'arrêtent aux présélections, mettent leurs clignotants, laissent passer les piétons, attendent aux feux rouges et s'arrêtent pour prendre des passagers. Ils se commandent via une app comme Uber, à la différence qu'il n'y a pas d'humain au volant.

A la place, des radars tournoyants sur le toit et sur les côtés, des capteurs et des caméras haute résolution nourrissent une intelligence artificielle (IA) et des modèles de langage visuel. Les données, captées en temps réel, permettent de prédire le comportement des autres usagers de la route, pour une conduite annoncée comme sûre. En trois ans d'exploitation, on dénombre déjà plus de 600 accidents, la majorité sans gravité et pour la plupart causés par les autres usagers... humains!

A San Francisco, les flottes de Waymo ont désormais des concurrents: les Zoox d'Amazon. Ces robots-taxis, conçus sans volant ni pédales et entièrement développés pour la conduite autonome, viennent d'être approuvés par les autorités fédérales américaines.



La chaîne de magasins COS (du groupe H&M) en Californie teste des «miroirs intelligents». Ils reconnaissent les produits et font des recommandations personnalisées en réalité augmentée. (BEVERLY HILLS, 3 MAI 2022/JON KOPALOFF/GETTY IMAGES FOR COS)

■ On scanne sa main pour payer

Les supermarchés favoris des bobos californiens, la chaîne Whole Foods, propriété d'Amazon, permet à ses clients de payer en scannant leur main. Elle utilise un système de paiement par reconnaissance palmaire appelé Amazon One. Avec cette technologie, on paye ses courses en passant simplement la paume de la main devant un scanner. Le système scanne à la fois les caractéristiques de surface (lignes, crêtes) et les veines sous-jacentes de la paume, créant ainsi une «signature palmaire» unique pour chaque individu.

■ Les robots serveurs, baristas et livreurs

L'incontournable hamburger est désormais 100% préparé par un robot dans le restaurant Burger Bots de la Silicon Valley. Griller deux bouts de pain, un burger et ajouter de la salade, n'a rien de vraiment compliqué, mais tout est fait en une minute par des bras robotisés.

Idem pour le café X, un robot barista créé par une ancienne employée de Google qui en avait assez de faire la queue dans les Starbucks, avec ces satanés humains qui prennent trop de temps...

Il n'est pas rare dans certains quartiers de Los Angeles de voir aussi des petits robots sur roulettes, comme des mini-frigos, qui livrent la nourriture en roulant sur le trottoir. La société Coco Robotics, basée à Santa Monica annonce une flotte de 1000 robots. Pas d'IA pour l'instant, ces livreurs robots sont pilotés à distance par des humains. Prochaine étape annoncée: la livraison par drones.

■ L'IA au fitness

L'IA, le mot marketing fourre-tout du moment, s'invite également au fitness. Le premier club de fitness alimenté par IA a ouvert à Los Angeles. Au programme: une app pour définir et générer un entraînement qui s'adapte en fonction des progrès, un bracelet connecté qui se relie à chaque machine d'entraînement, elle-même dotée de tablettes pour afficher les programmes de fitness. Le personal coach humain? On oublie...

■ Les cabines d'essayage bardées de technologie

A San Francisco, Manhattan Beach ou encore Beverly Hills, les tablettes ou les écrans géants ont remplacé les miroirs des cabines d'essayage. Le magasin COS (du

groupe H&M) en Californie a commencé à tester des «miroirs intelligents». Ils reconnaissent les produits introduits en cabine et proposent des recommandations personnalisées en réalité augmentée sur le miroir. Les clients peuvent autoriser l'accès à la caméra de la cabine d'essayage, et la technologie superpose vêtements, accessoires, maquillage sur le reflet du client. Les clients peuvent aussi utiliser les tablettes pour demander des tailles différentes ou des articles supplémentaires sans quitter la cabine d'essayage.

■ L'Europe attendra

De la restauration à la mobilité, en passant par le sport ou la mode, la Californie expérimente une automatisation massive des services. Les start-up et les Big Tech y trouvent un terrain de jeu idéal pour tester leurs innovations avant un éventuel déploiement mondial. Le quotidien des Californiens devient ainsi une vitrine technologique.

Ce déploiement reste pour l'instant largement cantonné à la Californie et aux Etats-Unis. En Europe, ces technologies sont bloquées par un cadre légal strict, notamment en matière de protection des données. ■