



Cinq droits fondamentaux de l'Internet of Things – JFK revisité **15 mars 2018 – Journée mondiale des droits des consommateurs**

Le 15 mars 1962, le Président J.-F. Kennedy s'adressait au congrès américain dans un discours fondateur des droits des consommateurs. Il retenait plusieurs droits fondamentaux, à savoir le droit à la sécurité (des produits), le droit à être informé de manière claire, objective et suffisante, le droit de pouvoir choisir et le droit d'être entendu, y compris par le gouvernement et les tribunaux.

La journée internationale des droits des consommateurs est l'occasion de revisiter ces droits fondamentaux dans un marché toujours plus digital et interconnecté. Récemment, la Commission fédérale de la Consommation a recommandé au Conseil fédéral d'agir notamment en matière d'objets connectés (Internet of Things – IoT) (Recommandation du 14 septembre 2017 relative à la maîtrise des données) ; une interpellation (17.4128) déposée devant le Conseil national par Mathias Reynard va d'ailleurs dans le même sens. Dans sa réponse du 21 février 2018, le Conseil fédéral a souligné que la Loi sur la protection des données et l'Ordonnance sur la sécurité des jouets répondent déjà à certaines préoccupations ; toutefois, il suit de près les discussions en Europe sur la possibilité de rendre obligatoire des exigences supplémentaires en matière de protection des données pour les objets connectés.

En effet, de plus en plus d'objets du quotidien sont connectés et capables de transférer des informations, parfois sensibles, à des tiers, en vue notamment de conclure des contrats d'achat ou de services. Le lien fort entre un objet et une connexion tendant à l'achat de services pose toutefois de nouveaux défis pour sauvegarder les droits des consommateurs dans ce nouvel environnement. Imaginons une imprimante qui commande automatiquement de nouvelles cartouches d'encre lorsque le niveau d'impression est trop bas, un réfrigérateur qui achète automatiquement des produits alimentaires lorsque ceux-ci ne sont plus disponibles pour le prochain repas ou encore un véhicule qui transmet des données au constructeur afin d'assurer un service après-vente de qualité. Ces innovations amènent de nombreux avantages en termes de confort, de meilleure allocation des ressources, mais posent aussi des défis, en partie similaire à ceux de contrats de maintenance. Par exemple, le consommateur qui achète un réfrigérateur connecté pourra-t-il continuer à l'utiliser s'il n'est plus connecté parce que le fournisseur du réfrigérateur a accepté, à la demande de l'entreprise qui exécute les commandes, de couper la connexion pour cause de non-paiement de la dernière commande ? Mais aussi, chaque consommateur aura-t-il un droit égal à acquérir un objet connecté ? Pourra-t-il faire un choix sur la société de service liée à l'objet connecté ou le lien entre objet connecté et service proposés sera-t-il indissociable ? La concurrence pourra-t-elle encore fonctionner au profit de toutes les parties impliquées ? Enfin, que se passera-t-il avec les données accumulées par un réfrigérateur, sur les habitudes alimentaires des personnes qui s'en servent ? Et quelles seraient les conséquences d'une accumulation indue de ces données à large échelle par des pirates informatiques ou la captation ou l'usage de ces données en violation du régime de la protection des données ?

Il faut accepter l'innovation, l'encourager et en profiter. On sait combien elle est utile p. ex. pour faciliter la mobilité, la recherche (notamment en augmentant et simplifiant l'échange de données), un meilleur traitement des patients ou encore en améliorant les processus dans l'industrie et les services. Toutefois, il est essentiel que celle-ci ne se fasse pas au détriment des droits fondamentaux des consommateurs dans ce marché digital. Les cinq droits fondamentaux suivant doivent donc être garantis :

1. Un accès inclusif au marché. Les consommateurs doivent avoir accès sans discrimination à un service de connexion internet de qualité, rapide et accessible, d'où l'importance de la neutralité de l'Internet, qui a pour but d'éviter que les moteurs de recherche favorisent dans les listes de résultats les sites qui les rétribuent.
2. Une information suffisante et objective. Les consommateurs doivent pouvoir connaître et décider en connaissance de cause quel est le sort des données récoltées par l'objet connecté, avec un régime d'opt-in permettant de déterminer ensuite quelles informations sont communiquées et/ou stockées auprès des fournisseurs de services spécifiques. Ces informations doivent régulièrement être renouvelées.

3. Un choix ouvert. Dans l'intérêt du fonctionnement du marché, les consommateurs doivent pouvoir changer de fournisseur de services ou interrompre de tels contrats automatisés, afin de pouvoir défendre leurs intérêts, mais aussi pour assurer une concurrence efficace.
4. Le maintien des fonctions de base hors connexion. La connectivité des objets doit se concevoir comme un ajout à la valeur de l'objet acquis par le consommateur et non comme un moyen de contrainte sur le marché. Ainsi, les objets connectés doivent pouvoir être utilisés – dans leur fonction de base – hors connexion Internet.
5. La sécurité et la responsabilité des fournisseurs doivent être assurés. Les objets connectés sont à l'intersection de diverses interactions entre plusieurs producteurs et fournisseurs de service. Le consommateur doit donc avoir à disposition un régime simple pour se faire entendre juridiquement, afin de protéger sa santé et ses intérêts économiques. La complexité des interactions impose désormais de canaliser les régimes de responsabilités, en prévoyant un régime de responsabilité principal, afin de simplifier la procédure et de donner ainsi une voix au consommateur, dans la droite ligne du right to be heard du discours de JFK.

La Commission fédérale de la Consommation entend dès lors encourager le Conseil fédéral et le législateur à se préoccuper des droits fondamentaux des consommateurs pour que l'Internet of Things soit une innovation qui respecte les droits et les devoirs des acteurs du marché. En cette journée internationale des droits des consommateurs, c'est l'occasion d'y réfléchir plus spécifiquement.

Pour la Commission fédérale de la Consommation

Prof. Pascal Pichonnaz, vice-président