



**Le réglementation des objets connectés :
le juste équilibre entre protection et innovation
15 mars 2019 – Journée mondiale des droits des consommateurs**

Le développement des objets connectés (IoT pour Internet of Things) est en plein essor. A l'horizon 2025, ce ne sont pas moins de 21 milliards d'entre eux qui devraient être utilisés à travers le monde (Rapport IoT Analytics 2018). S'il faut y voir une fantastique opportunité de personnaliser les biens et les services de toute sorte (consommation courante, énergie, santé, etc.), le consommateur et ses droits doivent aussi être mis au centre des préoccupations. La journée mondiale des droits des consommateurs est l'occasion pour la Commission fédérale de la Consommation de rappeler ses principales recommandations dans ce secteur de la digitalisation, et partant de la protection des consommateurs dans ce domaine.

Les potentiels de l'IoT. La mise en réseau de biens de toutes sortes donne à l'industrie notamment de nouvelles opportunités d'augmenter l'efficacité, mais aussi un meilleur rendement des machines. Pour les consommateurs, l'IoT représente de nouvelles fonctionnalités, de nouveaux modes d'agir au quotidien, qui devraient faciliter la vie de chacune et de chacun.

Les risques de la mise en réseau. La mise en réseau de l'IoT présente aussi des risques qu'il faut identifier. Pour les entreprises, c'est notamment le risque d'ouvrir des brèches dans la sécurité informatique, permettant à des hackers d'atteindre ainsi d'autres données essentielles. Pour les consommateurs, le traitement de données (Datamanagement) doit être consenti, et surtout connu. Ce n'est qu'avec un meilleur niveau d'informations que les consommateurs pourront aussi faire confiance à ses objets connectés. Il est donc aussi dans l'intérêt de l'économie d'assurer un régime d'information et de protection adéquat au consommateur pour assurer une confiance suffisante dans ces nouvelles technologies.

L'usage accru des solutions IoT. Après avoir utilisé des objets connectés surtout dans la production interne pour augmenter l'efficacité des processus, les entreprises utilisent désormais l'IoT pour connecter le consommateur directement au producteur. Cela permet un retour plus rapide sur la satisfaction des consommateurs, sur l'automatisation des processus de contrôle (p.ex. contrat de maintenance standardisé). Placé au centre, le consommateur doit être dûment informé et protégé pour pouvoir jouer son rôle dans la concurrence qui va se développer entre tous les acteurs économiques, notamment dans le domaine du smart home.

Les données comme élément économique. La collecte, l'agrégation et l'utilisation de données sont essentielles au développement des nouvelles technologies, mais ces processus doivent se faire en faisant profiter aussi le consommateur des bénéfices économiques qui y sont liés, tout en le protégeant contre les abus. La Loi sur la protection des données de 1992 doit s'adapter à ces enjeux stratégiques, source potentielle de grande inégalité entre les acteurs sur le marché. Le législateur fédéral en est conscient, puisqu'une révision de la Loi est en cours, qui n'interviendra toutefois pas avant 2020. La solution passe aussi par une meilleure prise de conscience par les consommateurs de leurs droits et de la manière de les mettre en œuvre. Ainsi, à côté de règles de fond, il faut surtout assurer une protection collective plus efficace, afin de permettre de lutter contre les abus potentiels de manière crédible.

Sans freiner l'innovation. Il faut de surcroît mener une réflexion pour adopter des dispositifs techniques et les encadrer juridiquement afin de veiller au respect de la rétention limitée de données, ou encore pour favoriser un régime de collecte restreinte au minimum nécessaire. Donner du pouvoir au consommateur passe dès lors par une information sur la nature des données collectées et l'objectif poursuivi par une telle collecte. Une telle mesure contribuerait ainsi à ne pas freiner la diffusion de données personnelles, utile notamment pour la santé personnalisée et de nombreuses avancées médicales stimulées par le « big data ». La vie privée revêt dès lors une dimension collective dont il convient désormais de tracer les contours. La confiance numérique est à ce prix, tout l'enjeu étant de trouver le subtil équilibre entre protection et innovation.

Pour la Commission fédérale de la Consommation

Prof. Pascal Pichonnaz, président ad interim