

INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION



DEMAIN : UN CONSOMMATEUR AUGMENTÉ OU DIMINUÉ ?

PENSER LE CONSOMMATEUR DU FUTUR À L'ÈRE DE LA SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE

SYNTHESE DES DEBATS

Conférence 15 mars 2018

Ministère de l'Economie et des Finances

Télécharger le livre blanc présenté lors de la conférence sur www.inc-conso.fr

SOMMAIRE

OUVERTURE

Agnès-Christine Tomas-Lacoste , Directrice générale de l'INC	4
Delphine GénY-Stephann , Secrétaire d'État auprès du ministre de l'Économie et des Finances	5

Modération des tables rondes : Monsieur Marc Teyssier d'Orfeuill, Directeur général de Com'Publics

SEQUENCE 1

ASSURER LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR DANS UN MONDE DISRUPTIF

Sandrine Cathelat , Directrice associée, Observatoire Netexplor	7
--	---

1 / QUELLE ÉCONOMIE DU PARTAGE DANS LA VILLE DE DEMAIN ?

Julie de Pimodan , Fondatrice et CEO de Fluicity	8
Emery Jacquillat , DG de la CAMIF	
Mathieu Lhériteau , Directeur général des services, Noisy-le-Grand	

2 / L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : UN CONSOMMATEUR AUGMENTÉ OU DIMINUÉ ?

Isabelle Falque-Pierrotin , Présidente de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil)	11
Philippe Bournhonesque , CTO d'IBM France	
Martine Derobert-Masure , Secrétaire générale de l'Association Force Ouvrière Consommateurs(Afoc)	
Paula Forteza , Députée des Français établis hors de France	
Patrice Slupowski , Vice-président Innovation digitale d'Orange	

SEQUENCE 2

EXPLOITER L'INNOVATION NUMERIQUE AU SERVICE DE LA CONSOMMATION

Francisco Fonseca-Morillo , Directeur général adjoint, Direction générale de la justice et des consommateurs, Commission européenne	16
--	----

1 / NUMÉRIQUE : TOUS ACTEURS DE NOTRE SANTÉ ?

David de Amorim , Directeur innovation chez Docapost (Groupe La Poste)	17
Isabelle Adenot , Présidente de la Commission Nationale d'Évaluation des Dispositifs Médicaux et des Technologies de Santé (CNEDiMTS) - Haute Autorité de Santé	
Guillemette Leneveu , Directrice générale de l'Union nationale des associations familiales (Unaf)	

2 / COMMENT LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS PRÉFIGURENT LE MODÈLE ALIMENTAIRE DE DEMAIN ?

Catherine Geslain-Laneelle , Directrice générale de la performance économique et environnementale des entreprises au ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation	19
Serge Papin , PDG du groupement coopératif Système U	
Pierre-Alexandre Teulié , Directeur Général du e-business et du développement durable Nestlé France	

GRANDS TEMOINS

Virginie Beaumeunier , Directrice générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF)	21
Jean-François Delfraissy , Président, Comité Consultatif National d'Éthique	22

CLÔTURE

Madame Agnès-Christine Tomas-Lacoste , Directrice générale de l'INC	23
--	----

OUVERTURE



MADAME AGNES-CHRISTINE TOMAS-LACOSTE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE L'INSTITUT NATIONAL DE LA CONSOMMATION (INC)

En cette journée mondiale des droits des consommateurs, nous souhaitons partager avec vous cette conférence intitulée « Demain, un consommateur augmenté ou diminué ? ». Nous avons en effet saisi l'occasion des 50 ans de l'INC pour résolument nous inscrire tous ensemble dans le futur. Nous désirons anticiper mieux encore les réels besoins des consommateurs au-delà de ce que nous avons fait précédemment.

Je tiens à remercier Madame la ministre de nous faire l'honneur d'inaugurer cette conférence. Je remercie également l'ensemble des intervenants qui ont accepté de débattre, et vous tous, parlementaires, représentants des pouvoirs publics, du monde consommériste, de la société civile, des entreprises, qui participez à cette manifestation.

Nous sommes tous concernés au quotidien par les difficultés et problématiques de la consommation. Il serait illusoire de penser nos « actes de consommation » de manière isolée, chacun d'entre nous consommant dans le cadre de son travail ou de ses loisirs tous les jours, à tout moment. Aussi, pour accompagner ces actions encore mieux et concrètement, l'INC a souhaité faire débattre les différentes composantes de la société. Pour ce faire, l'Institut a mené une étude prospective sur la consommation. Elle a permis d'identifier trois problématiques principales. Elles sont liées à la ville de demain, à l'alimentation et à la santé. Une autre problématique, transverse cette fois, est relative à l'intelligence artificielle (IA).

Au regard de ces constatations, nous avons organisé des ateliers de réflexion thématiques. Dans un premier temps, avec des experts tels que des sociologues, des scientifiques, des représentants de startups et d'associations de consommateurs, nous avons poursuivi le défrichage des quatre thématiques. La deuxième séance a permis à des responsables politiques de réagir et de compléter les propositions et la cinquantaine de recommandations adressées à l'ensemble de l'écosystème consommériste. Vous en trouverez la synthèse dans le [Livre blanc](#) qui vous a été distribué.

Vous comprendrez bien que nous voulions vous faire partager cette richesse de discussions car contrairement à certains pourraient supputer, l'ensemble des recommandations montre qu'il ne s'agira plus seulement d'informer le consommateur, mais d'aller au-delà. En effet, plus la réalité est complexe, plus il conviendra de vulgariser les préconisations et les pratiques à utiliser, de fournir des sources d'information de référence, fiables, contrer les « fake news » et de faire du consommateur, un patient-expert, un citoyen- partenaire. Qu'il soit novice ou averti, le consommateur devra être accompagné et encore plus devra devenir un partenaire disposant des meilleures clés de décryptage.

Nous avons sélectionné des chantiers prioritaires pour l'INC, avec de nouvelles méthodes adaptées à la nouvelle ère numérique, qui doit engager les actions suivantes :

- relever le défi de l'IA par le biais d'un partenariat étroit avec les entreprises, notamment en s'entourant d'un comité consultatif et prospectif avec l'appui de l'Etat, d'autorités indépendantes et d'entreprises de tous secteurs d'activité consacré à l'éthique au sein de ces sociétés ;

- travailler avec les territoires, les élus des collectivités locales au plus près des spécificités locales en renforçant les échanges pour mener des actions sur des sujets de la santé, de mobilité et de fracture numérique ;
- faire du consommateur un partenaire, en engageant des consultations via notamment la communauté des consommateurs experts animée par l'INC ;
- restaurer la relation de confiance avec les entreprises grâce à l'effectivité de la protection des données personnelles, au vu en particulier de l'impact de la RGPD à partir du 25 mai 2018. Nous devons en effet faire en sorte que le consommateur sache utiliser sa liberté en lui expliquant les enjeux et modalités ;
- penser l'avenir du contexte de la consommation en créant le dispositif léger et réactif, structure d'étude numérique « Conso'lab ». Il intégrera en particulier des chercheurs et des startups pour mieux anticiper les nouveaux enjeux de consommation face aux mutations du paysage politique et institutionnel ainsi que celles du monde des entreprises.

MADAME LA MINISTRE DELPHINE GÉNY-STEPHANN, SECRÉTAIRE D'ÉTAT AUPRÈS DU MINISTRE DE L'ÉCONOMIE ET DES FINANCES

Je souhaite en premier lieu rappeler le contexte des années 60. Afin de favoriser l'émergence du mouvement consumériste, l'État a décidé de mettre en œuvre des dispositifs de soutien aux associations de consommateurs. Le Comité national de la consommation, créé en 1960, permettait la confrontation permanente des représentants des pouvoirs publics et des consommateurs.

L'INC a été créé en 1966 afin d'informer le public et de mener des recherches et des études sur les problèmes de consommation en France. S'ensuivront la création des Centres techniques régionaux de la consommation (CTRC) et, en 1973, l'agrément des associations de consommateurs. L'INC fournit depuis 50 ans un appui technique aux associations de défense des consommateurs en réalisant diverses études juridiques et économiques, mais aussi en dispensant des formations. Depuis 1971, L'Institut publie un magazine mensuel, *60 Millions de Consommateurs*. Je tiens ici à saluer la qualité du travail et des réalisations des équipes de l'INC.

Depuis 50 ans, le contexte a évolué, l'émergence du numérique remettant en cause des modèles économiques établis. Les questions traitées au cours des quatre tables rondes du présent colloque illustrent des questions fortes des citoyens en matière d'impacts du développement de l'économie du partage, d'utilisation de l'intelligence artificielle, d'usage des objets connectés, de santé et de sécurité alimentaire. Sur tous ces aspects, l'État s'est engagé pour le développement d'un marché ouvert et loyal, parallèlement à la prise en compte de l'enjeu de la protection du consommateur.

À cet égard, le droit de la consommation s'est trouvé largement renforcé, que ce soit en matière d'information avant l'achat, de délais de rétractation ou de garanties légales.

La capacité du consommateur à faire valoir ses droits a été élargie, notamment à travers la généralisation de la médiation de la consommation pour la résolution des litiges individuels.

En matière d'économie numérique, les plates-formes reposent de plus en plus sur des algorithmes complexes, qui portent à conséquence sur la visibilité des offres, sur les choix des consommateurs et sur les conditions dans lesquelles les transactions sont opérées. Il convient donc de contrôler la loyauté des plates-formes. En septembre 2017, trois décrets visant à renforcer la transparence et la loyauté des algorithmes ont été signés par Bruno Le Maire et Mounir Mahjoubi. Ils témoignent de l'engagement du Gouvernement dans le soutien à la confiance dans l'économie numérique, du souhait de maintenir l'équilibre entre plates-formes et utilisateurs.

Ces derniers attendent une maîtrise efficace des risques émergents, notamment ceux qui sont liés aux perturbateurs endocriniens, aux nanomatériaux, aux huiles minérales ou aux pesticides. Sur ces thématiques, le Ministère de l'Économie et des Finances et la DGCCRF mènent une action déterminée

en matière de recherche, d'évaluation des risques et de détermination de mesures de gestion. Afin d'être cohérentes, ces actions doivent être engagées à l'échelle européenne. La DGCCRF les porte auprès de nos partenaires.

Je suis convaincue que l'information loyale du consommateur représente l'une des actions les plus efficaces pour lui permettre d'exercer des choix éclairés. Dans le domaine de la sécurité alimentaire, sur lequel le Gouvernement entend rester particulièrement vigilant, Bruno Le Maire a mandaté en février 2018 un groupe de travail sous l'égide du Conseil national de la consommation (CNC). Il lui a demandé de renforcer l'efficacité des procédures de retrait et de rappel des produits et de faciliter l'information des consommateurs. Il convient de souligner la pertinence du CNC en tant qu'instance de concertation et de dialogue.

Pour asseoir la confiance du consommateur, la protection du public doit être assurée par l'action conjointe et complémentaire de tous les acteurs, au premier rang desquels les associations de consommateurs. Leur partenariat avec l'État est considéré comme très structurant.

Dans un contexte budgétaire contraint et un monde en constante mutation, le mouvement consommériste est lui-même appelé à évoluer.

Il est fondamental de maintenir un maillage territorial associatif approprié afin de toucher les consommateurs les plus fragiles, mais en parallèle, il est nécessaire de réfléchir à des solutions de mutualisation.

Par ailleurs, l'adaptation est indispensable dans le contexte du développement du numérique. Nous devons ensemble explorer les perspectives d'évolution du mouvement. Le travail prospectif de l'INC sur la consommation de demain sera utile afin de préciser les grands enjeux de cette économie.

SÉQUENCE 1

ASSURER LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR DANS UN MONDE DISRUPTIF



SANDRINE CATHELAT, DIRECTRICE ASSOCIÉE, OBSERVATOIRE NETEXPLO

Nos travaux de recherche ont consisté à observer les usages émergents du numérique et l'offre qui est faite au consommateur par les innovateurs de tous types. Ces propositions dessinent un futur qui ne correspond qu'à une alternative parmi d'autres. En effet, il appartient aux individus, à titre individuel ou collectif, de décider quoi faire de ces propositions et comment s'en emparer. Or afin de se déterminer et d'agir, il convient de comprendre les enjeux en décryptant les offres.

[Netexplor](#) s'appuie sur une vingtaine d'universités dans le monde, les professeurs et élèves captant les innovations. L'Observatoire ne se limite pas à la France ou à la côte Ouest des États-Unis, les usages de l'innovation numérique étant divers. Il a livré un rapport d'étude à l'UNESCO voici une quinzaine de jours (*ajout du lien ?*).

Une centaine d'innovations, les plus illustratives de l'évolution du numérique, sont sélectionnées chaque année. Elles montrent une tendance à l'interface zéro et à la fusion entre le monde réel et le monde numérique.

Les interfaces progressent en matière de facilité d'usage. Les supports actuels, tels que les smartphones, les ordinateurs ou les mots de passe, ont tendance à reculer et à s'intégrer dans l'environnement de vie et de travail. Les interfaces sont de plus en plus faciles à utiliser, *via* un langage courant, des gestes ou des pensées. Elles sont de manière quasi immédiate disponibles pour le plus grand monde. Elles revêtent également un caractère ubiquitaire, se logeant dans les vêtements, voire dans le corps ou dans les lieux de vie et de travail. Les propositions d'usage sont maintenant immergées dans le monde réel.

Ainsi, Strentrode est une endoprothèse qui étudie l'activité électrique du cerveau. Elle est mise à profit par des personnes handicapées équipées d'un exosquelette leur permettant de marcher ou de monter des escaliers. Le dispositif pose cependant la question de l'intrusion dans l'intimité profonde de l'utilisateur.

Le monde risque également de devenir plus interactif à travers notamment :

- un système de capteurs installé dans une rue, faisant apparaître un passage piéton ou un feu rouge en hologramme en fonction des flux de piétons et de voitures ;
- un magasin sur roues en Chine, dans lequel aucun humain n'intervient dans le parcours d'achat ;

- un robot gérant le courrier du cœur dans un magazine populaire japonais.

Appliqués à l'entreprise, ces dispositifs pourraient jouer un rôle d'encadrant ou de manager de la relation client. Le pouvoir d'agir qui leur est confié pose la question de la place de l'homme dans la boucle de décision. La captation de l'Observatoire a mis en évidence un nombre croissant d'intelligences décisionnaires, voire autonomes. La bienveillance doit cependant rester de mise, car les décisions en matière d'objectifs des écosystèmes numériques incombent aux citoyens et aux consommateurs. Les technologies reflètent en effet des convictions, des visions et des objectifs.

L'Elderly Fall Prévention System est destiné aux seniors. Il est en charge de prédire une forte probabilité de chute dans les trois semaines suivantes. Un système de conseils ou d'injonctions peut être mis en œuvre pour la prévenir.

En termes de médias, l'IA autonome est en mesure de produire des vidéos et discours entièrement factices. La seule parade réside dans l'Anti-AI AI, qui permet de détecter si une conversation est établie avec un humain ou un chatbot.

Ces évolutions pourraient aboutir à une forme de dépossession de l'humain au nom de l'efficacité et la productivité. Ainsi, Google Clips permet de constituer un album de photographies des moments forts de la journée sans que l'utilisateur décide du moment où elles sont prises. C'est l'algorithme qui détermine si le moment est important.

L'IA a vocation à devenir forte et généraliste. Elle sera capable d'embrasser des usages plus stratégiques. Pour autant, elle n'est ni bonne ni mauvaise en soi. Elle sera dotée des valeurs que nous lui donnerons. Il convient donc de s'interroger sur le statut de l'homo sapiens dans ce cadre.

1 / Quelle économie du partage dans la ville de demain ?

MARC TEYSSIER D'ORFEUIL, MODÉRATEUR, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE COM'PUBLICS

Les enjeux de la ville de demain sont liés à la gestion des mobilités, à l'économie du partage, aux véhicules autonomes, à la durabilité ou à l'énergie. L'économie collaborative illustre une volonté de se dégager du capitalisme et de partager, mais le développement des plates-formes a contredit en partie cette aspiration.

Une quinzaine de propositions ont été formulées dans le [Livre blanc « Demain : un consommateur augmenté ou diminué ? »](#). J'ai relevé les trois actions suivantes :

- continuer à être les garants de la réalité et de la loyauté de ceux qui fournissent les données, de manière à rendre les choix possibles en connaissance de cause et de redonner le pouvoir aux consommateurs ;
- valoriser les innovations des structures et des acteurs du territoire sur les mobilités ou l'économie du partage ;
- contribuer au développement d'un dispositif citoyen pour différencier le positionnement des plates-formes et les éclairer sur leurs choix, en termes de stratégie et d'intentions.

JULIE DE PIMODAN, FONDATRICE ET CEO DE FLUICITY

[Fluicity](#) permet de recréer un lien de confiance entre citoyens et élus au niveau des territoires.

Précédemment employée de Google, je me consacrais aux problématiques d'écoute client et de réponse aux besoins. Les méthodes afférentes sont efficaces et largement répandues dans le privé. De retour en Europe, j'ai fait le constat d'une crise profonde et d'une méfiance atteignant des niveaux inusités. J'ai

souhaité proposer à la sphère publique des solutions d'écoute plus adaptées aux attentes des citoyens. Nous intervenons désormais sur une quarantaine de territoires en France, en Belgique et en Amérique du Nord. Nous conseillons des Maires, des collectivités territoriales ou des associations, mais également des acteurs privés qui ont recours à la concertation.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

Comment une startup peut-elle devenir un tiers de confiance plus solide que le lien direct avec la commune ?

Julie DE PIMODAN

L'étude préalable que nous avons réalisée a révélé que le désengagement des citoyens provenait essentiellement du fait de ne pas voir leur voix prise en compte. Afin de restaurer le lien de confiance, Fluicity adopte une approche non institutionnelle. Le passage par une plate-forme permet la transparence des participations et l'enrichissement des propositions avec le soutien des autres citoyens connectés. Les dirigeants peuvent alors apporter une réponse et engager des actions concrètes si nécessaire.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

Dans une époque de surinformation et d'accélération des consommations, il est nécessaire de peser sur les décisions. Un projet du même ordre que Fluicity permet à 400 000 habitants de Rio d'influer sur les décisions du Conseil municipal.

Le numérique peut également être mis au service d'une consommation plus responsable.

ÉMERY JACQUILLAT, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA CAMIF

J'ai relancé la [CAMIF](#) en 2009 en la recentrant sur l'équipement de la maison et en privilégiant la fabrication française et le durable. En relocalisant le centre de relation client et la logistique à Niort, nous avons créé 180 emplois. Nous avons également décidé de mettre le numérique au service de l'humain et du lien entre consommateur et producteur.

Une des premières innovations que nous avons mises en œuvre a consisté en la conso localisation, qui permet de laisser le choix des produits en fonction des lieux de fabrication. Le pouvoir d'achat peut ainsi être utilisé pour favoriser le local, et nous avons constaté que les citoyens bien informés montraient une plus grande responsabilité en matière de consommation. Parmi les combats que nous avons menés, nous avons choisi d'afficher les caractéristiques des produits sur le site, avec le nombre de kilomètres parcourus par ses composants et le nombre d'emplois soutenus par l'acte d'achat.

Nous avons également lutté pour obtenir une TVA réduite pour l'ESS, sur les produits fabriqués au bénéfice de l'homme et de la planète et sur la réparation. En effet, il semble aberrant de taxer à 20 % cet acte. La pétition par rapport à cet enjeu a d'ailleurs recueilli 11 000 signataires.

Dans la mesure où nous nous percevons comme un réseau social, notre mission inclut la nécessité de recréer du lien entre producteurs et consommateurs, notamment à travers des ateliers créatifs permettant d'imaginer les produits de demain. Il apparaît que les consommateurs souhaitent des produits vertueux et réparables. La Camif entend dans ce cadre réinventer les modèles de production, de consommation et de collaboration grâce aux opportunités fournies par la technologie.

L'humain doit être remis au cœur des attentes. Il doit prendre le pouvoir grâce à la transparence offerte aux consommateurs.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

Certaines start-ups ont changé d'approche en choisissant d'impliquer le public dans la prise de décisions. Les élus peuvent ainsi devenir des facilitateurs pour l'intégration de l'économie collaborative dans la ville.

MATHIEU LHERITEAU, DIRECTEUR GÉNÉRAL DES SERVICES, NOISY-LE-GRAND

Cette économie s'inscrit au cœur des préoccupations des collectivités territoriales, notamment à [Noisy-Le-Grand](#). Le principal enjeu reste l'identification des attentes, dans un contexte de perte de confiance. Les citoyens attendent des réponses individualisées, tout en dénigrant les corps intermédiaires ou les relais associatifs. Ils reconstituent cette logique sur les réseaux numériques, en particulier en signant des pétitions sur Change.org.

La prospective est donc difficile à construire, les attentes étant immédiates. Or, les collectivités doivent permettre de construire des services qui durent dans le temps. Ainsi, en matière d'accueil de la petite enfance, la garde à domicile a longtemps été privilégiée. Les crèches collectives sont maintenant la solution montrant la plus forte demande. Les collectivités sont donc appelées à investir, mais elles peuvent éprouver des difficultés à suivre ou anticiper les attentes. Elles doivent donc trouver des relais, en particulier grâce au partage de valeurs et d'une éthique. La confiance se nourrit de ce partage.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

Comment pouvez-vous accompagner cette évolution des mentalités ?

Mathieu LHERITEAU

Les collectivités territoriales et leurs services doivent montrer leur capacité à identifier les évolutions hors de leur sphère. Elles doivent également intégrer de nouveaux outils. Leur identification pose cependant problème. Les réseaux sociaux de proximité peuvent notamment présenter un intérêt. Les outils à mettre en œuvre doivent être partagés et convergents. Il est en effet exclu d'avoir recours à des logiciels fermés et pilotés par des entreprises isolées.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

Comment trouver les interfaces entre les administrations et ces nouveaux conso-électeurs ?

Julie DE PIMODAN

Notre ambition est d'ouvrir notre plate-forme à n'importe quel citoyen ou élu, en mettant en place un lien direct de collaboration entre les administrations, les élus, les associations et les citoyens.

S'agissant de l'open source et de l'open data, le citoyen n'a sans doute pas besoin d'un logiciel 100 % libre, mais d'une transparence sur la manière dont les algorithmes sont codés et utilisés. Sur Flucity, l'identification est assurée *via* FranceConnect ou son équivalent belge. Les algorithmes sont open source et la transparence est de mise sur la gestion des données personnelles.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

60 à 80 % des fonctionnaires habitent la ville dans laquelle ils travaillent. Le dialogue par les plateformes est donc possible. Les entreprises peuvent également dialoguer avec les administrations.

Émery JACQUILLAT

Nous souhaitons remettre le citoyen au centre du processus de création de produit. Deux grandes tendances ont été identifiées. Il s'agit du numérique et du local. Certaines injonctions contradictoires apparaissent donc, le consommateur demandant à la fois d'obtenir des produits immédiatement, mais dans le cadre d'une véritable proximité. La confiance devra être recréée entre les acteurs.

Les communes et entreprises qui se seront saisies des nouvelles technologies au bénéfice de l'humain en retireront un grand avantage.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

Comment créer l'espace de dialogue au sein des villes de demain ?

Mathieu LHERITEAU

Nous devons faire preuve d'anticipation pour déterminer quelle offre proposer. Les perspectives d'économie sont importantes pour le consommateur. Le foisonnement des espaces de stationnement entre également dans le cadre de la mutualisation.

L'anticipation doit se baser sur l'absence de crainte d'innover et de commettre des erreurs, malgré la raréfaction de l'argent public. La porosité entre public et privé s'accroît en parallèle, sachant que certaines solutions sont bloquées par la réglementation.

MARC TEYSSIER D'ORFEUIL

Le droit doit donc accompagner ces évolutions. Le partage des bureaux d'élus pourrait ainsi être envisagé, même si la loi ne le permet actuellement pas.

Les tiers de confiance et open data constituent des leviers par rapport à une nécessaire démocratisation, l'écoute permanente s'étant fortement développée.

2 / L'intelligence artificielle : un consommateur augmenté ou diminué ?

MARC TEYSSIER D'ORFEUIL, MODÉRATEUR, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE COM'PUBLICS

De nombreux fantasmes se sont exprimés à l'occasion de la mission Villani. L'INC aura tout intérêt à s'emparer de ce débat de société, d'autant que le Règlement général sur la protection des données (RGPD) va entrer en vigueur en mai 2018. Parmi les recommandations du livre blanc, j'ai retenu les trois suivantes :

- encourager l'exigence des consommateurs en matière de protection des données, de transparence et de compréhension des enjeux ;

- aider le consommateur à comprendre les enjeux de l'IA et les risques liés aux usages des différents outils ;
- mieux informer et former les consommateurs et les décideurs sur l'évolution de la réglementation.

ISABELLE FALQUE-PIERROTIN, PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION NATIONALE DE L'INFORMATIQUE ET DES LIBERTÉS (CNIL)

Je vous remercie de me donner la parole pour aborder les enjeux du RGPD, nouveau cadre européen qui répondra peut-être aux interrogations formulées au sein de vos instances.

Depuis l'affaire Snowden, l'univers numérique suscite la défiance, les consommateurs n'étant pas sûrs de comprendre le fonctionnement de cet écosystème. L'Europe, par le biais de ce règlement, entend encadrer la donnée de manière à construire un cadre de confiance, tout en restant fidèle à ses principes. Ceux-ci vont être mis en œuvre au quotidien dans les entreprises, grâce au concept d'*accountability* et à un certain nombre d'outils.

Le but du RGPD est également de renforcer les droits des individus, notamment en matière de consentement ou de portabilité. Sur le plan collectif, les citoyens pourront se regrouper pour faire valoir leurs droits.

Enfin, tout traitement sera soumis au droit européen dès lors qu'il cible un citoyen de l'UE. Il s'agit d'une grande avancée en matière de souveraineté numérique de l'Europe.

La CNIL accompagne cette évolution grâce à des outils pédagogiques, mais aussi à travers des référentiels sectoriels qui ont vocation à pouvoir être utilisés par les entreprises afin de mieux piloter les actions de conformité et de se prémunir contre des sanctions qui, par ailleurs, ont été renforcées.

Il nous appartient désormais de démontrer l'effectivité de ce cadre juridique pour protéger les consommateurs, mais aussi pour faire de l'Europe un espace numérique compétitif.

MARC TEYSSIER D'ORFEUIL

Reste à espérer que ce cadre de confiance soit utilisé pour accompagner les évolutions. Comment les entreprises peuvent-elles contribuer à sa mise en place ?

PHILIPPE BOURNHONESQUE, CTO D'IBM FRANCE

L'enjeu reste de créer la confiance envers les systèmes d'IA, à travers la RGPD d'un côté et les algorithmes de l'autre. Depuis 30 ans, les Français sont leaders mondiaux en matière d'IA symbolique.

Pour sa part, le *machine learning* pose davantage de problèmes, car le fonctionnement des réseaux de neurones est très difficile à expliquer. IBM et ses concurrents ont donc établi plusieurs axes de réflexion :

- créer un poste de responsable de l'éthique de ces systèmes ;
- intégrer des valeurs dans les systèmes d'IA, notamment en recrutant des spécialistes de l'éthique ;
- expliciter les décisions, à l'instar de ce que peut faire le système Watson dans les domaines de la santé ou de la finance.
- mesurer la robustesse et la validité du système.

Ces chantiers sont à mener à plus ou moins long terme, d'autant que nous restons dans l'incapacité de résoudre certains des problèmes qu'ils posent. Nos recommandations visent à inciter nos clients à mettre en place immédiatement un responsable d'éthique.

MARTINE DEROBERT-MASURE, SECRÉTAIRE GÉNÉRALE DE L'ASSOCIATION FORCE OUVRIÈRE CONSOMMATEURS (AFOC)

Les consommateurs sont de plus en plus conscients des enjeux liés à la protection de leurs données, le plus souvent captées à leur insu. Les entreprises peuvent en effet utiliser l'IA pour profiler les consommateurs, cibler leur publicité, répondre de manière quasi prédictive à leurs « besoins » supposés ou réels, améliorer leur relation client via les chatbots, etc.

Il convient d'éviter un débat stérile sur l'IA. Son utilisation peut solutionner certains problèmes, par exemple dans le domaine de la performance énergétique. Pour autant, l'AFOC entend émettre un certain nombre de mises en garde. La société numérisée n'ouvre pas tous les champs du possible au consommateur et le développement croissant de l'IA pose des questions citoyennes, éthiques et sociétales, en matière d'emploi, de médecine, d'assurance, ou encore d'équité de traitement des consommateurs ou de discrimination tarifaire. Quelle est la limite de son « acceptabilité sociale » ?

En outre, l'IA constituant un outil d'hyper consommation, comment concilier son développement et les aspirations des citoyens en matière d'économie de la ressource.

Enfin, face au prédictif/sélectif que permet l'IA à travers la captation et l'exploitation de ses données personnelles, la liberté de choix du consommateur doit être préservée. Il en est de même concernant la protection de sa vie privée qui doit être assurée. Le droit d'accès, de rectification, d'opposition, de déférencement et de portabilité des données étant des dispositifs peu accessibles au consommateur lambda, il appartient à l'Etat par la régulation et le contrôle de garantir une protection adaptée.

PAULA FORTEZA, DÉPUTÉE DES FRANÇAIS ÉTABLIS HORS DE FRANCE

Un modèle éthique et plus protecteur des consommateurs doit être défendu au niveau européen, le nouveau règlement que nous avons mentionné représentant un pas en avant. Le cadre ne doit cependant pas être défavorable aux entreprises européennes vis-à-vis de leurs concurrents étrangers. Le règlement comporte donc un mécanisme permettant à de petites et moyennes entreprises de proposer des outils comparables à ceux de grandes sociétés déjà bien installées. Le principe d'extra-territorialité va également renforcer la loyauté de la concurrence.

Les consommateurs doivent toutefois être en mesure de percevoir la démarche de protection des données personnelles comme une valeur ajoutée. Une démarche pédagogique est donc à adopter afin de sensibiliser les citoyens. Ils doivent s'emparer des nouveaux droits susmentionnés.

De même, la transparence des algorithmes, notamment dans le secteur privé, présente une importance majeure. L'enjeu du secret commercial doit néanmoins être pris en compte. Il importe en effet de contrôler les biais des algorithmes, car leur impact social peut se révéler majeur.

PATRICE SLUPOWSKI, VICE-PRÉSIDENT INNOVATION DIGITALE D'ORANGE

Je tiens en préambule à rendre hommage au travail de la CNIL et des autres autorités européennes sur le RGPD. Le RGPD fixe un cadre commun. La mise en œuvre de cette réglementation en mai prochain restera en effet considérée comme l'un des moments fondateurs pour l'Europe, car les idées à l'origine du texte émanent de notre histoire. Celle-ci sera ainsi mise au service de la confiance. Pour la première fois, des acteurs globaux traditionnellement éloignés de nos juridictions se verront appliquer nos règles du jeu.

La mise en conformité avec ce règlement induit un travail considérable, dans la mesure où il est nécessaire de revoir la totalité des processus et des traitements. Au-delà de ce qui pourrait apparaître comme un niveau supplémentaire de contraintes, d'énormes opportunités émergent à l'occasion de la gestion raisonnable des données personnelles.

L'IA s'est développée par itérations successives depuis 30 ans, et elle explose désormais, tout en suscitant des fantasmes. À ce stade, l'IA reste « faible » dans la plupart des cas de figure qui tournent autour de 4 grandes familles de problèmes : l'interprétation du langage, l'identification de tendances dans des masses de données, la catégorisation de données ou le gain dans des jeux avec des règles bien définies. Elle trouvera des domaines d'application dans la relation client et dans l'analyse des données. Nous venons par exemple chez [Orange](#) de développer une IA pour prévoir des poussées de maladies telles que la polyarthrite rhumatoïde.

En matière de relation client, elle accroît la capacité de l'entreprise à écouter les besoins des clients et à les comprendre précisément. Nous passons donc d'une culture de CRM et de consommateurs réduits à des bases de données à un VRM (Vendors Relationship Management) dans lequel les utilisateurs auront le contrôle en matière de choix de marques ou de services.

Pour sa part, l'IA « forte » qui génère tant de fantasmes pourra être envisagée d'ici 20 à 30 ans.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

L'activité des responsables éthiques des entreprises portera notamment sur la gestion raisonnable des données personnelles. En parallèle, la CNIL va travailler sur l'éthique des algorithmes.

Isabelle FALQUE-PIERROTIN

Les algorithmes et l'IA poussent à l'extrême une série de questions de personnalisation ou de possible enfermement du consommateur dans des services poussés vers eux. Néanmoins, un changement de niveau semble à l'œuvre. Les questions éthiques sont d'autant plus prégnantes que les technologies pourraient fort bien nous échapper. Nous avons donc organisé un débat public avec une soixantaine de partenaires portant sur le questionnement éthique dans tous les champs pouvant être touchés par l'utilisation des algorithmes. Un consensus s'est dégagé autour de la nécessité de conserver la maîtrise collective de ces phénomènes, les algorithmes associant une chaîne d'acteurs du développeur à l'utilisateur, en passant par le prescripteur. Le questionnement éthique les concerne tous.

La CNIL, après collecte des diverses observations, a émis des recommandations plurisectorielles, en particulier pédagogiques et concernant l'« auditabilité » des algorithmes. Deux principes peuvent être mis en exergue dans l'encadrement de l'utilisation de ces dispositifs. D'une part, la vigilance, car les effets de l'algorithme doivent être étudiés par tous les acteurs de la chaîne. D'autre part, la loyauté, car les algorithmes doivent être analysés au-delà de la communauté ciblée de leurs utilisateurs. Les externalités négatives sont aussi à prendre en compte.

Un débat mondial est en cours sur le cadre éthique et juridique des algorithmes, des offensives très fortes étant à noter du côté de la Chine et des États-Unis. Il me semble essentiel de pouvoir y opposer une position européenne unifiée permettant le maintien de l'éthique et assurant une réelle présence économique des entreprises européennes.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

La crainte de voir l'IA nous échapper est-elle fantasmée ? Des usines entièrement pilotées par des robots sont en effet déjà annoncées.

Patrice SLUPOWSKI

La vigilance est de mise sur ce sujet, mais nous n'avons jamais été aussi conscients des conséquences d'une avancée technologique de cette ampleur. Une certaine sagesse a prévalu jusqu'alors en matière d'utilisation des armes nucléaires depuis 70 ans, et je ne suis guère inquiet vis-à-vis de scénarii de pertes de contrôle à court terme.

En revanche, des questions se posent en matière d'adaptation des entreprises et des sociétés humaines à la transformation des activités, en particulier de la disparition d'une série d'emplois. À court terme, cette évolution des métiers devra être anticipée. À plus longue échéance, on pourra peut-être envisager de réfléchir à d'autres modèles comme par exemple celui du revenu universel pour permettre à chacun d'entre nous de prendre sa place, une partie du travail incombant aux machines.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

L'organisation de la société risque donc d'évoluer. L'introduction de systèmes dans un cerveau était par ailleurs difficile à imaginer hors ouvrages de science-fiction.

Philippe BOURNHONESQUE

Nous ne nous en inquiétons pas. Le point de singularité, à partir duquel l'IA est généralisée, capable de conscience ou d'apprendre par elle-même et de dépasser de l'homme reste une perspective lointaine. Les challenges résident plutôt dans l'éthique, l'exploitation des données personnelles, voire le manque de données. Une masse considérable de travaux sont également à mener en matière d'amélioration des systèmes existants, de manière à fiabiliser l'IA.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

Les grands groupes nous rassurent quant à cette nécessité d'identifier des mécanismes de protection.

Martine DEROBERT

Dans la mesure où nous sommes dans une guerre économique, leur discours est raisonné et il est de leurs intérêts de se montrer raisonnable. Pour autant, ce volet ne doit pas être négligé.

Le consommateur mesure de mieux en mieux les enjeux des évolutions actuelles, notamment la valeur économique de ses données personnelles. Il est fondé à réclamer des contreparties à leur captation et à leur exploitation. Nous devons faire en sorte qu'il soit éclairé.

L'arrivée du RGPD est à saluer, mais la question du contrôle de l'application des règles subsiste. La question de l'opposition à l'IA n'est également pas pertinente tant que les utilisations nécessaires à la société peuvent être proposées. Des opportunités manifestes émergeront, mais les pouvoirs publics devront anticiper les risques en régulant, encadrant et contrôlant dans l'intérêt de tous.

Paula FORTEZA

Les biais des algorithmes nous enferment dans des visions du monde très particulières. Ainsi, une recherche sur le mot « bébé » sur Google ne fait apparaître que des nourrissons blancs. Pour autant, la société ne doit pas rester figée. La circulation des données et l'open data sont pertinents, même si la marchandisation des données personnelles correspond à un risque et à des inégalités potentielles, certains étant en capacité de mieux défendre leurs droits que d'autres.

Par ailleurs, la question des *fake news* doit être traitée au niveau européen. La Commission s'est saisie du sujet, mais les citoyens doivent eux-mêmes être avertis et en capacité de différencier les contenus de qualité de ceux qui le sont moins. La censure en ligne constituant une source de dangers, la formation de l'esprit critique des citoyens et l'apprentissage de comportements à adopter sur les plates-formes devra être une priorité pour les années à venir.

SÉQUENCE 2

EXPLOITER L'INNOVATION NUMERIQUE AU SERVICE DE LA CONSOMMATION



FRANCISCO FONSECA-MORILLO, DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT, DIRECTION GÉNÉRALE DE LA JUSTICE ET DES CONSOMMATEURS, COMMISSION EUROPÉENNE

Je vous remercie pour votre invitation. Je sais que la France fait partie des pays les plus actifs en matière de protection des données des consommateurs. Nous travaillons également à adapter cette protection au 21^e siècle, à la suite d'une longue consultation publique.

Je tiens à vous présenter l'essence du paquet législatif que la Commission présentera le 11 avril. Elle traduira en termes législatifs la nouvelle donne pour les consommateurs européens annoncée par Jean-Claude Juncker en septembre dernier.

Une directive, correspondant en pratique à une directive-cadre, modifiera quatre importantes directives qui fondent nos principaux droits en tant que consommateurs :

- la directive sur les pratiques commerciales loyales ;
- la directive sur les termes contractuels déloyaux ;
- la directive sur l'indication des prix ;
- la directive sur les droits des consommateurs.

Les obligations et sanctions vont évoluer, dans une tentative de fournir un cadre européen pour les actions représentatives de défense des intérêts collectifs des consommateurs. La directive de 2009 sera totalement remplacée.

Ce paquet législatif répond à la volonté de protéger encore plus fortement les consommateurs au moyen de règles communes. Ils pourront se regrouper pour détecter et faire corriger les infractions. La protection des consommateurs doit se conjuguer à trois grands défis.

- Le point faible du droit européen des consommateurs réside dans son application effective. Nous souhaitons outiller les autorités nationales afin de nous assurer de l'harmonisation des sanctions, sans pour autant attendre une uniformisation.

Notre approche respecte le principe de subsidiarité, lequel contraindra les États membres à intégrer dans leur droit national un niveau de sanction dissuasif et proportionnel. Les infractions commises au niveau national feront l'objet de sanctions adaptées en fonction des pratiques du pays. En revanche, celles qui concerneront au moins les deux tiers des États membres feront l'objet d'une harmonisation.

- Des mécanismes de recours plus effectifs pour les consommateurs doivent être mis en place, neuf États membres en étant totalement dépourvus. Les actions en cessation initiées au niveau national ne seront cependant pas modifiées.

Des entités qualifiées seront reconnues comme capables de défendre les intérêts collectifs des consommateurs devant les juridictions. Les magistrats pourront établir qu'une présomption de dommages équivalents pèse sur les autres consommateurs. Les infractions massives donneront lieu à des injonctions fixant la responsabilité du producteur. Celui-ci sera sommé d'aboutir à un arrangement amiable avec les entités qualifiées.

- De manière à répondre aux défis du marché numérique, les droits des consommateurs devront être les mêmes dans le monde virtuel. Il conviendra donc de :
 - mettre en œuvre des règles de transparence renforcée en matière de statut du commerçant et de la protection du consommateur ;
 - aborder la question des services numériques dits « gratuits », pour lesquels des transferts de données interviennent. Les droits des consommateurs seront similaires à ceux qu'ils obtiennent dans un contrat classique grâce à l'application d'une nouvelle directive ;
 - moderniser les obligations en matière d'information des consommateurs.

Ce paquet demeure imparfait, mais il constituera un point de départ dans le rétablissement de la confiance des consommateurs.

En parallèle, la Commission s'efforcera de recueillir les principales aspirations des consommateurs, des institutions publiques et des entreprises dans le domaine. À la fin de l'année, cette liste sera discutée, et elle permettra de finaliser le paquet.

1 / Numérique : tous acteurs de notre santé ?

MARC TEYSSIER D'ORFEUIL, MODÉRATEUR, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE COM'PUBLICS

Le Gouvernement souhaite renforcer la prévention et remettre le parcours de soin au cœur de notre système de santé.

Pour ce faire, un livre blanc énonçant seize recommandations a été rédigé, parmi lesquelles j'ai retenu les trois suivantes :

- expliquer les évolutions du système de santé au consommateur ;
- sensibiliser les consommateurs et les professionnels aux droits des patients concernant le dossier pharmaceutique ;
- promouvoir les outils contribuant à la formation du patient expert.

DAVID DE AMORIM, DIRECTEUR INNOVATION CHEZ DOCAPOST (GROUPE LA POSTE)

[Docapost](#) a annoncé, lors du CES de Las Vegas 2018, le lancement de l'application La Poste E-Santé. Ce service matérialise la transformation d'une entreprise marquée par une culture industrielle en une société de services de proximité, notamment dans la silver économie et dans la e-santé. L'utilisation des ressources du numérique, couplée à un réseau de 73 000 facteurs se révèle très prometteuse. Fort de ce constat, nous travaillons avec de nombreux acteurs de santé, en particulier les hôpitaux, La Poste jouant un rôle de tiers de confiance. A terme, La Poste entend jouer un rôle fédérateur dans l'écosystème de santé en rapprochant établissements de santé, médecine de ville et patients grâce au numérique.

Fort de sa proximité avec les Français sur l'ensemble du territoire, La Poste pourrait sensibiliser le grand public à l'usage des applications de santé. Un enjeu clé : que le patient devienne acteur de sa santé, afin de privilégier une médecine préventive plutôt que curative. Les attentes en la matière sont réelles, les GAFAs ayant d'ailleurs fait plusieurs annonces en ce sens. Il est urgent que nous prenions des positions fortes sur ces sujets en France.

Notre engagement dans ce domaine vise à mieux répondre aux grands défis de la prévention, de l'ambulatoire, des maladies chroniques et des déserts médicaux. Le numérique entre donc au service de l'humain, du patient mais aussi des professionnels de santé. L'implication des acteurs de santé reste en effet une condition indispensable au déploiement d'une offre en e-santé.

ISABELLE ADENOT, PRÉSIDENTE DE LA COMMISSION NATIONALE D'ÉVALUATION DES DISPOSITIFS MÉDICAUX ET DES TECHNOLOGIES DE SANTÉ (CNEDIMTS) - HAUTE AUTORITÉ DE SANTÉ

Dans un contexte de complexification des parcours de santé, tous les acteurs considèrent qu'une plus grande place doit être laissée au patient, et centrée sur lui. Pour autant, ces intentions ne se confirment pas toujours sur le terrain.

Le levier numérique peut être mis à profit par exemple lorsque le patient donne son accord pour le dossier médical partagé. Ou en cas de télésurveillance (des capteurs permettent une gestion de l'alerte). En outre, la production de données induit des répercussions sur les études cliniques. Précédemment basées sur le recrutement de patients, celles-ci se baseront progressivement sur des bases de données et être ainsi plus représentatives de la vie réelle, par l'exhaustivité.

La Haute Autorité a pour volonté de mettre le patient au sein de l'évaluation des dispositifs médicaux. Elle a donc créé un système optionnel à travers lequel elle demande aux industriels, à chaque dépôt de dossier pour un dispositif médical ou un médicament, s'ils acceptent que la HAS informe le public et ainsi de contribuer à l'évaluation. La transparence débute ainsi en amont, les contributions des utilisateurs et les remarques des groupes de patients étant prises en compte.

Des dispositifs médicaux connectés apparaissent tous les jours. En revanche, l'IA est limitée aux dispositifs qui recueillent beaucoup de données, principalement dans des domaines tels l'imagerie, l'aide au diagnostic et à la recherche en lien avec la génétique.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

La captation des données représente un risque réel. Une loi pourrait donc être souhaitable pour réguler le domaine.

GUILLEMETTE LENEVEU, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE L'UNION NATIONALE DES ASSOCIATIONS FAMILIALES (UNAF)

Nous prenons entre autres en charge des publics très vulnérables, dont les préoccupations peuvent être relativement éloignées des débats que nous tenons aujourd'hui.

L'accès à des informations médicales constitue une nouveauté, car elles étaient jusqu'alors le privilège des médecins. Nous appelons de nos vœux la création d'un portail de santé de la part des pouvoirs publics. Les informations diffusées seraient ainsi vérifiées. Les bénéfices des objets connectés pourraient également être déterminés.

De plus, la captation des données interpelle les citoyens, conscients des énormes enjeux commerciaux sous-jacents, entre autres pour les banques et les assureurs.

S'agissant du dossier médical partagé, le directeur général de la CNAM a annoncé une généralisation. La vision sur les parcours de santé des citoyens sera ainsi globalisée. La question est sensible, car les conséquences seront notables, y compris en termes de confidentialité. Pour sa part, le consentement doit être évalué au jour des capacités de compréhension des personnes concernées.

L'enjeu de la télémédecine n'a pas encore été évoqué, alors qu'elle fait sens vis-à-vis des déserts médicaux. Les fractures sociales et générationnelles restent néanmoins considérables, 15 % des foyers restant dépourvus d'Internet. Des territoires entiers sont également des zones blanches, et il s'agit

souvent de déserts médicaux. Je tiens à ce titre à mettre en garde s'agissant de la dématérialisation à marche forcée des services publics. En effet, la plate-forme que la CNAM souhaitait mettre en place pour les personnes sous tutelle s'est révélée inadaptée.

Concernant les applications et les objets connectés, la labellisation paraît difficile au vu de la rapidité des changements de matériel. Il semble donc préférable d'éduquer les utilisateurs. La Haute Autorité de Santé a donc prévu d'éditer deux guides. S'agissant des logiciels d'aide au diagnostic, aucun contrôle n'est assuré.

2 / Comment les attentes des consommateurs préfigurent le modèle alimentaire de demain ?

MARC TEYSSIER D'ORFEUIL, MODÉRATEUR, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE COM'PUBLICS

Ce début de législature a été marqué par les Etats Généraux de l'Alimentation. Le projet de loi vise à renforcer la qualité sanitaire, environnementale et nutritionnelle des produits pour une alimentation saine, de qualité et durable. Il traduit la volonté du Gouvernement de porter une politique alimentaire favorisant des choix qui préservent le capital santé de chacun et le capital environnement de tous. J'ai retenu trois recommandations du livre blanc, en lien avec l'esprit des EGA :

- valoriser le rôle de la restauration collective ;
- identifier les innovations numériques utiles en matière de prévention ;
- mettre en avant les chartes d'engagement des entreprises et du Ministère de l'agriculture.

CATHERINE GESLAIN-LANEELLE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE LA PERFORMANCE ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTALE DES ENTREPRISES AU MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE ET DE L'ALIMENTATION

Les [États généraux de l'alimentation](#) ont permis d'identifier deux enjeux. D'une part, la création de valeur dans le domaine alimentaire, interrogation essentielle au vu de l'état des filières. D'autre part, la lutte contre l'appauvrissement de certains maillons, notamment celui de la production agricole. La réponse aux attentes du consommateur permet en particulier de répondre à ces problématiques.

Dans ce cadre, plusieurs réponses se sont dégagées quant aux apports du numérique. Ces outils permettent de renforcer l'information du consommateur sur les modes de production et sur le contenu de son assiette. Les plates-formes et applications en cours de développement permettent d'éclairer ses choix et d'influencer l'action des différents maillons de la chaîne alimentaire. De même, elles pourraient diffuser des éléments relatifs au commerce équitable et au partage de la valeur. Le numérique permet également la création de nouveaux services accompagnant les actes d'achat et de préparation.

L'un des ateliers des États généraux de l'alimentation était consacré aux investissements et à l'accompagnement des acteurs, en particulier vers la transition écologique. Il a abouti à une série de recommandations pour accompagner la transformation vers le digital.

Le sujet de l'utilisation par l'État ces technologies en vue d'améliorer sa capacité de prédiction et de gestion des incidents sanitaires n'a pas été abordé de manière approfondie.

SERGE PAPIN, PDG DU GROUPEMENT COOPÉRATIF SYSTÈME U

Lors des États généraux de l'alimentation, il nous a été demandé de résoudre des problèmes structurels vieux de trente ans. Nous avons en effet détruit de la valeur, mais aussi de la qualité. Après une longue période de mécanisation et d'augmentation du recours aux intrants, il nous faut désormais consacrer notre énergie à développer un modèle qualitatif. Nous ne pouvons cependant pas le faire en sacrifiant l'agriculture française sur l'autel du pouvoir d'achat. Les distributeurs sont conscients de cette problématique.

Les États généraux de l'alimentation ont donné un signal clair. L'alimentation constitue dorénavant un enjeu majeur.

Marc TEYSSIER D'ORFEUIL

Le sujet fait consensus. Quelles actions les entreprises peuvent-elles engager afin de restaurer le lien de confiance avec le consommateur ?

PIERRE-ALEXANDRE TEULIÉ, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU E-BUSINESS ET DU DEVELOPPEMENT DURABLE NESTLÉ FRANCE

J'ose espérer que cette confiance n'est pas rompue. Le secteur agro-alimentaire est en effet extrêmement encadré et réglementé. De plus, les normes protègent relativement bien des consommateurs. Durant les États généraux, nous avons réussi à restaurer un dialogue entre toutes les parties, et la confiance en découle. La transparence doit également être de mise en matière de composition des produits agroindustriels. La présence de conservateurs est une bonne chose pour permettre aux aliments de se conserver. C'est une question de sécurité. À l'inverse, penser que tout le monde, à tout moment, peut avoir accès à un produit local, frais, bio, livré à domicile rapidement sans s'acquitter d'un prix qui prenne en compte tous ces objectifs relève d'une illusion. La qualité n'a peut-être pas de prix, mais elle a un coût qui doit être assumé.

Serge PAPIN

Les coûts des produits biologiques peuvent être amortis. En matière de santé, il n'est pas possible de nier les problèmes, à commencer par le fait que le diabète progresse ou que le cancer devienne une maladie chronique. L'agroalimentaire sera donc sujette à un nombre croissant de contrôles. Il ne faudrait pas donner raison à Pierre Rabhi, qui, au lieu de dire « bon appétit », souhaite « bonne chance ».

Pierre-Alexandre TEULIÉ

Je ne souhaite pas masquer les problèmes, mais simplement les hiérarchiser. Et un groupe de la taille de Nestlé est mieux armé qu'une PME pour les étudier et trouver des solutions. Nous essayons d'être une locomotive dans la définition de bonnes pratiques. En parallèle, les acteurs de la chaîne alimentaire doivent éviter l'autoflagellation. Ils sont tous concernés par l'amélioration continue de la qualité.

Je tiens à féliciter l'INC pour ses méthodes de travail, qui devraient inspirer tous nos travaux. Vous interpellez en effet les acteurs sur les résultats de votre enquête avant de les diffuser. Ce dialogue constitue une base de la confiance.

GRANDS TEMOINS



VIRGINIE BEAUMEUNIER, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE LA CONCURRENCE, DE LA CONSOMMATION ET DE LA RÉPRESSION DES FRAUDES, DGCCRF

Une régulation du secteur du numérique semble indispensable afin de garantir la transparence et la loyauté, mais aussi de générer de la confiance et d'assurer le développement d'une économie ouverte et innovante. Les entreprises du numérique lancent aux autorités de contrôle des défis techniques, mais aussi géographiques, juridiques et sociétaux.

Nous opposons jusqu'à présent les consommateurs, les producteurs et les citoyens, mais ces catégories sont devenues poreuses, notamment sous l'influence d'Uber ou des réseaux sociaux. L'autorité publique doit donc s'adapter. Elle est en charge de garantir l'information loyale du consommateur et sa sécurité, mais aussi de veiller à la loyauté de la concurrence et à la conformité des produits et des services. En effet, les fraudes économiques et les atteintes à la concurrence affectent toujours les consommateurs par leurs effets sur les prix, la qualité ou l'innovation. Elles nuisent également au développement des entreprises.

La DGCCRF a ainsi assigné Amazon devant le tribunal de Commerce pour des pratiques inéquitables vis-à-vis des commerçants présents sur sa place de marché. Plus récemment, elle a assigné Apple et Google pour leurs relations contractuelles déséquilibrées avec les développeurs d'applications. Il nous appartient de veiller au maintien de relations contractuelles saines.

S'agissant du consommateur, de nouvelles obligations de transparence et de loyauté des plateformes numériques sont entrées en vigueur au 1^{er} janvier 2018. Les moteurs de recherche, les réseaux sociaux, les plateformes collaboratives, les places de marché et les sites de comparaison sont concernés. Les sites d'avis en ligne sont également visés, certains s'étant spécialisés dans la rédaction de faux avis.

Dans l'avenir, il nous faudra veiller à la bonne application de ces normes en privilégiant, dans un premier temps, une approche pédagogique. Nous n'excluons pas de recourir par la suite à une démarche plus coercitive.

La Commission européenne a fait du développement du marché européen du numérique l'une de ses priorités législatives. Elle souhaite consolider l'effectivité et la pertinence des règlements européens. La DGCCRF s'associera à cet effort, d'autant que la France est souvent en pointe sur les thèmes traités. L'extension de la législation existante aux contrats de fourniture de données numériques est donc en jeu, le caractère gratuit de la prestation n'excluant pas un usage commercial.

La coopération entre autorités de contrôle nationales devra également se renforcer.

En matière de numérique, la protection de la vie privée et des données personnelles est devenue un enjeu majeur. Le texte e-privacy, particulièrement sensible, devra permettre de concilier la protection du consommateur et la performance économique des entreprises. En effet, l'utilisation des données peut aboutir à l'élaboration de nouveaux services. L'Europe doit être en capacité de stimuler cette innovation, évitant ainsi de perdre un avantage compétitif par rapport à d'autres pays. La DGCCRF sera attentive à ce double aspect.

Je signale également le caractère prioritaire de nos actions de contrôles de l'économie numérique. En 2017, nous avons ainsi contrôlé plus de 12 000 sites Internet. Nous luttons également contre les clauses abusives dans l'utilisation des réseaux sociaux.

Un autre sujet d'ampleur a trait au contrôle des algorithmes. Cette problématique rejoint celle de l'IA. Les plates-formes peuvent en effet privilégier des liens commerciaux plutôt que les critères choisis par les consommateurs.

Par ailleurs, de manière à faire participer le consommateur à sa propre protection, la DGCCRF envisage de lancer une application permettant de signaler les dysfonctionnements et les manquements.

Je tiens à remercier l'INC pour cette riche manifestation, qui permettra d'anticiper les exigences en matière de régulation.

JEAN-FRANÇOIS DELFRAISSY, PRÉSIDENT, COMITÉ CONSULTATIF NATIONAL D'ÉTHIQUE (CCNE)

Le concept d'éthique « une morale en action » correspond à la recherche d'un équilibre entre les avancées technologiques et leur acceptabilité au sein de la société. Certaines de ces avancées scientifiques doivent en conséquence ne pas être toujours prises en compte à un moment.

Dans un secteur tel que la santé, la décision n'appartient pas aux seuls professionnels, aux experts, aux politiques ou aux industriels. Le rôle des patients et des consommateurs est central dans ces débats, et leur place doit à ce titre être protégée et consolidée.

Je m'interroge sur la part de plus en plus importante du « business » dans le domaine de la santé, au détriment de grandes valeurs sur lesquelles sont fondées notre système de santé. Or, le médicament ne peut être un produit marchand comme un autre, dans la mesure où il représente un bien public mondial.

Néanmoins, l'innovation a un prix. Certaines thérapies innovantes dans le domaine de la cancérologie peuvent atteindre 600 000 euros par an et par patient ! Si chacun peut prétendre disposer de ces avancées, leur coût ne peut être ignoré ainsi que le poids qu'il fait peser dans notre système de santé. Se pose alors la question des arbitrages politiques et économiques : faut-il privilégier la prise en charge de certaines pathologies avec des traitements coûteux, ou celle par exemple des personnes âgées dans les EHPAD, dont l'actualité récente a mis en lumière les déficiences ?

L'apparition de l'IA et de la robotique dans le domaine de la santé et la place de plus en plus prépondérante qu'elles vont prendre nous font prendre conscience qu'elles amènent de nouvelles questions en termes de gouvernance : qui décide ? Comment doit se faire le consentement éclairé ? Quelle exploitation les assurances pourraient-elles faire de ces données ? ...

Ces questions sont encore peu débattues par la société, peut-être parce que ces développements nous semblent lointains. Il n'en est rien. Les États généraux de la bioéthique nous permettent de réfléchir à ces questions et à donner notre avis. C'est un véritable exercice de démocratie sanitaire qui est proposé à nos concitoyens.

Je vous invite à y participer : www.etatsgenerauxdelabioethique.fr.

CLOTURE

MADAME AGNÈS-CHRISTINE TOMAS-LACOSTE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE L'INC

J'ai retenu de nos débats que l'Europe doit être un espace de confiance exemplaire avec un partage de nos valeurs et que nous devons garder la main collectivement en expliquant, en vulgarisant, en éduquant et en accompagnant le consommateur, même averti, face à l'accélération du monde. Nous serons également appelés à la vigilance en matière de fracture numérique. Les dispositifs doivent rester acceptables par les intermédiaires et les consommateurs. À ce titre, je vous invite à nouveau à consulter le [Livre Blanc](#).

Je tiens à remercier l'ensemble des intervenants, les organisateurs de cette conférence ainsi que le personnel de l'INC et notre partenaire sur cette opération Com'Publics.

Le présent colloque ne constitue qu'un jalon, les chantiers prioritaires mentionnés en introduction ayant vocation à être poursuivis.



Institut National de la Consommation
18, rue Tiphaine 75732 Paris cedex 15
www.inc-conso.fr
www.60millions-mag.com
www.jeconsommeresponsable.fr