

En 50 ans, l'INC s'est installé non seulement dans l'univers de la consommation en France mais aussi dans le quotidien des Français, en contribuant largement à l'information, à l'éducation et la protection du consommateur par son approche objective. Tout cela dans un univers complexe ultraconcurrentiel où il est difficile de trouver ses repères, démêler le vrai du faux, choisir des produits et des services adaptés à ses besoins.

Aujourd'hui, l'INC est un acteur déterminant de l'écosystème consommériste.

Souvent pionnier et lanceur d'alertes, l'INC bénéficie d'une large audience et d'une forte crédibilité grâce au magazine « 60 millions de consommateurs » et à son magazine télévisé Consomag diffusé sur les chaînes du service public, et à l'ensemble de ses medias numériques.

Cet anniversaire est l'occasion pour l'Institut d'affirmer et développer ses fondamentaux dans un monde en très forte mutation sous la poussée du numérique et de l'intelligence artificielle.

Les enjeux face à ces derniers sont non seulement techniques, mais aussi socio-économiques, éthiques et sociétaux.

Ce ne sont pas seulement les produits, les services et les modes de consommation qu'il faut reconsidérer, mais l'image, le statut et le rôle du consommateur, toujours plus informé, connecté et exigeant, mais souvent perdu dans un univers soumis à une telle accélération que tous les acteurs ont peine à suivre.

D'où le titre choisi pour cette conférence anniversaire du 15 mars, organisée lors de la Journée mondiale des droits des consommateurs : « le consommateur augmenté ou diminué ? »

Ces termes, largement utilisés dans la sphère du numérique, conviennent pour définir notre problématique.

Certes le consommateur peut être « augmenté », renforcé, « empowered » grâce aux services et produits numériques, à une accessibilité toujours plus large à toutes sortes de données, à une démocratisation de l'usage de la data via l'éducation, la formation et l'open source.

Il devient un consommateur averti, avisé, un patient-expert, un citoyen partenaire ; dans tous les domaines il peut changer de statut, bien loin du rôle de simple consommateur passif et manipulable avec la conscience de sa responsabilité et de sa liberté.

Toujours plus connecté le consommateur peut aussi être « diminué », assisté, inféodé aux données toutes puissantes ; la voiture devenant autonome, le devient-il pour autant ? Comment s'opposer au choix prétendument rationnel d'algorithmes inconnus qui décident de l'attribution d'un crédit, émettent un diagnostic médical ? Et quid de la protection des données, surtout personnelles, quand les législations internationales divergent et en profitent pour s'immiscer dans les failles ?

Ce livre blanc retrace les différents débats, expressions et prises de position de l'ensemble des participants aux ateliers préparatoires qu'ils soient universitaires, sociologues, experts du monde entreprise, dirigeants de startups, qu'ils appartiennent au monde associatif, ou qu'ils représentent le monde politique dans sa diversité.

L'ensemble des recommandations montre qu'il ne s'agira plus seulement d'informer le consommateur mais d'aller bien au-delà. Les clés du monde dans lequel nous vivons vont se complexifier.

Agnès-Christine TOMAS-LACOSTE
Directrice générale de l'INC



L'innovation au service des consommateurs

Depuis 50 ans, l'Institut National de la Consommation est l'établissement public de référence sur tous les sujets liés à la consommation.



NOS ÉQUIPES

L'INC s'appuie sur l'expertise d'ingénieurs, de juristes, d'économistes, de documentalistes et de journalistes indépendants pour vous aider à mieux consommer.

NOS MISSIONS

- 1 **Décrypter** les nouvelles réglementations
- 2 **Tester** des produits et des services
- 3 **Informer et protéger** les consommateurs
- 4 **Accompagner** les associations de consommateurs

NOS MÉDIAS



Le magazine 60 Millions de consommateurs www.60millions-mag.com



L'émission TV de tous les consommateurs



Le site sur la consommation responsable et le développement durable www.jeconsommeresponsable.fr

INTRODUCTION

UNE DÉMARCHÉ CRITIQUE, PROSPECTIVE ET CONTRADICTOIRE

Si le numérique et l'intelligence artificielle ont irrigué l'ensemble de la réflexion, cela montre que ce n'est pas un simple effet de mode mais effectivement une révolution qui dépasse largement la sphère économique. Tous les ateliers conduisent à s'interroger, a contrario, sur l'intelligence humaine, sur ce qu'il reste d'humain dans les pratiques et les relations, et même sur l'avenir de l'être humain.

C'est donc à un grand débat de société que l'INC vous convie, aujourd'hui, au-delà de son anniversaire: un débat prospectif, argumenté et surtout contradictoire assorti de recommandations à destination de l'Institut. D'où notre choix d'une méthode « préparatoire » pariant sur l'intelligence collective, à travers les débats, les échanges d'arguments, les propositions de groupes d'experts.

Nous avons approfondi trois thématiques sectorielles essentielles, la santé, la ville et l'alimentation de demain et un thème transversal, l'intelligence artificielle.



LA VILLE DE DEMAIN

territoire des nouvelles mobilités et de l'économie du partage ?



LA SANTÉ

demain, tous acteurs de notre santé ?



L'ALIMENTATION

comment les attentes des consommateurs et l'évolution de la filière agro-alimentaire préfigurent l'alimentation de demain ?



L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

un consommateur diminué ou augmenté ?

Cette démarche s'est déroulée en 2 temps :

- Un débat entre experts (chercheurs, entreprises, startuiseurs, juristes, responsables de la société civile...) pour creuser le sujet, en définir les tendances prioritaires et proposer des recommandations d'action.
- Un deuxième temps (atelier collectif et entretiens individuels) pour poursuivre le débat et permettre à des responsables politiques de se positionner sur les recommandations émises et les priorités à défendre.

La synthèse de ces ateliers et les recommandations qui en sont issues font l'objet du présent livre blanc.

