



“RFID et libertés individuelles”

La technologie des étiquettes radio ou puces RFID (Radio Frequency Identification) est actuellement l'objet de vives controverses aux Etats-Unis. Des associations de consommateurs et de défense des libertés accusent cette technologie de porter atteinte aux libertés individuelles. Ils demandent un moratoire sur le déploiement de ces technologies en attendant que des garde-fous juridiques soient établis. Il faut dire qu'outre-atlantique, le peu de protection juridique accordée aux consommateurs quant à leurs données personnelles amènent les citoyens à être particulièrement vigilants.

Ce n'est pas le cas en France, où la CNIL vient de prendre position sur le sujet. Dans un communiqué du 30 octobre dernier, Philippe Lemoine, Commissaire à la CNIL, coprésident des Galeries Lafayette et co-gérant de Gencod EAN France, appelle à la vigilance : tout en étant un enjeu économique majeur du secteur de la grande distribution, les RFIDs constituent une menace potentielle pour le respect de la vie privée des individus.

Au plan international, les entreprises, engagées initialement au sein de l'AutoIDcenter et réunies aujourd'hui dans EPCglobal, portent une grande attention aux réserves émises par les consommateurs et les autorités concernées en matière de respect de la vie privée. D'ores et déjà, EPCglobal apporte un certain nombre de réponses en incitant les entreprises à signaler la présence d'une puce RFID sur un produit ou un emballage, à informer le consommateur quant à la possibilité de neutraliser la puce, et à garantir la conformité des données stockées sur le réseau avec les lois applicables en matière de protection des données personnelles.

En tant que représentant d'EPCglobal en France, Gencod EAN France est convaincu que ces technologies doivent réaliser leur potentiel tout en respectant les libertés individuelles. Heureusement, le contexte diffère de la situation américaine. La France dispose en la matière de garde-fous législatifs importants. Il est donc nécessaire que l'ensemble des acteurs (organisations professionnelles, entreprises, institutions, consommateurs...) puissent réfléchir ensemble afin que des réponses claires puissent être apportées aux consommateurs.

Dans les prochaines années, c'est essentiellement la logistique qui profitera de ces innovations. Les premiers projets sont des expérimentations. Elles concernent la production et l'amont de la chaîne d'approvisionnement. Le déploiement de ce type de technologie dans les magasins et à l'unité consommateur ne devrait pas se faire avant cinq ans. Ce délai devra donc être doublement mis à profit. D'une part, pour rassurer le consommateur et garantir que ces technologies ne seront pas employées à des fins liberticides. D'autre part, pour permettre aux entreprises de se familiariser avec ces nouvelles applications et d'en retirer tous les bénéfices attendus.