

RESEARCH OUTPUTS / RÉSULTATS DE RECHERCHE

Quand votre commerçant vous piste grâce à votre smartphone

Losdyck, Bénédicte; Vanreck, Odile

Published in:
Trends

Publication date:
2015

Document Version
le PDF de l'éditeur

[Link to publication](#)

Citation for pulished version (HARVARD):

Losdyck, B & Vanreck, O 2015, 'Quand votre commerçant vous piste grâce à votre smartphone' *Trends*, vol. 8/10/2015, pp. 86.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



BELGA IMAGE

QUAND VOTRE COMMERÇANT VOUS PISTE GRÂCE À VOTRE SMARTPHONE

De plus en plus de supermarchés ou de centres commerciaux pratiquent le «shopper tracking» ou, en clair, «l'analyse de comportements de consommation par la géolocalisation». Mais de quoi s'agit-il exactement ?

Saviez-vous que, lors de visites dans votre supermarché, votre parcours peut être enregistré? Le commerçant a en effet les moyens de savoir que vous venez pour la troisième fois cette semaine et que vous êtes resté 21 minutes dans son magasin lors de votre dernière visite... C'est ce qu'on appelle la *shopper tracking*.

Derrière cette appellation se cache en fait une technologie au fonctionnement assez simple. Des capteurs, installés dans le magasin ou le centre commercial, détectent les téléphones portables dont les fonctions wi-fi ou *bluetooth* sont activées. Ces fonctions envoient en effet de manière régulière des signaux afin de trouver des réseaux disponibles. Or ces signaux communiquent l'adresse MAC de l'appareil, qui est un identifiant unique attribué à votre téléphone. Les capteurs

collectent également la force du signal, ce qui permet de connaître le positionnement précis du smartphone à l'intérieur du bâtiment.

L'objectif de cette technologie est de rentabiliser l'espace, d'améliorer la gestion quotidienne et de pousser les personnes présentes dans l'établissement à la consommation grâce à une meilleure connaissance de leurs habitudes sans qu'elles n'aient, de leur propre chef, communiqué d'informations à ce sujet.

Or l'analyse des comportements de consommation par la géolocalisation du smartphone implique des traitements de données à caractère personnel. Ce traitement entraîne des obligations pour le commerçant, considéré comme le responsable du traitement, en vertu de la loi relative à la vie privée. Cette loi

reconnait également des droits aux personnes concernées par ces pratiques.

Le responsable du traitement des données doit assurer une certaine transparence dans la réalisation d'opérations sur les données, en fournissant notamment aux clients une information complète et effective quant à l'existence de la collecte et sur les applications pour lesquelles les données en question seront utilisées. Cela signifie que ces informations doivent être directement communiquées à la personne concernée. Il ne suffit pas que les renseignements «soient disponibles quelque part». La transparence constitue non seulement une condition préalable et indispensable à un consentement valable, mais également un prérequis à l'application d'autres droits reconnus à la personne concernée, comme le droit d'accéder à ses données ou de s'opposer au traitement.

Pour que le traitement soit réalisé de manière légitime, il est nécessaire que la personne y ait consenti. En tout état de cause, un tel consentement ne pourrait se déduire du simple fait que la personne rentre dans l'établissement en ayant la fonction wi-fi ou *bluetooth* de son téléphone portable allumée.

Pour savoir si le supermarché ou le centre commercial dans lequel vous faites vos courses vous géolocalise, par le biais de votre téléphone portable et à votre insu, vous pouvez consulter le registre disponible sur le site de la Commission de la protection de la vie privée, le responsable de traitement étant dans l'obligation de déclarer sa démarche auprès de cette instance. ©

ODILE VANRECK ET BÉNÉDICTE LOSDYCK
sont chercheuses au
Centre de
Recherches
Information, Droit et
Société (CRIDS) à
l'Université de
Namur. Odile
Vanreck est par
ailleurs avocate au
Barreau du Brabant
wallon et Bénédicte
Losdyck au Barreau
de Bruxelles.

