

## Application RFID

Evaluation d'Impact sur la Vie Privée (EIVP)

**Résumé destiné à l'information de la clientèle**



Version 1.0  
15/01/2015

## Table des matières

Introduction .....	3
1. Présentation de l'application.....	3
➤ Exploitant .....	3
➤ Description .....	3
➤ Finalités de l'application .....	3
2. Etude de risques pour la vie privée et la protection des données personnelles. ....	4
3. Risques, contre-mesures et risques résiduels.....	4
➤ Lecture des tags par un tiers : risque.....	4
➤ lecture des tags par un tiers : contre-mesure.....	5
➤ Droit d'information : risque .....	6
➤ Droit d'information : contre-mesure .....	6
Conclusion de l'EIVP.....	7
Signature du résumé de l'EIVP.....	7

## Introduction

Comptant parmi les leaders du retail dans le domaine du prêt-à-porter, le Groupe Beaumanoir est fort d'un réseau de milliers de magasins, représentant plusieurs enseignes, implantées à l'international. Pour faire face à son développement, et dans un souci constant de performance et d'innovation, le Groupe Beaumanoir travaille à la mise en place d'une application RFID.

En permettant l'identification des articles par numéro de série unique, la technologie offre une gestion logistique sans précédent et sans équivalent. Les gains de productivité sont très importants, c'est pourquoi le Groupe Beaumanoir a choisi de la mettre en œuvre.

En tant qu'opérateur de cette technologie, le Groupe souhaite la développer « en conscience », dans le respect de ses consommateurs et pour répondre aux recommandations de la Commission Européenne publiés le 12 mai 2009.

C'est l'objet du rapport, couramment appelé E.I.V.P. « Evaluation de l'Impact sur la Vie Privée » ou P.I.A. « Privacy Impact Assesment » remis à la CNIL en décembre 2014, et dont voici le résumé à destination externe.

### 1. Présentation de l'application

#### ➤ Exploitant

La société CCV Beaumanoir, en tant que holding rassemblant les différents enseignes concernées, est auteur de la présente étude. Elle sera mentionnée dans ce document comme « CCV Beaumanoir », « Groupe Beaumanoir », « GBM » ou encore « le Groupe ». Une équipe dédiée RFID est constituée en interne, qui peut être contactée à l'adresse suivante :

Groupe Beaumanoir - Équipe Projet RFID  
10 impasse du grand jardin - 35400 SAINT-MALO  
info-rfid@groupe-beaumanoir.fr  
02.99.19.98.98

#### ➤ Description

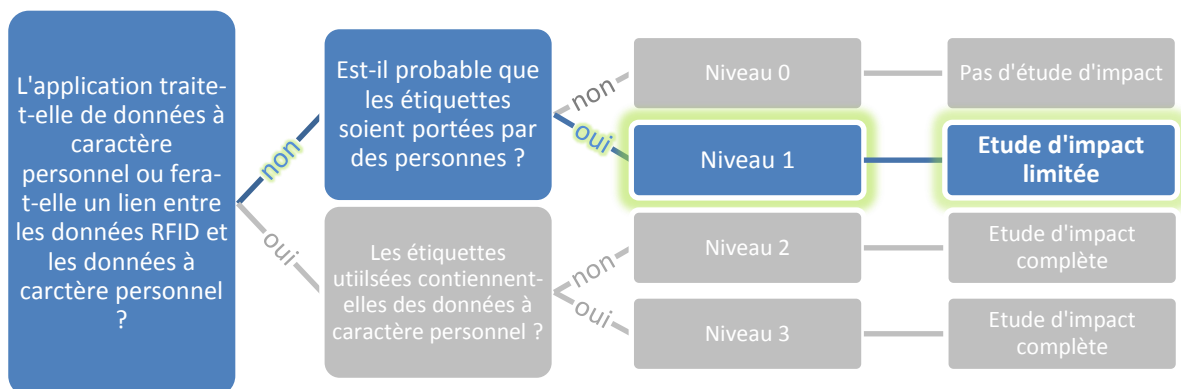
Le tag RFID est composé d'une puce électronique miniature, et d'une antenne permettant à la puce de communiquer avec les périphériques RFID. La puce n'est pas alimentée. Le lecteur émet un signal radiofréquence, qui active la puce et lui permet d'envoyer ses données en réponse.

#### ➤ Finalités de l'application

Les intérêts de l'application pour le Groupe sont nombreux et divers. Entre autres, cette application permettra :

- l'identification des produits, globale ou unitaire, et à distance, offrant un gain de temps important et une meilleure traçabilité sur toutes les étapes incluant un comptage (réceptions, contrôle, inventaires, ventes, etc.)
- un système d'antivol intégré aux articles dès leur conception.
- la quasi disparition de la manutention lors de la réception des colis, supprimant la pénibilité de cette étape, et offrant une amélioration du rendement, du confort de travail et de la disponibilité du personnel de vente.

## 2. Etude de risques pour la vie privée et la protection des données personnelles.



Comme le montre ce premier raisonnement, (évoqué dans la norme NF EN 16571 parue en juillet 2014), l'étude réalisée lors de la mise en place de la technologie est une étude limitée. Toutefois, le groupe s'est attaché à réaliser une étude la plus complète possible.

Les puces RFID ne comportent pas de donnée personnelle. Le seul point de vigilance réside dans le fait qu'elles soient intégrées à des articles dont le but est d'être portés par les consommateurs. Nous allons voir ci-après à quel point cet élément pourrait représenter un risque pour la vie privée du porteur, et les mesures mises en place pour réduire ce risque.

## 3. Risques, contre-mesures et risques résiduels.

### ➤ Lecture des tags par un tiers : risque

Un risque à envisager est la lecture de nos puces RFID par un tiers. Si un client porte les articles équipés RFID, et qu'il entre dans une autre boutique équipée de lecteurs RFID, les vendeurs pourraient connaître la présence des articles et chercher à les lire. Ainsi, la boutique pourra proposer des articles coordonnés, dans le but de réaliser des ventes additionnelles. Cette lecture peut être imaginée dans différents cas de figure :

**Lecture par un autre magasin du Groupe**, dans le but de réaliser des ventes additionnelles, de profiler ses clients, et de mieux capter les clients d'une enseigne à l'autre.

**Lecture par un magasin concurrent**, dans le but de réaliser des ventes additionnelles, et/ou de réaliser des statistiques sur les articles qui se vendent le mieux chez le concurrent.

**Lecture par un centre commercial**, dans le but de collecter des données comportementales des clients du centre commercial, par exemple en établissant des parcours d'achat type.

Cela ne concerne pas directement les données personnelles, mais peut menacer la vie privée des consommateurs au titre de la traçabilité de leur mouvement.

## ➤ lecture des tags par un tiers : contre-mesure

- **Lecture par un autre magasin du Groupe**, dans le but de réaliser des ventes additionnelles et/ou inter-enseignes, de profiler ses clients, et/ou de mieux capter les clients d'une enseigne à l'autre.

Même si les différentes enseignes du Groupe concernées appliqueront la même technologie, ce qui pourrait leur permettre de partager la reconnaissance des identifications produit, le Groupe a fait le choix de paramétrer chaque magasin vis-à-vis de sa marque uniquement (ou ses marques dans le cas du Multi). Il ne pourra donc lire et enregistrer que les informations relatives à cette marque.

Le portique d'une enseigne pourra détecter la présence de tags RFID d'une autre enseigne, mais ne pourra ni lire ni enregistrer les informations contenues dans la puce RFID détectée. Les difficultés seraient les mêmes qu'avec une enseigne concurrente (voir ci-dessus).

En revanche, si un client portant un article avec un tag actif revenait dans le magasin où il l'a acheté, le numéro de l'article serait connu dans la base de données du magasin. Le tag serait alors lu si la vente date de moins de 30 jours, mais l'article ayant été vendu, il serait considéré comme 'sorti du stock' et le portique ne sonnerait pas à sa lecture, et n'enregistrerait pas cette lecture.

- **Lecture par un magasin concurrent**, dans le but de réaliser des ventes additionnelles, et/ou de réaliser des statistiques sur les articles qui se vendent le mieux dans nos enseignes.

Pour que cela soit envisageable, il faudrait que les périphériques RFID de marques concurrentes aient connaissance de la structure des numéros EPC utilisée par le Groupe Beaumanoir. En admettant que cela soit possible, ces périphériques auraient alors accès à des numéros EPC, dont l'EAN (European Article Numbering ou code barre) définit le produit, mais sans pouvoir les rattacher à l'article précis.

- **Lecture par un centre commercial**, dans le but de mieux connaître le comportement des clients du centre commercial, par exemple en suivant les parcours d'achat type.

Dans ce scénario, le centre commercial établirait un parcours type de consommation, mais en extrapolant à partir des articles détectés. Cela ne concerne donc pas directement les données personnelles.

Par ailleurs, la finalité de la puce porte principalement sur la gestion des stocks. Aussi, une fois l'article vendu, il est sorti du stock, et la finalité recherchée a été atteinte. C'est pourquoi le Groupe Beaumanoir a mis en place plusieurs façons de désactiver les puces RFID après l'achat :



-Possibilité de neutraliser la puce à la caisse du magasin (étape parfois appelée « killing »)

-Possibilité de faire découper l'étiquette RFID à la caisse du magasin.

-L'étiquette de contexture, cousue au vêtement, peut être découpée facilement par le consommateur. voir photo ci-contre.

-Dans les cas où l'étiquette RFID est autocollante, et fixée sur un support en carton, notons que celui-ci fait partie du conditionnement du produit, et a donc vocation à être retiré systématiquement pour pouvoir utiliser l'article.

-Quoiqu'il en soit, une puce qui n'aurait été ni désactivée ni retirée aura une durée de vie très limitée dans le temps puisqu'elle s'autodétruit aux premiers lavages en machine.

Ces méthodes figurent sur le support des formations RFID qui seront dispensées aux vendeuses en magasin.

➤ **Droit d'information : risque**


La RFID pourrait être déployée sans que les consommateurs en soient avertis. Pourtant, ceux-ci peuvent légitimement se poser des questions sur sa finalité. En effet, les articles étant destinés à être portés, la RFID peut soulever quelques questions et inquiéter les clients. La RFID reste une application technique dont le fonctionnement et les finalités peuvent sembler flous à des néophytes. Le fait que les puces soient lues par radio fréquence ne fait qu'amplifier sa mystification, car ce mode de communication n'est pas palpable. Un client mal informé pourrait avoir un mauvais ressenti face à cette technologie, et avoir une image négative de la marque. Ici le risque touche principalement à l'image du Groupe.

➤ **Droit d'information : contre-mesure**

Le Groupe a d'ores et déjà prévu d'annoncer l'utilisation de la RFID en toute transparence, et ce, bien que les données personnelles ne soient pas collectées. Le support diffère en fonction du canal.

• **Affichage en boutique :**

Une affichette sera placée au niveau de l'entrée principale de tous nos magasins, même ceux qui reçoivent des articles taggués sans être équipés de la technologie (donné ici à titre indicatif), et traduit en cinq langues différentes.



Notre enseigne utilise la RFID (technologie d'identification par radio fréquence) à des fins de gestion et contrôle des stocks. Elle consiste à intégrer une étiquette électronique aux articles, contenant leur numéro de série. Les composants électroniques seront détruits à l'usage (3 à 5 lavages). Vous pouvez également découper cette étiquette après votre achat. Une étude d'impact sur la vie privée a été réalisée et déposée à la Commission Nationale Informatique et Libertés. Vous pouvez avoir accès à son résumé en adressant votre demande par mail à [info-rfid@groupe-beaumanoir.fr](mailto:info-rfid@groupe-beaumanoir.fr) ou par courrier à : Directeur de projet RFID, Groupe Beaumanoir, 10 impasse du Grand Jardin, 35400 SAINT-MALO. France.

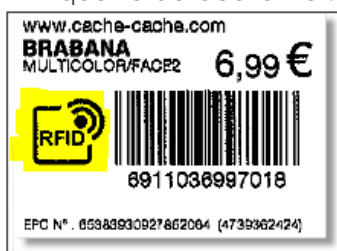
• **Affichage sur articles :**

Le logo normalisé figurera sur l'étiquette. Conformément à la réglementation européenne EN16570, celui-ci ne devra pas mesurer moins de 5mm x 5mm. (illustrations indicatives)

Etiquette de contexture :



Etiquette autocollante :



- **Sites e-commerce internes au Groupe**

Les sites web des enseignes concernées par la RFID proposent les mêmes articles qu'en magasin. Ceux-ci seront donc équipés d'étiquettes RFID. Nous envisageons d'indiquer l'utilisation de la technologie sur le site en ligne. Notons que l'information sera disponible avant l'acte d'achat. Cela nécessite une mise à jour des sites web, qui est planifiée. Elle consistera à faire figurer un logo RFID dans le pied de page de nos sites internet. Ces pieds-de-page sont toujours affichés, quelle que soit la navigation sur le site des enseignes. En cliquant sur ce logo, l'internaute déclenchera l'ouverture d'une fenêtre d'information. Son contenu est en cours d'élaboration.

- **Sites e-commerce externes**

Pour les sites web externes distribuant nos produits, plusieurs cas de figure se présentent selon le fonctionnement établi. Dans le cas des partenaires achetant le stock (comme les market places) : L'enseigne fournira un lien url facultatif dans les fiches-produit fournies au partenaire (pointant vers une information sur la RFID). Dans le cas où le partenaire web n'achète pas le stock et le propose en ligne, L'enseigne ajoutera un lien url dans les fiches produits fournies au partenaire (pointant vers une information sur la RFID).

## Conclusion de l'EIVP

Comme nous l'avons vu précédemment, la nature des données contenues dans les tags RFID du Groupe ne présente pas de risque pour la vie privée puisqu'elles ne concernent qu'une suite de caractères, qui, rattachée à une base de données interne, correspond à la description unique d'un article.

**L'utilisation de l'application RFID du Groupe Beaumanoir telle qu'elle existe aujourd'hui ne permet ni d'inclure, ni d'associer, ni de récupérer des données personnelles sur la puce RFID.** Les risques résiduels représentent une part qui est jugée comme acceptable en comparaison avec les différentes précautions qui sont prises.

**Nous estimons donc que telle qu'elle est envisagée, la technologie RFID mise en place par le Groupe Beaumanoir ne constitue pas une menace significative pour la vie privée de ses clients et leurs données personnelles.**

Le Groupe Beaumanoir est sensible au respect de la vie privée de ses consommateurs et y veillera en amont de tout déploiement d'une nouvelle fonctionnalité de sa technologie RFID. Toute évolution majeure fera l'objet d'un avenant ou d'une nouvelle Etude d'Impact sur la Vie Privée si elle remet en question l'innocuité de la technologie.

## Signature du résumé de l'EIVP

M. Vincent DROUET Directeur de Projet RFID	M. Gwenn LE LAY Responsable RFID / DSI	Mme Elise LALANDE Assistante de direction & Administrative
---	---	---