

# MIJN DATA ZIJN VAN MIJ VERKLARING

## Consumenten als cruciale katalysatoren van een duurzamere en verantwoorde digitale waardeketen om de data-economie te laten floreren

TEST-AANKOOP, ALTROCONSUMO, DECO-PROTESTE, OCU en PROTESTE komen het volgende overeen:

- Om het buitengewone potentieel dat het internet ons vandaag aanreikt volop te kunnen benutten, moeten wij de vaak steriele en vruchteloze confrontatie tussen de vrijheid van ondernemen en de grondrechten van burgers/consumenten overwinnen. Als consumentenorganisaties zijn wij daarom bereid, om samen met alle belanghebbenden, de voorwaarden te creëren voor een stabiele, sociaal-economische ontwikkeling op basis van een nieuwe digitale waardeketen;
- Om zich optimistisch op deze toekomst te richten, zijn wij ervan overtuigd dat het respecteren van de rechten en het vertrouwen van de consument door instellingen, bedrijven en het bedrijfsbeleid de sleutel is die ervoor zal zorgen dat de innovaties en technologische evoluties ten goede komen aan iedereen.
- Data zijn een essentiële bron geworden voor economische groei, jobcreatie en maatschappelijke vooruitgang<sup>1</sup>. Het gebruik van big data is niet noodzakelijk in strijd met de adequate bescherming van de privacy van de consumenten. Maar de enige manier waarop de data-economie echt kan bloeien en een gevaarlijke ontaarding kan worden vermeden, is door de consumenten en de burgers terug in het middelpunt ervan te plaatsen;
- Dankzij digitale ontwikkelingen krijgen we “gratis” content en diensten, nieuwe games en amusement in sociale media, meer gerichte advertenties, data-analyses die een betere besluitvorming vergemakkelijken, innovatie en de voorspelling van toekomstige events. We zouden ons zelfs kunnen voorstellen dat over enkele jaren handelaars zoveel over ons weten dat onze wensen al gekend zijn vooraleer wij ze hebben gevormd en er misschien producten voor ons zullen worden gekocht voordat wij weten dat we ze nodig hebben;
- De versnelde introductie van “geconnecteerde producten” zal in de komende jaren de impact van big data nog sterk doen toenemen. Met de komst van het internet der dingen (IoT) zullen big data niet alleen meer worden ontleend aan de manier waarop consumenten interageren met hun laptops, tablets, smartphones, die tot nu toe hun belangrijkste toegangspunten zijn tot de wereld van de digitale diensten, maar zal een enorme hoeveelheid extra data over de gedragingen van de consumenten worden gegenereerd door het gebruik van en de interactie met objecten en producten in de echte, fysieke wereld. De toevoeging van IoT-gegenereerde (persoonlijke) data<sup>2</sup> aan de mix van (persoonlijke) data uit andere bronnen zal een turboboost geven aan “predictive profiling”.
- IoT zal nog meer opportuniteiten bieden om consumptie zeer persoonlijk en op maat te maken. Optimistische stemmen zeggen dat dit het leven van de consumenten eenvoudiger en aangenaamer zal maken. Volgens ons zal dit echter alleen gelden als de complexiteit van een door technologie gedreven, in hoge mate gedistribueerd en gefragmenteerd systeem van leveranciers van apparaten, platformen, software en communicatiediensten op de een of andere manier beheersbaar wordt gemaakt. Dit brengt met zich mee dat de eigenaars/gebruikers van met sensoren uitgeruste machines of apparaten worden erkend als de eigenaars van de geproduceerde data en dat protocolstandaardisatie en interoperabiliteit wordt ontwikkeld. Ook de terechte bezorgdheid over fysieke integriteit en digitale veiligheid, databescherming en privacy in het bijzonder moet worden weggenomen.
- De technologie die wij creëren om onze vrijheid te verruimen, mag zich niet ontwikkelen tot een systeem dat ons controleert en zaken opdringt. De burger kan zijn autonomie en vrijheid niet prijsgeven voor wat extra comfort;

Gelet op het bovenstaande:

- Engageren wij ons, als consumentenorganisaties, die relevant willen blijven in een hyperverbonden wereld, om consumenten bij te staan in hun veranderende relatie met producten en diensten, maar ook in het beheren van hun meer complexe relaties met de vele bedrijven aan de aanbodzijde, product-, software- en dienstenleveranciers;
- Engageren wij ons, als consumentenorganisaties, die een betrouwbare en collaboratieve partner willen worden in een complexe omgeving van marktspelers, instellingen en andere belanghebbenden, om initiatieven te organiseren, te ondersteunen en te promoten die de cyberveiligheid en privacy van consumenten in het digitale landschap versterken;
- Zien wij, als Consumentenorganisaties, de bescherming en de handhaving van de consumentenrechten als een cruciaal instrument om de grondrechten van burgers te vrijwaren in de digitale wereld. Wij zullen ervoor strijden dat big data en IoT een kracht voor vrijheid worden en niet een kracht die de keuzes van consumenten op verkapt wijze manipuleert. En, om deze strijd te kunnen winnen, zullen we ons er niet toe beperken om te doen alsof de passende naleving van de wetgeving, de inachtneming van de regels en het vermijden van misbruiken, ook al is dit belangrijk, voldoende is. Daarom engageren wij ons ook om te komen tot een volledige erkenning en breed gedragen verdediging van de centrale rol van de mens in de informatiemaatschappij, en van de consumenten, met hun rechtmatige economische belangen, in de opkomende datamarkt.

Met dat doel:

Als ondertekenaars van deze Gemeenschappelijke Verklaring, in het licht van de hierboven geschetste principes en om, via een open dialoog met instellingen en markspelers, tot een verantwoordelijker en duurzamer data-economie te komen met meer respect voor de consumentenrechten, benadrukken wij, dat het belangrijk is dat alle betrokken belanghebbenden:

- stoppen de datamarkt louter te zien als een business-to-business markt, aangezien het bijna uitsluitend de eindverbruikers zijn die de basisgrondstof aanleveren waarmee de toegevoegde waarde wordt gecreëerd;
- erkennen dat consumenten behoren tot de grootste drijvende krachten achter innovatie en bijdragen tot het overleven van de data-economie
- bijgevolg aanvaarden dat de voordelen van de data-economie op een eerlijke basis moeten worden gedeeld tussen de data-verwerkers en de data-bronnen;

- op een correcte manier interoperabiliteit implementeren om een lock-in te vermijden, zodat de consumenten gemakkelijk van dienstenleveranciers kunnen wisselen;
- de eigenaars/gebruikers van met sensoren uitgeruste machines of apparaten een exclusief recht geven om een machtiging voor het gebruik van verzamelde data te geven aan wie zij wensen;
- performante en gemakkelijk te gebruiken tools en regels ontwikkelen, zodat consumenten en burgers de controle kunnen houden over hun data en die op een vlotte en veilige manier kunnen gebruiken;
- zich richten op het leveren van innovatieve en gepersonaliseerde diensten die beter aansluiten op de echte behoeften en verwachtingen van de consumenten, en die bijdragen tot het verbeteren van hun leven en de maatschappij in haar geheel, op voorwaarde natuurlijk dat de grondrechten en vrijheden van de consumenten nooit worden ondergraven.

---

<sup>1</sup> De waarde van de data-economie in de EU werd geraamd op EUR 257 miljard in 2014, of 1,85% van het BBP van de EU en nam in 2015 toe met 5,6%. Dezelfde raming voorspelt dat, als het beleid en de juridische randvoorwaarden voor de data-economie op tijd ingevoerd zijn, haar waarde zal stijgen tot EUR 643 miljard tegen 2020 en 3,17% van het totale BBP van de EU zal vertegenwoordigen - European Data Market study, SMART 2013/0063, IDC, 2016.

<sup>2</sup> Data kunnen persoonlijk of niet-persoonlijk zijn. Bijvoorbeeld, data gegenereerd door temperatuursensoren in huis kunnen persoonlijk van aard zijn als ze verbonden kunnen worden met een levende persoon, terwijl data over de bodemvochtigheid niet persoonlijk zijn. Persoonlijke data kunnen worden omgezet in niet-persoonlijke data door het proces van de anonimisering. Maar zelfs als de data gegroepeerd en geanonimiseerd zijn, zijn de bronnen erachter dikwijls individuele consumenten.