



Des consommateurs floués

ÉTATS-UNIS Surfer sur la vague IA en trompant sur les services vendus peut amener à se retrouver devant la justice

Apple qui fait face à différentes actions judiciaires aux Etats-Unis pour avoir reporté des fonctionnalités d'Apple Intelligence, utilisées comme argument de vente. Deux sociétés qui prétendaient à tort utiliser des algorithmes liés à l'intelligence artificielle, notamment pour faire des prévisions financières, et qui se sont vues lourdement amendées outre-Atlantique. Ou encore des entreprises dont l'outil IA n'a pas l'efficacité qu'il promet.

Ces cas, que l'on pourrait qualifier d'AI washing se retrouvent désormais devant les tribunaux aux Etats-Unis, comme l'a expliqué Célian Hirsch, avocat et professeur en droit commercial à l'Université de Lausanne, lors d'une récente conférence «Droit et nouvelles technologies: gestion des risques» organisée par l'Institut de lutte contre la criminalité économique HEG Arc.



«Ce sont des façons de surfer sur la vague actuelle, en apportant une réponse aux attentes du marché mais au détriment de la vérité, en trompant les consommateurs et investisseurs», développe Célian Hirsch pour Le Temps.

En Suisse, un cadre législatif Si le cadre légal américain est bien différent et que des cas similaires ne se sont pas pour l'instant retrouvés devant la justice suisse, la Fédération romande des consommateurs mentionnait bien sur son site, en 2024 déjà: «On parle désormais aussi d'AI washing quand des publicités vantent des services basés sur l'intelligence artificielle, supposément plus performants et plus rapides, alors que les prestataires concernés n'utilisent en réalité pas cette technologie.» Mais la FRC n'a à ce jour pas de retours de consommateurs confrontés à ces cas. Reste qu'en Suisse, la loi fédérale contre la concurrence déloyale fournirait un cadre pertinent pour

appréhender ces pratiques, estime Célian Hirsch: «La question est de savoir à qui s'adresse le produit, qui est le destinataire moyen. Si cette personne comprend les informations d'une façon qui ne correspond pas à ce qui est vendu, il s'agit d'arguments fallacieux. Tomberait aussi sous le coup de la concurrence déloyale une entreprise qui assurerait utiliser la meilleure des IA alors qu'elle sait qu'il s'agit d'un modèle d'une ancienne génération.» Autre cas possible d'indication trompeuse: «Lorsque l'information est une demi-vérité: l'entreprise annonce utiliser une IA de dernière génération, ce qui est vrai, mais en réalité elle ne sert que de manière minimale: une grande partie du travail est encore effectuée de façon manuelle.»

Une société de recrutement qui aurait acheté une solution IA se révélant par exemple avoir un taux d'hallucination élevé, contrairement à ses promesses, pourrait aussi faire valoir ses droits, précise encore l'avocat. s J. E.