

Données : la course folle pour mettre la Belgique en règle

► **Panique : le règlement européen sur les données démarre dans un mois.**

► **Entreprises, fonction publique... personne n'est prêt.**

► **Le pragmatisme sera la règle...**

Les mails se suivent et se ressemblent. Tour à tour, Facebook, Spotify, Airbnb, Apple, mais aussi votre banque, votre opérateur télécoms... tous se pressent au portillon. Objectif : vous soumettre leurs nouvelles conditions générales d'utilisation, ces fameuses « CGU », écrites en tout petit, que personne ne lit. Le temps presse. Dans un mois jour pour jour, le 25 mai, le Règlement sur la protection des données privées (RGPD) entrera en vigueur.

La vie numérique des citoyens des 28 pays européens va-t-elle pour autant s'améliorer du jour au lendemain ? Rien n'est moins sûr. Le scandale Facebook-Cambridge Analytica, qui a indûment siphonné les données privées de près de 90 millions d'internautes dans l'espoir d'influencer leur comportement électoral, offre néanmoins une caisse de résonance inespérée pour ce nouveau cadre européen. Mais il y a loin de la coupe aux lèvres.

« Il est évident que l'on ne sera pas prêt », confie, sereinement, Nathalie Raghen, première conseillère au département juridique de la FEB. A l'Union des classes moyennes (UCM), on parle de « demi-afôlement » et chez Agoria, principale fédération sectorielle du pays, on juge la situation « grave ».

Garde-fous

Le RGPD, c'est la nouvelle bible régissant l'utilisation des données privées des clients et des salariés. Tout le monde est concerné : les citoyens (dont les droits sont renforcés), le secteur public (administrations, hôpitaux, écoles...), le privé (des PME aux multinationales en passant par les médecins), le monde associatif (ONG, partis politiques...). La Commission impose un certain nombre de garde-fous destinés à empêcher l'usage illicite de ces données.

Pour se mettre en conformité, tous les départements sont mobilisés (ressources humaines,

service juridique, informatique, marketing). « Il ne s'agit pas seulement de sécuriser un serveur », précise Nathalie Raghen, qui a accompagné des dizaines d'entreprises dans leur processus de mise en conformité. Le défi est surtout organisationnel. « Jusque dans les détails – fini de laisser son PC ouvert sur son bureau pendant la pause-café. « Les données ont une valeur, sont parfois très sensibles et circulent trop ouvertement. »

Panique à bord

La Commission européenne avait donné deux ans pour se préparer. A un mois de l'échéance, c'est panique à bord. Selon une enquête d'Agoria, que *Le Soir* a pu consulter, à peine une entreprise sur deux était au courant des règles en décembre. Seul un tiers d'entre elles avaient commencé à se préparer. Et neuf sur dix demandent une assistance. A ce stade, seules l'Allemagne et la France sont dans les starting-blocks. « Mais la Belgique n'est ni le meilleur ni le pire élève européen », s'accorde-t-on.

Or, soucis : le RGPD est assorti d'un mécanisme de sanctions pour les récalcitrants, pouvant se chiffrer à 4 % du chiffre d'affaires mondial d'une entreprise. Un exemple concret ? Uber, qui a réussi à masquer durant un an le piratage de 57 millions de données utilisateurs en octobre 2016, aurait pu payer 220 millions d'euros si le RGPD était d'application.

Du reste, faut-il s'attendre à voir un inspecteur débarquer dans une entreprise le 25 mai à 8 heures ? La réponse est non. D'abord parce que lesdits inspecteurs ne sont pas encore formés, voire recrutés. Ensuite parce que lucidité et pragmatisme semblent régner en maîtres. « Deux ans, le délai est court. Pas mal d'outils ne sont pas encore en place, comme la certification », nous glisse Wim Debeukelaere, président de la future ex-Commission de protection de la vie privée. Le 25 mai, l'institution se muera en Autorité de protection de la vie privée qui, à l'instar de l'Autorité de la concurrence, aura une mission d'inspection et de « tribunal administratif ». « On peut commencer le 25 sans avoir tout ça, tempère-t-il. Une série de choses peuvent néanmoins déjà être réalisées : un inventaire des traitements de ses données, établir un code de conduite... »

Une loi au petit trot

Parmi les outils qui ne seront pas en place le 25 mai : la certification, de type « ISO », garantissant qu'une entreprise respecte les règles d'utilisation de nos données. Autre absent, de marque : un cadre législatif. Si la plupart des mesures du RGPD

sont applicables automatiquement dans les 28 pays parce qu'elles passent par un règlement européen, d'autres sont contenues dans une directive et doivent être transposées en droit national. C'est le cas, notamment, de l'âge minimum pour s'inscrire sur les réseaux sociaux ou le traitement des données par les pouvoirs publics.

Du côté du secrétaire d'Etat à la Protection de la vie privée, Philippe De Backer (VLD), on assure avoir fait sa part de boulot : « Le conseil des ministres a adopté la loi-cadre. Nous venons de recevoir l'avis du Conseil d'Etat et on va bientôt pouvoir déposer le projet au Parlement. La Belgique est en bonne voie pour le deadline du RGPD. » Sauf que d'aucuns estiment que le vote n'aura lieu, au mieux, que fin juin. Au pire, à la rentrée parlementaire en octobre.

D'ici là, c'est la mobilisation générale pour former, sensibiliser. Ou réveiller ceux qui font l'autruche ? « Certains n'ont absolument pas pris conscience ni du fait qu'ils sont concernés ni du fait que cela prend du temps », s'inquiète Nathalie Raghen. La plupart des grandes entreprises très régulées (comme les banques) semblent prêtes. C'est le cas aussi du SPF Finances, nous assure-t-on. A la Région wallonne, en revanche, l'appel d'offres n'a été lancé qu'en janvier. Et du côté des plus petites structures, le contre-la-montre a démarré. « La sensibilisation fonctionne, mais dire que toutes les PME seront prêtes, on en est très loin », poursuit Thierry Evens, à l'UCM.

Du coup, des armées de consultants en profitent pour improviser un business juteux de la certification. Leurs tarifs, hallucinants, oscillent parfois entre 40.000 et 200.000 euros pour aider certaines entreprises à se mettre en conformité. « Et ce alors que le système de certification n'est pas en place en Belgique, s'indigne Nathalie Raghen. Il y a par ailleurs une vraie vertu à réaliser ce travail en in-

terne. »

« Le RGPD, c'est certes une nouvelle obligation, mais c'est d'abord une réelle opportunité de mettre de l'ordre dans ses données, revoir son organisation, ses pratiques... », confirme Thierry Evens. Et beaucoup de chefs d'entreprise réalisent aussi l'impact en termes d'image. Dans le contexte actuel, ne pas passer pour un cow-boy en termes de fiabilité et de transparence à l'égard des données de ses clients, c'est très important. »

Moralité : le RGPD, ce n'est pas une échéance, c'est surtout un processus lent, comparable à la certification « ISO9002 ». Et à ce jeu, les Gafa (Google, Apple, Facebook, Amazon) et leurs bataillons d'ingénieurs et de « process » tireront plus vite leur épingle du jeu. ■

PHILIPPE LALOUX

C'est quoi ?

Le Règlement général sur la protection des données (RGPD ou GDPR en anglais, pour « General data protection regulation ») est le nouveau cadre européen organisant le traitement et la circulation des données à caractère personnel. Ce texte couvre l'ensemble des résidents européens et instaure un cadre unique pour les 28 pays membres. Il sera d'application le 25 mai et abrogera de ce fait la précédente directive datant de 1995. Une donnée personnelle est une information qui permet d'identifier une personne physique. Il peut s'agir du nom, d'une photo, d'une adresse IP, d'un numéro de téléphone, d'une empreinte digitale, d'un mail... Certaines données sont jugées sensibles : opinion politique ou religieuse, appartenance ethnique... Chaque pays doit mettre en place une autorité de contrôle. Il n'y aura pas d'autorité supranationale (de type « agence européenne »). En revanche, un mécanisme de coopération entre autorités nationales est mis en place (le « G29 »).

PH.L.

L'impact pour l'internaute

Le RGPD instaure ou conforte un certain nombre de protections. Il accorde, en

quelque sorte, plus de droits à vos données. Chaque internaute aura, par exemple, le droit de récupérer les données transmises à une plateforme. Il aura le droit d'en exiger la rectification, la suppression totale ou la limitation du traitement dans le temps. Les entreprises devront désormais récolter un consentement explicite, clair et écrit de l'internaute avant tout traitement de leurs données (singulièrement celles jugées « sensibles »). Les services en ligne devront obtenir le consentement de mineurs avant leur inscription (l'âge de la majorité digitale n'a pas encore été fixé en Belgique). Le RGPD inclut aussi la reconnaissance du droit à l'oubli (soit le fait de déréférencer un lien d'un moteur de recherche). En cas d'abus supposé, tout le monde peut porter plainte, gratuitement, auprès de l'Autorité de contrôle de la vie privée.

PH.L.

L'impact pour les entreprises

Le RGPD s'applique à toute entité manipulant des données concernant des Européens : entreprises publiques et privées, administrations, professions libérales, ASBL, un sous-traitant... Sa portée est donc mondiale : une entreprise chinoise ou américaine qui collecte des données personnelles européennes devra s'y conformer. Chaque entité doit (d'ici le 25 mai) désigner un « pilote » (le Délégué à la protection des données), établir un registre de données (leur origine, les personnes avec lesquelles elles sont partagées, les traitements...), réaliser une analyse des risques (données sensibles, sécurisation, risques de fuites...), organiser les processus internes pour garantir la protection de ces données et documenter la conformité (en ce compris tous les contrats avec les sous-traitants et les preuves que toutes les personnes concernées ont donné leur consentement).

PH.L.

Jacques Folon « Trois guerres en retard »

ENTRETIEN

Jacques Folon, professeur à l'UCL et l'Université de Liège, est spécialiste des données privées et expert du RGPD. Il ne mâche pas ses mots à l'égard du processus de mise en place du Règlement sur la protection des données privées. Mais aussi du texte en lui-même, « mal ficelé » et « trois guerres en retard ».

La Belgique sera-t-elle prête pour l'entrée en vigueur du RGPD le 25 mai ?

Non. La future Autorité de protection de la vie privée ne sera pas prête. Pour des raisons que je qualifierais d'impréparation politique. On n'a pas donné les moyens pour qu'elle soit prête. C'est surréaliste. Heureusement, son président est un pragmatique et insiste sur les moyens mis en œuvre par les entreprises pour se mettre en conformité.

En ce qui concerne le secteur public, certaines entités ont démarré le chantier il y a longtemps. C'est le cas du SPF Finances. Par contre, à la Région wallonne et à la Fédération Wallonie-Bruxelles, les premières discussions suite à l'appel d'offres destiné à recruter un consultant pour les aider ont eu lieu la semaine der-

nière. Regardez les partis politiques, qui ont en plus des données sensibles... Ils disent y travailler d'arrache-pied, mais il fallait y penser avant.

Les grandes entreprises sont pour la plupart en train de se mettre en ordre. Mais il y en a peu dont je pourrais vraiment garantir qu'elles sont parfaitement en règle. Si on se penche sur les PME alors là, c'est la catastrophe, elles ne savent même pas que ça existe.

Cela veut dire quoi « être en règle » ?

C'est un souci. Il n'y a pas, en Belgique, de système de certification de type « ISO ». Personne ne peut donc l'affirmer. Si quelqu'un dit « je suis en règle », il n'y a jamais que lui qui le dit. Vous serez obligé de vous assurer que, par exemple, votre secrétariat social ou votre sous-traitant sont en règle. S'ils vous répondent que oui, est-ce que vous devez les croire ? Dans le projet de loi de mise en application du RGPD qui circule actuellement, il est précisé que les organes habituels de certification seront utilisés (comme AIB Vinçotte). Mais ils ne voient pas clair sur la méthodologie de mise en

conformité.

Ce nouveau règlement est-il un frein à l'économie numérique ?

Mais oui ! C'est une catastrophe. Un commissaire européen italien disait que quand les Etats-Unis inventent quelque chose, l'Asie en fait la copie, les Européens en font une loi. Les enjeux de l'intelligence artificielle, par exemple, sont énormes. Macron semble s'y intéresser. Mais le RGPD ne va pas aider à la développer.

Quel est le souci ?

Ce règlement est mal terminé. Il y a en même temps, dans toute l'Europe, des milliers de consultants qui sont en train de faire la même chose, pour un règlement qui n'est pas au point. Il y a une déperdition d'énergie importante là où de simples règlements permettent parfois de fixer et d'harmoniser les choses.

Pourquoi les Etats-Unis ne semblent-ils pas prêts à nous emboîter le pas ?

La vie privée en Europe, c'est un droit de l'homme, elle est souvent réglée par le ministère de la Justice. Aux Etats-Unis,

la vie privée dépend de la Federal Trade Commission. Elle fait partie du business. Il y a un équilibre qui se crée entre la protection du consommateur et le développement économique. Je ne suis pas certain que Facebook aurait pu se créer en Europe...

En même temps, le sort qu'ils réservent à nos données est-il souhaitable ?

Avec ou sans RGPD, votre identité numérique est déjà analysée. Et si, demain, une compagnie d'assurances propose une réduction de 20 % aux personnes qui acceptent de placer des capteurs dans leur voiture ou un bracelet de suivi de santé, les gens vont dire « oui ». La technologie va plus vite que la réglementation. On verra de plus en plus d'acteurs demander à leurs clients de leur offrir des données « en échange de... ». Le RGPD ne pourra pas empêcher cela. Le législateur est trois guerres en retard. Et donc l'enjeu est ailleurs : la formation, l'accompagnement pour que les gens prennent conscience de la valeur de leurs données personnelles. Et de l'usage que les entreprises en font. ■

Propos recueillis par
PHILIPPE LALOUX