

Une nouvelle bataille européenne pour la vie privée

Après le fameux RGPD (règlement général sur la protection des données), qui a fait couler beaucoup d'encre, une nouvelle proposition de la Commission européenne vise désormais à garantir la protection des télécommunications. Mais pour l'heure, la Belgique refuse de soutenir la directive en l'état. Le

pays ne voit pas la valeur ajoutée du texte par rapport au RGPD, la Commission européenne estime l'inverse.

Selon le Bureau européen des unions de consommateurs, le texte présente cependant une avancée : « *ePrivacy est en plus et à côté du RGPD.* »

Les pays réticents, dont feraient partie la France et l'Allemagne, craignent que cette nouvelle réglementation vienne freiner l'innovation dans le secteur des télécommunications. Or, le temps presse en raison des élections européennes de l'année prochaine. ■

ePrivacy, l'autre bataille pour votre vie privée

TÉLÉCOMS La Belgique parmi les pays qui refusent la directive de la Commission en l'état

► La proposition visant à garantir la protection des télécommunications (Whatsapp, etc.) a du plomb dans l'aile.

► La Belgique, notamment, ne voit pas la valeur ajoutée du texte par rapport au RGPD.

Vous avez aimé le RGPD (règlement général sur la protection des données) ? Vous allez adorer ePrivacy, la proposition de directive Commission européenne qui vise à protéger la confidentialité de vos communications électroniques. Présentée en janvier 2017, la proposition visait à capturer dans la législation existante en la matière les nouveaux modes de télécommunications (Whatsapp, Facebook Messenger...). Si elle n'a pas eu, jusqu'ici, la même aura médiatique que le RGPD, elle n'en est pas moins controversée.

La semaine dernière, un article du média américain *Politico* a en effet mis le feu aux poudres. Il annonçait que l'Autriche, qui est chargée ce semestre de piloter les négociations entre États membres de l'Union européenne (UE), avait décidé de transmettre le dossier ePrivacy à un niveau politique, celui des « ambassadeurs des pays auprès de l'UE » (le « Coreper ») pour accord politique fin novembre.

Le lendemain, *Politico* revenait sur cette information, en expliquant que certaines délégations s'étaient vivement

opposées à ce que le dossier quitte les négociations techniques. Consciente des divisions sur ce dossier, la présidence était poussée dans le dos par certains pays qui espérait un accord. Une nouvelle tentative de mouture du texte devait être transmise aux délégations ces jours-ci. La présidence a finalement décidé de ne pas tenter l'accord politique fin novembre. Au Conseil (cénacle des pays européens), on nous dit que le dossier sera à l'agenda de la réunion des ministres européens des télécoms le 4 décembre, pour un simple... rapport de progrès.

La Belgique n'est pas prête

Selon nos informations, la Belgique fait partie des pays qui se sont opposés à ce que le texte monte au niveau politique, ne l'estimant pas assez mûr.

Ce groupe d'États membres (dont feraient aussi partie la France et l'Allemagne) conserve des préoccupations fondamentales, apprend-on, sur la portée et l'impact du règlement ePrivacy. Ces pays ne voient pas non plus quelle est la valeur ajoutée du texte, compte tenu du fait que le RGPD couvre de manière horizontale les questions de protection des données.

Pour justifier la légitimité du nouveau texte ePrivacy, la Commission européenne s'est pourtant fendue d'une analyse juridique en octobre pour expliquer aux Européens que lorsque les dispositions ePrivacy étaient plus spécifiques, elles étaient applicables à la place de celles du RGPD.

Au BEUC, Bureau européen des Unions de consommateurs, David Martin Ruiz nous explique qu'alors que le

RGPD protège les données personnelles, ePrivacy protège le contenant où ces données peuvent se trouver. « *Dans le RGPD, il y a deux bases juridiques sur lesquelles les données peuvent être utilisées : le consentement de l'utilisateur ou l'intérêt légitime* » de l'entreprise à utiliser ces données. Il appartient à l'entreprise de choisir sur quel terrain juridique elle opère.

« *Avec ePrivacy, tout ce qui tombe en dehors de la technique, comme assurer que la communication peut avoir lieu ou que l'opérateur peut vous facturer, nécessite le consentement. L'intérêt légitime ne peut être utilisé, c'est une protection sup-*

plémentaire, à nos yeux », poursuit David Martin Ruiz. D'autres dispositions du texte visent à réglementer l'utilisation des cookies et à vous éviter les spams et appels téléphoniques commerciaux incessants (voir ci-contre). « *ePrivacy est en plus et à côté du RGPD* », conclut-il.

Mais les pays réticents au règlement ePrivacy sont aussi attentifs aux dires de l'industrie numérique qui estime que les règles de la proposition risquent de freiner considérablement l'innovation dans ce secteur.

Or, si les États membres ne se mettent pas d'accord sur le texte avant la fin de l'année, il ne sera sans doute pas possible d'obtenir un accord avec le Parlement européen avant les élections européennes de 2019. Cela veut dire que les futurs eurodéputés devront recommencer le travail à zéro. Et là-bas aussi, accoucher avait été laborieux. ■

ELODIE LAMER

QUELQUES ENJEUX QUI MENACENT LA VIE PRIVÉE

Adieu les spams ?

Dans son étude d'impact justifiant sa proposition législative, la Commission européenne avait expliqué combien la publicité intempestive était un phénomène répandu dans l'UE. 61 % des répondants à un de ses sondages disaient recevoir beaucoup trop d'appels marketing. Les statistiques sont impressionnantes. Les Britanniques reçoivent chaque année près de cinq milliards d'appels du genre, donnant lieu à 180.000 plaintes. La proposition interdisait ces communications marketing si l'utilisateur n'avait pas donné son consentement préalable, mais le Conseil semble opter pour le statu quo. Actuellement, chaque pays a le droit de prévoir soit ce consentement préalable, soit un registre sur lequel ceux qui ne veulent plus recevoir ces publicités peuvent s'inscrire. La Belgique a opté pour la seconde approche, avec son registre DNCM.

Bientôt tous géolocalisés ?

Depuis l'arrivée des réseaux sociaux et de la pub ciblée sur nos pages persos, on avait l'habitude de voir notre parcours internet être tracé. Mais les associations de protection de la vie privée se sont, dans le cas d'ePrivacy, inquiétées du fait que la Commission voulait revenir sur une interdiction de la législation de 2002. Pour offrir de « nouvelles perspectives d'activités », selon ses propres termes, aux entreprises auxquelles elle serre la vis dans d'autres domaines, elle a proposé de réautoriser la géolocalisation. Pour faire très simple, une boutique, par exemple, aura donc le droit de géolocaliser les clients présents si elle affiche sur sa vitrine qu'elle est un « lieu surveillé ». Cela permettra, par exemple, à une entreprise de savoir combien de temps les personnes restent dans sa boutique ou de cartographier les lieux très fréquentés pour les autorités.

Des cookies encadrés

La Commission européenne veut rendre l'expérience des internautes en ligne aussi confortable que prévu, mais cela pourrait avoir des dommages collatéraux. Sa proposition d'ePrivacy prévoyait donc que soit supprimé le système actuel via lequel les internautes doivent accepter ou refuser les cookies à chaque fois qu'ils visitent un site. Elle souhaitait que ce consentement intervienne en amont, au niveau du navigateur en lui-même. Les internautes devraient paramétrer dans ce logiciel leurs préférences en matière de cookies : tout bloquer, tout accepter ou des solutions intermédiaires. Ce choix réalisé une seule fois s'appliquerait ensuite pour tous les sites visités, selon sa proposition initiale. L'accord des eurodéputés prévoit quant à lui que soit interdite la règle selon laquelle l'utilisateur est obligé d'accepter les

cookies pour utiliser un service ou visiter un site web. Une des dernières versions du texte des pays européens supprime quant à elle la plupart des références aux cookies. Le Conseil et le Parlement devront, in fine, se mettre d'accord entre eux. Mais les négociations au Conseil ne sont pas encore finies. Les éditeurs sont vent debout. Ils craignent que les internautes ne choisissent massivement la solution la plus protectrice – pas de cookies –, ce qui les privera d'informations et donc de possibilité de leur adresser de la publicité ciblée. Même si les éditeurs arrivent à convaincre l'internaute de la nécessité d'activer les cookies en lui expliquant l'importance de la pub dans le financement de la production d'un contenu journalistique de qualité, aucun changement ne pourra être effectué sur le site comme aujourd'hui. Il faudra que l'internaute retourne dans les paramètres de son navigateur.

E.L.R.