

L'EUROPE À L'USAGE 3/6

Le Parlement européen et les États membres ont adopté au cours des cinq dernières années une série de législations qui s'appliquent dans les États

membres, directement ou par le biais de leur transposition en droit national.

Rencontre avec des citoyens et des professionnels qui les mettent en œuvre au quotidien et qui expliquent l'impact qu'ils peuvent avoir sur notre quotidien.

De la fin du géoblocage à celle, programmée, des sacs en plastique en passant par les décisions prises en matière de fiscalité, le règlement général de la protection des données ou la révision de la directive sur les travailleurs détachés, toutes ces décisions européennes ont changé, ou vont changer, notre vie de tous les jours en profondeur.

L'Europe a dressé un rempart autour des données personnelles

■ Le Règlement général pour la protection des données est entré en vigueur en mai 2018. Les entreprises et les associations s'adaptent à la nouvelle donne, tant bien que mal.

Big Brother est toujours avide d'informations quant à nos activités dans l'espace numérique. Il ne lui est cependant plus permis de faire n'importe quel usage des données personnelles, sans considération pour les propriétaires de ces données. Déposée en 2012, la proposition de la Commission européenne sur la révision d'une directive de 1995 sur la protection des données a été adoptée fin avril 2016 suite à un accord entre le Parlement européen et le Conseil (les États membres), au terme d'un long parcours législatif. Entré en vigueur le 25 mai 2018, le Règlement général sur la protection des données (RGPD) établit un nouveau cadre, plus strict, dans ce domaine et renforce les droits de tous les citoyens européens, notamment en ce qui concerne le contrôle de leurs données.

Pour les administrations, les entreprises, les associations et toutes les organisations – la liste est sans fin –

qui collectent et traitent des données personnelles, l'année qui vient de s'écouler a été celle de l'adaptation la nouvelle donne.

Une remise en ordre chez IPM Group

Pour IPM Group, la société qui édite *La Libre Belgique*, *La Dernière Heure*, *Paris Match* (et est également active dans l'immobilier, les paris sportifs, les voyages ou le marketing), les données

personnelles sont une matière de première importance. Elles permettent à l'entreprise de mieux adapter son offre de "contenus" à chaque client, cadre Denis Pierrard, le directeur général d'IPM. "Par ailleurs, une partie de notre business est la vente de publicité. En analy-

sant ce que les gens cliquent nos sites Internet, qui génèrent le plus gros trafic en Belgique francophone, on peut déceler que telle personne s'apprête à faire tel type d'achat. C'est une info clé", ajoute M. Pierrard.

Ce n'est que cinq mois avant l'entrée en vigueur du RGPD qu'IPM a pris

pleinement conscience de l'ampleur du changement à venir et du travail à effectuer pour être prêt à l'heure dite, admet le directeur général. "À ce moment-là, ça nous a pris 120 % du temps. On a interrompu des projets informatiques en cours pour mettre des ressources afin d'être prêts", rembobine-t-il.

Il a fallu choisir et installer le logiciel qui permet à l'internaute visitant un des sites d'IPM de dire quels cookies (ces fichiers qui conservent les informations d'une visite de site) il accepte, et de traiter les préférences exprimées. La société a envoyé par e-mail des demandes à tous et chacun pour qu'il ou elle confirme leur intérêt à recevoir telle ou telle newsletter. Enfin, IPM s'est mis en quête des juristes qui aideraient l'entreprise à ne pas se perdre dans le vaste champ juridique ouvert par le RGPD. Des formations ont été organisées en interne sur le traitement des données, et il a été nécessaire de clarifier les responsabilités en matière de protection des données entre IPM et certains de ses partenaires comme la Poste. Pour contraignante qu'elle soit nouvelle législation "est une bonne chose, parce qu'il y a eu des abus, des exagérations de la part de tout le monde. Les cas Facebook et autres sont l'extrême, mais d'une ma-

"Cette législation est très bien sûr le papier, mais très contraignante pour les ONG ou les petites entreprises"

Lieve Reynebeau

Digital engagement strategist à Oxfam-Solidarité Belgique

nière générale, je crois qu'on galvaudait un peu ces données et le RGPD leur rend leur valeur", commente Denis Pierard.

Consultance et formations à Oxfam

De son côté, la branche belge de l'organisation non gouvernementale Oxfam-Solidarité a mis les bouchées doubles dès 2017 pour se préparer à entrer dans l'ère RGPD. L'ONG a collecté depuis 1964 énormément de données personnelles de gens qui ont signé des pétitions, assisté à des conférences, des donateurs, des bénévoles, etc. L'ONG a toujours veillé à traiter ces données de manière raisonnée, pose Lieve Reynebeau, *digital engagement strategist* de l'ONG. "C'est important qu'on envoie aux gens les informations pertinentes qui les intéressent. On n'a rien à gagner à les harceler par e-mail ou par téléphone. Le respect des gens est dans notre ADN, avec le RGPD, c'est officialisé".

Pour se mettre à la page, Oxfam-Solidarité a fait appel à des consultants extérieurs, juridiques et informatiques. La "maison-mère", Oxfam-International, a organisé des formations interactives online sur la protection des données, que chaque employé devait obligatoirement suivre. Lieve

Reynebeau a préparé un document destiné aux personnes qui organisent une action Oxfam, comprenant une quinzaine de questions : "Quel type de données allez-vous collecter ?" "Où seront conservées les données ?" "Qui y aura accès ?" , etc. "Cette législation est très bien sûr le papier, mais extrêmement contraignante pour les ONG. Cela requiert beaucoup de moyens administratifs, humains, financiers aussi.", épingle Lieve Reynebeau..

Une nouvelle autorité

Le RGPD renforce les compétences des États membres pour la protection des données. La Commission de la vie privée a laissé la place à une Autorité de la protection des données (APD), chapeauté par un comité de direction et divisée en cinq services : un secrétariat général, un centre de connaissance, un service de première ligne, une inspection et une chambre des contentieux. "Depuis mai 2018, nous avons reçu 65 14 questions et 340 requêtes ou plaintes", note Charlotte Dereppe, directrice du service de première ligne qui répond aux questions que tout un chacun pourrait se poser concernant la

protection des données.

"Le RGPD est un texte très riche qui touche à une quantité de domaines, mais sur le fond, les grands principes restent inchangés", souligne M^{me} Dereppe, si ce n'est "l'obligation de prévoir un régime de sanctions". L'éventail est vaste : avertissement, interdiction de traiter des données, suppression de la base de données du contrevenant ou sanction financière pouvant aller jusqu'à 20 millions d'euros, ou 4 % de son chiffre d'affaires mondial. Aucune sanction n'a été prise lors de la première année de rodage de l'ADP. La jurisprudence est en construction au niveau belge et européen. M^{me} Dereppe invite à ne pas voir le RGPD comme un gendarme, mais "comme un outil qui va permettre à chacun de respecter les données qu'il traite et une occasion de définir sa stratégie numérique".

Un avis que ne partage qu'à moitié Lieve Reynebeau : "Il y a eu des scandales provoqués par la façon dont de grosses entreprises ont abusé des données. En a résulté une législation très lourde, impossible de l'appliquer à 100 %. Mais on fait ce qu'on peut."

Olivier le Bussy