

Le RGPD a un an. Mais pas encore tous ses crocs

A défaut d'être en conformité, la protection des données s'installe lentement dans la culture d'entreprise. Et des citoyens. Bilan.

PHILIPPE LALOUX

Le 25 mai 2018 entrainait en vigueur l'une des directives les plus marquantes adoptées pendant la législature finissante de la Commission européenne : le fameux Règlement général sur la protection des données. RGPD, quatre lettres qui, disait-on, allaient bouleverser la vie numérique de 500 millions de citoyens européens et le comportement de tout acteur amené à traiter des données à caractère personnel. Depuis le coiffeur du coin et sa flotte de cartes de fidélité, à Google, en passant par les entreprises, petites et grandes, les administrations publiques, les ONG, les hôpitaux ou les écoles.

Souvenez-vous, c'était le temps où les e-mails nous invitaient à « accepter les nouvelles conditions générales d'utilisation » (CGU) s'enchaînaient par dizaines. « Panique à bord », « demi-affolement », écrivait alors *Le Soir*. Car rien ni personne n'était fin prêt pour se mettre en conformité avec ce mastodonte réglementaire impliquant très souvent de revoir ses pratiques du sol au plafond en matière de traitement des données. En gros, quelques mois après le traumatisme de l'affaire Cambridge Analytica, on devait basculer d'un monde où tout, ou presque, était permis, à un monde où désormais plus rien ne l'est sans l'autorisation explicite de l'utilisateur.

Où en est-on un an plus tard ? Au milieu du gué. « Le travail est loin d'être terminé », nous résume Nathalie Ragheno, première conseillère au département juridique de la FEB. La bonne nouvelle, c'est qu'il a commencé, ce qui n'était pas gagné il y a un an. « Personne ne s'est rendu compte de la tâche, même du côté du législateur. » Et pour cause : si la Belgique n'était ni la meilleure ni la pire élève de la classe, la mise en route du cadre législatif s'était faite avec des semelles de plomb. Là où la France était dans les starting-blocks, il aura fallu attendre le 30 juillet 2018 pour que le Parlement belge adopte la loi-cadre exécutant le RGPD. Soit deux mois après sa mise en vigueur. Gargantuesque, il comprend 280 articles qu'il aura fallu digé-

rer. « Un travail titanesque », poursuit Nathalie Ragheno.

Prise de conscience

Au final, « on ne peut pas affirmer que tout le monde est en conformité, mais il y a une vraie prise de conscience ». A ce jeu-là, ce sont évidemment les plus grandes entreprises qui s'en sont le mieux sorties. A commencer par les banques qui avaient entamé le travail bien avant. « Certaines d'entre elles ont mis en place des services de "data protection" de plus de 30 personnes. Cela représente un coût énorme. » Mais le jeu en vaut la chandelle, assure encore Nathalie Ragheno. « Personne n'a joué l'autruche. Les bons réflexes commencent à s'installer dans les entreprises, même s'il faudra encore beaucoup de piqûres de rappel. Cela a apporté plus de transparence. L'entreprise qui aura un souci avec le RGPD sait aussi qu'elle s'exposera à un souci d'image de marque. Le public prend aussi peu à peu conscience de la valeur des données personnelles, même si certains sont toujours prêts à donner beaucoup d'informations pour bénéficier d'un service ou d'un avantage. »

Tout n'est pas rose pour autant. Complexe, parfois flou, le RGPD se prêterait encore trop souvent à des interprétations à géométrie variable conduisant l'entreprise au défaut de conformité. Quand ce n'est pas l'un ou l'autre consultant improvisé qui la pousse à l'erreur. Car, si un business s'est avéré juteux depuis un an, c'est bien celui du « conseil à la protection des données ». C'est le cas essentiellement pour les petites et moyennes entreprises qui, un peu perdues, n'ont eu d'autre choix que de s'offrir leurs services. Ce l'est aussi pour certaines multinationales qui, depuis 2 ans, paient jusqu'à huit consultants à temps plein, à 1.000 euros la journée chacun.

L'autorité de contrôle

Pièces maîtresses de ce nouveau dispositif réglementaire : les autorités de contrôle que les vingt-huit Etats membres de l'Union ont dû mettre en place. Celles-ci doivent d'ailleurs coopérer dans le cas de dossiers transfrontaliers (typiquement Facebook ou Google), ce qui n'est pas de nature à accélérer les procédures. Au total, elles ont enregistré près de 145.000 plaintes. La plus féroce est sans conteste la Cnil française qui a accroché Google à son tableau de chasse en lui infligeant une amende de 50 millions d'euros (3 h 20 de son chiffre d'affaires annuel) pour infraction au RGPD, essentiellement pour manque de transparence pour l'usage des données des internautes. En Belgique, le démarrage fut plus laborieux. L'Autorité de protection

des données (APD), qui a succédé à l'ex-commission de la vie privée, a dû attendre le 29 mars... 2019 pour que le Parlement vote, enfin, la nomination de son comité de direction, lequel est installé depuis le 24 avril.

Pour autant, bien qu'intérimaire, le précédent n'a pas chômé. Avec les moyens du bord, elle n'a d'ailleurs pas lâché l'os face à Facebook, accusé de recueillir indûment des millions de données de non-membres de son réseau. Le dossier est aujourd'hui traité par la Cour de justice de l'Union européenne. En un an, l'APD a ainsi enregistré 340 plaintes, 694 signalements de « fuites de données » et 6.514 questions d'informations. Aucune sanction n'a encore été prononcée.

Patience, plaide en substance Charlotte Dereppe, directrice du service de médiation qui, très souvent, permet de désamorcer une plainte par simple courrier invitant un « Data Protection Officer » à se mettre en conformité. L'APD, désormais, c'est donc soixante-six personnes, « toutes expertes et hautement qualifiées » et cinq directeurs, autonomes, de départements pointus. De quoi donner « un véritable nouveau souffle », confie avec enthousiasme Charlotte Dereppe. « Cela change la perspective. » « Il y a une vraie conscientisation de la part des responsables de traitement des données », confirme-t-elle. Par ailleurs, « la protection des données, c'est quelque chose d'extrêmement évolutif qui change notamment en fonction des nouvelles technologies. Il y a une nécessité d'être très réactif. Ce n'est jamais acquis. » Du coup, « il ne faut pas prendre le problème sous l'angle de la conformité mais bien sous celui de la culture de la responsabilité. Il ne faut pas voir le RGPD comme une obligation légale abstraite dénuée de sens, mais bien comme une posture nécessaire pour protéger l'enjeu démocratique qui se cache derrière la protection des données ».

107

Le RGPD européen fait tache d'huile. La Californie vient par exemple d'adopter un règlement similaire. Au total, 107 pays dans le monde disposent ou préparent une loi équivalente, dont la plupart s'inspirent directement de la directive européenne.