

## ÉDITO

PHILIPPE LALOUX

### Un an de RGPD. Et de culture numérique européenne

Le 25 mai 2018 entrait en vigueur l'un des textes majeurs de cette législature européenne : le RGPD. Né dans la douleur, quelques mois après le traumatisme Cambridge Analytica, ce Règlement général sur la protection des données affichait haut et fort ses ambitions. En gros : réguler l'usage de ce nouveau carburant de l'économie numérique. Et empêcher ses acteurs de fouiller indûment dans les tiroirs de notre intimité. Le RGPD consacrait en quelque sorte un droit bétonné depuis 1948, celui du respect de la vie privée.

Un an plus tard, non, la bataille de la protection des données personnelles n'est pas gagnée. Loin de là. En Belgique comme ailleurs, personne n'avait mesuré le travail titanesque à abattre pour se mettre en conformité. A commencer par le législateur belge qui a mis des plombs avant de valider la loi-cadre ou le comité de direction de la nouvelle Autorité de protection des données. Cela fait un mois à peine que celle-ci peut, enfin, pleinement assumer ses vraies missions :

informer, conscientiser, avant de sanctionner.

Côté « opérateurs de données » (entreprises, services publics, ONG, hôpitaux...), ce texte a souvent été perçu comme une contrainte normative de plus. Ou une occasion de s'offrir un « greenwashing » numérique. Sans plus. S'y conformer, parfois, s'est résumé à afficher un écran de consente-

Derrière des directives abstraites, il y a, aussi, un socle partagé de valeurs. A protéger

ment aux « cookies », ces fameux mouchards qui se logent dans nos ordinateurs. Imparfait, souvent flou, parfois techniquement inapplicable, le RGPD a dû aussi surmonter la géométrie variable de 28 interprétations nationales.

A ce titre, d'un point de vue purement réglementaire, ce texte a sans doute manqué ses objectifs. En attendant, son impact est réel. Il dépasse de loin les 145.000 plaintes enregistrées sur le

continent pour violation supposée de données privées. Ou l'amende « symbolique » de 50 millions d'euros infligée en France à Google. Oui, en un an, cette directive est en passe de réussir l'impensable pour ce marché de 500 millions de consommateurs mais dénué de « Gafa » : créer l'embryon d'une culture numérique européenne. Pas une posture, mais une vraie culture commune dans laquelle le mot « respect » est plus qu'un slogan. Respect de la vie privée, respect des droits de propriété intellectuelle. Ou respect de la démocratie en imposant des barrières anti-fake news à Facebook, Google ou Twitter.

Une culture inspirante aussi puisque, aujourd'hui, une centaine d'États dans le monde ont adopté ou préparent des textes inspirés du RGPD. Même Microsoft, Apple ou Facebook (à demi-mot) le réclament.

A la veille du scrutin européen, il était peut-être bon de se rappeler que derrière des directives abstraites, il y a donc, aussi, un socle partagé de valeurs. A protéger.