L’Europe prend un mauvais virage en matière numérique | Le Net Expert Informatique

	L’Europe prend un mauvais virage en matière numérique

Dans l'exercice consistant à élaborer de bonnes politiques en matière numérique, l'Europe a raté son premier test majeur. Au mois de mai, la Commission européenne annonçait la création d'un marché unique du numérique réunissant 500 millions de consommateurs, censé apporter 415 milliards € au PIB de l'Union européenne et créer quelque 3,8 millions d'emplois. Seulement voilà, une récente décision autour d'une problématique numérique majeure – la confidentialité des données – menace de faire dérailler la locomotive.

Au mois de juin, les ministres de l'Intérieur et de la Justice de l'UE ont voté en faveur de la conservation de pouvoirs nationaux significatifs en matière de protection de la confidentialité numérique, plutôt que d'élaborer un ensemble de règles s'appliquant aux 28 Etats de l'UE. Si le Parlement européen venait à approuver cette proposition, la divergence des règles nationales serait alors de retour. Plus inquiétant encore, ceci ouvrirait la voie à la mise en place de dispositions rendant illégales les activités bénignes et peu risquées d'exploration des données, qui sous-tendent la publicité en ligne.

La publicité sur Internet permet aux citoyens de l'UE d'accéder à de l'information, à des contenus éducatifs, à des canaux de commerce et autres sites de divertissement, sans avoir à en payer directement l'accès. En Europe, les montants dépensés dans ce domaine sont en pleine augmentation. Les revenus du secteur ont plus que quadruplé depuis 2006, malgré la stagnation de l'économie européenne dans son ensemble. Le nouveau combat de la confidentialité en UE vient menacer toute cette évolution. Non seulement faut-il s'attendre à une importante charge administrative liée aux coûts supplémentaires et aux difficultés bureaucratiques, mais un risque réel existe également de voir ces nouvelles règles mettre à mal le modèle d'entreprise d'un grand nombre des principales sociétés européennes en ligne.

Il s'agirait d'un véritable gâchis – qui plus est facilement préventible. En 2012, la Commission européenne a formulé une proposition de remplacement de la législation de l'UE existante en matière de protection des données, dont la plus récente version avait été élaborée en 1995, époque à laquelle Internet ne jouait qu'un rôle minime dans l'économie. Le texte initial était prometteur. Il entendait harmoniser les cadres juridiques fragmentés de l'Europe, fournir aux entreprises un guichet unique fort utile, et rassurer les consommateurs en leur garantissant une utilisation appropriée de leurs données.

Malheureusement, beaucoup des propositions les plus judicieuses ont été depuis abandonnées. Lors du rassemblement ministériel du mois de juin, le principe majeur de guichet unique a été véritablement éviscéré. Plutôt que de permettre aux entreprises d'avoir affaire à l'autorité de protection des données compétente au sein du pays dans lequel ces entreprises possèdent leur siège ou leur principale implantation européenne, les Etats membres insistent aujourd'hui pour que les régulateurs nationaux conservent le contrôle. Conformément aux nouvelles règles proposées, toute autorité « concernée » pourrait s'opposer à une décision prise par un autre régulateur national, donnant lieu à une procédure d'arbitrage complexe faisant intervenir l'ensemble des 28 agences.

Les ministres ont également adopté une large définition de ce que l'on entend par données personnelles. Y figureraient ainsi à la fois les cookies (petits ensembles de données stockés sur l'ordinateur d'un internaute) et les adresses IP (code utilisé pour identifier un ordinateur lorsqu'il se connecte à Internet) – bien que ces éléments ne fournissent aucun lien en direction d'un individu donné. Au mieux, cette définition étendue et peu pointue des données personnelles menace de créer des obstacles inutiles pour les annonceurs numériques basés dans l'UE. Au pire, elle risque de plonger leur modèle d'entreprise dans l'illégalité.

Ces règles inutilement strictes en matière de données sont vouées à affecter les entreprises européennes dans une mesure disproportionnée. On peut comprendre qu'il soit demandé à Google, Facebook et autres géants américains d'Internet de solliciter le consentement explicite de leurs utilisateurs. Pour autant, le secteur européen de l'Internet est dominé par des entreprises de B to B, dont les marques peu connues traitent effectivement les données des consommateurs, mais manquent d'un contact direct avec les utilisateurs. Ainsi, la seule véritable alternative consistera pour ces sociétés Internet européennes à travailler auprès des grandes plateformes américaines, et à devenir encore plus dépendantes de celles-ci.

Bien que le Royaume-Uni, la Suède, la Norvège et les Pays-Bas comptent parmi les pays leaders de l'Internet à travers le monde, de nombreux autres Etats européens évoluent considérablement à la traîne. Ainsi, l'économie numérique contribue au PIB de l'UE à hauteur d'environ 4 %, contre 5 % aux États-Unis et 7,3 % en Corée du Sud. Les nouvelles réglementations proposées ne feront qu'accentuer cet important retard des entreprises européennes par rapport à leurs concurrentes internationales.

L'Europe est confrontée à un choix important. Bien entendu, l'UE doit pouvoir rassurer ses citoyens quant à l'utilisation appropriée de leurs données ; les mesures en ce sens peuvent contribuer à la croissance de l'économie numérique. En revanche, les dirigeants du continent ne doivent pas oublier qu'un marché unique du numérique ne pourra exister aussi longtemps que les règles accentueront la divergence des approches nationales autour de la confidentialité, et qu'elles feront obstacle à l'utilisation par Internet des données anonymes à des fins de publicité numérique. Le sort d'une génération toute entière d'entrepreneurs numériques européens est aujourd'hui en jeu.

Nous organisons régulièrement des **actions de sensibilisation ou de formation** au risque informatique, à l'hygiène informatique, à la cybercriminalité et à la mise en conformité auprès de la CNIL. Nos actions peuvent aussi être personnalisées et organisées dans votre établissement.

Besoin d'informations complémentaires ?

Contactez-nous

Denis JACOPINI

Tel : 06 19 71 79 12

formateur n°93 84 03041 84

Denis JACOPINI est Expert Judiciaire en Informatique, consultant, formateur et chargé de cours.

Nos domaines de compétence :

- **Expertises et avis techniques** en concurrence déloyale, litige commercial, piratages, arnaques Internet… ;
- **Consultant** en sécurité informatique, cybercriminalité et mises en conformité et déclarations à la CNIL ;
- **Formateur et chargé de cours** en sécurité informatique, cybercriminalité et déclarations à la CNIL.

Contactez-nous

Cet article vous plait ? Partagez !

Un avis ? Laissez-nous un commentaire !

Source : http://www.libe.ma/L-Europe-prend-un-mauvais-virage-en-matiere-numerique_a66663.html

Par Christopher Engman PDG de la société suédoise de commercialisation en ligne, «Vendemore» (Traduit de l'anglais par Martin Morel)