

Données personnelles : comment gagner la bataille

CLIQUEZ ICI
POUR DÉCOUVRIR L'ÉTUDE

Paris, le 13 décembre 2019 - “*Une grande partie de notre vie privée a disparu pour toujours, ou aussi longtemps que durera l'ère numérique*”. La sentence peut sembler définitive, mais pour **François Godement**, conseiller pour l'Asie à l'Institut Montaigne et auteur de cette nouvelle publication, il est possible et essentiel de mettre en place des moyens efficaces de régulation pour reconquérir notre vie privée.

Dans cette nouvelle étude, [Données personnelles : comment gagner la bataille](#), l'Institut Montaigne produit une évaluation concrète des principaux systèmes de régulation des données personnelles, en se fondant sur un équilibre délicat à atteindre entre trois objectifs essentiels :

- le **respect de la vie privée**, et donc des données personnelles ;
- l'**efficacité économique**, autrement dit les gains économiques pour les individus comme pour les entreprises ;
- l'**intérêt public**, notion allant ici de la sécurité nationale à la recherche médicale par exemple.

L'étude met ainsi en évidence les différences qu'il peut y avoir entre trois cas : l'Union européenne et son cadre réglementaire par le haut, la **Chine** (cas plutôt dystopique) et sa vision à la fois dynamique et étatiste de l'innovation, enfin l'**Inde**, qui conjugue des caractéristiques européennes et chinoises, tout en présentant la particularité d'être très intégrée à l'économie numérique américaine.

Partant de ces trois modèles, de leurs avantages et de leurs inconvénients, l'Institut Montaigne avance sept propositions pour réviser et améliorer le Règlement général sur la protection des données (RGPD) applicable en Europe.

*“Nous assistons probablement à une bataille mondiale entre différents modèles de gouvernance numérique, comme c'est le cas pour d'autres enjeux internationaux. Gardons en tête que l'innovation et la technologie évoluent bien plus vite que nos tentatives de régulation, et qu'il convient de trouver un équilibre entre notre propension à nous protéger par des normes et la nécessité de rester attractifs. C'est aussi dans ce sens que le RGPD doit être révisé : davantage de précision pour les entreprises, de clarté pour les utilisateurs, de règles en matière d'usage des données et d'intelligence artificielle, ou encore la création d'une possibilité de recours en responsabilité et dommages en plus des sanctions”, François Godement, conseiller pour l'Asie à l'Institut Montaigne et auteur de l'étude **Données personnelles : comment gagner la bataille**.*

La technologie est aussi pleine de promesses que mouvante. Entre 2005 et 2014, les flux de données ont été multipliés par 45. Leur contribution à l'augmentation du PIB est supérieure à celle des flux de marchandises. **Nous émettons désormais des données personnelles jour et nuit,**

qui flottent ensuite dans le cyberspace. Quels risques encouons-nous ? La tension entre droits individuels et droits souverains est certes le plus ancien conflit de la philosophie politique, mais, à l'ère du numérique, le concept de droits individuels doit être lu à l'aune de la question du respect de la vie privée : sans respect de la vie privée, nul droit individuel.

Malheureusement, la vie privée est une notion délicate à définir. La protection de la vie privée se trouve à l'intersection de l'individuel et du collectif, de la technologie et de la réglementation. Nous entrons dans une époque à la fois marquée par une **centralisation extrême des données, des plateformes et des opérateurs et par une décentralisation extrême de certaines des fonctions numériques.** La protection de la vie privée est à la fois une sphère en expansion et une réalité qui, malheureusement, s'estompe. D'un point de vue légal, elle est définie comme la protection des données, particulièrement personnelles. Pourtant, **d'autres objectifs doivent être pris en compte**, comme les gains économiques attendus ou l'intérêt public.

Splendeurs et misères du RGPD : dans quelle direction aller ? Le RGPD est un équilibre subtil entre protection des individus, nécessité commerciale de libre circulation des données, et exemptions de protection lorsque des exigences légales ou l'intérêt public sont en jeu. **L'approche européenne n'existe néanmoins pas en dehors de tout contexte.** Elle peut posséder un effet de levier grâce à la taille et à l'attractivité du marché européen des données. **Mais le risque existe que l'innovation s'épanouisse dans des environnements réglementaires moins exigeants.** On peut regretter que le RGPD ne contienne pratiquement aucune prescription en matière d'expérience utilisateur et fasse fi de l'intelligence artificielle. Il manque clairement de guidage pour les opérateurs et ne dit presque rien des réglementations sectorielles. Les différences d'interprétation ou d'application par les États membres peuvent aussi créer des inégalités de situation. En l'état, les acteurs les plus grands et les plus perfectionnés (plateformes, entreprises numériques ou même États suffisamment équipés) pourront, ponctuellement, prendre de vitesse le RGPD et en contourner certaines dispositions.

Les propositions de l'Institut Montaigne pour améliorer les forces du RGPD

Proposition 1 : renforcer le contrôle, l'application et l'adaptabilité du RGPD. Une règle ne saurait être meilleure que sa mise en œuvre réelle. Un RGPD révisé devrait éviter les restrictions nuisant à un processus de décision unique. Il devrait mettre l'accent sur la clarté, la simplicité et la facilité de la mise en œuvre.

Proposition 2 : rendre les politiques de confidentialité plus lisibles et ergonomiques. L'expérience utilisateur (UX) est aussi importante que la compréhension des règles par les utilisateurs. L'amélioration de l'expérience utilisateur est essentielle pour atteindre l'un des objectifs premiers du RGPD : permettre aux particuliers de reprendre le contrôle de leurs données personnelles.

Proposition 3 : assurer le respect effectif de la vie privée dès la conception (privacy by design). Les individus devraient être déchargés de décisions qu'ils ne peuvent prendre, et il y a dès lors un besoin de politiques, lignes directrices et instructions claires en matière de respect de la vie privée dès la conception.

Proposition 4 : donner le droit effectif d'obtenir une explication dans le cadre du RGPD. Le public a le droit d'obtenir une explication quant aux décisions prises par un traitement automatisé. L'explicabilité, la fiabilité, la responsabilité et la transparence des algorithmes doivent être garanties, particulièrement dans le secteur public.

Proposition 5 : créer la possibilité de recours en responsabilité et dommages (tort and litigation). Réguler requiert aussi de s'appuyer sur des actions *ex post*, et de créer un cadre imposant une plus grande responsabilité délictuelle. En échange de la mise en place de recours judiciaires en responsabilité *ex post*, l'exigence de transparence des algorithmes privés pourrait être moindre.

Proposition 6 : introduire des réglementations sectorielles. Certains secteurs ont besoin d'une réglementation spécifique et plus précise. Celle-ci devrait être encouragée dans le secteur de la santé, des services financiers et des données de la police.

Proposition 7: créer des données de santé simulées pour améliorer l'anonymisation. Les données de santé simulées sont une technologie nouvelle qui apporte des solutions tant pour les besoins de la recherche sur le big data en matière de santé que pour les garanties de confidentialité des données. Des études complémentaires sont nécessaires sur l'équilibre à tenir concernant ces deux nécessités.

CLIQUEZ ICI
POUR DÉCOUVRIR L'ÉTUDE

Nous vous attendons sur [Twitter](#), [Facebook](#) et sur [Instagram](#).
Inscrivez-vous à notre [Newsletter](#).

Contact presse : Lara Oliveau, responsable de la communication et des relations presse
06 99 79 43 62 / 01 53 89 05 73 - loliveau@institutmontaigne.org

À propos de l'Institut Montaigne :

Think tank indépendant créé en 2000, l'Institut Montaigne est une plateforme de réflexion, de propositions et d'expérimentations consacrée aux politiques publiques en France et en Europe. Ses travaux sont le fruit d'une méthode d'analyse et de recherche rigoureuse et critique, ouverte sur les comparaisons internationales. L'Institut Montaigne, association à but non lucratif pionnière en France, réunit des chefs d'entreprise, des hauts fonctionnaires, des universitaires et des personnalités issues d'horizons divers. Ses financements sont exclusivement privés, aucune contribution n'excédant 1,5 % d'un budget annuel de 5,7 millions d'euros (estimation 2018). À travers ses publications et les événements qu'il organise, l'Institut Montaigne souhaite jouer pleinement son rôle d'acteur du débat démocratique.