

DONNÉES, DROIT ET ÉTHIQUE FREIN OU LEVIER ?

À l'heure où les entreprises misent pleinement sur les données et l'intelligence artificielle, et où le cadre réglementaire ne cesse de se complexifier, la question ne porte plus uniquement sur ce qui est techniquement possible, mais aussi sur ce qui est souhaitable, responsable et socialement acceptable. Les données n'apportent une valeur durable que si les entreprises les gèrent de manière responsable et éthique. L'éthique fait bien entendu partie intégrante d'une bonne gestion des données.

DE L'OBLIGATION AU CHOIX STRATÉGIQUE

Les nombreuses règles relatives aux données et à l'intelligence artificielle sont souvent perçues comme un fardeau. À condition qu'elles n'entraînent pas de charges administratives inutiles, leur valeur ajoutée réside cependant dans la confiance qu'elles contribuent à instaurer. La FEB soutient les propositions de la Commission européenne visant à adapter la réglementation numérique à la réalité des entreprises. Les « omnibus numériques » entendent transformer un certain nombre de réglementations (telles que l'AI Act, le Data Act et le RGPD) en un cadre européen cohérent, plus clair et praticable. C'est de la sorte que le label de qualité européen se concrétisera dans la pratique, sans compromettre la compétitivité.

La question n'est plus de savoir si les entreprises doivent se préoccuper de la réglementation en matière de données, mais comment elles peuvent le faire de manière stratégique et renforcer ainsi la qualité, la sécurité et la fiabilité de leurs processus – à un moment où ces aspects sont plus importants que jamais.

Des études montrent que la conformité peut également apporter des avantages économiques, notamment grâce à une meilleure cybersécurité et à la prévention



des incidents¹. La réglementation n'est donc pas seulement une forme de protection, mais aussi un levier pour une plus grande efficacité et une meilleure gestion des risques.

L'ÉTHIQUE, BOUSSELE D'UNE CROISSANCE DURABLE

Outre le cadre juridique, la réflexion sur les questions éthiques ne cesse de gagner en importance. La manière dont les entreprises utilisent les données contribue à déterminer leur légitimité sociale.

Une entreprise doit se poser des questions essentielles concernant la transparence de l'utilisation des données, la proportionnalité dans leur collecte – quelles données sont réellement nécessaires et lesquelles sont simplement « un plus » – et l'absence de biais dans les données mobilisées. Il ne s'agit donc pas uniquement de technologie, mais de choix : quelles données utilisons-nous, dans quel but et dans quelles limites ?



¹ Cybersecurity economics and the benefits of GDPR, p 10.

LA VALEUR DES DONNÉES ET DE L'IA DÉPEND EN GRANDE PARTIE DE LA MANIÈRE DONT ELLES SONT UTILISÉES.

Les entreprises qui intègrent explicitement ces questions dans leur gouvernance clarifient les choses tant pour elles-mêmes que pour leurs parties prenantes. L'éthique ne constitue alors plus un simple élément supplémentaire, mais une boussole orientant l'innovation et la prise de décisions, et peut-être même un facteur décisif pour les investisseurs dans leur choix de collaborer avec l'entreprise.

Une entreprise qui s'engage clairement en faveur de la sécurité de ses données, qui communique de manière transparente à ce sujet auprès des utilisateurs et des clients et qui ne collecte pas plus de données que nécessaire en sortira gagnante. Lorsque les utilisateurs mettent volontairement leurs données à disposition pour améliorer un produit, ils font un choix autonome dans l'intérêt de l'innovation. Prenons l'exemple des données

(de paiement). Mais cette médaille a aussi son revers : lorsqu'une entreprise est victime d'une fuite de données ou d'une cyberattaque, elle subit d'immenses dommages et risque de voir ses clients et ses investisseurs se tourner vers une alternative plus fiable.

Les entreprises qui misent de manière proactive sur la confiance se démarquent. Elles nouent des relations plus solides, renforcent leur attractivité et créent une base stable pour l'innovation. La confiance se traduit ainsi directement en compétitivité. Il ne s'agit pas seulement de respecter les règles, mais de faire preuve de crédibilité dans la pratique : transparence, cohérence et comportement responsable.

LE JUSTE ÉQUILIBRE COMME AVANTAGE CONCURRENTIEL

Le défi pour les entreprises consiste à trouver un équilibre entre innovation, compétitivité et protection. Une rigidité excessive peut constituer un frein à l'innovation – surtout à l'ère de l'IA, où la vitesse du changement est exponentielle –, tandis qu'un manque de cadre sape la confiance.

Un cadre réglementaire cohérent, proportionné et clair joue un rôle crucial. Si elles sont claires et praticables, les règles soutiennent les entreprises au lieu de les freiner, mais ce n'est pas encore le cas en Europe. L'intention est souvent très bonne, mais il y a des progrès à faire au niveau de la mise en œuvre.

C'est précisément pour cette raison qu'il est indispensable que les entreprises fassent entendre leur voix dans ce domaine. Elles doivent pouvoir contribuer activement au débat afin de créer ensemble un environnement qui favorise l'innovation tout en garantissant la protection des personnes et l'utilisation responsable des données. Ainsi, l'Europe fera de son cadre réglementaire non pas un handicap, mais un véritable gage de qualité et de confiance.

AU-DELÀ DE LA SIMPLE CONFORMITÉ

Les données, le droit et l'éthique vont au-delà de la simple conformité. Ils touchent au cœur même de l'entrepreneuriat : comment créer de la valeur de manière responsable et durable ? N'en déplaise aux startups qui appliquent généralement le slogan « do now, regulate later », les entreprises auraient tout intérêt à intégrer la stratégie européenne en matière de données dans leur business model.

Les entreprises qui y parviennent démontrent que la confiance, l'honnêteté et la responsabilité ne sont pas des principes abstraits, mais les fondements concrets de la réussite. Les données, le droit et l'éthique ne constituent pas un frein à l'innovation, mais une condition indispensable pour qu'elle soit un succès sur le long terme. □

que les consommateurs partagent sur l'utilisation d'un appareil et que le fabricant peut exploiter pour optimiser son produit. Une entreprise qui utilise ce type de données à l'insu et sans le consentement du client risque une atteinte à sa réputation si cela est exposé au grand jour ou si les données font l'objet d'une fuite à la suite d'un cyberincident.

LA CONFIANCE CRÉE DE LA VALEUR

Dans une économie numérique, la confiance devient un facteur déterminant de réussite. Il y a dix ans, ceux qui réservaient un voyage sur internet ou achetaient un cadeau de Noël par carte bancaire le faisaient souvent avec une certaine appréhension. Aujourd'hui, le commerce en ligne est aussi courant que d'entrer dans un magasin physique : c'est parce que les clients sont confiants quant à la sécurité de leurs données

