

Le Journal Economique

Home > Economie > Vu des USA, le RGPD va coûter cher aux entreprises européennes

Vu des USA, le RGPD va coûter cher aux entreprises européennes

By *La Rédaction* on 12/11/2018

Share

Tweet

Share

Share

0 comments

Dans un entretien accordé à la presse française, le patron du plus grand salon dédié aux technologies – le CES de Las Vegas – affirme que le RGPD va coûter cher aux entreprises européennes en termes de compétitivité.

Le RGPD, une tannée pour les entreprises européennes ?

Mis en place en mai 2018, le RGPD – Règlement européen sur la protection des données – vise à apporter aux citoyens européens un moyen d'exercer un contrôle sur la façon dont les entreprises collectent et exploitent leurs données sur le web. La fameuse Data est l'élément central du business du web d'aujourd'hui. Elle permet aux entreprises et marques de cibler et tracker leurs prospects et leurs clients, de leur adresser des messages personnalisés, voire parfois de les matraquer de publicités. C'est d'ailleurs en réponse à ce phénomène que l'UE a souhaité mettre en place un règlement strict de protection des données. Les entreprises collectant et utilisant de la data doivent la sécuriser mais aussi la mettre à disposition des citoyens et le cas échéant l'effacer à leur demande.



Cette approche est justement celle que critique vivement Gary Shapiro, le patron du puissant CES de Las Vegas. Le Consumer Electronic Show est ce salon international qui s'est imposé en quelques années à peine comme le plus grand raout des startups du monde entier. La France avait l'an passé représenté la deuxième plus grande délégation en termes de nombre de jeunes pousses présentes.

Mais pour Gary Shapiro, le RGPD va vite représenter un problème de compétitivité: « *La France a des startups très dynamiques mais le règlement européen sur la protection des données (RGPD) adopté en mai par l'Union européenne va brider considérablement la capacité d'innovation européenne* ».

Se priver de la Data, une erreur stratégique

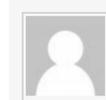
C'est deux visions diamétralement opposées que Gary Shapiro expose dans cet entretien. L'entrepreneur avance ainsi que la France «*va rater beaucoup des futures vagues technologiques, parce que l'Union européenne avec le RGPD est extraordinairement concentrée sur la défense de la vie privée des individus*».

Plus grave encore, selon lui, c'est toute la zone Europe qui va subir de plein fouet les effets néfastes d'une trop forte régulation, en accusant du retard en termes d'innovation « l'Europe va perdre du terrain sur la Chine et sans doute aussi sur les États-Unis ».

Le RGPD relève presque du non-sens absolu pour Gary Shapiro qui témoigne un sentiment commun partagé par nombre d'entrepreneurs américains. Se priver de la data est une erreur stratégique: «Aux États-Unis, la vie privée est importante aussi, mais il y a un équilibre entre la défense de la vie privée et l'innovation. Or la donnée c'est la nouvelle richesse, on a besoin de la donnée partout, maintenant».

Une erreur d'autant plus cruelle pour Gary Shapiro que la France est particulièrement bien dotée en startups innovantes et performantes. Le RGPD vient selon lui tout simplement freiner leur développement, voire même les stopper en plein vol. Car si les licornes – ces startups à la croissance fulgurante valorisées à plus d'1 milliard de dollars – sont encore assez rares en France, il s'agit juste d'une question de temps pour l'homme. Et le RGPD leur met déjà du plomb dans l'aile.

entreprises européennes RGPD



About La Rédaction

RELATED POSTS



LEAVE A REPLY

Votre adresse de messagerie ne sera pas publiée. Les champs obligatoires sont indiqués avec *

Commentaire

Nom *

Adresse de messagerie *

Site web

Prévenez-moi de tous les nouveaux commentaires par e-mail.

Prévenez-moi de tous les nouveaux articles par e-mail.

Laisser un commentaire

Ce site utilise Akismet pour réduire les indésirables. [En savoir plus sur comment les données de vos commentaires sont utilisées.](#)