

# Les piliers d'une véritable stratégie de relance



IVAN VAN DE CLOOT

*Chef économiste, Itinera Institute*

Pour ceux qui ne s'en rendent pas encore compte: nous sommes en guerre. Une bataille fait rage dans le monde financier et économique, et elle touche aux fondements de notre système. Bien entendu, l'heure est à la gestion de crise. Les déséquilibres qui ont mené à la crise actuelle ont été construits au fil des années. Ce qui pose problème, c'est que les nombreux avertissements contre l'accumulation de la dette, les bulles des prix des actifs et l'utilisation d'effets de levier par les banques ont été constamment ignorés.

La qualité de gestionnaire de crise appartient, entre autres, à la Banque centrale européenne. Nul ne la lui conteste, mais lorsque nous nous imaginons que nous pouvons tout nous permettre en matière d'économie, nous jouons à la roulette russe. L'idée est que, si rien ne va plus, la BCE tirera, de toute façon, encore les marrons du feu. Cette situation est comparable à la morale religieuse qui permet, aux fidèles, meurtres et autres crimes, car les portes du paradis seront malgré tout ouvertes à chacun qui, avant sa mort, achètera des indulgences. Bien que je sois convaincu du côté moral des processus économiques, je tiens à souligner que l'illusion d'un prêteur en dernier ressort qui serait infiniment présent, peut également installer une instabilité structurelle dans l'économie. S'enorgueillir des bas taux d'intérêt alors qu'il ne s'agit que d'une conséquence de la crise de l'euro, c'est vraiment aller trop loin. Mais ne vous méprenez pas: s'il y a du feu, on doit l'éteindre.

## Stratégie de relance

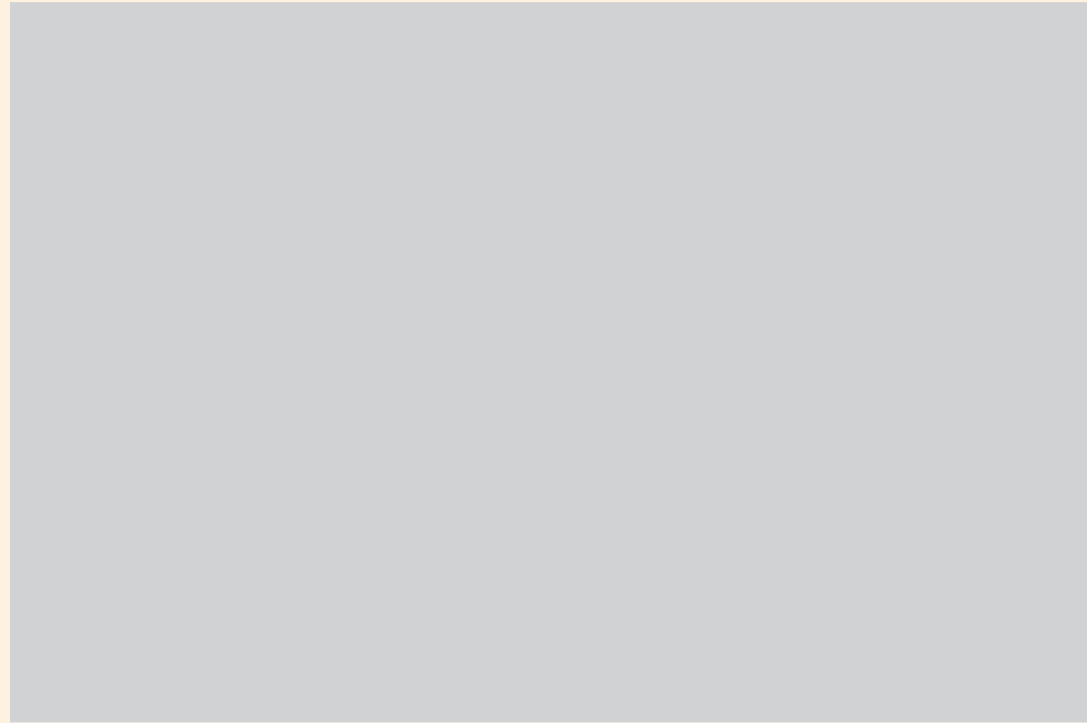
La première étape, sur le très court terme, est l'achat d'obligations d'État. Cela a pour effet direct de réduire la panique des marchés financiers. Cet achat devra cependant être accompagné par une véritable politique de croissance.

Dans le cadre du contrôle budgétaire, le gouvernement a présenté un certain nombre de mesures de relance, telles que la réduction forfaitaire du précompte professionnel pour les petits et moyens revenus, la création de stages en entreprise et la diminution des charges pour les PME.

Dans un rapport intitulé «Dix piliers pour une politique stratégique de relance»<sup>(1)</sup>, l'Institut Itinera propose quelques pistes pour donner à l'économie belge un élan de croissance. Par le biais de ce rapport, il veut fournir l'inspiration nécessaire au gouvernement et aux politiques.

## Economie verte

Les marges sont évidemment limitées. Cela dit, rien n'empêche une redistribution du budget vers des applications permettant à notre pays de retrouver les sources de la



croissance économique. Les emplois verts ont un potentiel important et, en particulier, les projets qui s'auto-amortissent. En effet, les économies d'énergie qu'ils entraînent sont prioritaires et ils peuvent être financés par un système de tiers payant. L'instrument tarifaire comme levier le plus puissant pour la mobilisation du secteur privé doit être accompagné d'une politique de recherche et développement ambitieuse.

## Plus d'exportations hors Europe

Le potentiel de concurrence de notre pays est le premier pilier: cela signifie que nos exportations doivent également être plus orientées vers l'extérieur de l'Europe. La Belgique doit trouver plus de leviers sur les marchés internationaux. Indépendamment de la façon par laquelle la crise de l'euro se termine, le poids économique des différentes régions du monde sera redistribué. L'internationalisation exige aussi de réduire l'anxiété face aux risques qui y sont liés, comme par exemple l'assurance-crédit. À cet égard, nous devons communiquer plus directement avec les dirigeants étrangers sur les nombreux avantages immatériels de notre pays. Dans tous les cas, un autre mix de financement de nos entreprises s'impose suite à la transformation du «business model» de nos banques.

## Investir dans des produits difficiles à copier

Le contrôle des salaires et le remplacement des charges sur le travail par des impôts sur d'autres sources telles que la consommation, restent des besoins stratégiques. Les coûts sont un point d'attention indispensable, mais insuffisant. Étrangement, notre pays ne propose qu'une faible participation dans des produits innovants qui s'avèrent complexes et difficiles à copier (11,1% contre 25% dans les pays voisins). La Belgique ne doit donc pas purement investir dans des produits innovants, mais plutôt dans des produits complexes, ce qui n'est pas toujours pareil. En ce sens, une meilleure valorisation des connaissances bâties dans les institutions de la connaissance (adaptation des coûts/procédures de demandes de brevets) est essentielle.

**S'enorgueillir des bas taux d'intérêt, alors qu'il ne s'agit que d'une conséquence de la crise de l'euro, c'est vraiment aller trop loin.**

**Ne vous méprenez pas: s'il y a du feu, on doit l'éteindre!**

## L'innovation à l'exportation façon allemande

Au lieu de se concentrer sur l'innovation de produits et procédés, nous devons développer des stratégies innovantes complémentaires, avec une attention pour les aspects moins explicites que sont la distribution, la fiabilité de livraison, le marketing et le service après-vente... Comme l'Allemagne s'y entend, nous décrivons cet aspect comme la poursuite de l'innovation à l'exportation façon allemande.

## Encourager l'exportation des services et éliminer les entraves à la concurrence

En comparant avec les autres pays, nous voyons que notre pays pourrait mieux valoriser son expertise dans la prestation de services. Encourageons les initiatives internationales d'exportation de services. En ce sens, nous devons passer d'un soutien théorique vers un soutien plus systématique des nouvelles initiatives technologiques. Les entraves à la concurrence, en matière de services, doivent être éliminées autant que possible.

## Activer le capital humain

Il est crucial, en temps de crise économique, de ne pas créer une génération perdue. À cet égard, l'alignement de l'enseignement sur le marché du travail est essentiel. En ce sens, la récente initiative de s'engager avec force dans les stages peut s'avérer importante. De manière générale, il est fortement recommandé de réorienter les moyens disponibles en politique de l'emploi, qui servent actuellement surtout pour des subsides sélectifs ou des réductions salariales, en activation des services (formation, mobilité, stages, etc.) qui développent de façon maximale la disponibilité et l'employabilité des talents humains. Pour ce faire, et vu la complexité de la structure de l'État belge, il est important que les différents niveaux de gouvernance soient impliqués.

Certaines mesures radicales, comme la transition rapide vers une union bancaire responsabilisée, sont urgentes. En même temps, nous devons préparer le terrain pour une véritable croissance économique. Comme chacun sait, l'achat d'obligations d'État n'est pas un substitut à l'insufflation de l'esprit d'entreprise chez les jeunes.

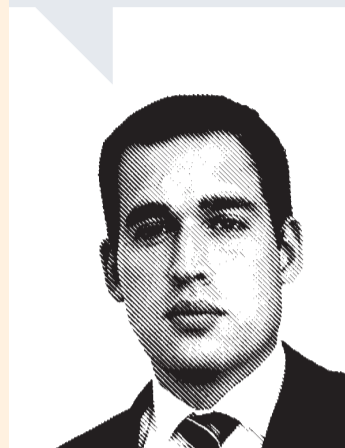
(1) Itinera propose 10 piliers pour une politique de relance stratégique. Ce rapport est disponible sur [www.itinerainstitute.org](http://www.itinerainstitute.org)



HERMAN DAEMS

Une photo erronée de l'auteur de l'article «Je préfère que les actionnaires s'expriment» a malencontreusement paru hier. Nos excuses aux deux intéressés: MM. Daems ci-dessus (BNP Paribas Fortis) et Dams (procureur d'Anvers).

## Loi sur les cookies: qui ne dit mot consent?



GUILLAUME RUE

*Avocat, Cairn Legal*

Le 28 juin 2012, le Sénat a approuvé le projet de loi portant des dispositions diverses en matière de communications électroniques. Ce projet de loi devrait être publié au Moniteur belge à la rentrée et entrer en vigueur dans la foulée.

La loi transpose, avec retard, la directive «ePrivacy 2002/58/EC» modifiée en 2009. Elle contient, notamment, la réglementation sur l'utilisation des cookies sur internet. Les discussions autour de cette réglementation mettent en évidence, ce n'est pas une nouveauté, le clivage entre l'industrie de la publicité sur internet et les ardents protecteurs de la vie privée.

Les cookies (ou «témoins de connexion») sont de petits fichiers textes stockés sur l'ordinateur de l'internaute par le serveur web visité. Certains cookies mémorisent des préférences de l'internaute telles que la langue ou le panier d'achats effectués sur une boutique en ligne. D'autres cookies permettent d'obtenir des informations analytiques quant au comportement de l'internaute (combien de fois un visiteur a consulté le site, les liens sur lesquels il a cliqué...). Les cookies sont parfois critiqués pour l'usage excessif qu'en font les régies publicitaires, qui créent une base de données qui recense l'historique de la navigation de l'internaute afin d'afficher une publicité ciblée au plus près de ses centres d'intérêt. Les cookies représentent un enjeu commercial majeur dès lors que le placement de publicités sur internet repose en grande partie sur leur utilisation. Pour cette raison, l'industrie a notamment développé des outils puissants dont le caractère intrusif inquiète les protecteurs de la vie privée.

## Consentement

La loi contient trois éléments importants. Tout d'abord, le stockage de cookies n'est autorisé qu'après que l'utilisateur a donné son consentement. Auparavant, une absence de refus suffisait. Ensuite, ce consentement doit être précédé d'une information claire et précise concernant les objectifs du traitement opéré par ces cookies. Enfin, le responsable donne gratuitement la possibilité à l'utilisateur de retirer le consentement de manière simple. À noter toutefois que les informations préalables et le consentement ne sont pas requis pour certains types de cookies (ceux dont le seul but est de réaliser l'envoi d'une communication ou de fournir un service demandé expressément par l'utilisateur lorsque c'est strictement nécessaire à cet effet).

La mise en œuvre pratique de cette loi soulève de nombreuses questions: qui est responsable de respecter les obligations, en particulier lorsque sur une même page web les cookies sont stockés par plusieurs intervenants (l'éditeur du site, des régies publicitaires...)?

Quid des sites situés dans des pays étrangers? Quelles informations faut-il communiquer et comment? La nouvelle loi, qui a transposé la directive de manière assez littérale, ne répond pas à toutes ces questions. Certains le regrettent au nom de la sécurité juridique. Mais dans un milieu où la technologie évolue sans cesse (et où elle est bien souvent à la fois la cause, mais aussi la solution des problèmes) il est sans doute louable que la loi n'ait pas instauré un cadre trop précis. Il faudra donc se référer à la pratique, aux directives des organismes concernés par la matière (IBPT, Commission vie privée...) et à la jurisprudence.

Une question essentielle fait l'objet de nombreux débats depuis des mois: quelle est la forme du consentement de l'utilisateur? On retrouve ici le clivage susmentionné entre les partisans d'un encadrement peu contraignant de façon à assurer la convivialité des sites et les partisans d'une application plus stricte de la loi afin de protéger au mieux les utilisateurs.

Le consentement peut-il être implicite? Certains considèrent que si l'utilisateur paramètre son navigateur Internet de façon à accepter les cookies, il donne un consentement implicite suffisant. La directive «ePrivacy» envisage expressément pour autant que cela soit techniquement possible et effectif. Or certains cookies, parmi les plus intrusifs, ne sont pas

**Certains considèrent que si l'utilisateur paramètre son navigateur internet de façon à accepter les cookies, il donne un consentement implicite suffisant.**

contrôlables par le navigateur internet (flash cookies, evercookies...) et nécessitent le paramétrage d'applications spécifiques. En outre, un grand nombre d'utilisateurs ne sont pas suffisamment familiers avec ces outils et leurs paramètres. Il est donc difficile de tenir pour acquis que le paramétrage du navigateur soit, dans tous les cas, suffisamment effectif.

Pour les farouches protecteurs de la vie privée, il faut que le consentement fasse l'objet d'un «opt-in», c'est-à-dire que l'utilisateur marque positivement son accord pour recevoir des cookies. Parmi les méthodes suggérées, une fenêtre «pop-up» avec des boutons, une bannière en haut d'une page web, une zone de demande de consentement en surimpression sur la page, des cases à cocher lors de l'inscription à un service en ligne... Ce système s'oppose à l'«opt-out» où le consentement est présumé et où l'utilisateur «coche» pour ne plus recevoir de cookies. En Belgique, la loi ne tranche pas entre les deux systèmes.

La question du consentement met aussi en évidence la disparité des systèmes mis en place en Europe. Ainsi en France, la CNIL s'est prononcée en faveur de l'opt-in alors qu'au Royaume-Uni, l'ICO accepte le consentement implicite. Or des interprétations différentes, plus ou moins restrictives, de la législation européenne pourraient avoir des conséquences économiques sur les parties concernées. L'utilisateur ne bénéficie pas d'un même niveau de protection et les fournisseurs sont soumis à des obligations plus ou moins lourdes selon les États.

Dans l'attente de solutions techniques globales effectives, toutes les sociétés concernées par le placement de cookies devraient, dès que possible, procéder à un audit de leurs cookies (et ceux des tiers placés sur leur site) et déterminer, au regard des nouvelles règles, la solution d'obtention du consentement la plus appropriée.