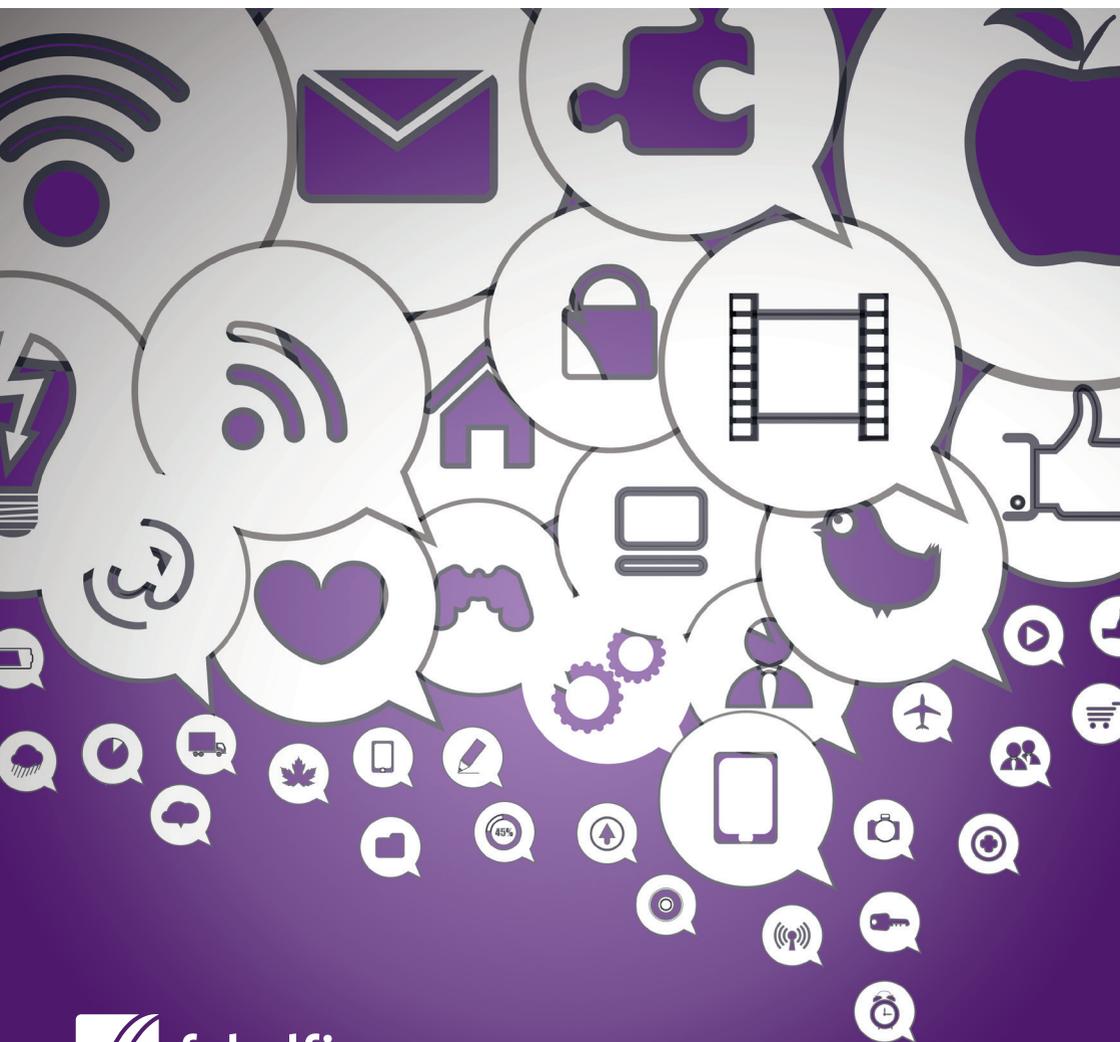


La banque numérique et votre vie privée : une question de confiance réciproque





Febelfin asbl est la Fédération belge du secteur financier. Elle concilie les intérêts de ses membres avec ceux des décideurs politiques, des autorités de contrôle, des associations professionnelles et des groupes d'intérêt aux niveaux national et européen.

Visitez aussi www.febelfin.be

+260
membres

11

membres disposant d'un statut particulier

5

associations constitutives

*(ce sont des institutions et des organisations financières non bancaires) :
l'Association professionnelle belge des Sociétés de Factoring, la Belgian Venturing
Association, Belsipa, le Conseil d'agrément des Agents de Change, Euroclear,
Isabel, LCH, Clearnet, Euronext, SWIFT, Worldline, Dexia.*

Introduction et contexte.....	4
1. Quelles sont les attentes du consommateur à l'ère du numérique ?	8
1.1. En Belgique, la banque en ligne est entrée dans les mœurs	8
1.2. La protection de la vie privée ne laisse pas le Belge indifférent	11
1.3. Le Belge attache une grande importance à la transparence et à la liberté de choix.....	12
1.4. Le Belge est ouvert au traitement des données en faveur du service au client	13
1.5. Les informations financières sont des informations sensibles pour le consommateur belge	14
1.6. Le Belge a confiance dans le fait que sa banque traite ses données personnelles en toute discrétion	15
1.7. Éléments ressortant de l'enquête	18
2. Que peut impliquer pour le client le traitement des données à caractère personnel par la banque ?.....	20
2.1. Prestation de services plus efficace	20
2.2. Protection contre la fraude.....	21
2.3. Gestion financière d'un budget.....	21
2.4. Offres taillées sur mesure pour le client	23
3. Qu'attendre de votre banque en matière de protection de vos données personnelles à l'ère de la banque numérique ?	24

Liste des graphiques

Graphique 1 : Profil du client bancaire belge moyen.....	9
Graphique 2 : A quelle fréquence faites-vous les opérations suivantes ?	10
Graphique 3 : Nombre d'abonnements à la banque en ligne et à la banque mobile	10
Graphique 4 : S'agissant de la protection de votre vie privée, laquelle des affirmations ci-dessous vous correspond le mieux ?.....	11
Graphique 5 : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?	12
Graphique 6 : Quel intérêt voyez-vous à chacune des possibilités suivantes, sur la base du traitement de vos données personnelles ?.....	14
Graphique 7 : Quel degré de sensibilité attribuez-vous aux informations ci-dessous ?.....	15
Graphique 8 : Dans quelle mesure faites-vous confiance aux organisations ou institutions ci-dessous lorsqu'il s'agit du traitement des données personnelles (conservation, traitement de vos données personnelles) ?.....	16

La révolution numérique a fondamentalement bouleversé le secteur financier. L'émergence d'une multitude de services en ligne et mobiles dans la vie quotidienne - et donc aussi financière - du citoyen ouvre de nombreuses opportunités. Cette révolution suscite également un certain nombre d'inquiétudes dans le domaine de la vie privée et de la sécurité, notamment en ce qui concerne le traitement des données personnelles par votre banque.

Quelles sont les attentes du client à l'ère du numérique ? Comment la banque peut-elle y répondre ? Quelles possibilités le traitement des données à caractère personnel par votre banque offrira-t-il dans les années à venir ?

Pour répondre à ces questions, Febelfin a réalisé en 2015, en collaboration avec le bureau d'études Profacts, une enquête en ligne concernant les attentes des consommateurs en termes de vie privée et de traitement de données par les banques. Un échantillon représentatif de 2.072 Belges a pris part à cette enquête .

Le **chapitre 1** de cette brochure propose un aperçu des **résultats** de cette enquête.

Les constats suivants peuvent être épinglés :

- La grande majorité des consommateurs belges attache de l'importance, voire beaucoup d'importance à la vie privée. Plus de la moitié des personnes interrogées agissent en fonction de ce critère.
- Le consommateur belge adopte une position nuancée en ce qui concerne le traitement de ses données personnelles :
 - il admet le traitement des données s'il s'effectue dans le cadre d'une offre de produits personnalisée ou de tarifs adaptés;
 - la transparence et le consentement au traitement des données vont toutefois toujours de pair dans ce cadre.
- Le consommateur belge fait confiance à sa banque quant à la discrétion du traitement de ses données personnelles.

L'innovation technologique est le moteur de la révolution numérique dans les services financiers. Les banques et les clients effectuent des transactions en ligne. Ils communiquent en temps réel via les médias sociaux. Les clients effectuent des paiements avec leur smartphone, sans impératif de temps ou de lieu, produisant ainsi des données à caractère personnel à un rythme sans précédent. Certaines banques sont en mesure de proposer un traitement largement numérique d'une

1 Sauf mention contraire, les graphiques dans le présent document proviennent tous des résultats de cette enquête.

demande de crédit. Les acteurs technologiques et les plates-formes de médias sociaux ont accès à de grandes quantités de données personnelles de leurs clients, qu'ils peuvent traiter et analyser avec une rapidité et une précision sans précédent, et manifestent un intérêt croissant pour les données à caractère financier (« Big Data »).

À l'heure actuelle, les gens se posent à juste titre de très nombreuses questions sur l'utilisation et le traitement des données personnelles par les banques. Pourtant, les banques ne traitent pas les données personnelles à la légère ou uniquement pour servir leurs propres intérêts. Le traitement des données personnelles présente aussi des avantages pour le client. Quelques-uns de ces avantages sont évoqués au **chapitre 2**. C'est notamment un moyen d'offrir un meilleur service, de protéger les clients contre la fraude, d'aider les clients à mieux comprendre et planifier leur situation financière mais aussi de leur proposer une offre de services plus personnalisée.

Les nouvelles évolutions technologiques qui sous-tendent la numérisation des services financiers ouvrent de nouvelles voies, des opportunités que le secteur et le client ne peuvent pas laisser passer et qui servent notamment l'intérêt social. Car, à l'instar du High Level Expert Group mis en place par le Ministre des Finances et chargé de réfléchir au futur du secteur financier belge (voir encadré), le secteur bancaire est convaincu que ces nouvelles opportunités constitueront un atout pour la société dans son ensemble.

Le High Level Expert Group mis en place par le Ministre des Finances et chargé de réfléchir à l'avenir du secteur financier belge, a mis en lumière les opportunités que peuvent présenter un traitement et une analyse judicieuse des données (« Big data ») pour les banques, leurs clients et la société. Dans sa huitième recommandation « Numérisation des services financiers et promotion de la croissance des FinTech », le groupe d'experts déclare :
« (...) Le secteur financier pourrait davantage recourir aux données numériques comme les Big Data pour mieux cerner les besoins des clients et développer de nouvelles formes de prestations de services et de projets d'affaires. (...) »

Vie privée et Big Data

Le cas échéant, les lois nationales sur la protection des données et la vie privée devraient être modifiées de manière à permettre le traitement des Big Data qui offrent aux clients et à la société dans son ensemble des avantages tels qu'une meilleure perception des besoins des clients, une analyse des risques plus efficace et la détection des pratiques frauduleuses. Une réglementation européenne proactive sans « goldplating » est souhaitable à cet égard. »

Toutefois, cela ne signifie pas que ce qui est techniquement possible soit pour autant autorisé. Tout comme c'est le cas aujourd'hui, le traitement des données personnelles par les banques devra, dans un environnement de plus en plus numérique, obéir aux règles légales et bénéficier du consentement du client lorsque la loi le prescrit. Quant à ce que vous êtes en droit d'attendre aujourd'hui en tant que client, les questions les plus fréquentes ont été rassemblées dans le **chapitre 3**.

Évidemment, cette matière évolue rapidement et c'est bien pourquoi les banques devront également déterminer avec leurs clients dans les années à venir comment concilier au mieux les aspirations de ceux-ci vis-à-vis de ces nouvelles opportunités et de leurs attentes en termes de protection de la vie privée.

Le secteur est et reste convaincu que même dans le cadre de la banque numérique, un traitement correct et sûr des données personnelles demeurera le garant d'une bonne relation bancaire.



Quelles sont les attentes du consommateur à l'ère du numérique ?

Ces dernières années ont été marquées au sceau d'une véritable révolution numérique. L'environnement technologique de pointe dans lequel nous évoluons aujourd'hui est dès lors bien différent de celui que nous connaissons il y a plus ou moins 10 ans.

La numérisation poussée touche également le secteur financier. Le citoyen belge utilise par exemple de plus en plus souvent son smartphone et sa tablette pour effectuer ses opérations bancaires. De leur côté, les banques innovent en permanence afin de répondre, en cette ère du numérique, aux besoins de leurs clients. Quelques exemples : les applications bancaires pour montres intelligentes, la possibilité de se connecter à une application bancaire par une simple empreinte digitale, etc.

Les progrès majeurs de la numérisation ont également entraîné une forte augmentation de la production de données. Le défi consiste, pour le secteur financier, à utiliser cette abondance de données personnelles au profit tant du client que de sa banque.

1.1. En Belgique, la banque en ligne est entrée dans les mœurs

Pour pouvoir évaluer clairement les attentes des consommateurs à l'égard du traitement des données personnelles par la banque, il est important de définir au préalable le profil du client bancaire belge moyen.

Selon une récente étude menée par le Boston Consulting Group², 47% des clients en Belgique auraient le profil de « clients hybrides ». Cela signifie qu'ils utilisent les applications numériques proposées par leur banque, mais aussi qu'ils se rendent encore régulièrement à l'agence. Ceci montre que les services complémentaires supposant une présence physique et les conseils personnalisés conservent une valeur ajoutée aux yeux d'un grand nombre de clients, en dépit de la forte progression des services en ligne/de la banque via internet. Le secteur va donc continuer à axer ses efforts sur tous ses canaux afin de répondre aux besoins de tous les clients.

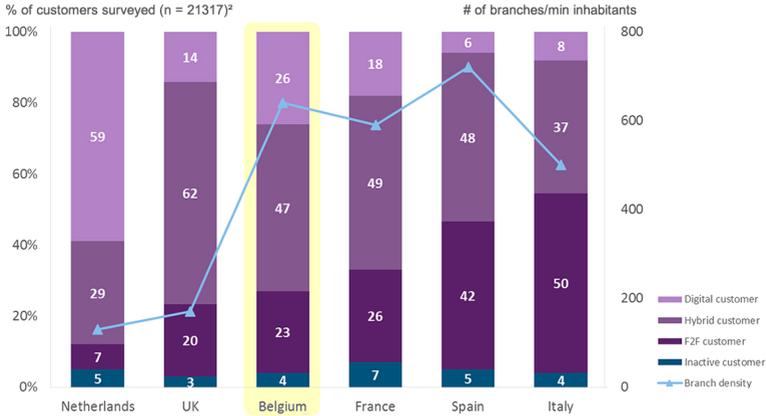
2 « Bionic Bank Survey », Boston Consulting Group, November 2015.

Graphique 1 : Profil du client bancaire belge moyen

Customer segmentation by country

Based on online sample and corrected for population without internet access

% of customers surveyed (n = 21317)²

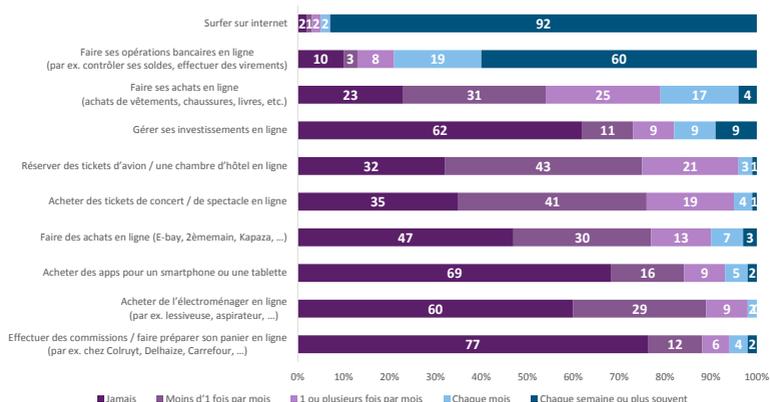


Le profil en partie numérique du Belge moyen est également confirmé par les résultats de l'enquête de Febelfin. Surfer sur le web se révèle être la principale activité numérique des répondants. Parallèlement, la banque en ligne occupe également une place importante dans l'emploi du temps numérique du consommateur belge. Cela démontre que le secteur bancaire est largement présent dans les activités numériques quotidiennes de la grande majorité des Belges.

- **87% des répondants ont indiqué effectuer des opérations bancaires en ligne au moins une fois par mois.**
- **60% ont indiqué que cela leur arrivait une fois par semaine, voire plus souvent.**

Cela montre que la banque en ligne, en tant qu'outil permettant d'effectuer aisément des transactions bancaires, a pris une place importante dans les activités numériques des Belges.

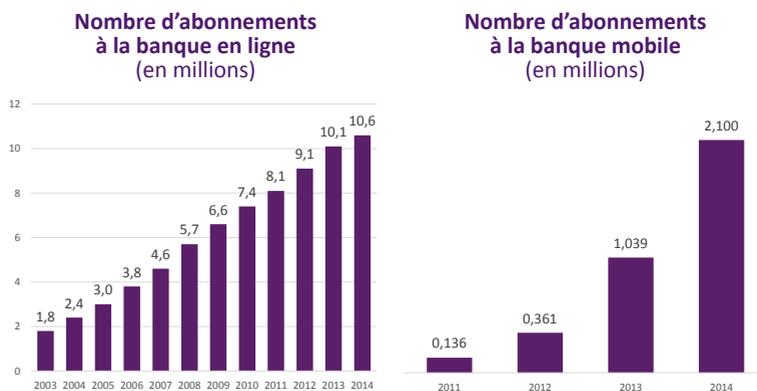
Graphique 2 : A quelle fréquence faites-vous les opérations suivantes ?



Cette tendance est aussi confirmée par les chiffres de Febelfin³. En 2014, on ne comptabilisait pas moins de 10,6 millions d'abonnements à la banque en ligne.

Si l'on prend également en compte les services bancaires mobiles, on peut y ajouter 2,1 millions d'abonnements supplémentaires. Le graphique ci-dessous indique que le nombre d'abonnements aux services bancaires mobiles a connu une croissance exponentielle ces dernières années.

Graphique 3 : Nombre d'abonnements à la banque en ligne et à la banque mobile



3 Enquête de Febelfin auprès des banques membres, <https://www.safeinternetbanking.be/fr/chiffres>

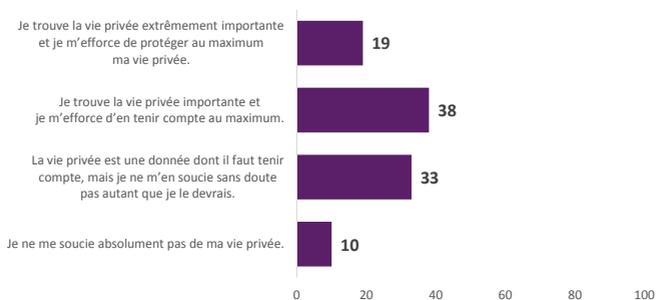
Il va sans dire que cette évolution va encore s'intensifier au cours des prochaines années. Dans sa brochure « Driving the Digital Transformation », la Fédération bancaire européenne (FBE) indique également que 315 millions d'Européens utilisent tous les jours internet⁴. **En 2018, 214 millions d'entre eux devraient également avoir recours aux services bancaires mobiles.**⁵

1.2. La protection de la vie privée ne laisse pas le Belge indifférent

L'étude de Febelfin et Profacts révèle que **plus de la moitié des Belges attachent de l'importance, voire beaucoup d'importance, aux questions touchant à la sphère privée et cherchent activement à protéger leur propre vie privée.**

Environ un tiers des Belges estiment que la protection de la vie privée est importante tout en reconnaissant s'en préoccuper (trop) peu. 10% seulement ne s'inquiètent absolument pas de la protection de leur vie privée.

Graphique 4 : S'agissant de la protection de votre vie privée, laquelle des affirmations ci-dessous vous correspond le mieux ?



Il est intéressant de constater qu'en matière de vie privée, nombreux sont ceux qui établissent une **nette distinction entre une approche plutôt commerciale du traitement de leurs données à caractère personnel et toutes autres formes de traitement des données.** Parmi ces dernières, on trouve par exemple la détection des transactions de paiement frauduleuses aux fins de protection du citoyen et de son épargne. Ce constat est confirmé par une récente enquête menée aux Pays-Bas par la Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer, selon laquelle 69% des répondants déclarent estimer acceptable à très acceptable que leur banque utilise les données à caractère personnel dans le cadre de la lutte contre la fraude⁶.

4 D'après les données d'Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/information-society/data/database>

5 « European Digital Banking Forecast, 2014 To 2018 », Forrester Research

6 « Opmvattingen van Nederlanders ten aanzien van het gebruik van betaalgegevens door banken en andere praktijken », Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer, septembre 2015

1.3. Le Belge attache une grande importance à la transparence et à la liberté de choix

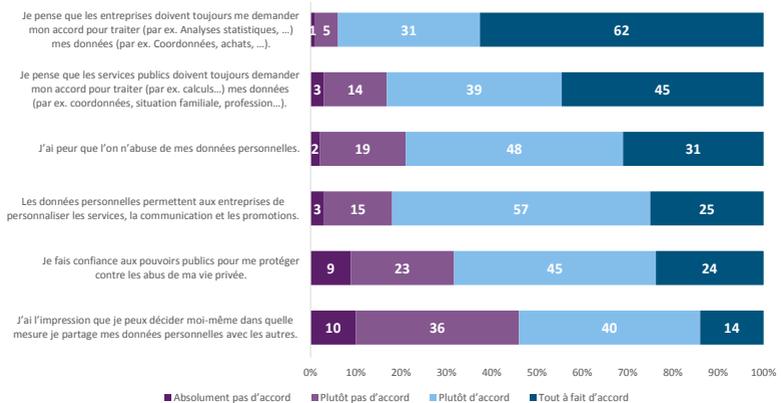
Tout comme le Belge est très attaché à la protection de la vie privée, on constate aussi qu'il **accorde une importance primordiale à la liberté de choix** au niveau du traitement de ses données personnelles.

Ainsi, il ressort des résultats de l'enquête qu'une grande majorité de la population belge estime qu'une entreprise doit en toutes circonstances demander l'autorisation lorsqu'il s'agit de traiter des données personnelles. Seuls 6 % pensent le contraire. La population belge semble d'ailleurs en attendre tout autant pour les services publics.

La loi autorise cependant souvent que les données personnelles soient traitées sans le consentement du client. Ainsi, une banque est légalement tenue de communiquer certaines données personnelles aux pouvoirs publics dans le cadre de la lutte contre les pratiques de blanchiment d'argent et le financement du terrorisme.

L'importance attachée à l'octroi d'une autorisation peut être mise en lien avec le sentiment de sécurité et de contrôle sur la mesure dans laquelle les données personnelles sont partagées avec des tiers. **En effet, seule la moitié de la population belge a le sentiment d'avoir la maîtrise de ce partage d'informations. 8 Belges sur 10 craignent en outre l'utilisation abusive des données et comptent largement sur les pouvoirs publics pour les protéger de ce risque.**

Graphique 5 : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?



1.4. Le Belge est ouvert au traitement des données en faveur du service au client

À la question de savoir s'ils se rendent compte qu'au travers du traitement des données personnelles, les entreprises s'efforcent de mieux ajuster leurs services aux préférences personnelles du client, 83 % des répondants disent en avoir conscience. Seuls 19 % estiment que c'est une bonne chose. 54 % sont neutres sur la question. Cependant, lorsque la question est reposée après avoir évoqué quelques exemples, la perception positive augmente (27% au lieu de 19%).

Environ deux tiers des répondants se disent intéressés de recevoir une offre de produits personnalisée. Ils sont autant à trouver que les actions promotionnelles basées sur leur profil personnel sont plutôt intéressantes à très intéressantes.

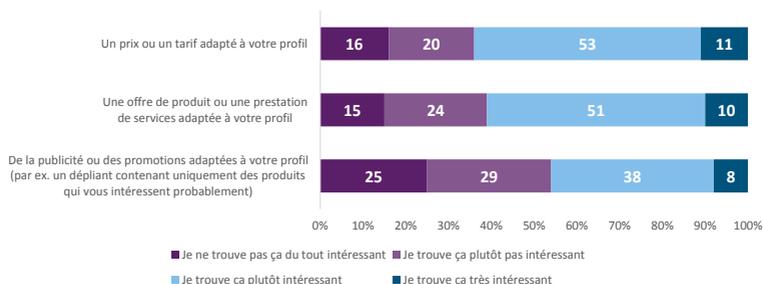
En matière de publicité et de promotions les avis sont un peu plus partagés. Pourtant, même ici, environ la moitié des sondés marquent un intérêt pour de la publicité personnalisée.

La réponse « je n'y vois aucun intérêt » ne signifie pas d'emblée que le Belge y soit opposé. En effet, des entretiens exploratoires (groupes cibles) et des réponses à des questions ouvertes dans le cadre de l'enquête est ressorti que certains clients craignent que l'éventail de promotions ne se réduise uniquement à celles correspondant à leur profil personnel. Ils redoutent ainsi le fait de manquer d'autres promotions.

L'on constate également de fortes disparités selon l'âge ou la langue du groupe cible. Ainsi, les francophones sont davantage, par rapport à leurs homologues néerlandophones, ouverts au traitement des données personnelles à des fins de service au client. Les plus de 50 ans ont des avis plus négatifs que dans les autres groupes d'âge. Il ne semble pas y avoir un véritable schéma d'attentes uniforme chez le client belge pour ce qui est du traitement des données personnelles.

On constate une grande diversité dans les préférences des clients belges et leurs attentes à l'égard de leur banque. Il n'existe pas une approche « one size fits all » qui puisse répondre à toutes les attentes. Les banques devront continuer d'en tenir compte et devront, plus que jamais, continuer d'ajuster l'utilisation des données personnelles aux groupes cibles auxquels elles s'adressent.

Graphique 6 : Quel intérêt voyez-vous à chacune des possibilités suivantes, sur la base du traitement de vos données personnelles ?



De plus, l'enquête proposait aussi un exercice dans le cadre duquel le client était invité à indiquer s'il était intéressé par des avantages spécifiques requérant l'utilisation de ses données personnelles. Chaque répondant se voyait proposer une dizaine de choix. Il lui était toujours possible de refuser les avantages (et donc de ne pas accepter que ses données soient utilisées). Dans 80 % des cas, le répondant a accepté l'avantage qui lui était proposé.

Les personnes font donc preuve de pragmatisme lorsqu'ils sont invités à marquer leur accord sur l'utilisation de leurs données personnelles. Une personne qui se déclare par exemple explicitement défavorable au traitement de ses données peut néanmoins, en fonction de l'avantage offert, autoriser, en toute connaissance de cause, le traitement de ses données personnelles par sa banque.

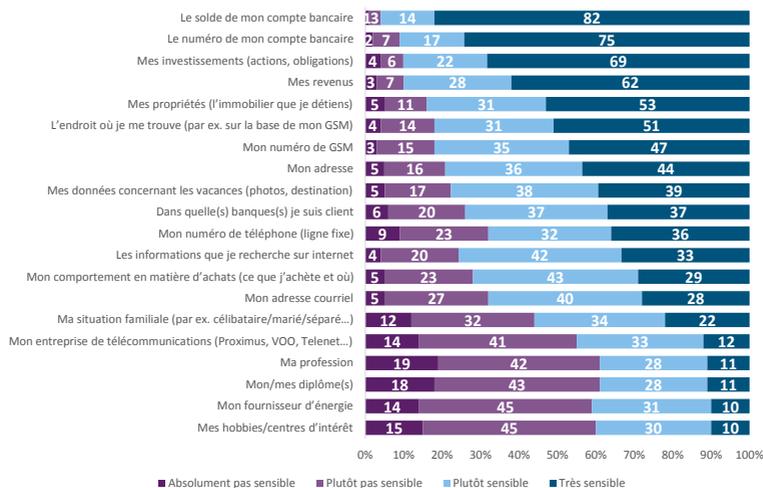
1.5. Les informations financières sont des informations sensibles pour le consommateur belge

Toutes les questions touchant aux informations financières – comme le solde du compte courant, le numéro de compte, le revenu, ... – sont considérées par la grande majorité des Belges comme **sensibles voire très sensibles**.

Le solde du compte bancaire s'avère être le sujet sur lequel les Belges ne partagent pas facilement d'informations. Seuls 4 % des répondants qualifient ces informations de (plutôt) non sensibles. L'on constate également que les données de localisation, par exemple sur la base du téléphone mobile ou du smartphone, sont perçues par une grande majorité des répondants comme sensibles.

Les informations touchant la profession ou les hobbies sont, quant à elles, perçues comme moins sensibles.

Graphique 7: Quel degré de sensibilité attribuez-vous aux informations ci-dessous ?

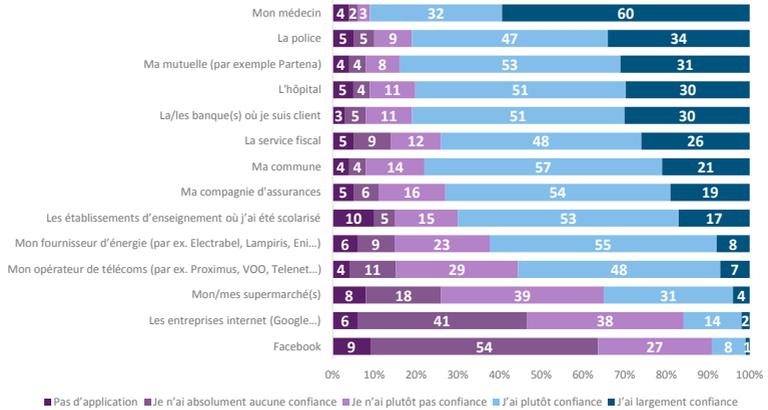


1.6. Le Belge a confiance dans le fait que sa banque traite ses données personnelles en toute discrétion

Il ressort de l'enquête que 81 % des Belges font confiance à la (aux) banque(s) dont ils sont clients pour ce qui est du traitement de leurs données personnelles. Le secteur bancaire se trouve ainsi au sommet de la pyramide de la confiance sociétale. Il obtient des résultats équivalents à ceux de la police, des mutuelles ou des hôpitaux. Les banques bénéficient donc auprès de leurs clients d'une **réputation très solide en termes de sécurité et de traitement confidentiel des données à caractère personnel**.

Bien que le Belge moyen recoure de manière très intensive aux cyberentreprises comme Google et aux médias sociaux comme Facebook, les résultats de l'étude indiquent que ces acteurs recueillent un niveau de confiance moindre de la part des clients belges. Seuls 16 % de la population belge déclarent avoir confiance dans les cyberentreprises et seuls 9 % font confiance à Facebook.

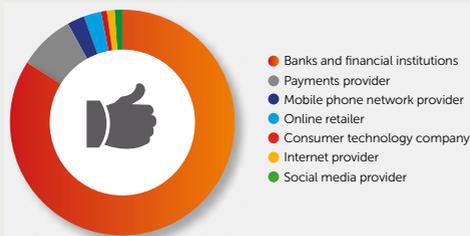
Graphique 8 : Dans quelle mesure faites-vous confiance aux organisations ou institutions ci-dessous lorsqu'il s'agit du traitement des données personnelles (conservation, traitement de vos données personnelles) ?



Ces chiffres élevés sur le plan de la confiance démontrent qu'à l'ère de la banque numérique, les banques conservent une valeur ajoutée. La relation personnelle que le client belge entretient avec sa banque et le service personnalisé dont il bénéficie jouent un rôle crucial à cet égard.

La confiance que les clients témoignent envers leur banque sur la question du traitement des données personnelles est aussi mise en évidence dans l'étude d'Accenture de 2015 intitulée « Banking shaped by the customer »⁷.

Concernant l'aspect de confidentialité du traitement des données, les banques se situent dans le haut du classement, contrairement aux médias sociaux.

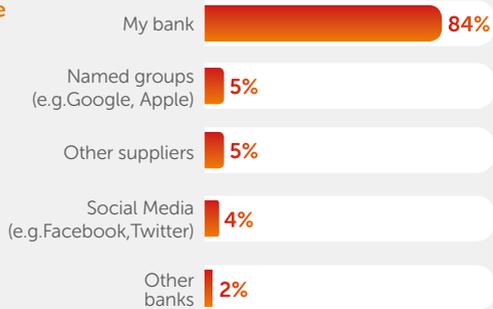


⁷ https://www.accenture.com/us-en/~/_media/Accenture/Conversion-Assets/Microsites/Documents17/Accenture-2015-North-America-Consumer-Banking-Survey.pdf

Cette tendance s'inscrit dans le prolongement des préférences des consommateurs en ce qui concerne les prestataires de services financiers. Ainsi, 84% des utilisateurs préfèrent leur propre banque pour les paiements mobiles. Les géants internet comme Google et Apple doivent se contenter de 5% et les solutions de paiement offertes par les plates-formes des médias sociaux ne recueillent que 4%⁸.

Preference for mobile payments

Most respondents in a 2015 ING survey said they prefer their own bank over other online services when conducting mobile payments:



8 ING International Survey on Mobile Banking 2015, http://www.economics.com/ing_international_surveys/mobile_banking_2015.

1.7. Éléments ressortant de l'enquête

L'enquête nous apprend que la grande majorité des **consommateurs belges attachent de l'importance, voire beaucoup d'importance à leur vie privée**. C'est ce qui ressort notamment du fait que le Belge considère ses informations financières comme très sensibles et craint que l'on en abuse lorsqu'on lui demande de les communiquer.

Bien que le citoyen belge soit très attaché à sa vie privée, les **avis sur le traitement des données personnelles sont extrêmement partagés**. Lorsque les répondants se voient présenter des exemples concrets de ce que le traitement de données peut impliquer pour eux, ils se montrent plus ouverts sur le sujet. L'on peut donc en déduire que les avantages inhérents à la prestation de services personnalisés par le biais du traitement de données contrebalancent les risques perçus.

En outre, le **secteur bancaire belge** bénéficie d'une **large confiance du consommateur** pour ce qui est du traitement des données à caractère personnel, surtout si l'on compare avec les opérateurs de données tels que Google et Facebook. A l'ère des opérations bancaires en ligne, la banque continue donc toujours d'offrir à ses clients de la valeur ajoutée dans le domaine du traitement confidentiel des données personnelles dans le cadre de la prestation de services financiers.

Le défi pour le secteur bancaire consistera par conséquent à déterminer comment traiter les données à caractère personnel de façon à améliorer en permanence le service fourni et à garantir dans le même temps un niveau de sécurité élevé. Et cela, en toute transparence et d'une manière qui soit adaptée au client.



Aujourd'hui encore, les clients se posent de nombreuses questions sur l'utilisation et le traitement de données à caractère personnel par les banques.

Les banques ne traitent toutefois pas les données personnelles « juste comme cela » ou seulement dans leur intérêt propre.

Le traitement des données à caractère personnel offre également des avantages pour le client. Il peut contribuer à une meilleure prestation de services, aider à protéger les clients contre la fraude, les aider à mieux comprendre et planifier leur situation financière, mais aussi permettre de leur proposer des services mieux personnalisés. Ce traitement de données personnelles intervient bien entendu conformément aux dispositions légales et avec l'accord du client dans les cas où la loi le requiert.

2.1. Prestation de services plus efficace

- **Le traitement de données à caractère personnel par la banque peut entraîner un gain de temps pour le client : si la banque connaît déjà son profil (de risque), elle peut le conseiller sur le crédit ou le placement le plus adéquat pour lui.**

- Jef est client auprès de sa banque depuis de nombreuses années. Il souhaite aujourd'hui contracter un crédit de rénovation. Grâce au traitement de données, la banque est en mesure de vérifier automatiquement l'identité de Jef. Elle connaît en effet son revenu mensuel, son historique de crédit, etc. La banque peut ainsi préparer le dossier de Jef, épargner à ce dernier le fait de devoir remplir bon nombre de questionnaires et ainsi accélérer l'évaluation de la demande de crédit et libérer du temps pour offrir des conseils personnalisés à la mesure du client.

Le traitement de données :

- peut contribuer à un règlement plus rapide d'un dossier de crédit ou d'investissement, et donc à un service et des conseils de meilleure qualité;
- permet d'éviter les erreurs d'information.

2.2. Protection contre la fraude

- **Le traitement de données permet à la banque d'aider à détecter d'éventuelles opérations frauduleuses et de prévenir le client.**

- Rita retire de l'argent le matin à Bruxelles avec sa carte de crédit et l'après-midi, les données de cette même carte de crédit sont utilisées pour effectuer un paiement en ligne à Hawaï. Dans la mesure où la distance entre les deux endroits est difficile à franchir en si peu de temps, la banque peut appeler Rita afin de vérifier le paiement avant de l'autoriser. Si nécessaire, la carte sera bloquée et une nouvelle carte sera demandée.

Le traitement de données :

- permet d'éviter les opérations frauduleuses tant pour la banque que pour le client.

2.3. Gestion financière d'un budget

- **Sur base d'une information en temps réel, la banque peut tenir son client au courant, par exemple des importantes fluctuations dans un portefeuille-titres, des versements / paiements sur un compte, d'un solde négatif ...**

- Jef souhaite effectuer un achat important au moyen de sa carte de débit, mais il sait que son solde est pour l'instant insuffisant. Grâce à un message pop-up en temps réel dans l'application de banque mobile sur son smartphone, Jef apprend toutefois que son salaire vient juste d'être versé. Il peut maintenant aller tranquillement effectuer son achat puisque son compte est suffisamment approvisionné.

Le traitement de données :

- peut offrir au client une meilleure vue d'ensemble de sa situation financière et lui permettre d'effectuer des choix financiers en toute connaissance de cause.

- **Le traitement de données peut permettre au client d'avoir, grâce à son application de banque mobile ou de banque en ligne, une vue détaillée de ses dépenses pour une période donnée. Ces applications lui permettent de réaliser une évaluation correcte de la composition de ses dépenses mensuelles. Sur cette base, le client peut éventuellement adapter son comportement en matière de consommation.**

- Par le biais de l'application de banque mobile, Rita et Jef ont choisi de répartir leurs dépenses selon certaines catégories : vêtements, dépenses énergétiques, alimentation, loyer, etc. Ceci leur permet de suivre leurs dépenses de près. C'est ainsi qu'ils constatent, grâce à l'application, que le total de leurs dépenses énergétiques a augmenté considérablement l'an dernier. Ce constat va les inciter à réfléchir à mieux isoler leur logement.

Le traitement de données :

- peut aider la banque à fournir au client de meilleures informations concernant sa situation financière;
- peut mieux informer, et de manière plus détaillée, le client sur son schéma de consommation.



2.4. Offres taillées sur mesure pour le client

- **Sur base de la hausse du revenu ou de l'évolution de la situation financière de son client, la banque peut proposer à ce dernier des produits financiers répondant au mieux à ses besoins.**

- Jef a hérité de 100.000 EUR et place cet argent sur son compte d'épargne. Sa banque constate l'évolution de sa situation financière et lui propose un rendez-vous afin de voir quelles opportunités s'offrent à lui. Souhaite-t-il par exemple conserver un matelas en espèces de 100.000 EUR ou préfère-t-il investir une partie de ce montant dans un portefeuille d'actions et d'obligations diversifié ? S'il souhaite un tel investissement, il peut faire comparer son profil d'investisseur avec des profils similaires afin de faire établir quelques options par sa banque. Jef pourra ainsi décider, en étant mieux informé, de quoi faire avec son argent.

Le traitement de données :

- peut permettre au client de bénéficier d'une meilleure prestation de services, personnalisée en fonction de son statut financier;
 - permet à la banque de mieux tenir compte de la situation et des besoins financiers du client.
- **La banque peut partager les données à caractère personnel de ses clients avec ses filiales. Ces entreprises peuvent ensuite faire des propositions commerciales attrayantes à ces clients.**

- Rita contracte auprès de sa banque un crédit pour une nouvelle voiture. Dans la mesure où la banque possède aussi, au sein du groupe, une filiale spécialisée en assurances automobiles, cette filiale peut contacter Rita et lui proposer une assurance voiture assortie d'une réduction.

Le traitement de données :

- peut aider la banque à mettre le client en contact avec des offres intéressantes d'entreprises liées;
- permet à la banque d'adapter de manière plus efficace ses produits sur la base du profil du client.

Il va de soi que la percée et le déploiement de la banque numérique ont aussi radicalement modifié le contexte du traitement des données personnelles dans le cadre du service financier. Les banques devront également déterminer avec leurs clients dans les années à venir comment concilier au mieux les aspirations de ceux-ci vis-à-vis de la banque numérique et leurs attentes en termes de protection de la vie privée.

Le secteur est et reste convaincu que même dans le cadre de la banque numérique, 'un traitement correct et sûr des données personnelles restera le garant d'une bonne relation bancaire. Une telle relation repose sur la confiance. Cela signifie que votre banque doit traiter vos données à caractère personnel en toute discrétion, transparence et sécurité. En 1998 déjà, le secteur financier belge avait explicitement fait du traitement des données personnelles l'un des sept piliers d'une bonne relation bancaire dans son Code de conduite « Bonne relation bancaire »

Le secteur a donc une tradition et une réputation à honorer en cette matière.

Qu'est-ce que cela signifie dans la pratique ?

Ma banque peut-elle stocker et utiliser de manière illimitée mes données à caractère personnel ?

Non. Votre banque doit pouvoir démontrer à quelles fins elle utilise vos données personnelles. Ces objectifs doivent être justifiés et votre banque ne peut pas davantage traiter plus de données personnelles que nécessaire pour atteindre ce but. Au demeurant, elle ne peut pas non plus conserver ces données personnelles au-delà de ce qui est nécessaire. Tous ces aspects sont réglés par la Loi relative à la protection de la vie privée à l'égard des traitements de données à caractère personnel et dans l'avenir, ils le seront aussi par un nouveau Règlement européen relatif à la vie privée. La Commission de la protection de la vie privée veille au respect de ces principes.

Quand ma banque peut-elle traiter mes données personnelles ?

Votre banque peut traiter vos données personnelles s'il est satisfait à l'une des conditions suivantes au moins :

- vous avez donné votre accord à cet effet;
- le traitement est nécessaire pour satisfaire à une obligation légale :
 - ainsi, la banque est par exemple tenue de vous identifier à l'aide de votre carte d'identité;

- votre banque peut démontrer l'existence d'un intérêt légitime à traiter ces données personnelles, sans que cela ne greve la protection de votre vie privée :
 - *ainsi votre banque peut par exemple traiter certaines données à caractère personnel dans le cadre de la lutte contre la fraude;*
 - *ainsi votre banque peut conserver certaines données à caractère personnel parce que cette détention est nécessaire pour attester de transactions que vous avez réalisées avec elle.*
- le traitement est nécessaire à l'exécution d'un contrat que vous concluez avec votre banque ou pour vous faire une proposition pour un produit ou un service de votre banque qui vous intéresse :
 - *ainsi, votre banque peut par exemple traiter des données personnelles qui sont nécessaires pour exécuter un ordre de paiement;*
 - *ainsi votre banque peut demander des données personnelles pour pouvoir faire une proposition pour un crédit;*
- le traitement est nécessaire pour remplir une mission d'intérêt public :
 - *ainsi, votre banque peut partager des images vidéo avec la police si cela est utile dans le cadre d'une enquête judiciaire (ou instruction).*



Puis-je vérifier auprès de ma banque quelles données à caractère personnel elle détient à mon sujet ?

Vous avez le droit d'obtenir de votre banque un aperçu des données à caractère personnel qu'elle traite et des informations disponibles sur l'origine de ces données.

Puis-je faire rectifier ou supprimer mes données à caractère personnel ?

Vous pouvez demander à votre banque de faire rectifier gratuitement les données à caractère personnel incorrectes. Vous pouvez également demander à votre banque de supprimer gratuitement vos données à caractère personnel ou de ne plus les utiliser si celles-ci sont incomplètes ou ne sont plus utiles. Ce, compte tenu de l'objet du traitement de données.

Ma banque communique-t-elle mes données à caractère personnel aux pouvoirs publics ?

La banque doit procéder à cette communication lorsqu'elle y est légalement tenue. Ainsi il est possible que votre banque doive communiquer certaines données à caractère personnel aux pouvoirs publics afin de satisfaire aux dispositions de la réglementation anti-blanchiment. Il est aussi possible que votre banque doive communiquer certaines données personnelles aux autorités judiciaires dans le cadre d'une enquête judiciaire.

Ma banque partage-t-elle mes données personnelles avec ses fournisseurs ou d'autres entreprises du groupe dont elle fait partie ?

Il peut arriver que votre banque partage certaines données personnelles avec des fournisseurs auxquels elle fait appel pour la prestation de ses services.

- *ainsi votre banque peut par exemple conserver des données personnelles auprès d'une entreprise spécialisée dans la conservation de documents.*
- *ainsi votre banque peut par exemple s'adresser à une entreprise spécialisée pour qu'elle envoie des courriers à ses clients.*

Dans ce cas aussi, elle devra pouvoir invoquer l'un des motifs de traitement indiqués à cet effet et suivre les prescriptions légales. Votre banque veillera à ce que ces prestataires de services ou fournisseurs offrent suffisamment de garanties qu'ils traiteront ces données à caractère personnel dans le respect de votre vie privée et des dispositions légales applicables en la matière. Ceci vaut également pour la communication de données personnelles à d'autres entreprises faisant partie du groupe auquel appartient votre banque.

Ma banque peut-elle vendre mes données à caractère personnel à des tiers ?

Votre banque ne peut pas vendre vos données à caractère personnel à des tiers sans votre autorisation.

Ma banque utilise-t-elle mes données à caractère personnel à des fins de marketing ?

Votre banque peut utiliser certaines de vos données à caractère personnel à des fins publicitaires ou de marketing. Cela peut par exemple être le cas si cette utilisation cadre avec un contrat que vous avez conclu ou souhaitez conclure avec votre banque. Ceci est également possible lorsque votre banque peut démontrer un intérêt légitime à promouvoir un service ou un produit donné sans que cela ne grève votre droit à la protection de votre vie privée ou encore lorsque vous avez marqué votre consentement à ce sujet.

Ainsi votre banque peut-elle par exemple :

- *utiliser certaines données à caractère personnel afin de réaliser une enquête de satisfaction sur les produits et services que vous utilisez;*
- *vous inviter à prolonger ou renouveler un contrat;*
- *vous informer des nouvelles promotions sur des produits et/ou services que vous avez utilisés dans le passé.*

Pour certaines formes de communication personnalisée dans le cadre du marketing, des règles spécifiques prévalent, et votre banque aura besoin de votre accord, par exemple si elle veut vous envoyer certains messages personnalisés par courriel ou SMS ou si elle veut utiliser des systèmes d'appels automatisés.

Si vous ne souhaitez plus être contacté(e) par votre banque pour de la publicité, votre banque cessera de le faire, sur simple demande.

La sécurité de mes données à caractère personnel est-elle assurée dans ma banque ?

Votre banque prend les dispositions internes nécessaires afin d'éviter que vos données à caractère personnel ne tombent entre les mains de ou ne soient traitées par des personnes non habilitées à le faire ou ne soient modifiées ou supprimées par accident. Vos données à caractère personnel sont en outre uniquement accessibles aux membres du personnel et aux autres collaborateurs qui ont besoin de vos données pour pouvoir vous offrir la meilleure prestation de services possible.

Si vos données à caractère personnel devaient être rendues publiques involontairement, être dérobées ou être perdues, votre banque prendra les mesures nécessaires pour limiter autant que possible le préjudice.

Ma banque analyse-t-elle mes données à caractère personnel (« data analytics ») dans le cadre de sa prestation de services au client ?

Afin de pouvoir mieux vous servir, votre banque peut rassembler certaines données à caractère personnel en sa possession (par ex. conclusions de certaines discussions à l'agence ou autres contacts, informations concernant des dossiers de crédit ou paiements) afin de les analyser. Mais dans cette optique, votre banque a également l'obligation de satisfaire à tout moment aux obligations légales évoquées ci-dessus.

Ainsi, votre banque peut-elle par exemple :

- *établir des profils généraux ou spécifiques de clients afin de mieux évaluer vos besoins, votre comportement et/ou votre situation financière, par ex. :*
 - o *établir votre profil d'investisseur;*
 - o *déterminer si vous préférez vous rendre à l'agence bancaire et/ou réaliser vos opérations en ligne.*
- *vérifier si un produit ou service est toujours optimal dans votre situation personnelle, afin de pouvoir éventuellement vous proposer un produit ou service plus adéquat.*

Ma banque se sert-elle d'informations que je mets publiquement à disposition via les médias sociaux ?

Les flux massifs de données à caractère personnel qui sont disponibles sur les médias sociaux et les sites web sociaux contiennent beaucoup d'informations sur vous. Ces informations permettent aux entreprises, banques comprises, de mieux comprendre leurs clients et de mieux adapter la prestation de services.

Ce type de traitement relève également de la législation relative à la vie privée, de sorte que votre banque ne peut simplement collecter ou utiliser de telles données personnelles. Ainsi, elle devra également pouvoir démontrer à cet égard que cette collecte ou cette utilisation ont été réalisées avec votre consentement ou qu'elles étaient nécessaires au respect d'une obligation légale, à l'exécution d'une convention ou pour pouvoir démontrer l'existence d'un intérêt légitime de votre banque à traiter ces données personnelles, sans que cela ne grève votre droit à la protection de votre vie privée.

Comme dans le passé, les banques continueront d'ailleurs de sensibiliser leurs clients à la nécessité de se montrer prudents et vigilants dans l'utilisation des données à caractère personnel que ceux-ci mettent à disposition via de telles sources publiques.

Quel sera l'impact du nouveau Règlement vie privée ?

A l'avenir, lorsqu'il s'agira de traiter vos données personnelles, les banques devront également se conformer au nouveau Règlement vie privée. Le Conseil européen, le Parlement européen et la Commission européenne sont parvenus à un accord à ce sujet fin décembre 2015. Le nouveau Règlement vie privée entrera en vigueur au printemps 2018 et aura pour objectif de renforcer, moderniser et harmoniser la protection de la vie privée au sein de l'Union européenne. Du point de vue des banques, ce règlement sera un indicateur de la voie à suivre dans les prochaines années et nécessitera des ajustements dans leur manière de traiter les données à caractère personnel. Le Règlement vie privée contribuera en tout état de cause à définir comment les banques peuvent concilier les nouvelles possibilités dans le domaine de la banque numérique et du traitement des données et les attentes en termes de protection de la vie privée.

Où trouver de plus amples informations sur la protection de ma vie privée ?

En Belgique, la Commission de la protection de la vie privée, également appelée Commission Vie privée, veille au respect des règles relatives au traitement des données personnelles. De plus amples informations sur vos droits et vos devoirs dans le domaine de la protection des données à caractère personnel sont disponibles sur le site : <https://www.privacycommission.be>.

Le site internet de votre banque met également à votre disposition des informations sur la manière dont elle traite vos données personnelles.

