

Claudine Amstein

Internet et sa transparence obligent à se réinventer



Photo: m. à d.

Au début des années 2000, Internet symbolisait la «Nouvelle économie». Le web suscitait des espoirs immenses. Des fortunes se construisaient en quelques mois sur une simple idée originale, sur une ébauche de site. Deux cents ans après la conquête de l'Ouest, le monde avait trouvé sa nouvelle Frontière dans le numérique et le virtuel. La limite au-delà de laquelle tout était possible.

Treize ans plus tard, en partie apprivoisé, le web montre désormais aussi son autre visage. Les services secrets américains surveillent quotidiennement Facebook, Google, Youtube, Microsoft, Apple, mais aussi Skype. L'internaute se retrouve nu. Potentiellement, rien, ou presque, ne peut échapper aux radars américains. Mais l'éclatement de la confidentialité n'est pas à sens unique! Rappelez-vous WikiLeaks. Aucune information numérisée n'est totalement sûre nulle part...

Pour les citoyens, pour les entreprises, le changement est fondamental. La transparence – dans le sens de la quantité d'informations plus ou moins facilement disponibles sur les individus et les sociétés – a augmenté de manière exponentielle ces dernières années. Sans s'en rendre compte, la plupart des internautes lâchent chaque jour sur la Toile des mines de renseignements. Ici un «post» sur «Facebook», là un commentaire sur un blog. Par traitements des données – l'exploitation des fameuses «big data», qui ne cesse de se per-

fectionner – chaque personne, chaque entreprise, peut faire l'objet d'un profil de plus en plus ciblé, précis, inquisiteur.

Il faudra mettre des garde-fous à cette évolution. Il faudra l'encadrer de lois, créer des possibilités de revenir en arrière, d'effacer des informations. Mais il ne faut pas se leurrer, la législation risque d'avoir systématiquement une ou deux guerres de retard. Sans compter que l'espionnage, qu'il soit mené pour des motifs de sécurité ou avec des visées industrielles, ne se conforme par définition à aucune loi étrangère. Autant s'y préparer dès à présent.

Pour les entreprises, cela signifie que les modèles d'affaires en vigueur jusqu'ici sont dépassés. Il ne s'agit plus de se demander si l'on doit être sur les réseaux sociaux ou non. La technologie les oblige à revoir leur système de valeur, leur mode de fonctionnement. Le fameux «secret d'affaires» ne va sans doute pas disparaître, mais sa préservation sera beaucoup plus brève. Certaines grandes entreprises exigent déjà que les téléphones mobiles soient déposés hors des salles de réunions lors de discussions délicates. Ce n'est probablement qu'un début.

Quoi qu'on fasse, la fuite massive d'informations restera une menace. Bradley Birkenfeld (UBS), Hervé Falciani (HSBC), Bradley Manning (armée américaine) et Edward Snowden (NSA) feront des émules. On peut le déplorer. On peut dénoncer cette dérive à grands cris. Il est de notre devoir de tenter de l'endiguer. Mais cela n'évitera pas aux entreprises, et aux autorités publiques, de revoir leur manière de travailler. La réflexion a déjà commencé. Reste le plus difficile: la métamorphose. ■

Claudine Amstein, directrice de la Chambre vaudoise du commerce et de l'industrie (CVCI)