

Protéger la vie privée n'est pas un frein au numérique

Une merveilleuse occasion d'innover pour notre industrie

**Claude Castelluccia
et Daniel Le Métayer**

Inria, institut public de recherche consacré aux sciences du numérique

A l'heure où de plus en plus d'affaires montrent que des citoyens sont espionnés, traqués, profilés par de grandes sociétés aussi bien que par des États, les attitudes de certains commentateurs vont de la résignation (« C'est le prix à payer pour le développement de nouveaux services ») à l'approbation moralisatrice (le fameux « *Si vous ne voulez pas que les autres sachent ce que vous faites, le plus simple est de ne pas le faire* », d'Eric Schmidt, PDG de Google) ou à l'attaque frontale (l'inconséquent « *La Commission nationale de l'informatique et des libertés [CNIL] est un ennemi de la nation* », de Gilles Babinet, responsable des enjeux du numérique pour la France auprès de la Commission européenne).

Le refrain le plus souvent entendu dans cet attristant concert est celui de l'intérêt économique. Le raisonnement est généralement le suivant :

- Une part importante de la valeur ajoutée de la nouvelle économie numérique repose sur la personnalisation des services, ce qui exige la collecte de données personnelles par les fournisseurs de ces services.

- L'Europe, et la France en particulier, est à la traîne en matière d'économie numérique.

- En revanche, l'Europe, et notamment la France, est la région du monde qui porte au plus haut la défense des droits fondamentaux, notamment celui à la vie privée, et protège le plus les données personnelles.

- Conclusion plus ou moins explicite : cette protection est un frein au développement de l'économie numérique, et l'Europe serait bien inspirée de modérer ses exigences en la matière pour favoriser l'éclosion de nouveaux services.

Si la piètre position de l'Europe dans la plupart des secteurs de l'économie numérique et son rôle pionnier dans le domaine de la protection des données personnelles sont peu contestables, le lien de causalité entre ces deux faits est loin d'être démontré. Ce retard fait l'objet de débats depuis des décennies, notamment à propos de l'industrie du logiciel (un seul éditeur de logiciels français dans les cent premiers mondiaux), alors que la collecte de données personnelles n'est devenue un véritable enjeu que récemment. On serait donc fondé à penser que la faiblesse de la France dans l'économie numérique est due à un déficit plus fondamental en matière d'innovation et de constitution d'un terrain juridique, administratif et fiscal propice à la création et au développement de nouvelles sociétés.

Il est vrai que les données personnelles sont devenues une monnaie d'échange pour accéder à des services ou à des contenus dits « gratuits ». Ces données sont essentiellement utilisées pour la personnalisation des services, notamment les publicités en ligne. Mais le présumé selon lequel cette personnalisation passe forcément par la collecte massive de données personnelles - argument régulièrement avancé par les entreprises qui veulent s'approprier ces données - est inexact.

S'il est vrai que la personnalisation repose, par définition, sur l'utilisation de données personnelles, celles-ci peuvent, dans de nombreux cas, demeurer dans l'environnement de l'utilisateur, la personnalisation étant alors réalisée localement plutôt que sur un serveur central du fournisseur de services. Des solutions ont notamment été proposées pour personnaliser ainsi des publicités par rapport à des profils construits sur la machine de l'utilisateur, sans jamais divulguer ses comportements à la règle publicitaire ou à un tiers. Par ailleurs, ces solutions sont souvent plus efficaces, car les profils

construits localement reposent sur des données plus riches, la machine de l'utilisateur ayant accès à l'ensemble des informations qui concernent celui-ci.

Nous touchons là un point de désaccord fondamental avec le raisonnement précédent : l'attitude la plus porteuse à long terme n'est pas forcément la résignation et l'alignement sur les pratiques d'autres régions du monde, mais plutôt l'exploitation de l'avance de l'Europe dans sa compréhension et sa défense des droits à la vie privée pour innover, pour proposer des solutions qui seront demandées par les citoyens de demain.

Puisque les données personnelles ont souvent été présentées comme le pétrole de l'économie moderne, le parallèle avec l'écologie nous paraît éclairant : si la protection de l'environnement a longtemps été perçue comme un obstacle au développement de l'économie, certains ont fait le choix de l'innovation, de l'investissement dans la fourniture de produits et de services moins énergivores ou moins polluants. Il ne fait guère de doute aujourd'hui que ce qui pouvait apparaître à une époque comme un luxe de pays développés va s'imposer comme une nécessité, et que ceux qui auront pris les devants seront les mieux armés pour cette économie verte.

Bien entendu, il reste du chemin à faire avant que la protection de la vie privée et des données personnelles s'impose véritablement aux citoyens et à nos gouvernants comme un impératif, mais souhaitons-nous vraiment construire une société dans laquelle nos communications personnelles, nos faits et gestes sont systématiquement surveillés et nos activités cybernétiques épiées en permanence pour accéder à des services « gratuits » ?

Espérons que les acteurs économiques finiront par se rendre compte que leur chiffre d'affaires repose d'abord sur la confiance de leurs utilisateurs

On peut espérer que la succession d'affaires montrant l'exploitation éhontée des données personnelles par les États et les entreprises (voire les deux réunis, comme dans le projet Prism I) finira par sensibiliser le public. Et que les acteurs économiques finiront par se rendre compte que leur chiffre d'affaires repose sur une valeur plus importante que l'exploitation des données personnelles : la confiance de leurs utilisateurs. Si celle-ci venait à être ruinée, les utilisateurs pourraient bien se tourner un jour vers des fournisseurs de services plus avisés, offrant de meilleures garanties en matière de traitement des données personnelles. Comme le souligne Isabelle Falque-Pierrotin dans son avant-propos au dernier rapport d'activité de la CNIL, « *en réalité, protection des données et innovation sont les deux faces d'une même médaille. L'une sans l'autre et nous risquons une crise de confiance généralisée* ».

Considérer notre exigence en matière de protection des données personnelles comme un obstacle au développement de l'économie numérique est une vision à court terme : profitons plutôt de notre position de leader en la matière pour la transformer en avantage compétitif ! S'il n'est pas dénaturé après l'intense pression des lobbies industriels, le projet de règlement européen sur les données personnelles actuellement en discussion est une chance pour notre société, mais aussi une merveilleuse occasion d'innover pour notre industrie du numérique. ■

Cet article reflète exclusivement l'opinion de ses auteurs et n'engage en aucune façon l'Inria.