

Les géants d'Internet, les fameux GAFAM, simple acronyme des monstres de la toile «Google Amazon Facebook et Apple», ont clairement orienté leur *business model* dans une course effrénée vers la récolte et l'exploitation de données de leurs utilisateurs. Ces données relèvent bien souvent du privé. L'interprétation de celles-ci, pour quasiment toutes les entreprises, représente une véritable mine d'or d'un point de vue marketing. Les entreprises ne sont pas les seules à blâmer. Les comportements individuels et l'exposition volontaire de données, parfois en méconnaissance totale des conséquences, sont aussi à pointer du doigt.

L'énorme masse de données disponibles et la connectivité posent un enjeu énorme. Il faut être capable de protéger les données des entreprises et des individus, de la manière la plus sûre possible. Et cela tout en informant ces derniers sur les risques qu'engendrent leurs comportements sur Internet en général mais aussi sur les réseaux sociaux.

Le fameux Règlement Général Relatif à la Protection des données (RGPD) est entré en action en 2018. Ce règlement définit un carcan pour le traitement des données à caractère personnel, et surtout les données considérées comme sensibles (opinion politique ou encore en matière de santé par exemple). Il est très clair que ce règlement va dans la bonne direction mais nous souhaitons aller encore plus loin.

Les Jeunes MR préconisent la responsabilisation de chaque individu. Pour que celle-ci soit effective, il incombe au pouvoir public d'informer suffisamment tout un chacun. Ces campagnes de sensibilisation ne se limiteraient à aucune tranche d'âge et devraient se traduire par différentes approches.

La mise en place d'un site web pédagogique, à l'instar du site « *Webwise* » en Irlande, nous semble être une bonne source d'inspiration. Cette initiative publique a pour but de toucher principalement ceux qui surfent déjà mais qui sont peut-être mal informés sur les conséquences des actes qu'eux ou leurs proches posent sur Internet. Il serait opportun de développer une initiative similaire à destination de publics aguerris à l'utilisation du web. Parallèlement, les publics moins habitués au surf sur la toile doivent aussi être sensibilisés, notamment via l'implémentation de campagnes de sensibilisation dans des médias plus «



Les Jeunes MR appellent au développement d'une Citoyenneté numérique.

classiques » (journaux, télévisions).