

LA TRANSPARENCE JUSQU'OU ?

Si la transparence est nécessaire, elle ne peut s'instituer en critère absolu, au risque de devenir contre-productive. Où placer le curseur entre secret nécessaire pour la conduite des affaires, qu'elles soient publiques ou privées, et transparence? Pour Daniel Lebègue, président de Transparency France, «Les informations qui tiennent à la protection de la vie privée des clients ou des salariés, au secret des affaires et industriels, aux brevets et à la recherche, méritent et doivent absolument être protégés, comme c'est d'ailleurs le cas dans les traités internationaux.» La définition d'un statut pour les lanceurs d'alerte est cependant essentielle pour trouver cet équilibre: «Il faut s'assurer qu'ils sont de bonne foi, que les révélations qu'ils font relèvent vraiment de l'intérêt général, et quand c'est le cas, les protéger. C'est un point qui a fait débat à Bruxelles, lors des discussions sur la directive du secret des affaires¹, mais aussi dans le cadre de la loi Sapin II qui va assez loin sur le sujet. Elle trace la voie à suivre, place le lanceur d'alerte sous la protection du Défenseur des droits², le protège contre le licenciement... C'est le régime le plus précis et protecteur en Europe. Trop, au goût de certains. Ce n'est pas notre avis.»

Transparence différenciée

Pour Bénédicte Caron, vice-présidente en charge des Affaires économiques de la CGPME, il est nécessaire d'avoir une approche différenciée, notamment pour protéger les petites et moyennes entreprises: «Il est aujourd'hui beaucoup plus facile pour une grosse société d'aller chercher dans les comptes d'une TPE/PME que l'inverse. Je ne suis pas certaine qu'une PME arrive à tirer quoi que ce soit des comptes de Bouygues, ou de n'importe quel grand groupe. En revanche, il est très facile pour une grande entreprise d'aller voir quelle part du chiffre d'affaires elle représente pour cette PME, sa santé financière, et d'utiliser ces informations comme un levier pour faire baisser les prix, par exemple.» C'est pourquoi de nombreuses PME choisissent de payer plutôt que de diffuser leurs comptes. «Il faut une transparence différenciée. Si c'est le cas, elle pourra alors contribuer à remettre TPE/PME et grandes entreprises sur un pied d'égalité», conclut Bénédicte Caron.

La qualité plutôt que la quantité

Pour le professeur Thierry Libaert³, il faut faire attention à la transparence

à outrance, qui peut aller à l'encontre de l'objectif initial. Il cite notamment les stratégies de «*carpet bombing*» de certaines grandes entreprises, qui mettent toutes les informations sur la table, d'un seul bloc, sans différenciations, noyant ainsi l'information potentiellement importante: «Trop poussée, la transparence peut devenir aveuglante». Aussi préconise-t-il une transparence, non pas globale et absolue, mais authentique. Moins dans la quantité des informations divulguées que dans leur qualité. «En tant qu'entreprise, je dois assumer de ne pas tout dire, mais tout ce que je dis doit être vrai», résume-t-il. La communication s'organiserait selon 3 axes:

→ **Thématique**: qu'est-ce que je dis et assume de ne pas dire?

→ **Interlocuteurs**: à qui choisis-je de dire (ex: ministère de tutelle) et de ne pas dire (ex: ONG contestataire)?

→ **Temporel**: qu'est-ce qui est de l'ordre du secret aujourd'hui, mais que je pourrai révéler plus tard?

«Et pourquoi ne pas imaginer la création d'un poste de Chief Transparency Officer (ou Chief Secret Officer, au choix) pour faire ce travail et donner plus de crédibilité à la démarche?» conclut Thierry Libaert.

POUR CONCLURE

Petit à petit, la transparence fait son chemin dans la sphère publique et privée. C'est un processus qui ne pourra pas être inversé. Il s'inscrit dans un mouvement profond de nos sociétés, porté par les nouvelles technologies de l'information et de la communication. On peut cependant s'interroger sur le rapport entre transparence et confiance. Pour Thierry Libaert: «La demande de transparence est parallèle à l'accroissement de la défiance. Mais avec un quiproquo: la transparence n'apporte pas davantage de confiance, il n'y a aucune relation de cause à effet entre les deux. Regardez François Hollande avec le livre au titre évocateur: "Un Président ne devrait pas dire ça". C'est de la transparence poussée à l'excès, qui ne lui a en rien apporté davantage de confiance, au contraire. On remarque d'ailleurs que les relations où la confiance est la plus importante sont celles où le secret est institué: j'ai confiance en mon médecin, mon avocat, mon curé...» Est-ce si étonnant dès lors, de voir Emmanuel Macron tenter de resacraliser la fonction, en théorisant une présidence «jupitérienne», faite de distance, de rareté... de secret?