



Comment tirer parti du RGPD en exploitant les données existantes ?

Un livre blanc pour les cadres en charge de veiller au respect du RGPD

Les cadres considèrent souvent le Règlement général sur la protection des données (RGPD) comme un obstacle. Or, comme le montre ce livre blanc, exploiter les données existantes via la gouvernance des données, et toute technologie appropriée, assure certes la conformité avec le RGPD, mais permet aussi à l'entreprise de rentabiliser l'un de ses actifs les plus importants.

Un RGPD omniprésent

Le RGPD, également connu sous le nom de réglementation (UE) 2016/679, est désormais une réalité. Ce règlement affecte les entreprises et les organisations du monde entier qui traitent les données personnelles de leurs clients, prospects, fournisseurs ou employés. Personne n'est dispensé de l'obligation de conformité avec le RGPD.

Contrairement à la précédente directive sur la protection des données, ce nouveau règlement ne peut être ignoré. Avec l'ancienne directive, les sanctions pour infraction se situaient généralement entre 3 000 et 4 000 euros, montant que certaines entreprises avaient même intégré à leur budget marketing.

Avec le nouveau règlement, les sanctions pour non-conformité peuvent s'élever, soit à 20 millions d'euros, soit à 4 % du revenu mondial annuel de l'entreprise, selon ce qui est le plus élevé. Le RGPD précise en effet que « les amendes infligées doivent être efficaces, proportionnées et dissuasives » (Règlement (UE) 2016/679, § 151).

En ce qui concerne l'aspect dissuasif, le niveau exorbitant des sanctions a déjà eu un effet régulateur, changeant les mentalités et les pratiques des entreprises et des organisations dans le monde.

Un bref résumé sur le RGPD

Le RGPD a été adopté le 27 avril 2016 par le Parlement européen et mis en œuvre par les États membres de l'Union européenne le 25 mai 2018. C'est la toute première mise à jour de la loi sur la protection des données promulguée en 1995. Depuis cette date, les technologies de l'information et Internet ont progressé à pas de géant, rendant obsolète l'ancienne directive sur la protection des données (Directive 95/46/CE).

Le RGPD exige le renforcement de la protection des données à caractère personnel, ce qui implique des droits spécifiques pour les clients, lesquels doivent être respectés par les organisations, notamment :

- Droit à l'oubli
- Droit d'opposition
- Droit de rectification
- Droit d'accès
- Droit à la portabilité des données
- Consentement du consommateur

Respecter ces droits entraîne toute une série de conséquences pour les organisations :

- Sur demande, les organisations doivent supprimer ou compléter toutes les données d'une personne.
- Elles peuvent être contraintes de fournir des informations sur les données traitées et sur la façon dont elles sont traitées. Elles doivent pouvoir exclure des individus du profilage aux fins de marketing.
- Elles doivent pouvoir transmettre des données client à une autre organisation, sans aucune entrave.
- Elles doivent obtenir le consentement actif des consommateurs pour pouvoir stocker et utiliser leurs données personnelles.
- Les violations de données doivent être signalées dans les 72 heures aux autorités et dans certains cas, à la personne concernée.

Les sanctions pour non-conformité peuvent s'élever soit à 20 millions d'euros, soit à 4 % du revenu annuel mondial d'une entreprise, selon ce qui est le plus élevé.

Les conséquences pour le DSI

De toute évidence, les grandes entreprises ont davantage de données et la mise en place de cette réglementation représente pour elles une bien plus grande tâche. La responsabilité de la mise en place du RGPD incombe souvent au DSI.

Qui est le DSI ?

Dans ce contexte, le DSI, ou Directeur des Systèmes d'Information, est plus un rôle qu'un titre. Il est généralement responsable de ce qui suit :

- Stratégie et planification informatique
- Réseaux de communication
- Fonctionnement des systèmes
- Cybersécurité et gestion des risques
- Achats de matériels et de logiciels
- Alignement de la stratégie informatique avec la stratégie de l'entreprise

Ces responsabilités pourraient également incomber au Chief Data Officer (CDO) ou au Directeur informatique.

En tant que responsable du projet général, le DSI établit la stratégie de conformité avec le RGPD, ce qui implique ce qui suit :

- Mettre en place une organisation de propriétaires de données et de coordinateurs (ou stewards), qui peut agir à un niveau opérationnel
- Mapper les données et les rendre exploitables
- Mettre en place des procédures assurant la réactivité
- Créer la transparence

L'optimisation en vue de la conformité avec le RGPD exige de prendre le contrôle des données existantes. La gouvernance des données (qui inclut l'obligation de rendre compte, la supervision et l'accessibilité) peut nécessiter des ressources et des financements substantiels. Elle présente cependant des aspects positifs. En effet, outre la mise en conformité avec le RGPD, le fait de prendre le contrôle des données existantes peut révéler de réelles opportunités pour l'entreprise.

Où les données sont-elles situées ?

Les données résident souvent dans différents départements et sont utilisées pour des objectifs différents et selon des formats différents, ce qui pose problème. Des ensembles de données identiques sont souvent conservés dans des systèmes différents, sans aucune intégration. Résultat : personne ne peut extraire la dernière version d'un enregistrement de données personnelles.

Ces données personnelles sont souvent éparpillées dans plusieurs domaines ou stockées dans des systèmes cloisonnés : messagerie, systèmes CRM, ERP, service client, etc.

S'il est vrai que les données en silos peuvent être mappées, décrites et mises à jour par le personnel informatique ou les data stewards,

il s'agit malgré tout d'un processus lourd qui peut entraîner de nombreuses erreurs. Exploiter les données existantes via la gouvernance des données réduit à la fois les risques et la charge de travail.

Gouvernance des données

La gouvernance des données est une méthode exhaustive, mais aussi un état d'esprit organisationnel. Elle permet la collaboration des personnes, des processus et de l'IT en vue d'assurer une gestion fluide des données et accroît leur valeur commerciale.

La gouvernance des données implique un changement tant sur le plan des personnes, de la technologie, de la culture que sur le plan digital. Elle permet d'exploiter les données existantes et renforce les éléments suivants :

- la réactivité face aux requêtes
- l'exactitude des rapports
- la conformité générale aux normes (RGPD, mais aussi ISO et diverses normes du marché)
- la responsabilité (elle indique qui est capable de prendre des décisions et de gérer les demandes de changement)
- la réputation de l'entreprise, car elle permet d'éviter les violations de données et atténue les dommages

La gouvernance des données exige par ailleurs de se concentrer sur trois domaines clés : l'organisation, les processus et la technologie.

Organisation

La présence de données personnelles est si répandue que l'ensemble de l'organisation doit, dans une certaine mesure, savoir comment les gérer. Le RGPD concerne chaque employé, à un niveau ou à un autre.

Afin de créer cette prise de conscience et de changer les mentalités et la culture, les DSI ont pour tâche de créer une organisation avisée en termes de données. Ils doivent nommer des propriétaires de données et des « data stewards » qui élaboreront les politiques et les lignes directrices. Ils doivent également gérer les changements pour toute personne traitant des données personnelles, décrire et modifier les procédures en conséquence, tenir l'organisation informée et répondre aux demandes.

La responsabilité est la pierre angulaire du RGPD. Elle inclut la définition des rôles et des obligations, élément déterminant de la gouvernance des données. L'équipe doit s'accorder sur une même vision, comprendre à quel point il est important de gérer les données personnelles et être très motivée.

Processus

L'équipe des propriétaires de données et des data stewards doit savoir où résident les données et comment y accéder. Cette connaissance exige des processus bien définis.

La deuxième étape de l'exploitation des données pour le RGPD consiste à disposer de processus de données fiables. Le traitement des données peut s'avérer impressionnant. Il s'articule autour de trois stratégies qui se conjuguent pour créer la transparence et la disponibilité des données : mappage, nettoyage et syndication.

Mappage des données

L'équipe des propriétaires de données et des data stewards doit d'abord mapper les données afin de pouvoir répondre aux demandes des consommateurs et des autorités. Souvent, les données personnelles existent dans bien plus d'endroits que prévu : systèmes de gestion des ressources humaines, CRM, support client, feuilles de calcul dans des archives personnelles et même e-mails.

Des départements différents peuvent assurer leur propre gestion des données pour des raisons spécifiques. Il n'est pas rare de voir des directeurs commerciaux conserver leurs propres fichiers clients privés en plus du système CRM de l'entreprise.

Lorsqu'une image claire est établie (propriétaires des données, localisation, mode de transfert, d'étiquetage, de chiffrement des données, ancienneté, références avec d'autres systèmes), il est possible de commencer à contrôler et à améliorer la qualité des données.

Nettoyage des données

Le nettoyage des données – qui suit immédiatement le mappage des données – est un processus vital pour garantir la qualité des données. Un ensemble de données « propres » est dépourvu de doublons, toujours à jour et prêt à être supprimé si sa conservation n'est plus justifiée.

Il est essentiel qu'une organisation puisse extraire sur demande un enregistrement de données complet et à jour, que ce soit pour des raisons de déplacement, de correction ou de suppression. Pour la même raison, il est essentiel qu'une même personne n'existe pas sous plusieurs noms ou adresses dans le stockage de données de l'organisation et dans les systèmes de traitement.

Une entreprise ayant généralement de nombreux référentiels différents, les doublons ne sont pas rares. Or, avec le RGPD, ces doublons posent réellement problème. En effet, l'organisation n'est pas en mesure de remettre un enregistrement de données complet. Cette incapacité porte directement atteinte aux droits des utilisateurs en matière de protection des données. Ces doublons sont en outre préjudiciables, car l'organisation risque de s'adresser à l'utilisateur avec des informations obsolètes ou non pertinentes. Résultat pour l'utilisateur : une expérience négative et une perte de confiance dans l'organisation.

Nettoyer les données est donc à la fois un atout pour le marketing et une nécessité pour la pleine conformité avec le RGPD.

Syndication des données

Dans la mesure où le DSI supporte les conséquences et la charge de travail du mappage et du nettoyage des données, il a intérêt à rechercher un traitement de données synchronisé et unifié.

Une organisation qui utilise de nombreuses sources de données maintenues séparément, sans aucune intégration entre les différents départements, risque d'utiliser des données personnelles obsolètes ou inexactes.

Le DSI a besoin d'une version unique de la vérité et non d'un silo supplémentaire. Des propriétaires de données et des data stewards avisés pourraient mettre en place manuellement cet enregistrement unique. Il leur faudrait rechercher les informations jusqu'au fin fond des silos et examiner en détail chaque serveur. Autrement dit, un processus manuel extrêmement lourd.

La mise en place du RGPD a augmenté la nécessité d'une gouvernance des données syndiquées. Vous pouvez désormais vous attendre à davantage de ce qui suit :

- Des citoyens qui exercent leurs droits
- Des inspections des autorités, planifiées ou non, motivées par des rapports préoccupants
- Des violations de données à la suite d'attaques malveillantes

La syndication automatisée des données autorise un traitement efficace des données, renforce la réactivité et réduit les risques.

Technologie

Vous pourriez disposer d'un personnel responsable en matière de données et d'une carte détaillée montrant les flux de données et l'endroit où elles résident. Pour autant, il ne serait pas envisageable d'avoir à consulter de multiples systèmes et fichiers pour répondre à une simple requête.

Stibo Systems fournit la technologie permettant d'automatiser le traitement des données. Une solution de Master Data Management (MDM) est un référentiel qui crée une version unique de la vérité. Les données sont systématiquement à jour et immédiatement disponibles pour tous, dans toute l'organisation.

Le Golden Record

Il est le résultat visible d'un système MDM qui unifie et consolide les données issues de différents silos et crée une vue client unique et actualisée. La solution MDM peut soit éliminer les cloisonnements, soit coexister avec eux.

L'organisation dispose d'un point d'entrée unique pour l'extraction des données personnelles, autorisant des réponses plus rapides et des enregistrements précis. L'algorithme du système MDM identifie les doublons et les données incomplètes en les comparant aux données provenant d'autres sources.

Le meilleur ami du DSI, dans le cadre de l'optimisation en vue de la conformité avec le RGPD, est un référentiel capable de centraliser et de consolider les données personnelles détenues par l'organisation.

Le système MDM de Stibo Systems intègre les données de plusieurs systèmes pour nettoyer, valider et mapper les formats source en modèles de données spécifiques. Il utilise des couplages et des liaisons à la fois déterministes et probabilistes destinés à valider les données contradictoires ou incomplètes.

Des données pertinentes, à jour, exhaustives et de grande qualité peuvent être extraites chaque fois que nécessaire, que ce soit à des fins commerciales ou pour le RGPD.

En résumé, Stibo Systems MDM fournit :

- Des modèles de données flexibles compatibles avec les règles et les relations complexes entre les domaines et les hiérarchies.
- Une appartenance claire des données qui autorise des politiques et des processus de gouvernance avec pistes d'audit, contrôle de versions, approbations, workflows intégrés et règles métier.
- La syndication des données qui distribue efficacement des données de référence à de multiples parties prenantes ou canaux.
- De puissantes fonctions de couplage, liaison et fusion qui identifient et gèrent les doublons et les conflits.
- Une identification précise des données client erronées avec de puissantes fonctions de profilage, de nettoyage et d'enrichissement.
- Une visualisation dynamique montrant les relations entre les produits et permettant d'accéder aux enregistrements de référence associés.

Chez Stibo Systems nous avons pour objectif d'aider nos clients à rester en phase avec l'évolution des tendances et des réglementations.

Exploiter les données, la clé du succès commercial

Aujourd'hui plus que jamais, le succès commercial dépend de la collecte et de l'utilisation des données existantes. C'est pourquoi la conformité avec le RGPD offre un réel avantage concurrentiel.

Le RGPD a élevé la barre en matière de protection et de traitement des données. Il a un effet contraignant sur les entreprises, les obligeant à nettoyer et à exploiter leurs données. Il offre aux grandes entreprises l'opportunité extraordinaire d'utiliser ces mêmes données à des fins commerciales.

Une solution Stibo Systems peut exploiter vos données pour assurer la conformité, mais aussi pour vous permettre de générer de meilleurs résultats. Une solution Stibo Systems MDM :

- Acquiert, gère et publie des données pour supporter la transformation digitale.
- Offre une solution multidomaine capable d'intégrer d'autres domaines (clients, fournisseurs, localisations et employés) sans intégration ajoutée. Vous disposez d'une version unique de la vérité pour toutes les données de référence de l'entreprise.

Les entreprises présentent des niveaux élevés de stockage et de consommation des données client et employé. Si ces données sont correctement exploitées, elles offrent un énorme potentiel : réductions des coûts, rationalisation de l'activité et meilleures expériences client. Presque chaque entreprise conserve des données personnelles non exploitées. Le RGPD n'interdit pas l'utilisation des données personnelles. Il en fixe les conditions et empêche toute utilisation injustifiée.

Les exigences légales du RGPD et les objectifs de l'entreprise vont dans la même direction. Une entreprise qui s'engage dans la gouvernance des données et applique la syndication automatisée des données, avec un système MDM, va constater, du fait de la mise en conformité avec le RGPD, des effets secondaires tangibles en termes de résultats, notamment :

- Une vue client à 360°, ce qui constitue une bonne base pour un meilleur service client
- La réduction des processus manuels, qui libère des ressources pour davantage d'activités rémunératrices
- La qualité des données qui assure une expérience client optimale
- L'utilisation mieux ciblée des informations commerciales (par exemple, lorsque la situation familiale d'un utilisateur change, lorsqu'il devient propriétaire, etc.)
- Construction de l'image de marque : À l'ère d'Internet, où la confiance est désormais un actif essentiel, la conformité avec le RGPD offre un gage de qualité

Des données client fragmentées, en double, résidant dans des systèmes en vase clos, limitent la capacité d'une entreprise à agir rapidement et à se développer. Avec la maîtrise des données client et leur intégration dans les principaux systèmes de gestion pour les transactions et l'analyse, une entreprise libère tout le potentiel de ses données.

Pour en savoir plus sur la manière de tirer parti du RGPD en exploitant les données existantes, consultez stibosystems.com/fr ou adressez un e-mail à info@stibosystems.fr.

A propos de Stibo Systems

Stibo Systems, « The Master Data Management Company », est la source reconnue de solutions MDM. Des centaines d'entreprises innovantes, dans le monde entier, s'appuient sur nos solutions. Ces entreprises ont libéré la valeur stratégique de leurs données de référence. Elles peuvent ainsi améliorer l'expérience client, stimuler l'innovation et la croissance et créer les fondations essentielles à la transformation digitale. Stibo Systems apporte aux entreprises la transparence dont elles ont besoin, à savoir une vue unique et précise sur leurs données de référence. Elles peuvent ainsi prendre des décisions en toute connaissance de cause et réaliser leurs objectifs de croissance. Stibo Systems est une filiale du groupe Stibo A/S, fondé en 1794. Son siège social est situé à Aarhus, au Danemark. Pour plus d'informations, visitez stibosystems.com/fr.