

# Le RGPD

## Qu'est-ce que c'est?

Le Règlement Général sur la Protection des Données de l'Union Européenne renforce et unifie les droits des citoyens européens sur leurs données personnelles. Entré en vigueur le 25 Mai 2018, il établit notamment le droit au consentement, à l'oubli, à la portabilité des données, quel que soit le lieu de traitement des données. Par exemple, une entreprise américaine gérant des données de citoyen UE sur ses serveurs aux USA doit se conformer au RGPD.

## Des entreprises pour vous accompagner

Tous les cabinets de consulting majeurs ont une offre RGPD.

## Influenceurs à suivre

Isabelle Falque-Pierrotin, La Quadrature du Net, Tariq Krim, Adrien Basdevant, Max Schrems

## 3 entreprises qui font du RGPD un levier

**Qwant** - ce moteur de recherche met en avant sa non-exploitation des données utilisateurs, pour se différencier de Google.

**Dissident.ai** - cette start-up propose un bouquet de services, et fait du respect de vos données sa proposition de valeur principale.

?

## Quel impact business?

- Audit et mise en conformité « préemptive » : le RGPD oblige à établir un contrôle interne pour recenser les données collectées et leurs usages. C'est une rationalisation bénéfique sur ce terrain, laissé longtemps en friche.
- Différenciation par l'éthique. Il devient possible de mettre en avant ses produits et services, sur cette dimension. Ex: Qwant.

## Ressources nécessaires

### Ressources organisationnelles :

- un sujet qui doit être porté de façon transverse au codir (DSI, métiers, juridique).
- une acculturation auprès des métiers (marketing notamment).

### Ressources financières :

- frais de consulting auprès de cabinets juridiques spécialisés.
- frais de formation des métiers

## Facteurs-clés de succès et pièges à éviter

### Facteurs-clés de succès

- mettre en place des process permanents de recensement des données et de leurs usages, idéalement de paire avec la mission sur la qualité des données (« gouvernance »).

### Pièges à éviter

- éviter de faire du RGPD une contrainte bureaucratique : le RGPD doit être utilisé comme un levier pour sécuriser les pratiques existantes et créer de nouvelles formes de valeur.