

1 - Définition



1. Définition



Le **RGPD** pour **Règlement Général pour la Protection des Données**, ou GDPR (General Data Protection Regulation), a été mis en place le **25 mai 2018**.
Il s'applique à l'ensemble du **traitement des données informatiques, à caractère personnel**.

Nota : Le caractère personnel est lié à une personne, qu'elle soit identifiée ou identifiable.

Nous reviendrons d'ailleurs plus tard sur la notion d'anonymisation.

1.1 Pourquoi l'avoir créé ?

L'idée de pouvoir **protéger le citoyen**, et d'établir un **cadre légal** autour des droits qu'il a vis-à-vis du traitement de ses informations personnelle, n'est pas nouvelle, à l'échelle d'un pays.
Mais...chacun avait sa propre loi.



En **France**, par exemple, la **Loi Informatique et Libertés (LIL)** avait déjà posé les grands contours sur le sujet dès **1978**.

A travers le RGPD, l'objectif est donc d'assurer une **loi cohérente**, et **homogène à l'échelle européenne**.



1.2 Ambitions/objectifs

Le RGPD permet au citoyen de retrouver ses données : leurs existences, leurs traces, leurs détenteurs, l'usage qui en est fait.



L'ambition repose sur **deux points** : assumer la **transparence**, et la **sûreté** des données et leurs traitements associés.

Chacun de ces 2 points étant alors, pour la société désormais un devoir, et, pour l'usager un droit renforcé.

Le RGPD permet globalement de renforcer la confiance des utilisateurs envers les entreprises traitant de la donnée. A ce titre, ce peut être soit des sociétés vis-à-vis de leurs clients/prospects, ou, en première ligne, les acteurs du web, dont celles de type "GAFAM" (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft).
Ces entreprises ont justement créé leur empire sur un principe simple : **leurs applications sont gratuites** ! En échange de quoi, l'usager donne "tout simplement" ses informations personnelles pour qu'elles puissent être exploitées, échangées, analysées, enrichies.

Si c'est Gratuit c'est toi le produit

Concrètement, **l'objet n'est donc pas tant d'attribuer aux usagers de nouveaux droits, mais de les définir, ou les redéfinir.**

Les voici :

- **Droit d'information** : afficher les modalités de collecte
- **Droit d'accès** : Pouvoir atteindre ses informations
- **Droit de rectification** : assurer de pouvoir faire procéder à une mise à jour
- **Droit à la portabilité** : chacun peut récupérer ses informations (droit d'accès), puis les utiliser ailleurs.
- **Droit d'opposition** : pouvoir s'opposer à la collecte et au traitement de ses données
- **Droit à l'oubli** : pouvoir obtenir l'effacement.
- **Droit à la limitation du traitement** : pouvoir maîtriser par qui, quoi, et comment mes données seront utilisées par la suite.
- **Droit d'opposition du profilage** : l'utilisateur doit pouvoir refuser tout traitement effectué à posteriori, notamment ceux réalisés par l'application d'algorithme ou bien de Machine Learning.

Ce dernier point est intéressant, car, dans les traitements actuels, cela peut aller du profilage/segmentation d'un client, et l'application d'algorithmes peut aller à des "décisions" déterminées par le système.



Exemple sur une assurance :

- **Données en entrée** : Informations personnelles médicales
- **Catégorisation** : Personne fragile
- **Action** : Ne pas l'assurer !

Ce point nous intéresse particulièrement !

En effet, le BigData collecte, stocke la donnée, comme bon nombres d'applications au sein du SI.
Mais, elle permet d'appliquer des calculs permettant la modélisation, les statistiques, etc...sur les usagers.



En clair, si l'entreprise n'est **pas bienveillante** sur ce point, elle pourrait **perdre tout** ou partie de la **valeur ajoutée** qu'elle obtient grâce aux **outils BigData** !



Pour voir la fiche complète et les documents attachés, rendez-vous sur
<https://elearning.26academy.com/course/play/5ba4fe38a9bdd40c9b69d8f6>