

# Entrepreneurs, le RGPD n'est pas votre cauchemar!

ANNE TSCHANZ VAKULA

Directrice **SERGAN MANAGEMENT**



**Tout d'abord, avant d'être des patrons, vous êtes des êtres humains. Vous voulez que vos données personnelles soient protégées. Si vous avez sélectionné «Friends» dans votre profil Facebook pour les photos et les messages que vous postez, vous ne voulez pas que d'autres personnes que vos «Amis» y aient accès, et si cette condition n'était pas remplie, si votre confiance était trahie, vous aimeriez avoir le droit de porter le cas en justice et obtenir réparation. Et bien le RGPD européen c'est la même idée!**

En tant qu'entrepreneur, votre cauchemar serait de vous réveiller un matin avec la liste de vos clients et les différents profilages effectués par le service marketing de votre société publiés sur internet depuis un serveur en Ukraine par exemple, sans aucun moyen de pouvoir faire quoi que ce soit: les hackers n'ont même pas pris

la peine de demander de rançon avant de publier... ont-ils été rémunérés par un concurrent? Votre cauchemar serait de vous réveiller un matin et de recevoir une convocation à tel tribunal allemand par exemple suite à la plainte déposée par l'un de vos clients domicilié à Francfort qui aurait reçu par erreur un email que l'un de vos collaborateurs basé à Lausanne avait voulu envoyer à un autre de vos collaborateurs basé à St Gall. Manque de chance, cet email contenait des informations sensibles sur un groupe de clients ainsi qu'un projet d'action marketing ciblée. Le RGPD n'interdit nullement la collecte, le traitement, l'analyse, le profilage, l'utilisation, le stockage des données clients et collaborateurs. Mais il pose de très sérieux gardes fous. Il encadre, précise et oblige à adopter une organisation adéquate. Il ne s'agit pas juste de mettre à jour les contrats, les fameux «terms and conditions» de 267 pages et

autres «disclaimer» plus longs que Hamlet ainsi que de demander à son informaticien d'élever le niveau de sécurité des systèmes. Il s'agit d'une révolution complète de la manière de travailler avec des données. Le «tout digital» a fait exploser les risques de perte, de fuite, de vol, d'utilisation abusive ou carrément malveillante. Chaque collaborateur dans l'entreprise doit se sentir à l'aise avec les données qu'il manipule au regard du RGPD. Ce n'est juste une question de conformité à la loi, c'est aussi une question de respect par rapport à la confiance que vous accordent vos clients. Il n'est pas raisonnable d'attendre l'adoption de la version révisée de la LPD suisse. En effet, la probabilité que votre entreprise, si-

tuée en Suisse, soit soumise au RGPD est élevée. Les critères de soumission n'ont rien à voir avec le fait d'être ou pas un réseau social tel que Facebook.

.....  
CHAQUE COLLABORATEUR  
DANS L'ENTREPRISE  
DOIT SE SENTIR À L'AISE  
AVEC LES DONNÉES  
QU'IL MANIPULE  
AU REGARD DU RGPD.

Une entreprise suisse peut être soumise par le biais d'un seul de ses clients qui réside en Espagne ou par celui d'un de ses employés qui réside en France voisine et qui utilise un téléphone portable de la société, pour répondre aux clients les soirs ou les week-ends quand il se trouve sur le sol français... La société Geneva Compliance Group (GCG) a créé un excellent questionnaire (<https://geneva-compliance.com/en/GDPR.html>) afin d'obtenir rapidement et gratuitement un diagnostic. La société Lexing (<https://lexing.ch/rgpd/>) ou encore le kit de la FER vous

permettent également d'obtenir de précieuses informations et des conseils.

Se mettre en conformité avec le RGPD est loin d'être un cauchemar mais au contraire une opportunité: le processus d'analyse pertinente des données clients vous permettra certainement de faire évoluer votre entreprise en profondeur, d'y insuffler une nouvelle stratégie plus innovante et plus profitable, de développer de nouveaux segments de clientèles et pour certains d'entre vous, de générer des revenus supplémentaires!

## L'analyse des risques

Finalement, comme vous tous, j'ai été à la fois stupéfaite et sidérée par le «siphonage légal» par Cambridge Analytica (CA) des données de 80 millions d'utilisateurs américains de Facebook. Si la mission et la responsabilité des membres d'un conseil d'adminis-

tration ne sont pas, en autres, de surveiller, et le cas échéant, de dénoncer et stopper des sources de revenus qui sont manifestement issues de tromperies (la société CA a prétendu que le questionnaire envoyé préalablement aux messages publicitaires à visées électorales avait un but de recherche académique) et autre exploitation abusive du «business model» de l'entreprise, alors quelles sont-elles?

Et dans votre entreprise, une analyse des risques induits par chaque contrat sous l'angle de la protection des données a-t-elle été conduite? N'attendez pas d'être convoqué devant le congrès américain... ou un tribunal européen: mettez-votre entreprise en conformité avec le RGPD! ■