

LE RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD) :

QUELS RISQUES, QUELLES OPPORTUNITÉS ?



LE RÈGLEMENT GÉNÉRAL SUR LA PROTECTION DES DONNÉES (RGPD) : QUELS RISQUES, QUELLES OPPORTUNITÉS ?

Un distributeur qui n'aurait accès à aucune ou beaucoup moins d'informations sur ses clients perdrait un avantage concurrentiel considérable. C'est pourtant la réalité à laquelle il risque de devoir faire face dans moins d'un an. À partir de mai 2018, tout client aura le droit de demander aux distributeurs d'exporter les informations le concernant, de les effacer de leur base de données et de les donner à un concurrent.

Ceci est une conséquence du règlement général sur la protection des données (RGPD, ou GDPR en anglais) passé par l'Union européenne. Ce règlement transforme fondamentalement le droit aux données et la façon dont les distributeurs peuvent les gérer. Les sanctions pour non-respect du règlement sont sévères : une amende pouvant s'élever jusqu'à 4% du chiffre d'affaires annuel du distributeur ou 20 millions d'euros.

Les équipes techniques doivent conformer leurs bases de données au nouveau

règlement d'ici mai 2018. Le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données) permettra notamment aux consommateurs de modifier, d'extraire, de transférer et de faire effacer toutes les informations qu'un distributeur a recueillies à leur sujet. Cependant, le RGPD n'est pas un simple exercice technique. Cette loi ouvre la voie à de nouvelles opportunités, crée de forts risques et aboutira à de nouvelles propositions et de nouveaux modèles commerciaux.

Imaginez que quelqu'un décide de créer un « passeport d'informations ». Cela existe déjà d'une certaine façon aujourd'hui, par exemple quand vous utilisez votre compte Facebook et les informations qui y figurent pour vous connecter sur d'autres sites internet.

Ceci n'est pourtant que la pointe de l'iceberg puisque de tels services pourront non seulement recueillir des informations provenant de différentes sources – des

distributeurs aux banques en passant par les assurances automobile – mais aussi les effacer de leur source d'origine. Cela pourrait arriver à vos données clients.

Les informations personnelles peuvent être transférées vers la base de données d'un tiers uniquement lorsque nécessaire, par exemple pour un achat en ligne ou un devis d'assurance, puis effacées lorsque la transaction a eu lieu. L'entreprise qui a créé ce « passeport d'informations » aurait alors le contrôle des informations clients. Les clients quant à eux sauraient que leurs informations sont protégées par une entreprise à laquelle ils font confiance.

Les clients pourront alors contrôler l'utilisation de leurs informations personnelles et bénéficier d'offres sur mesure de la part de l'entreprise qui détient leur « passeport d'informations ». Il pourrait s'agir d'une application d'achats en ligne qui rassemble dans un panier virtuel les meilleures offres sur leurs marques préférées. Une autre application pourrait regrouper les utilisateurs selon leurs habitudes de consommation (par produit ou par marque) pour pouvoir recevoir des offres à prix de gros. Ces nouvelles propositions pourraient révolutionner la manière dont nous achetons.

Les distributeurs doivent décider s'ils veulent devenir les détenteurs des « passeports d'informations » de leurs clients. Cela représente certainement des avantages, mais aussi des exigences en termes de stockage des données et de nécessité de recruter et employer des spécialistes de données hautement qualifiés. À l'inverse, si les distributeurs renoncent à ces passeports, leurs concurrents tenteront de s'en emparer.

Il sera donc crucial d'être prêt à empêcher vos concurrents d'avoir accès aux informations que vous détenez, quel que soit votre secteur d'activité. Il est également possible que vous puissiez continuer à exploiter, pour votre activité, les informations relatives à un client après que celui-ci ait demandé de les effacer ou de les transférer, ceci à la condition que vous ayez anonymisé ces données et que vous ne puissiez donc plus les relier à ce client. Il est aussi indispensable que vous investissiez pour que vous soyez perçu comme une enseigne de confiance, qui protège les informations de ses clients et le fait savoir.

Parce qu'elle « rend » la propriété des données les concernant aux consommateurs, Le RGPD est révolutionnaire. Il faut y être préparé. La loi entrera en vigueur le 25 mai 2018. Ce serait une erreur de croire qu'il s'agit d'un problème qui ne concerne que les équipes techniques de votre entreprise.

À PROPOS D'OLIVER WYMAN

Oliver Wyman est un leader mondial du conseil en direction générale qui combine des connaissances approfondies des différents secteurs d'activité avec une expertise reconnue en matière de stratégie, d'opérations, de gestion du risque et de transformation organisationnelle.

Dans le secteur de la distribution et des biens de consommation, nous nous appuyons sur une connaissance client stratégique inégalée et sur des techniques analytiques de pointe pour offrir les meilleurs résultats à nos clients. Nous comprenons parfaitement les clés de succès d'un distributeur : une attention constante portée sur le client, une recherche permanente de l'excellence dans l'exécution et une motivation continue d'améliorer ses compétences. Notre approche unique, basée sur l'expérience, nous permet depuis plus de 20 ans d'aider les distributeurs à construire leur futur.

www.oliverwyman.com

CONTACTS

JAMES BACOS

Global Retail Practice Leader
james.bacos@oliverwyman.com
+49 89 939 49 441

WAI-CHAN CHAN

Global Consumer Goods Practice Leader
wai-chan.chan@oliverwyman.com
+852 2201 1700

NICK HARRISON

Global Retail Practice Co-Leader
nick.harrison@oliverwyman.com
+44 20 7852 7773

SIRKO SIEMSEN

Global Retail Practice Co-Leader
sirko.siemssen@oliverwyman.com
+49 89 939 49 574

RICHARD MCKENZIE

Retail & Consumer Goods Practice Lead – Asia
richard.mckenzie@oliverwyman.com
+852 2201 1700

FRANCOIS AUBRY

Retail & Consumer Goods Practice Lead – France
francois.aubry@oliverwyman.com
+33 1 4502 3388

RAINER MUENCH

Retail & Consumer Goods Practice Lead – Germany
rainer.muench@oliverwyman.com
+49 160 621 8210

COEN DE VUIJST

Retail & Consumer Goods Practice Lead – The Netherlands
coen.devuijst@oliverwyman.com
+31 20 541 9790

JEREMY SPORN

Retail & Consumer Goods Practice Lead – North America
jeremy.sporn@oliverwyman.com
+1 646 249 0517

MARIA MIRALLES

Retail & Consumer Goods Practice Lead – Iberia
maria.miralles@oliverwyman.com
+34 615 036 406

NORDAL CAVADINI

Retail & Consumer Goods Practice Lead – Switzerland
nordal.cavadini@oliverwyman.com
+41 44 553 37 64

ANDREW GLOVER

Retail & Consumer Goods Practice Lead – UK
andrew.glover@oliverwyman.com
+44 20 7852 7770

Copyright © 2017 Oliver Wyman. Tous droits réservés.