



ÉTABLIR UNE RELATION DE CONFIANCE ET DÉVELOPPER UNE CULTURE RGPD EN ENTREPRISE : LE RÔLE DU *DATA PRIVACY MANAGER* CHEZ AXIMA CONCEPT (ENGIE)

[Sylviane Ruiz](#), Propos recueillis par [Léa Longo](#)

A.D.B.S. | « [I2D - Information, données & documents](#) »

2019/1 n° 1 | pages 82 à 86

ISSN 2428-2111

DOI 10.3917/i2d.191.0082

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-i2d-information-donnees-et-documents-2019-1-page-82.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour A.D.B.S..

© A.D.B.S.. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

ÉTABLIR UNE RELATION DE CONFIANCE ET DÉVELOPPER UNE CULTURE RGPD EN ENTREPRISE : LE RÔLE DU *DATA PRIVACY* MANAGER CHEZ AXIMA CONCEPT (ENGIE)

Propos recueillis par Léa Longo

Comment populariser le RGPD au sein de son entité ? Comment déployer des mesures pérennes qui s'insèrent dans l'existant ? Alors que le RGPD souffle sa première bougie, les actions de mise en conformité au sein des entreprises bouleversent les pratiques et usages des opérationnels. Sylviane Ruiz, *Data Privacy Manager* (DPM) au sein d'Axima Concept, entreprise de génie climatique, réfrigération et sécurité incendie, nous fait part de son analyse et de son expérience. Elle nous donne des clés pour réussir la mise en conformité.



Sylviane RUIZ

Sylviane RUIZ

D'abord Relais Informatique et Libertés (RIL) chez Engie Axima, entreprise de génie climatique, réfrigération et sécurité incendie en parallèle d'un poste de chef de projet au sein de la Direction des systèmes d'information (DSI), Sylviane Ruiz est devenue Responsable de la protection des données personnelles avec l'entrée en application du RGPD. Aujourd'hui, elle occupe à plein temps le poste de *Data Privacy Manager* (DPM) chez Engie Axima Concept.



Léa LONGO

Léa LONGO

Étudiante en Master *Méga*données et analyse sociale (MEDAS) au Conservatoire des arts et métiers (CNAM) et titulaire du certificat de spécialisation DPO au CNAM, elle est en alternance dans l'équipe *Privacy* chez Engie Axima Concept.

L'ARRIVÉE DU RGPD EST SOUVENT VÉCUE COMME UNE PERTURBATION. QUELLE MÉTHODE AVEZ-VOUS ADOPTÉE POUR LE FAIRE ACCEPTER AU SEIN D'AXIMA CONCEPT ?

Avant l'entrée en application du RGPD le 25 mai 2018, la protection des données personnelles n'était pas un sujet, ni un véritable enjeu pour les entreprises, et ce, malgré des dispositions légales pré existantes (loi *Informatique et Libertés*, directive européenne).

Dans ce contexte, et au vu de l'amplitude du RGPD, notre organisation a mis en œuvre un plan d'actions pour la mise en conformité d'Axima Concept, en s'appuyant sur les recommandations formulées par la Commission nationale Informatique et Libertés (CNIL⁶²) et le Comité européen de la protection des données (CEPD, ex-G29⁶³).

La première étape a été de définir des niveaux de priorité : à savoir, la sécurité des données relatives aux ressources humaines (RH) et les données de nos clients. En effet, un des enjeux principaux était d'établir une relation de confiance auprès des tiers, notamment pour se démarquer de nos concurrents, tout en assurant la conformité RGPD dans les meilleurs délais.

QUELLES SONT LES FONCTIONS AU SEIN D'AXIMA CONCEPT TOUCHÉES PAR LE RGPD ET COMMENT AVEZ-VOUS RÉUSSI À ÉTABLIR CETTE RELATION DE CONFIANCE ?

Toutes les fonctions sont touchées. En effet, les données personnelles restent omniprésentes, notamment lors des transferts de fichiers par mail. Les CV lors de recrutements, des listes d'invités pour un évènement, des documents officiels concernant collaborateurs, clients, tiers, transitent quotidiennement.

Il fallait donc à tout prix réussir à « embarquer » tout le monde, y compris ceux qui ne se sentaient pas concernés. Nous leur avons expliqué ce qu'était une donnée personnelle et un traitement de donnée à caractère personnel (DCP). Sans cette phase de sensibilisation, il aurait été impossible d'impliquer les équipes. Or c'est avec elles que nous pouvons réaliser la cartographie des traitements, et recenser des écarts de process pour la conformité RGPD.

Le RGPD touche également nos relations avec nos sous-traitants, qu'il a fallu solliciter pour collecter et actualiser les contrats, afin de prendre en compte les exigences de sécurité, d'audit, de droit des personnes, et des obligations en cas de fuite de données.

⁶² CNIL : L'autorité française veillant à la protection des données personnelles et disposant d'un pouvoir de contrôle en la matière.

⁶³ CEPD : ex-G29, organisation réunissant l'ensemble des CNIL européennes.

SELON VOUS, LA « CULTURE RGPD » EST LA CLÉ DU SUCCÈS. COMMENT LA DÉVELOPPER ?

Nous avons mis en place des actions de communication, de sensibilisation et de formation à tous les niveaux de l'entreprise : des comités de direction aux services généraux, en passant par les opérationnels, sans oublier les filiales. Une procédure RGPD a été instaurée à l'intention des nouveaux embauchés.



Pour rendre le sujet plus accessible et attrayant, nous avons créé, avec une agence, de multiples supports de communication : des vidéos, des affiches, des BD. Ils ont été diffusés très largement, sous formes numérique et print, *via* des newsletters envoyées aux collaborateurs, et des affiches qui peuvent être imprimées sur tous les sites.

Pour cultiver le lien avec nos collaborateurs, les informer sur les bonnes pratiques et les obligations du RGPD, nous avons constitué un espace intranet, avec de la documentation, des conseils, et nous organisons des actions de communication fortes, plusieurs fois par an, pour des événements spécifiques, tels que l'anniversaire du RGPD, la journée de la protection des données.

Il est indispensable de continuer d'enrichir la « culture RGPD », véritable facteur clef de succès. À cet égard, il faut aussi écouter les remontées terrain. Certains ne voient que les contraintes du RGPD. Notre stratégie est de les rassurer, de ne pas empêcher leur travail et d'introduire des mesures protectrices progressivement. Nos slogans résument ces idées : « Soyons attentifs ! », « Pour que notre vie reste privée, adoptons la data vigilance ».

UN AN APRÈS LA MISE EN APPLICATION DU RGPD, QUELS SONT LES CHANGEMENTS MAJEURS QUE VOUS CONSTATEZ ?

Deux évolutions majeures ont découlé du RGPD et nous ont amenés à enrichir nos *process*.

La première est l'application du principe « *privacy by design/default* ». Il s'agit d'intégrer en amont des projets des mesures protectrices des données. Le service *Privacy* est désormais un interlocuteur connu et identifié. Ainsi, les dossiers arrivent au stade projet et sont pris en charge par le binôme Responsable de la sécurité des systèmes d'information (RSSI) et le *Data Privacy Manager (DPM)*, pour procéder conjointement aux analyses de sécurité, de conformité RGPD et contractuelles en amont.



La seconde évolution est la mise en place d'un réseau de Correspondants *Data Privacy Manager* (CDPM) au sein de notre entreprise. L'objectif est de permettre la veille opérationnelle, de développer le réflexe RGPD au sein de chaque service, filiale, filiale.

Développer cette culture des données personnelles permet de renforcer la sécurité dans les projets et valoriser notre démarche comme facteur différenciant.

QUELS SONT LES DÉFIS QUI ATTENDENT LE SERVICE DPM POUR 2019 ?

Les défis sont multiples, on peut notamment citer l'offre *BIM Life* qui bouleverse les métiers de la construction. Le *BIM* (*Building Information Modeling-Management*) renvoie aux techniques de management et de modeling dans le cadre de la construction, rénovation et maintenance de bâtiments. Les métiers évoluent vers un travail entièrement réalisé sur maquette numérique. Ce nouvel outil de travail implique une collaboration des différents acteurs, des compétences numériques, ainsi qu'une attention particulière aux données.

Si aujourd'hui les maquettes numériques n'impliquent pas de données personnelles au sens strict du terme, il faut anticiper les évolutions rapides de ce domaine. Les maquettes peuvent contenir des données architecturales (murs, conduits d'aération, etc.) comme un plan papier classique, mais également des données qui remontent de capteurs connectés (température, CO², taux d'occupation, services à proximité...). Indirectement, certaines données peuvent devenir identifiantes, et donc personnelles au sens du RGPD.

Il est donc nécessaire de sensibiliser ces nouveaux acteurs, qui pensent n'avoir affaire qu'à des données techniques, sans danger pour la vie privée. Il faut ensuite être attentif et mettre en œuvre les principes de la *Privacy by design* et *by default*. Il est donc indispensable de travailler conjointement avec les opérationnels et mettre en place des solutions techniques d'anonymisation.

Des dispositions légales existent déjà pour inciter la transition vers un usage obligatoire du *BIM* dans les projets. Il faut s'attendre à ce que le *BIM* devienne la norme, et ce, à l'échelle internationale. Ce domaine d'activité est donc un sujet fort de l'équipe DPM, qui procède à une veille active par le biais de différents groupes de travail pour définir l'orientation de nos actions pour la conformité RGPD.

QUELS SONT LES ÉLÉMENTS PRINCIPAUX QUI ONT PARTICIPÉ AU SUCCÈS DE LA MISE EN CONFORMITÉ DE VOTRE STRUCTURE ?

Le DPM ne peut pas porter seul la mise en œuvre de la conformité RGPD. Il doit pouvoir s'appuyer sur une culture forte fondée sur la notion de *privacy* développée au sein de la structure.

Et pour réduire le risque de manipulations ou de mauvaises pratiques en lien avec la donnée personnelle, il faut que le réseau des relais soit en place, formé, investi, et pro actif au côté du DPM.

La réussite de la conformité RGPD n'est pas simplement une question de compétences juridiques, ou de maîtrise technique des systèmes d'information, mais une capacité à avoir une vision globale sur les données et les collaborateurs de l'entreprise pour coordonner les pratiques.

Le DPM/DPO orchestre une mise en œuvre RGPD et détecte les actions prioritaires voire critiques afin de réduire les risques, tels qu'une fuite de données, ou d'anticiper un contrôle CNIL ; il est proactif, organisé, bon communicant, pédagogue et investi – voire passionné par le sujet ; il doit pouvoir s'appuyer sur des ressources propres au sein de son service, et en intra entreprise avec le réseau des relais et le Responsable de la sécurité des systèmes d'information (RSSI). Cela nécessite forcément une ligne budgétaire, et les entreprises n'ont pas encore toutes pris en compte ce coût.

En conclusion, dans un monde de plus en plus digital, et quel que soit le métier et/ou l'activité, la conformité RGPD est un élément essentiel, aujourd'hui différenciant si l'entreprise adopte une démarche proactive. Demain cette conformité devra être constante à tous les niveaux de nos structures.