

Le Cigref veut la confiance dans l'économie des données

L'économie des données constitue l'un des 9 marchés prioritaires de [l'industrie du futur](#) promue par Bercy et sera impactée par la réforme en cours du [régime de protection des données](#) de l'Union européenne. Dans ce contexte, un groupe de travail du Cigref dirigé par Christophe Boutonnet, DSI du Conseil d'État, a étudié dans [un rapport](#) les conditions de réalisation d'une valorisation responsable des données. Les enjeux sont : commerciaux, techniques (Big Data, Cloud, HPC...), juridiques (traitement et protection des données, droit à l'oubli, droit à l'auto-détermination informationnelle), éthiques (respect de la vie privée) et de sécurité (gestion des risques).

1000 milliards d'euros par an

« L'économie des données personnelles est bien une économie du partage et de la coopération. Mais c'est aussi et surtout une économie de la confiance », explique le réseau de grandes entreprises dans son analyse. Un avis partagé par le cabinet Boston Consulting Group (BCG), selon lequel le marché des données personnelles en Europe représentera une valeur économique de [1000 milliards d'euros par an](#) à horizon 2020. « Les entreprises qui réussiront à créer [un lien de confiance] pourraient multiplier par cinq ou dix le volume d'informations auxquelles elles sont susceptibles d'avoir accès. Sans la confiance du consommateur, l'essentiel des milliards d'euros de valeur économique et sociale que le Big Data pourrait représenter dans les années à venir risquerait d'être perdu », indique le cabinet de conseil en stratégie d'entreprise dans [une autre étude](#) publiée en juin 2014.

Partager la valeur...

La multiplication des terminaux et objets connectés, associée à l'analyse en temps réel des données, ont permis la montée en puissance du modèle serviciel connu de longue date (la valeur se trouve dans la vente d'un service) et, surtout, du modèle biface (celui des grandes plateformes Web d'intermédiation entre utilisateurs et annonceurs). Le secteur public, de son côté, s'active sur plusieurs fronts. En France, l'administration travaille à l'ouverture des données publiques (Open Data) et à la mise à disposition de nouveaux téléservices, [dont France Connect](#) (authentification unique aux services publics en ligne) créé par arrêté du 24 juillet 2015.

Selon le Cigref, l'opportunité majeure pour les acteurs européens consiste à développer des services à valeur ajoutée en mettant l'accent sur le lien de confiance cité plus haut. En intégrant, par exemple, un outil de protection des données dès la conception du service (*Privacy by design*). Ils pourront tirer profit des données anonymisées « *statistiquement significatives* » et du partage de valeur.

Self Data et VRM

« *Le Self Data ou le VRM dessinent un nouveau paradigme économique autour des données personnelles... celui d'une économie symétrique, où les consommateurs/clients bénéficieront d'une valeur d'usage de leurs données, et deviendront de véritables co-créateurs de valeur* », souligne le Cigref. Ces modèles visent à rééquilibrer le rapport entre utilisateurs de services et entreprises qui tirent profit des données personnelles collectées. Le Self Data fait référence à la production, l'exploitation et le partage de données sous le contrôle des individus, et le VRM (*Vendor Relationship Management*) donne à l'utilisateur des outils pour gérer sa relation avec les vendeurs et fournisseurs de services.

Selon [une enquête](#) menée en février 2014 par le laboratoire de veille serdaLAB, 48 % des répondants déclarent s'opposer à l'exploitation de leurs données par une entreprise à des fins commerciales, mais 52 % l'acceptent, sous conditions. Parmi ceux qui acceptent : 90 % veulent exprimer leur consentement au préalable et maîtriser les conditions de réutilisation de leurs données.

Lire aussi :

[Big Data : Les entreprises sous-estiment le risque juridique](#)
[Que valent vraiment vos données personnelles ? \(tribune\)](#)

crédit photo © Valeri Potapova / Shutterstock.com