



RGPD : 1 entreprise sur 2 se prépare à un contrôle de la Cnil

En 2022, 2 fois plus d'entreprises ont numérisé leur registre des traitements de données personnelles par rapport à 2019 où elles n'étaient que 15%. Les entreprises veulent aussi se mettre en conformité avec Google Analytics et les obligations sur les cookies imposées par le RGPD et la Cnil.

Le principal frein au déploiement du projet de conformité RGPD, une loi entrée en vigueur en 2018, est le manque de temps pour 56% des répondants au baromètre conduit début 2022 par Data Legal Drive, un éditeur français de logiciels RGPD, en partenariat avec l'AFJE, et les éditeurs Dalloz et Editions Législatives. Selon Vivien Descamps, responsable communication chez Maas BT, il s'agit d'« *un frein logique puisque beaucoup de professionnels jonglent entre leur poste initial et celui de DPO**. »

Alors, pour accélérer leur projet, une majorité d'entreprises misent sur les communications interne et externe permettant de sensibiliser et d'éduquer les différents publics. Une même proportion d'organisations répondantes, 42% pour être exact, ont la volonté de prouver et d'expliquer avec pédagogie que le traitement éthique des datas ne freine pas les enjeux business.

Plus d'une entreprise sur 2 craint un contrôle de la CNIL

L'accélération de la protection des données personnelles pourrait s'expliquer par la crainte d'être contrôlé par la CNIL comme pour près de 53% des entreprises. Afin d'anticiper un éventuel contrôle, les entreprises se préparent et les Directions Générales mettent en place des actions pérennes. Pour autant, 20% des répondants estiment que la Direction générale valide plus facilement des actions et des budgets après qu'une sanction de la CNIL ait été émise.

Cookies : un an après, les entreprises ont réagi !

Sujet en tête du podium parmi les projets de conformité prioritaires en 2021, près de 67% des entreprises ont intégré une CMP à leur site web cette année. Une véritable prise de conscience sachant que seul 1 site internet sur 3 était en conformité RGPD en 2019. Depuis les nouvelles directives de la CNIL, les entreprises se sentent aidées et jugent plus facile le recueil du consentement des internautes. Reste à vérifier si toutes les CMP* ont bien été configurées selon les recommandations de la CNIL.

Google Analytics et conformité : la priorité des entreprises pour les mois à venir

Les entreprises qui utilisent Google Analytics sont près de 40% à souhaiter migrer vers d'autres solutions d'analyses conformes aux recommandations de la CNIL. Pour autant, 25% espèrent poursuivre l'utilisation de Google Analytics grâce à un nouveau paramétrage qui respecterait le RGPD. Selon Vivien Descamps, Responsable de la communication chez Maas BT, « Sortir du giron Google c'est aussi l'opportunité de passer par des solutions françaises. »

Davantage d'actions concrètes face aux cyberattaques

Cette année, les DPO et juristes sont deux fois plus nombreux qu'en 2020 à avoir mené des actions concrètes avec la mise en place de mesures de sécurité conformes à l'article 32 du RGPD. Pour 6 sur 10 entreprises, l'urgence a été de mettre en place des mesures de sécurité concrètes pour lutter contre les cyberattaques. Depuis la crise sanitaire, 75% des entreprises ont évalué le niveau de sécurité de leur site web tels que le protocole https, les formulaires de recueils de données, etc.

<https://www.solutions-numeriques.com/rgpd-1-entreprise-sur-2-se-prepare-a-un-controle-de-la-cnil/>

FNSA – mai 2022

CMP (Consent Management Platform) : le CMP est une plateforme de gestion du consentement.