irep

CONCILIER LES ENJEUX BUSINESS AVEC LA PROTECTION DES DONNÉES ET LE RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

Mardi 20 Mai de 8H30 à 15H30 Club Confair, 54 rue Laffitte, 75009 PARIS

EDITO

En mai 2013, l'IREP organisait une première demi-journée consacrée au Big Data afin d'apporter les principales clés de compréhension de cette révolution des données et des organisations.

Un an plus tard, nous vous proposons un approfondissement autour de 3 thèmes majeurs :

- ***La sécurité des données**, risques encourus, coûts, prévention…*
- ***Les traitements des données** en termes de collecte et d'usages,*
- ***Les aspects juridiques nationaux et européens** de la propriété des données et les limites de leur utilisation.*

Dix experts viendront partager leurs savoirs et leurs expériences autour de ces trois thèmes. Le Comité de Programme nourrira la réflexion de ses propres expertises tout au long de la journée.

*Nous aurons le plaisir de vous accueillir **le 20 mai prochain de 8h30 à 15h30 dans l'auditorium du Club Confair.***

*Le Comité de Programme : **Philippe Legendre, François Mariet, Gilles Santini, Philippe Tassi***

8H30	ACCUEIL
9H00	**Introduction de la matinée** *François Mariet, Président du Conseil Scientifique, IREP* *Philippe Tassi, Directeur Général Adjoint, Médiamétrie*
SECURITE DES DONNÉES	
9H10	**Importance économique pour les entreprises de la protection des échanges de données sensibles** La nature du risque, la fréquence des « incidents », le coût économique potentiel, la prévention *Gilles Santini, Président, Hippon/VINTCO*
9H30	**Big Data ou Big Brother : faut-il choisir ?** 'Le logiciel dévore le monde…' et de ce repas gargantuesque jaillit un véritable océan de données que viennent alimenter en temps réel tous les objets connectés que nous utilisons dans notre quotidien. A tel point que ces données deviennent ainsi le carburant de l'économie numérique. En même temps, ces données sont autant de traces numériques que nous laissons derrière nous. A tel point que, si l'on n'y prend pas garde, notre monde pourrait se transformer en celui d'Orwell… Entre Big Data et Big Brother, faut-il choisir ? Comment ? Cette intervention vise à préciser l'approche de Microsoft pour tenter de répondre à cette question. *Bernard Ourghanlian, Directeur Technique et Sécurité, Microsoft France*
10H05	PAUSE

CONCILIER LES ENJEUX BUSINESS AVEC LA PROTECTION DES DONNÉES ET LE RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

TRAITEMENTS DES DONNEES ET USAGES

10H20 **Vers un modèle de gestion des données respectueux de la vie privée : application à la collecte limitée d'informations personnelles**

Le modèle actuel du web centralise toujours plus d'informations personnelles, sans prendre en compte les principes fondamentaux du respect de la vie privée. Quelles alternatives ? L'une d'elles émerge actuellement et semble pouvoir réconcilier traitements d'informations personnelles et respect de l'intimité.

Nicolas Anciaux, Chargé de Recherche, INRIA Paris-Rocquencourt

10H55 **Big Data et Marketing : du Customer Relationship Management (CRM) au Vendor Relationship Management (VRM)**

Comment l'abondance de données change les relations des consommateurs aux marques. Alors que les Marques n'ont jamais eu autant de données sur leurs clients, l'usage de ces données est de plus en plus complexe et de moins en moins rentable. A l'inverse, de nouveaux acteurs émergent et permettent à chacun de disposer de ses données de consommation et d'intention de la façon dont il le souhaite afin de trouver de l'offre la plus adaptée à ses besoins. Analyse de ce phénomène.

Julien Braun, CIO – Directeur Data, Technologie et Trading, Groupe ZenithOptimedia France

11H30 **La Big Data au service de la santé : exemple d'un partenariat réussi entre Santen et Quinten**

L'industrie pharmaceutique est l'une des plus exigeantes et réglementées. Les données générées dans le cadre du développement du médicament sont extrêmement coûteuses et volumineuses. Elles sont également sous-exploitées bien qu'étant l'une des voies d'avenir pour une industrie en quête d'efficience face à la nécessité croissante pour les payeurs de maîtriser les coûts de santé. Certains laboratoires, à l'instar de Santen, ont pris de l'avance dans cette voie en valorisant stratégiquement les données.

Jean-Sébastien Garrigue, Directeur Général du Centre d'Innovation Novagali, Pharmacien responsable

Alexandre Templier, Co-fondateur & Directeur associé, Quinten

12H05 **Europe et Big Data. Que retenir d'essentiel pour les études?**

Interview exclusive en vidéo de Françoise Castex, Députée européenne, Vice-Présidente de la Commission européenne des affaires juridiques à Bruxelles et position d'ESOMAR pour défendre l'industrie, commentée par les déléguées ESOMAR France.

Anne Dionisi-Fung, Déléguée, ESOMAR France

Elisabeth Martine-Cosnefroy, Déléguée, ESOMAR France

12H20 LUNCH

13H35 **Le point de vue d'un éditeur de presse sur la question des data**

Confrontés à une baisse des revenus de la publicité numérique, les éditeurs ont l'absolue nécessité de mieux connaître leur lectorat grâce à un "profiling" précis, mais aussi de mieux valoriser la production éditoriale grâce à la création d'une "empreinte sémantique".

Frédéric Filloux, Directeur Général en charge des Activités Numériques, Groupe Les Echos

ASPECTS JURIDIQUES

14H10 **Big data, l'évolution du droit des données à caractère personnel**

Le Big data nécessite de faire évoluer les cadres juridiques, de la responsabilité à la propriété. Nonobstant ces évolutions, il faut inventer de nouveaux droits pour tenir compte des nouveaux défis juridiques, tels que la prédictibilité des actions des individus et l'analyse comportementale.

Alain Bensoussan, Avocat à la Cour d'appel de Paris, Cabinet Bensoussan

14H45 **Data Protection et Marketing, que se passe-t-il à Bruxelles ? Les enjeux de la nouvelle législation sur notre industrie**

L'Union européenne travaille depuis plus de quatre ans sur une législation sur la protection des données personnelles. Que se passe-t-il à Bruxelles et comment les négociations avancent-elles ? La FEDMA (Federation of European Direct and Interactive Marketing) concentre ses efforts sur ce dossier depuis des années pour défendre les intérêts de l'industrie du Marketing direct. Elle présente les enjeux de ce texte et les changements qu'il peut provoquer pour le secteur du marketing.

Mathilde Fiquet, EU Legal Affairs Manager, FEDMA

15H20 Clôture de la journée

LIEU ET PLAN D'ACCES

CLUB CONFAIR – 54 rue Laffitte 75009 PARIS

Métros : Ligne 7 : station Le Peletier - Ligne 12 : station Notre-Dame-de-Lorette
RER : Ligne A : station Auber - Ligne E : station Haussmann Saint-Lazare
BUS : Ligne 26, 32, 42, 43, 67, 74, 85 : arrêt Carrefour de Châteaudun
Parking Chauchat-Drouot : 12-14 rue Chauchat

CONTACTS - ORGANISATION

IREP - 36, boulevard Haussmann – 75009 Paris
Tél. +33 (0)1 45 63 71 73 - Fax. +33 (0)1 42 25 92 28
E-mail : irep.infos@irep.asso.fr
Contact : Philippe Legendre
Inscription/Organisation : Nicole Laurenty, Laurence Monnet

irep

CONCILIER LES ENJEUX BUSINESS AVEC LA PROTECTION DES DONNÉES ET LE RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

BULLETIN D'INSCRIPTION

à adresser à l'attention de **Nicole Laurenty**
IREP
36, boulevard Haussmann – 75009 Paris
Tél. +33 (0)1 45 63 71 73 - Fax. +33 (0)1 42 25 92 28
E-mail : irep.infos@irep.asso.fr Site : www.irep.asso.fr

Nom _____ Prénom _____
Fonction _____
E-mail _____ Téléphone _____
Nom _____ Prénom _____
Fonction _____
E-mail _____ Téléphone _____
Nom _____ Prénom _____
Fonction _____
E-mail _____ Téléphone _____

Société _____
N° TVA intracommunautaire _____
Adresse _____
Code postal _____ Ville _____
Téléphone _____ Fax _____

Frais de participation

Non-membres : 860 € HT soit 1 032 € TTC
Membres IREP : 640 € HT soit 768 € TTC

FACTURE ET CONVENTION DE FORMATION SIMPLIFIEE SERONT ADRESSEES A RECEPTION DE L'INSCRIPTION.
Toute inscription annulée après le 13 MAI 2014 sera due et ne donnera lieu à aucun remboursement.
N° d'immatriculation professionnelle : 11 75 01611 75