N° Etudiant(e) : _____

Pas de documents autorisés

Merci de répondre au maximum sur le sujet d'examen

Samuel PARFOURU

Donnée Information Connaissance (DIC) et Rationalité limitée

En quoi la connaissance constitue un modèle interprétatif permettant de traduire les données en information ? votre réponse peut nécessiter de définir les notions de donnée, d'information et de connaissance. Vous pouvez illustrer votre réponse avec un exemple.

En lien avec votre réponse précédente expliquez la notion de Rationalité limitée ? Vous pouvez illustrer votre réponse avec un exemple.

Apprentissage simple boucle et l'apprentissage double boucle selon Argyris et Schön.

Quel lien faites-vous entre rationalité limitée et l'apprentissage simple et double boucle ?

Le modèle de dynamique de création des connaissances de Nonaka et Takeuchi

La figure suivante illustre le modèle SECI de Nonaka et Takeuchi :

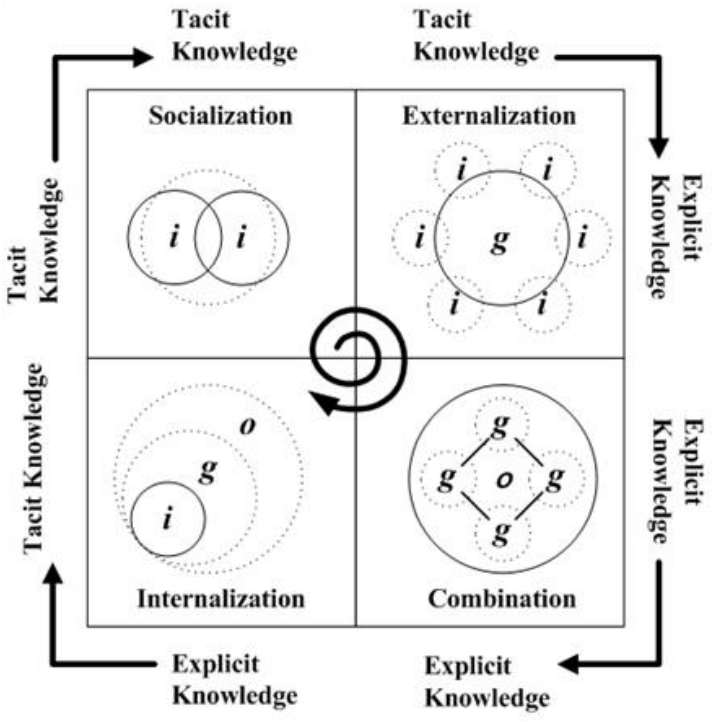


Figure 1 Modèle SECI (Légende : i – individual / g – group / o -organization)

- **Sur quel postulat est fondé le modèle de Nonaka et Takeuchi ?**

- **Définir les différents Eléments qui composent le modèle et les illustrer avec un exemple de dispositif organisationnel ou technique ?**

Graphe de Connaissances ou Carte Mentale

Le document en page 10 représente un CIRCUIT ELECTRIQUE EXPERIMENTAL. Réalisez une carte mentale ou un graphe de connaissances en vous appuyant sur le document proposé ?

Graphe de Connaissances

A la lumière des articles « RGPD : de quoi parle-t-on ? » et « RGPD : les premières étapes » en page 11, en quoi un graphe de connaissance peut contribuer à être en conformité avec le RGPD. Votre réponse peut s'accompagner d'une représentation graphique illustrant un graphe de connaissance.

VOUS POUVEZ DESOLIDARISER L'ARTICLE DE VOTRE COPIE

CIRCUIT ELECTRIQUE EXPERIMENTAL

Les deux figures suivantes illustrent un circuit électrique expérimental simple permettant à partir d'une source d'alimentation de mettre en fonctionnement une source lumineuse si un interrupteur est fermé. Des pinces crocodiles assurent les connexions électriques entre les différents composants.

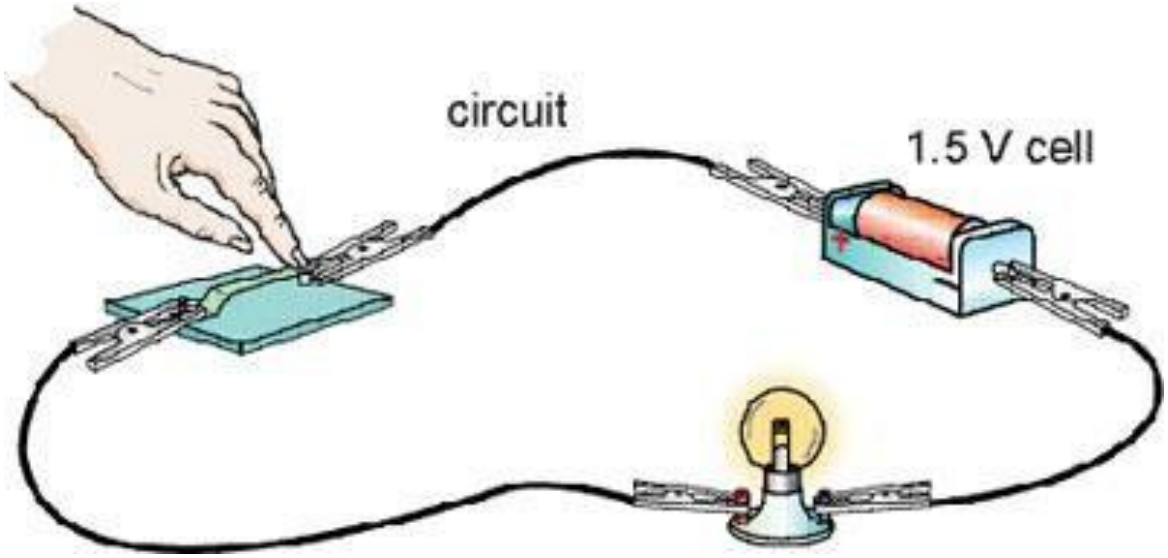
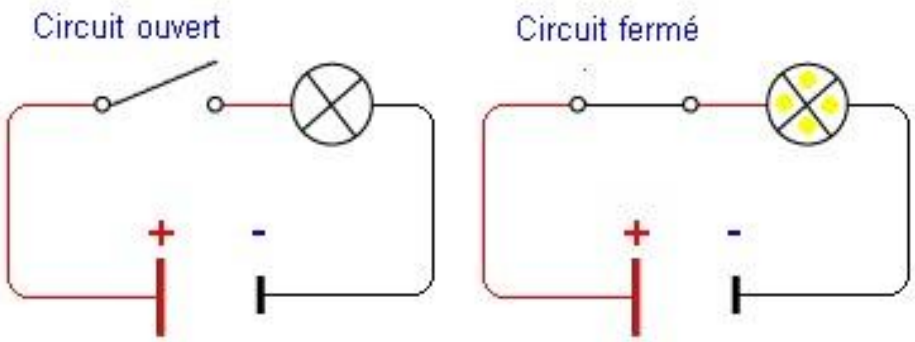
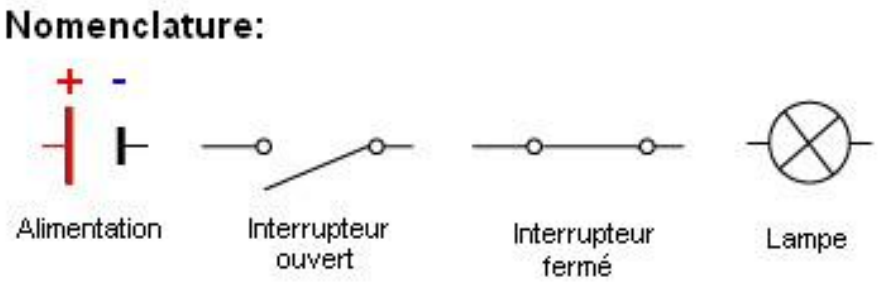


Illustration d'un circuit électrique



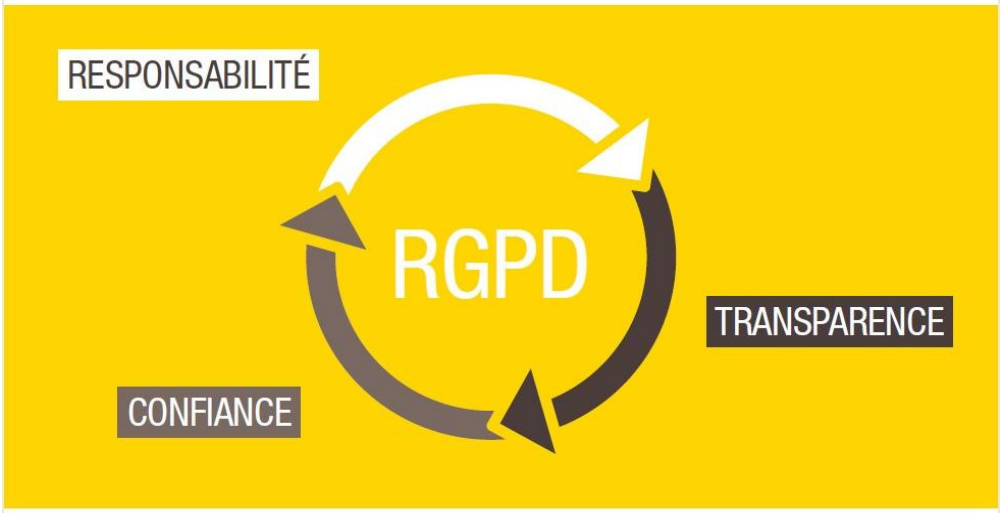


Représentation schématique

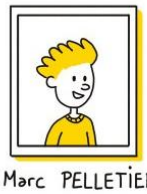
VOUS POUVEZ DESOLIDARISER L'ARTICLE DE VOTRE COPIE

RGPD : de quoi parle-t-on ?

Donnée personnelle, traitement de données, RGPD, de quoi s'agit-il ? Êtes-vous concerné ?



Qu'est-ce qu'une donnée personnelle ?



La notion de « données personnelles » est à comprendre de façon très large

Une « donnée personnelle » est « toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable ».

Une personne peut être identifiée :

- **directement** (exemple : nom, prénom)
- **ou indirectement** (exemple : par un identifiant (n° client), un numéro (de téléphone), une donnée biométrique, plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale, mais aussi la voix ou l'image).

L'identification d'une personne physique peut être réalisée :

- **à partir d'une seule donnée** (exemple : numéro de sécurité sociale, ADN)
- **à partir du croisement d'un ensemble de données** (exemple : une femme vivant à telle adresse, née tel jour, abonnée à tel magazine et militant dans telle association)

Exemple : une base marketing contenant de nombreuses informations précises sur la localisation, l'âge, les goûts et les comportements d'achats de consommateurs, y-compris si leur nom n'est pas stocké, est considérée comme un traitement de données personnelles, dès lors qu'il est possible de remonter à une personne physique déterminée en se basant sur ces informations.

Qu'est-ce qu'un traitement de données personnelles ?

Un traitement de données doit avoir **un objectif**, une finalité, c'est-à-dire que vous ne pouvez pas collecter ou traiter des données personnelles simplement au cas où cela vous serait utile un jour. A chaque traitement de données doit être assigné un but, qui doit bien évidemment être légal et légitime au regard de votre activité professionnelle.

Exemple : vous collectez sur vos clients de nombreuses informations, lorsque vous effectuez une livraison, éditez une facture ou, proposez une carte de fidélité. Toutes ces opérations sur ces données constituent votre traitement de données personnelles ayant pour objectif la gestion de votre clientèle.

Cette notion est également très large.

Un « traitement de données personnelles » est une opération, ou ensemble d'opérations, portant sur des données personnelles, quel que soit le procédé utilisé (collecte, enregistrement, organisation, conservation, adaptation, modification, extraction, consultation, utilisation, communication par transmission diffusion ou toute autre forme de mise à disposition, rapprochement).

Exemple : tenue d'un fichier de ses clients, collecte de coordonnées de prospects via un questionnaire, mise à jour d'un fichier de fournisseurs, etc.

Par contre, un fichier ne contenant que des coordonnées d'entreprises (par exemple, entreprise « Compagnie A » avec son adresse postale, le numéro de téléphone de son standard et un email de contact générique « compagnieA@email.fr ») n'est pas un traitement de données personnelles.

Un traitement de données personnelles n'est **pas nécessairement informatisé :** les fichiers papier sont également concernés et doivent être protégés dans les mêmes conditions.

QU'EST-CE QUE LE RGPD ?

L'acronyme RGPD signifie « Règlement Général sur la Protection des Données » (en anglais « General Data Protection Regulation » ou GDPR). Le RGPD encadre le traitement des données personnelles sur le territoire de l'Union européenne.

Le contexte juridique s'adapte pour suivre les évolutions des technologies et de nos sociétés (usages accrus du numérique, développement du commerce en ligne...).

Ce nouveau règlement européen s'inscrit dans la continuité de la Loi française Informatique et Libertés de 1978 et renforce le contrôle par les citoyens de l'utilisation qui peut être faite des données les concernant.

Il harmonise les règles en Europe en offrant un cadre juridique unique aux professionnels. Il permet de développer leurs activités numériques au sein de l'UE en se fondant sur la confiance des utilisateurs.

Qui est concerné par le RGPD ?

Tout organisme quels que soient sa taille, son pays d'implantation et son activité, peut être concerné.

En effet, le RGPD s'applique à toute organisation, **publique et privée**, **qui traite des données personnelles pour son compte ou non, dès lors** :

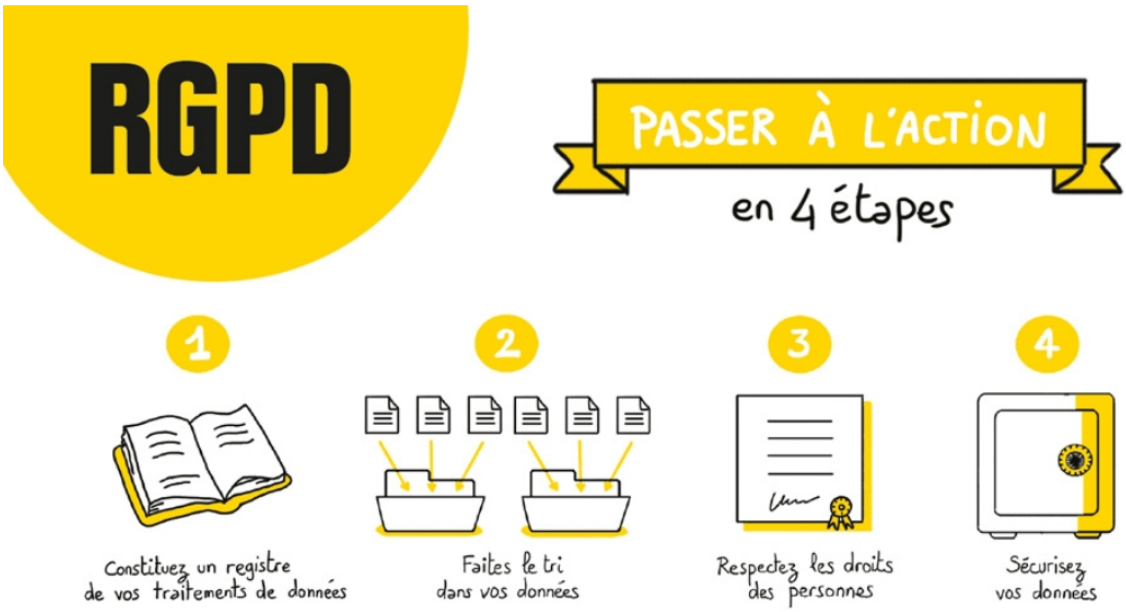
- qu'elle **est établie sur le territoire de l'Union européenne**,
- ou que son activité cible directement des **résidents européens**.

Par exemple, une société établie en France, qui exporte l'ensemble de ses produits au Maroc pour ses clients moyen-orientaux doit respecter le RGPD.

De même, une société établie en Chine, proposant un site de e-commerce en français livrant des produits en France doit respecter le RGPD.

Le RGPD **concerne aussi les sous-traitants** qui traitent des données personnelles pour le compte d'autres organismes.

Ainsi, si vous traitez ou collectez des données pour le compte d'une autre entité (entreprise, collectivité, association), vous avez des obligations spécifiques pour garantir la protection des données qui vous sont confiées.



1 Constituez un registre de vos traitements de données

En constituant votre registre, vous aurez une vision d'ensemble sur vos traitements de données.

Identifiez les activités principales de votre entreprise qui utilisent des données personnelles. Exemples : recrutement, gestion de la paye, formation, gestion des badges et des accès, statistiques de ventes, gestion des clients prospects, etc.

> Appuyez-vous sur le modèle de registre.

Dans votre registre, créez une fiche pour chaque activité recensée, en précisant :

- L'objectif poursuivi (exemple : la fidélisation client) ;
- **Les catégories de données utilisées** (exemple pour la paie : nom, prénom, date de naissance, salaire) ;
- **Qui a accès aux données** (exemple : service chargé du recrutement, service informatique, direction, prestataires, partenaires, hébergeurs) ;
- La durée de conservation de ces données (durée durant laquelle les données sont utiles d'un point de vue opérationnel, et durée de conservation en archive).

Le registre est placé sous la responsabilité du dirigeant de l'entreprise.

Pour avoir un registre exhaustif et à jour, il faut en discuter et être en contact avec toutes les personnes de l'entreprise susceptibles de traiter des données personnelles.

2 Faites le tri dans vos données

Pour chaque fiche de registre créée, vérifiez que :

- les données que vous traitez sont nécessaires à vos activités (par exemple, il n'est pas utile de savoir si vos salariés ont des enfants, si vous n'offrez aucun service ou rémunération attachée à cette caractéristique) ;
- vous ne traitez aucune donnée dite « sensible » ou, si c'est le cas, que vous avez bien le droit de les traiter (voir la fiche « Traitements de données à risque : êtes-vous concerné ? ») ;
- seules les personnes habilitées ont accès aux données dont elles ont besoin ;
- vous ne conservez pas vos données au-delà de ce qui est nécessaire.

À cette occasion, améliorez vos pratiques ! Minimisez la collecte de données, en éliminant toutes les informations inutiles. Redéfinissez qui doit pouvoir accéder à quelles données dans votre entreprise. Définissez, quand cela est possible, des règles automatiques d'effacement ou d'archivage au bout d'une certaine durée dans vos applications.

3 Respectez les droits des personnes

Le RGPD renforce l'obligation d'information et de transparence à l'égard des personnes dont vous traitez les données (clients, collaborateurs, etc.).

Informez les personnes

À chaque fois que vous collectez des données personnelles, **le support utilisé (formulaire, questionnaire, etc.) doit comporter des mentions d'information.**

Vérifiez que l'information comporte les éléments suivants :

- pourquoi vous collectez les données (« la finalité » ; par exemple pour gérer l'achat en ligne du consommateur) ;
- ce qui vous autorise à traiter ces données (le « fondement juridique » : il peut s'agir du consentement de la personne concernée, de l'exécution d'un contrat, du respect d'une obligation légale qui s'impose à vous, de votre « intérêt légitime ») ;
- Qui a accès aux données (indiquez des catégories : les services internes compétents, un prestataire, etc.) ;
- Combien de temps vous les conservez (exemple : « 5 ans après la fin de la relation contractuelle ») ;
- Les modalités selon lesquelles les personnes concernées peuvent exercer leurs droits (via leur espace personnel sur votre site internet, par un message sur une adresse email dédiée, par un courrier postal à un service identifié) ;
- Si vous transférez des données hors de l'UE (précisez le pays et l'encadrement juridique qui maintient le niveau de protection des données).

> Appuyez-vous sur les exemples de mentions.

Pour éviter des mentions trop longues au niveau d'un formulaire en ligne, vous pouvez par exemple, donner un premier niveau d'information en fin de formulaire et renvoyer à une **politique de confidentialité / page vie privée** sur votre site internet.

À l'issue de cette étape, vous avez répondu à votre obligation de transparence.

Permettez aux personnes d'exercer facilement leurs droits

Les personnes dont vous traitez les données (clients, collaborateurs, prestataires, etc.) ont des droits sur leurs données : droit d'accès, de rectification, d'opposition, d'effacement, à la portabilité et à la limitation du traitement.

Vous devez leur donner les moyens d'exercer effectivement leurs droits. Si vous disposez d'un site web, prévoyez un formulaire de contact spécifique, un numéro de téléphone ou une adresse de messagerie dédiée. Si vous proposez un compte en ligne, donnez à vos clients la possibilité d'exercer leurs droits à partir de leur compte.

Mettez en place un processus interne permettant de garantir l'identification et le traitement des demandes dans des délais courts (1 mois au maximum).

Bonne pratique : soyez réactifs !

Bien traiter les demandes des consommateurs quant à leurs données personnelles, c'est :

- renforcer la confiance qui sécurise la relation-client ;
- vous mettre à l'abri de critiques sur les réseaux sociaux, ou de plaintes auprès de la CNIL.

À l'issue de cette étape, vous serez en capacité de répondre aux demandes des personnes concernées.

> Pour en savoir plus : « Respecter les droits des personnes ».

4 Sécurisez vos données

Si le risque zéro n'existe pas en informatique, vous devez prendre les mesures nécessaires pour sécuriser les données.

Cela vous permet aussi de protéger votre patrimoine de données en réduisant les risques de pertes de données ou de piratage.

Les mesures à prendre, informatiques ou physiques, dépendent de la sensibilité des données que vous traitez et des risques qui pèsent sur les personnes en cas de d'incident.

Des réflexes doivent être mis en place : mettre à jour de vos antivirus et logiciels, bien choisir ses mots de passe, chiffrer vos données dans certaines situations et faire des sauvegardes.

Les failles de sécurité ont également des conséquences pour ceux qui vous ont confié des données personnelles : Ayez à l'esprit les conséquences pour les personnes et pour votre entreprise.

Exemple : vous êtes restaurateur et vous livrez à domicile. Vos clients vous communiquent leur adresse précise et le code d'entrée de leur immeuble. Si ces informations sont piratées ou perdues, elles peuvent être utilisées pour s'introduire frauduleusement au domicile de votre client. Conséquence désastreuse pour vos clients, mais aussi pour vous !

Bonne pratique

Pour évaluer le niveau de sécurité des données personnelles dans votre entreprise, voici quelques questions à se poser :

- Les comptes utilisateurs internes et externes sont-ils protégés par des mots de passe d'une complexité suffisante ?
- Les accès aux locaux sont-ils sécurisés ?
- Des profils distincts sont-ils créés selon les besoins des utilisateurs pour accéder aux données ?
- Avez-vous mis en place une procédure de sauvegarde et de récupération des données en cas d'incident ?

Source : https://www.cnil.fr/fr/