



EXPERIENCE CLOUD

# La confidentialité des données est l'essence même de notre métier.

Guide d'introduction





# Présentation

L'information et les technologies sont primordiales dans les nouveaux modes d'interaction, et l'utilisation responsable et transparente des données est à présent incontournable pour les entreprises aux quatre coins du monde. Déployer des expériences dans le respect de la confidentialité s'est progressivement imposé comme un investissement nécessaire, compte tenu de la nature dynamique des législations, des technologies et des attentes des clients dans ce domaine. Les faux pas organisationnels sont en effet susceptibles d'éroder à la fois la confiance des clients et l'image d'une marque. En revanche, une réputation de fiabilité est gage d'une relation suivie avec le client, qui aura ainsi plus de facilité à interagir et à réaliser des achats auprès des marques partageant ses valeurs.

« La confiance est primordiale, affirme Clint Eagar, chef de produit technique senior chez ObservePoint, partenaire Adobe dans les domaines de la gestion de l'analytics et de la gouvernance des balises. De nos jours, les clients ont l'embarras du choix. Si un client a le moindre doute concernant la gestion de ses données, il ira voir ailleurs. »

Le déploiement d'expériences respectueuses de la confidentialité est une responsabilité collective importante au sein d'une entreprise. De même qu'elle n'est pas du ressort d'un seul individu, aucune approche générique ne permet de faire face à l'évolution des exigences de conformité, des attentes client et des impératifs métier. Par conséquent, quelle que soit votre

fonction dans l'entreprise (cadre dirigeant, juriste, responsable IT, spécialiste marketing, expert en sécurité des données ou autre partie prenante gérant les données client), vous avez un rôle à jouer.

Alors que se profile un univers post-cookies et que les clients exigent d'avoir voix au chapitre dans la manière dont les entreprises utilisent leurs données, une approche de la confidentialité centrée sur l'utilisateur et un ensemble de solutions de gouvernance de données à la carte s'avèrent indispensables. Cette approche vous aidera à définir et gérer les informations de vos clients d'une manière qui inspire confiance, génère une expérience positive et garantit la conformité de votre entreprise avec les réglementations sectorielles les plus strictes.

Chez Adobe, la confidentialité et la sécurité sont intentionnellement et sagement intégrées au développement de nos outils et services d'entreprise. Soucieux d'apporter notre pierre à l'édifice en enrichissant votre réflexion, nous vous dévoilons comment intégrer les solutions Adobe à votre propre stratégie en matière de confidentialité. Même si une documentation technique plus détaillée est disponible sur le sujet, ce guide saura vous aiguiller. Et même si nous sommes conscients que nos recommandations n'ont pas nécessairement valeur universelle, nous espérons qu'elles vous aideront à organiser et gérer plus efficacement la confidentialité et la gouvernance des données.





# La confidentialité dans l'entreprise

Adobe propose des outils et technologies permettant de déployer des expériences responsables, axées sur la confidentialité et centrées sur l'utilisateur, en phase avec les attentes du consommateur. Chaque entité doit néanmoins se conformer aux réglementations qui lui incombent.

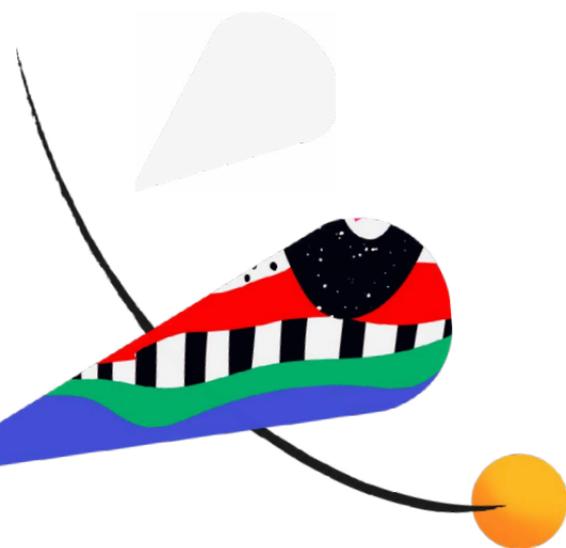
Pour une entreprise, le processus de traitement des données est fonction de l'usage auquel vous destinez ces données, de la manière dont vous informez vos clients de l'utilisation qui en sera faite et des points de conformité qu'il convient de respecter. Au moment de définir les besoins et valeurs de votre entreprise en matière de confidentialité, prenez soin d'inclure dans la discussion des parties prenantes de différentes divisions (commerciaux, juristes, experts en sécurité, spécialistes produit, etc.).

Les meilleures entreprises examinent pourquoi elles collectent des données et quels sont les avantages pour le client. Il est important de se demander si ces données vous sont véritablement indispensables. Est-ce que vous et votre client en retirez une valeur ajoutée ? Avec une échelle de valeurs adaptée, vous serez prêt à vous conformer aux nouvelles réglementations.

« Souvent, mes interlocuteurs m'avouent n'avoir d'autre choix que de s'exécuter puisque le domaine est réglementé. Ce qui n'est pas entièrement vrai, explique Elizabeth Sexton, chef de produit senior pour Adobe Experience Platform chez Adobe. Les réglementations n'imposent pas toujours la marche à suivre, uniquement une obligation de résultat. C'est à vous de prendre les décisions pour atteindre cet objectif. »

Nous avons conçu [Adobe Experience Platform Privacy Service](#) pour vous aider à traiter les requêtes individuelles exercées au titre de réglementations comme le RGPD (Règlement général sur la protection des données) et le CCPA (California Consumer Privacy Act). L'API RESTful et l'interface de Privacy Service vous guident dans la gestion des demandes de vos clients concernant leurs données personnelles, telles que l'accès à celles-ci ou leur suppression des applications Adobe Experience Cloud dans le respect des réglementations légales et organisationnelles sur la confidentialité. À mesure que de nouvelles réglementations entreront en vigueur, nous continuerons à évaluer d'autres fonctionnalités afin de vous aider à remplir vos nouvelles obligations.

En tant que marque, vous maîtrisez parfaitement les données dont vous avez besoin et les obligations de confidentialité qu'il vous faut observer. Afin que vous compreniez ce que nous prenons en charge ou non dans le cadre des réglementations sur le respect de la vie privée et des droits que peuvent faire valoir les clients, nous avons dressé une [liste d'applications](#) intégrées à Privacy Service.



# La confidentialité dans le développement de produits



Adobe considère la confidentialité des données comme l'un des principes de base de ses produits d'entreprise. Nous intervenons en amont en intégrant des contrôles et outils de sécurité certifiés dans le développement de nos produits afin d'aider les marques à gérer leurs données, et leur conférer une souplesse suffisante pour observer les réglementations et adhérer à leurs propres valeurs en matière de confidentialité en utilisant nos outils et services.



L'essentiel de mon travail consiste à garantir la souplesse de ces expériences de bout en bout, de sorte que les marques puissent se conformer à leurs obligations de confidentialité de la manière qui leur convient, précise Elizabeth Sexton, puisqu'elles ont la mainmise sur les données qu'elles collectent. »

**Elizabeth Sexton**

Chef de produit senior pour Adobe Experience Platform, Adobe



D'après le rapport The Forrester Wave™ : Data Management Platforms (2<sup>e</sup> trimestre 2019), « la solution Adobe se démarque car elle repose sur le principe de la confidentialité dès la conception (Privacy by Design) et détient plusieurs certificats de sécurité adaptés à la spécificité des marchés verticaux qui lui permettent d'exploiter les données client dans des secteurs d'activité ultraréglementés comme la santé et les services financiers. »

Adobe Experience Platform permet d'unifier la totalité de vos données dans des profils client robustes qui s'actualisent en temps réel. Pierre angulaire des produits Adobe Experience Cloud, cette solution vous aide à déployer l'expérience adéquate sur chaque canal. Les partenaires en technologies et solutions peuvent également s'appuyer dessus pour créer et intégrer leurs propres produits et technologies. Telle qu'elle est conçue, cette plateforme vous confère les commandes indispensables pour gérer les données client et respecter les réglementations, restrictions et règles en la matière dans toutes les applications Adobe.

Afin de vous aider à gérer vos données dans le respect de vos obligations et des attentes de vos clients, il vous faut trouver le moyen d'identifier chaque individu. Pour ce faire, l'une des méthodes consiste à recourir à Experience Cloud Identity Service (ECID). ECID propose un identifiant universel permanent qui permet de faire le lien entre les visiteurs au sein de toutes les applications Adobe Experience Platform. En disposant d'un identifiant unique pour chaque visiteur dans Experience Platform, les marques sont en mesure de synchroniser plus facilement leurs données avec leurs partenaires (les leurs ou ceux ayant réalisé une intégration avec Experience Platform) et de se connecter avec leurs ID hors ligne notamment.

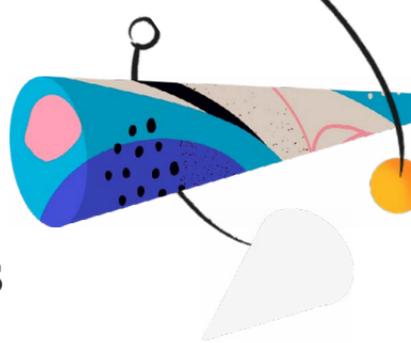
Afin de traiter plus facilement les requêtes des clients concernant leurs données (demandes d'accès, de suppression, d'abonnement, de désabonnement, etc.), à chacun d'eux doit correspondre un identifiant unique. Sans quoi, il est parfois complexe de rapprocher leurs nombreuses interactions avec une marque sur de multiples canaux. ECID est un formidable moyen de s'assurer que les données client sont utilisées selon la finalité prévue dans les applications Adobe, en permettant aux marques de mieux suivre les autorisations accordées par les clients quant aux modalités d'utilisation de leurs données. Pour de plus amples informations sur ECID, consultez la [présentation](#).

Notre service applicatif [Real-time Customer Data Platform](#) (Real-time CDP) vous aide également à identifier les clients, à mieux les cerner et à interagir avec eux. Ici encore, la confidentialité fait partie intégrante de ce service. Real-time CDP est référencé comme « vendor » dans le cadre du TCF (Transparency & Consent Framework) de l'IAB. Conformément aux critères du TCF 2.0, ce service vous permet de recueillir le choix effectué par les clients en matière de consentement éclairé via la chaîne de consentement TCF et de l'intégrer aux profils client que vous avez stockés. Ce choix peut ensuite être pris en compte dès lors que certains profils sont inclus dans des segments d'audience exportés.

Adobe a également mis en place un Conseil consultatif des clients sur la confidentialité qui participe à la validation des nouveaux outils et à l'examen des problématiques métier. « Aux petits soins pour nos grands comptes, nous n'avons de cesse de mettre au point des applications qui répondent à leurs impératifs de confidentialité. »



# Sécurité des données et normes sectorielles



La confidentialité et la sécurité des données vont de pair. La preuve : la confidentialité contribue à instaurer et pérenniser la normalisation des données, et la sécurité à assurer sa mise en œuvre et le respect de son application. Chez Adobe, la sécurité est indissociable de la conception de nos produits. Intégrée très tôt dans leur cycle de vie, la sécurité est intrinsèquement liée à nos initiatives et produits.

Pour composer avec des normes et réglementations en constante évolution, nous avons créé un cadre de sécurité et de conformité souple, de type open source. Ce [framework CCF \(Common Controls Framework\)](#) correspond à un ensemble d'activités de sécurité et de contrôles de conformité garantissant l'adéquation constante de nos produits et services avec les normes et réglementations en vigueur. Il est la clé de voûte de nos stratégies de sécurité et de conformité.

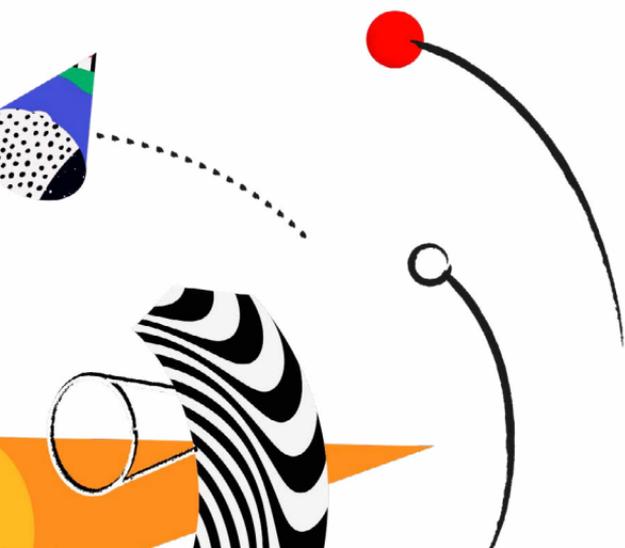
« Ce qui a été véritablement efficace chez Adobe, en termes de CCF, de confidentialité et de sécurité notamment, c'est l'orientation radicalement nouvelle que nous avons suivie en intégrant la sécurité dès la conception, reconnaît Rahat Sethi, responsable de l'équipe en charge des technologies et de la gestion du risque de non-conformité chez Adobe. L'année 2012 a marqué un tournant salutaire avec notre évolution vers un modèle d'abonnement dans le cloud. Si nous étions déjà un éditeur de premier plan, nous n'en étions qu'aux prémices dans le cloud. Nous savions qu'il nous fallait prendre d'emblée l'avantage question sécurité cloud. »

Le framework CCF nous aide à nous conformer aux nombreuses certifications, normes et réglementations essentielles à la confidentialité des données, comme SOC 2-Type 2, ISO 27001,

FedRAMP, PCI DSS, HIPPA, GLBA et 21 CFR, entre autres. Cette [liste exhaustive](#) reprend les certifications et attestations qui nous ont été décernées pour chaque produit.

Nous avons également constitué une équipe pluridisciplinaire composée de juristes, d'experts en sécurité et d'ingénieurs produit qui participent à et conseillent nombre d'instances différentes influant sur les normes sectorielles et réglementations dans le monde entier. Ce faisant, nous restons non seulement au fait des dernières informations en date, mais jouons également un rôle actif dans les débats. Parmi les organismes et entités normatives auxquels vous pourriez participer figurent ceux ci-après :

- Interactive Advertising Bureau (IAB)
- Interactive Advertising Bureau – Europe (IAB, Europe)
- Digital Advertising Alliance (DAA)
- Digital Analytics Association (DAA)
- Network Advertising Initiative (NAI)
- International Association of Privacy Professionals (IAPP)
- SAFECODE



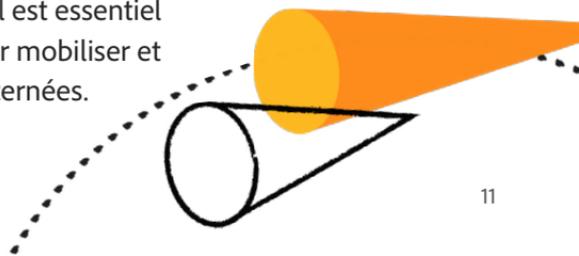
# La confidentialité est une initiative collective.

Les équipes en charge de la confidentialité doivent instaurer un système de communication ouvert, aussi bien individuellement que collectivement, mettant en pratique les règles et procédures de gouvernance de données. La sécurité des informations et l'IT jouent un rôle primordial. Il importe de s'assurer que chaque équipe mesure la mission qui est la sienne et se sente investie d'une responsabilité conjointe en matière de confidentialité.

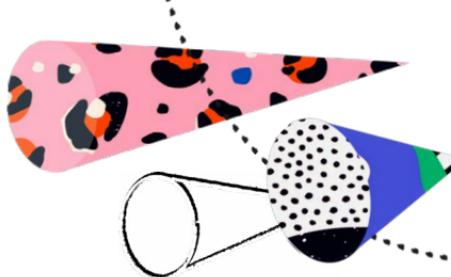
Du point de vue organisationnel, Adobe a nommé un responsable de la confidentialité (CPO), un responsable de la sécurité (CSO) et un directeur des systèmes d'information (DSI) dont les équipes collaborent très étroitement pour demeurer au fait des dernières évolutions dans le domaine de la confidentialité et veiller à la conformité de leurs technologies. Ces partenaires orientés solutions coopèrent également avec des cabinets d'audit externes afin de s'assurer de demeurer en pointe des évolutions à venir.

Individuellement et collectivement, leurs compétences et leur vision sont profitables aux mesures en faveur de la confidentialité. Évaluez les atouts de vos collègues dans chaque discipline qui priment dans cette démarche. Le recours à la technologie pour relever les enjeux à l'échelle de l'entreprise toute entière, par exemple, est d'ores et déjà monnaie courante chez les professionnels de la sécurité et de l'IT.

La mise en œuvre de la confidentialité des données n'est plus uniquement du ressort des équipes juridiques et technologiques. Le déploiement d'une expérience client positive est essentiel dans tous les services. Et, à ce titre, il est essentiel de dialoguer ouvertement pour mobiliser et motiver toutes les parties concernées.



# À vous de jouer



La confidentialité est une affaire personnelle qui nécessite une attention de tous les instants. Ce qui est bon pour vous et vos clients ne l'est pas forcément pour une autre entreprise. Dès lors que vous vous engagez sur cette voie, envisagez l'adoption de ces bonnes pratiques :

- Réunissez les principaux intervenants et réfléchissez aux besoins de votre entreprise sur divers plans (commercial, expérience client, marketing et conformité).
- Investissez en amont dans la normalisation des processus de confidentialité et de sécurité afin d'inscrire cette démarche dans les gènes de votre entreprise et d'en faire un aspect positif de l'expérience client.
- Faites le point sur les bonnes pratiques sectorielles et intégrez-les selon les modalités les mieux adaptées à votre entreprise et aux parties prenantes.
- Songez à la confidentialité dès que vous entreprenez une action et réfléchissez à la manière de la rendre effective à la fois sur les produits et sur l'infrastructure IT dans votre entreprise.
- Instaurez un environnement de [cocréation](#) entre vos services IT et marketing afin de mettre en place les technologies adéquates à l'appui d'expériences client positives et personnalisées.
- Documentez-vous en permanence. Consultez : [Présentation de Privacy Service](#), [Certifications, normes et réglementations de conformité gérées par Adobe](#), [Le framework CCF \(Common Controls Framework\)](#) et [Présentation de l'ECID](#).

Il existe plusieurs manières de respecter la confidentialité de vos clients et de gagner leur confiance. Le chemin est sinueux. Mais nous sommes là pour vous aider.



# Adobe peut vous aider.

Chez Adobe, nous ne nous engageons pas seulement à vous procurer les outils indispensables pour fédérer les données client recueillies au fil des interactions et des canaux. Nous nous engageons à vous offrir la souplesse incontournable pour déployer des expériences client positives conformes aux normes sectorielles et organisationnelles. Rendez-vous dans le [Centre de données Adobe](#) afin de découvrir des ressources utiles et comment nous gérons la confidentialité, la sécurité et la gouvernance.

Obtenir des informations détaillées

# Sources

« [Certifications, normes et réglementations de conformité gérées par Adobe](#) », Adobe, 2020.

« [Présentation d'Adobe Experience Platform](#) », Adobe, 9 novembre 2020.

« [Adobe Experience Platform Privacy Service Applications](#) », Adobe, 5 novembre 2020.

« [Adobe Experience Platform Privacy Service Overview](#) », Adobe, 3 novembre 2020.

« [Politique de confidentialité d'Adobe Experience Cloud](#) », Adobe, 28 juillet 2020.

« [Centre de traitement des données personnelles d'Adobe](#) », Adobe, 2020.

« [Centre de données Adobe](#) », Adobe, 2020.

Amy de La Lama, « [Privacy Fatigue and How to Combat It](#) », IAPP, 4 janvier 2021.

« [Best Practices for Data Privacy Programs](#) », Ionic.

Entretien avec Clint Eagar, chef de produit technique senior chez ObservePoint, octobre 2020.

« [The Common Controls Framework](#) », Adobe, décembre 2019.

« [Présentation de la confidentialité de Customer Journey Analytics](#) », Adobe, 2 décembre 2019.

Entretien avec Elizabeth Sexton, chef de produit senior pour Adobe Experience Platform chez Adobe, octobre 2020.

Fatemeh Khatibloo, « [Make Privacy A Competitive Differentiator](#) », Forrester, 12 novembre 2020.

Giselle Abramovich, « [How CIOs and CMOs Will 'Co-Create' in 2020](#) », Adobe, 18 décembre 2020.

« [Confidentialité dans la plateforme de données client en temps réel](#) », Adobe, 9 novembre 2020.

Tina Moffett et al, « [Forrester Wave™: Data Management Platforms \(2<sup>e</sup> trimestre 2019\)](#) », Forrester, 13 juin 2019.

