

Black Tiger et l'évidence belge

La récente acquisition de Bisnode Belgium, après celle de Bisnode France, est l'occasion pour Black Tiger, éditeur de logiciels, de rappeler sa raison d'être et sa spécificité, proposer aux grandes entreprises des solutions end-to-end d'exploitation de la donnée personnelle, dont le fer de lance repose sur l'ethic data et sa pièce maîtresse, sa gestion stratégique en totale conformité avec le RGPD.

Lorsque le Black Tiger Group acquiert Bisnode Belgium le 31 mars dernier, l'éditeur de logiciel parisien le sait, il dépose ses valises dans un pays fort de l'Union européenne et qui plus est, dans la ville qui accueille en son sein de nombreux sièges d'institutions. De la Commission européenne au Conseil de l'Union en passant par le Parlement ou le Conseil européen, cette destination, plus que toute autre, dégage un environnement propice au déploiement de la stratégie d'éthique dans l'utilisation des données personnelles prônée depuis plus d'une décennie par Black Tiger.

Un héritage fort

Bien avant l'avènement du règlement général sur la protection des données, il y avait Bisnode France. Société sœur de Bisnode Belgium rachetée en 2014, qui entama une longue et prolifique transformation vers l'éditeur et expert de l'exploitation de la donnée personnelle qu'est Black Tiger aujourd'hui. **Les convictions autour de la nécessité de respecter le citoyen dans l'usage de ses données personnelles sont le fer de lance de la stratégie Black Tiger depuis sa genèse.** Bien avant l'entrée en vigueur du règlement UE 2016/679 ou RGPD, les produits de l'éditeur français tendaient vers une utilisation éthique et équitable des données des citoyens/consommateurs.

« Les citoyens ont des inquiétudes légitimes quant à la manière dont leurs informations sont stockées et traitées par les entreprises. Nous prônons l'Ethic Data depuis 2014 car il est désormais nécessaire que les éditeurs de logiciels prennent conscience des risques liés à l'utilisation des données et qu'ils les prennent en compte. La technologie doit rester avant tout au service des citoyens. » **Anne-Tania Desmettre - CEO Black Tiger** lors de l'annonce de l'entrée en vigueur du RGPD

L'entrée en vigueur du RGPD le 25 mai 2018 a marqué la fin d'une ère et nécessairement, le début d'une autre. C'est avant tout la qualification de la nature même de la donnée personnelle qui a changé. Utilisée jusqu'ici sans être considérée comme une matière première, elle s'est transformée en matière à haut risque pouvant entraîner des conséquences substantielles, à la fois, pour le responsable de traitement, ses sous-traitants et naturellement, le citoyen. Dès lors, les entreprises ont dû faire face à de nouvelles problématiques et notamment, comment faire pour maintenir ses activités et sa relation client, en prenant en considération le statut nouveau de la donnée personnelle et en ayant conscience de l'impact possible sur ses clients.

Pour donner les moyens aux entreprises et aux citoyens de poursuivre leur relation de façon harmonieuse et en accord avec les principes du règlement, la réponse se devait d'être technologique. Une aubaine pour un éditeur pour qui la liberté citoyenne a toujours résidé au cœur de sa stratégie.

Si l'éthique n'a pas toujours été au cœur des préoccupations, **il sera dorénavant nécessaire** d'en faire une composante indissociable de la stratégie d'entreprise et **d'aborder le RGPD comme une opportunité de retrouver une proximité avec les citoyens, mais aussi une chance réelle de différenciation sur un marché donné.** Les entreprises qui peuvent certifier leur RGPD compliance ont un avantage concurrentiel certain sur un acteur ne l'étant pas et aujourd'hui encore, peu le sont véritablement.

De la pensée à la technologie

Avec l'appui du cabinet spécialisé en droit du numérique et des technologies avancées, Lexing Alain Bensoussan et d'une consultation de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), Black Tiger s'est posé une question simple « comment implémenter les 99 articles de loi du RGPD dans une plateforme technologique ? ». Là où nombre d'acteurs du marché ont adopté une réponse exclusivement juridique, Black Tiger, en tant que technologue, a su placer le système d'information en tant que pièce maîtresse sur l'échiquier de la conformité. Pour cela, l'éditeur a élaboré une méthode technique « RGPD as Code » qui garantit une conformité totale au règlement en s'articulant autour des principes et droits fondamentaux fixés par la loi et en particulier autour de la gestion des risques sur la vie privée des personnes concernées. Actuellement, Black Tiger donne la possibilité à ses clients de mesurer et d'anticiper les risques quant à l'exploitation des données personnelles au travers d'une méthode de conformité RGPD complète directement embarquée dans une solution opérationnelle. Une performance qui traduit bien la vision de l'entreprise, une vision qui s'articule autour de trois valeurs indissociables, l'éthique, la transparence et l'innovation.

Un futur en bleu et jaune

L'acquisition de Bisnode Belgium, actuel leader du data driven marketing et de la valorisation des données client sur le marché belge, va permettre à Black Tiger de s'implanter directement sur les terres de Paul-Henri Spaak avec comme objectif de devenir un leader européen sur l'expertise de la donnée personnelle avec un haut niveau d'éthique dans son exploitation et de conformité RGPD. C'est avec cette aspiration que Bisnode Belgium entamera sa transformation vers Black Tiger Belgium et bénéficiera des derniers développements technologiques et de l'expertise RGPD propre à Black Tiger. En ce sens, l'entreprise qui se qualifie dorénavant d'Européenne espère pouvoir rapidement offrir à ses partenaires belges les mêmes standards d'éthique et de conformité qui ont toujours fait loi au sein de l'entreprise et ainsi continuer de servir au mieux les intérêts des citoyens belges et européens.

« Je suis très heureuse d'accueillir Bisnode Belgium au sein de la famille Black Tiger, convaincue que l'union de nos forces et expertises sera un grand pas en avant dans la croissance des deux sociétés. Nous avons une vision très claire sur les données à caractère personnel et du rôle majeur du RGPD et allons pouvoir accélérer le développement de notre plateforme et notre offre de services. Nos clients pourront compter sur nous dans cette nouvelle ère des données. » *Anne-Tania DESMETTRE - CEO Black Tiger lors de l'annonce du rachat de Bisnode Belgium*

Contacts

CEO Black Tiger Group : Anne-Tania DESMETTRE - desmettre.annetania@blacktiger.tech
Responsable Marketing & Communication : Quentin LEIGNÉ - leigne.quentin@blacktiger.tech

Revue de presse

<https://www.lenouveleconomiste.fr/entretien-avec-anne-tania-desmettre-a-propos-des-donnees-personnelles-80698/>