

**S'appuyer sur le [GDPR](#) pour changer sa façon de faire**  
par Alain de Fooz - 11/12/2017

## **Une étude de Veritas Technologies révèle ce que le GDPR peut devenir le moteur de changements culturels majeurs au sein des entreprises.**

Les attitudes changent. Le GDPR n'est plus perçu comme une contrainte, observe [Veritas Technologies](#). 88% des entreprises dans le monde comptent inciter les employés à adapter leur comportement en faveur du règlement européen par le biais de formations, de primes... mais aussi de sanctions. 47% iront même jusqu'à ajouter le respect obligatoire de mesures concernant le GDPR dans les contrats d'embauche.

Si les directives contractuelles venaient à ne pas être respectées, les conséquences pourraient être significatives pour les employés. Près de la moitié (41%) des sondés prévoit en effet de mettre en place des procédures disciplinaires si les mesures concernant le GDPR n'étaient pas respectées et 25% pourraient mettre en vigueur une retenue sur les avantages -bonus inclus- pour les salariés qui ne se plieraient pas à ces mesures.

En attendant, 91% des sondés admettent que leur entreprise ne possède pas actuellement une bonne culture de gouvernance des données ou de conformité. Heureusement, les entreprises sont conscientes que la formation est essentielle pour impulser de véritables changements culturels en interne. 63% des entreprises considère que tous les salariés devraient suivre une formation obligatoire aux exigences avec cependant plusieurs profils prioritaires dont le service informatique, la direction, puis le développement commercial, les ventes et le channel (84%), et enfin le service juridique (82%) et le service financier (82%).

L'étude montre également que 95% des entreprises voient des bénéfices substantiels à s'engager sur la voie de la conformité. Plusieurs retombées sont attendues dont :

- une meilleure gestion des données dans son ensemble.
- une amélioration de l'hygiène des données.
- la collecte de données plus précises sur leurs activités.
- des économies financières.
- un renforcement de l'image de marque.
- une meilleure protection des données.
- une augmentation des revenus.
- l'opportunité de recruter davantage pour fournir un meilleur service clients.