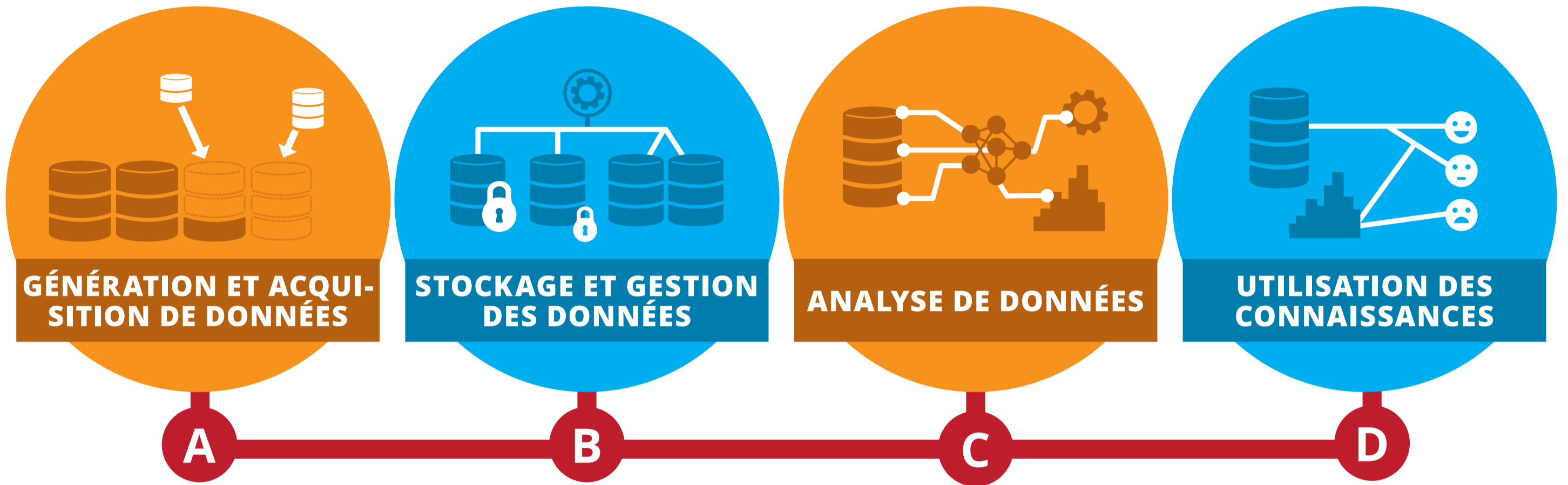




CODE D'ÉTHIQUE

de la valorisation de données



Le «Code d'éthique de la valorisation de données» s'adresse à des entreprises et des organisations qui proposent des services ou des produits basés sur des données. Son objectif est d'aborder systématiquement les questions éthiques qui se posent lors de la création ou de l'utilisation de produits et services basés sur des données. À cette fin, des recommandations concrètes y sont formulées, fondées sur trois valeurs éthiques et trois valeurs procédurales et structurées par les quatre principales étapes du cycle de vie des données. Cet aperçu montre la structure du code d'éthique.

- A** Le résultat de l'étape n°1 est un ensemble des données digitalisées, relatives à choses ou à des personnes.
- B** Le résultat de l'étape n°2 est une base de données comprenant les règles d'accès et les mécanismes de sécurité correspondants.
- C** Le résultat de l'étape 3 est un produit qui permet la création de valeur à partir de données.
- D** Le résultat de l'étape 4 est l'effet d'un produit sur le monde réel en dehors de l'entreprise.

ORIENTATIONS ÉTHIQUES FONDAMENTALES

Ce code s'oriente à partir de trois orientations fondamentales de base. Elles représentent des valeurs qui reviennent régulièrement dans le débat sur la création de valeur basée sur les données. Le but de ces orientations fondamentales est de susciter et maintenir la confiance dans les produits et services fondés sur des données. Des conflits d'objectifs peuvent survenir, c'est-à-dire que la réalisation d'une valeur peut limiter la poursuite d'autres valeurs.



PRÉVENTION DES DOMMAGES

Ne nuisez pas aux individus et aux communautés. Cette orientation fondamentale comprend, entre autres, la protection (par exemple, contre la fuite de données), la sécurité (par exemple, la sécurité des données contre les pirates informatiques) et la durabilité (c'est-à-dire la minimisation des effets négatifs sur l'environnement).



JUSTICE

Répartissez les profits et les charges de façon juste. Cette orientation fondamentale comprend les valeurs d'égalité (par exemple au sens de protection contre la discrimination), d'équité (par exemple en assurant une contrepartie à la collecte des données des clients) et de solidarité (par exemple en mettant des données à la disposition du public pour un usage commun).



AUTONOMIE

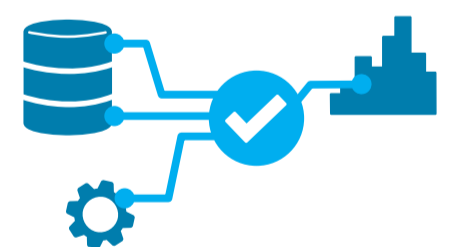
Permettez aux individus et aux communautés d'agir de manière autodéterminée. Cette orientation fondamentale comprend, entre autres, les valeurs de liberté (par exemple, par la liberté de choix), de respect de la vie privée (par exemple, en ne collectant pas certaines données) et de dignité (par exemple, par une pratique de l'information qui prend les clients au sérieux).

VALEURS PROCÉDURALES

Trois valeurs procédurales permettent de faire le lien entre ces orientations éthiques fondamentales et les recommandations du code. Ces valeurs procédurales ne traitent pas de la question de savoir ce qui doit être fait du point de vue éthique, mais de la façon d'atteindre ces objectifs éthiques. Elles sont l'expression de principes communs des entreprises visant à garantir la qualité des produits et des services et à contrôler leurs risques.

CONTRÔLE

Veillez à ce que les processus internes liés au traitement de données soient bien définis et contrôlables. Cela requiert également que les processus correspondants soient effectivement connus afin que leur contrôle puisse être effectif.



TRANSPARENCE

Documentez et communiquez ce qu'il advient des données et la façon dont elles sont traitées. Au centre de la transparence se trouvent les clients, mais aussi, par exemple, les auditeurs; les exigences concrètes de transparence diffèrent selon ces groupes cibles.



RESPONSABILITÉ

Définissez clairement les responsabilités en matière de traitement des données et assumez la responsabilité en cas de violation des règles. Cette mesure vise notamment à contrecarrer la tendance à l'effacement et au flou des responsabilités au cours de la numérisation des processus.

