

CODE D'ÉTHIQUE

de la valorisation de données



PRINCIPES FONDAMENTAUX

VUE D'ENSEMBLE

Le «Code d'éthique de la valorisation de données» se compose des documents suivants: 1) Vue d'ensemble; 2) Principes fondamentaux; 3) Recommandations; 4) Mise en œuvre; 5) Contexte.

Le document **MISE EN ŒUVRE** montre comment les principes d'éthique des données peuvent être intégrés dans les processus d'entreprise, quelles variantes organisationnelles existent à cet égard et quelles sont les fonctions de la mise en œuvre de l'éthique. Le code est disponible en allemand, anglais, français et italien.

MENTION LÉGALE

Le «Code d'éthique de la valorisation de données» a été élaboré par le groupe d'experts d'éthique des données de la Swiss Alliance for Data-Intensive Services. Équipe de rédaction: Markus Christen, Christoph Heitz, Tom Kleiber, Michele Loi (direction de la rédaction). Traduction française: Jean-Gabriel Piguet. Graphiques: Ana Nicolasa Caduff. Statut: 2020.

© Swiss Alliance for Data-Intensive Services, 2020.

ISBN 978-3-9522703-1-8; www.data-service-alliance.ch/codex

Licence: Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

TABLE DES MATIERES

1. Introduction	page 4
1.1. Objet du code	
1.2. Pourquoi une entreprise devrait-elle utiliser ce code?	
1.3. Quelles sont les entreprises concernées?	
1.4. Comment une entreprise devrait-elle l'utiliser?	
2. L'éthique de la valorisation de données	page 7
2.1 Orientations éthiques fondamentales	
2.2 Valeurs procédurales	
2.3 La législation de la protection des données	
3. Structuration de la valorisation de données	page 10

1. INTRODUCTION

1.1. OBJET DU CODE

Ce «Code d'éthique de la valorisation de données» est destiné aux organisations qui offrent des services ou des produits basés sur des données. Le code contribue à développer des produits et des services qui sont conformes aux attentes éthiques des clients, des employés ou de la société en général. Le code peut être utilisé par toute organisation qui travaille avec des données. Il donne aux grandes entreprises une ligne directrice commune. Elle fournit également une assistance technique aux petites et moyennes entreprises (PME) qui n'ont pas ou peu d'expertise concernant les aspects éthiques de l'utilisation des données.

L'objectif du code 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. Nous définissons les «produits et services basés sur des données» comme tout ce qui crée une valeur ajoutée pour un client en utilisant des données ou des dérivés de données (tels que des modèles ou des connaissances générées par des données) comme une partie nécessaire du processus de création de valeur. Le code fait des recommandations sur la manière dont ces questions éthiques peuvent être concrètement abordées.

1.2. POURQUOI UNE ENTREPRISE DEVRAIT-ELLE UTILISER CE CODE?

La gestion des données est réticulaire. La qualité des produits et services basés sur les données dépend à bien des égards d'autres organisations. Il est donc important que dans ce réseau d'interdépendance, les acteurs puissent se faire confiance. Si, par exemple, des données sont collectées de manière illégale, l'entreprise qui les acquiert peut également se retrouver dans l'embarras d'un scandale de données. Ou si une entreprise développe un outil prédictif qui permet à ses clients de discriminer des tiers, soit à leur insu, soit par négligence, celle-ci ne peut pas échapper complètement à la responsabilité éthique qui lui incombe à cet égard.

Par conséquent, les entreprises prudentes s'efforcent de réduire le risque d'une mauvaise réputation résultant de la violation des attentes éthiques de leurs clients, de leurs collaborateurs, ou de la société. Les entreprises responsables sur le plan éthique peuvent donc également améliorer leur réputation en tant qu'employeurs. Cela leur permet d'attirer des talents qui ne sont pas indifférents au comportement éthique de leur employeur. La législation sur la protection des données pose déjà les bases d'un comportement correct. Toutefois, elle est loin de couvrir toutes les questions éthiques. Des zones d'ombre éthiques subsistent souvent – par exemple, lorsque l'on travaille avec des données anonymes, où les lois sur la protection des données ne s'appliquent pas. Ce code aide les entreprises à mieux comprendre les questions éthiques qui peuvent découler de l'utilisation des données.

Le respect collectif de ce code renforcera la confiance des consommateurs et consommatrices et des décideurs et décideuses politiques en l'utilisation des données à valeur ajoutée. Cette attitude est bénéfique à long terme pour toutes les entreprises concernées, car ce type d'autorégulation est plus efficace et moins coûteux qu'une législation gouvernementale, qui s'imposera par défaut de confiance mutuelle entre les entreprises et leurs clients.

1.3. QUELLES SONT LES ENTREPRISES CONCERNÉES?

Toutes les entreprises n'exigent pas le même degré d'orientation éthique dans le développement de produits et services fondés sur des données. La liste de contrôle suivante permet aux entreprises d'autoévaluer dans quelle mesure ce code peut leur être appliqué.

	Oui	Non
1. L'entreprise crée et utilise des produits ou des services qui utilisent des algorithmes basés sur des données pour prendre des décisions qui affectent la vie de personnes.		
2. L'entreprise fournit à des tiers des systèmes de prévision ou d'aide à la décision qui prennent des décisions concernant des personnes, ou soutiennent ces décisions.		
3. L'entreprise utilise des systèmes de prévision ou d'aide à la décision fournis par des tiers pour prendre des décisions concernant les personnes.		
4. L'entreprise offre des services largement utilisés par la population, par exemple des services en ligne basés sur le traitement de données (pas nécessairement des données personnelles).		
5. L'entreprise utilise les données pour fournir des services dans des domaines socialement et politiquement sensibles, tels que le journalisme ou la santé.		
6. L'entreprise collecte des données à partir de dispositifs (par exemple l'internet des objets) qui permettent une surveillance complète des personnes, que ces données puissent ou non être attribuées à des personnes.		
7. L'entreprise collecte, regroupe ou vend des données provenant d'autres sociétés qui sont ensuite utilisées pour prendre des décisions concernant des personnes		

Une entreprise qui répond «oui» à au moins une de ces questions doit considérer ce code d'éthique comme pertinent. La structure du code permet de se concentrer sur les sections pertinentes en fonction du produit ou du service de l'entreprise.

1.4. COMMENT UNE ENTREPRISE DEVRAIT-ELLE L'UTILISER?

Ce code est constitué d'un ensemble de documents. Cette modularité permet d'utiliser le code de manière ciblée et de l'approfondir individuellement en fonction des besoins de chaque entreprise. Le code est constitué des documents suivants:

- 1) VUE D'ENSEMBLE:** ces deux affiches montrent les orientations fondamentales les plus importantes et la structure des recommandations concrètes tout au long du cycle de vie des données. L'aperçu sert de simple aide à l'orientation.
- 2) PRINCIPES FONDAMENTAUX:** le présent document énonce les principes du code. La section 1 explique l'objet du code et ses conditions d'application. La section 2 définit les valeurs éthiques sur lesquelles les recommandations sont fondées et indique les références à la législation applicable en matière de protection des données. La section 3 montre la relation entre ces valeurs et le processus de création de valeur basé sur les données au moyen d'une représentation schématique du cycle de vie des données.
- 3) RECOMMANDATIONS:** ce document donne des recommandations concrètes pour chaque étape du cycle de vie des données, structurées selon les orientations éthiques fondamentales, avec des études de cas pour les illustrer.
- 4) MISE EN ŒUVRE:** ce document explique comment les recommandations du code peuvent être intégrées dans les processus d'affaires d'une entreprise et décrit plusieurs variantes possibles. Il montre notamment comment établir les responsabilités en matière de gouvernance des données dans une entreprise.
- 5) CONTEXTE:** ce document explique l'arrière-plan des lignes directrices, fait le lien avec les nombreux codes d'éthique existants dans le domaine et renvoie à d'autres documents destinés aux parties intéressées.

2. L'ÉTHIQUE DE LA VALORISATION DE DONNÉES

Les produits et services basés sur les données créent de la valeur pour les clients et les entreprises. Le modèle d'affaire est axé sur cette création de valeur. Toutefois, ces produits et services peuvent également affecter d'autres valeurs personnelles ou sociales. La responsabilité éthique d'une entreprise est de prendre en compte ces valeurs également et de mettre en place des procédures qui garantissent certaines normes éthiques.

2.1. ORIENTATIONS ÉTHIQUES FONDAMENTALES

Dans ce code, nous sommes guidés par les trois orientations éthiques fondamentales suivantes, qui représentent un certain nombre de valeurs qui reviennent régulièrement dans le débat sur la création de valeur basée sur les données:



1. PRÉVENTION DES DOMMAGES

ne pas nuire 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, par exemple grâce à un traitement des données efficace sur le plan énergétique).



2. JUSTICE

envisager une juste répartition des profits et des charges. 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 sur les clients) et de solidarité (par exemple en mettant des données à la disposition du public pour un usage commun).



3. AUTONOMIE

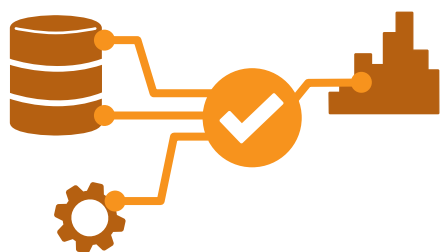
permettre aux individus et aux communautés d'agir de manière autodéterminée. Cette orientation fondamentale comprend, entre autres, les valeurs de liberté (par exemple, par la liberté de choix dans la configuration des services numériques), de respect de la vie privée (par exemple, en ne collectant pas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

L'objectif général de ces orientations fondamentales pour les entreprises dont l'activité est fondée sur l'exploitation de données est de créer et maintenir la confiance dans leurs produits et services. En conséquence, ces orientations fondamentales devraient façonner les actions économiques de chaque entreprise. Être éthique signifie poursuivre ces valeurs chaque fois que cela est possible. Il faut tenir compte du fait qu'il peut y avoir des conflits d'objectifs, c'est-à-dire que la réalisation d'une valeur peut limiter la poursuite d'autres valeurs considérées comme tout aussi importantes.

¹ Le concept de valeur est généralement utilisé de manière vague et ces orientations de base peuvent également être comprises comme des valeurs. En employant le terme «orientation de base», nous voulons signifier que chacune d'entre elles peut être comprise comme un «ensemble» de valeurs, qui visent généralement la même direction.

2.2. VALEURS PROCÉDURALES

Dans le quotidien des entreprises, ces orientations fondamentales apparaissent comme des objectifs abstraits et il est souvent difficile de savoir comment les rendre compatibles avec les procédures concrètes des processus commerciaux. C'est pourquoi trois valeurs procédurales permettent de faire le lien entre ces orientations éthiques fondamentales et les recommandations qui visent à garantir l'alignement sur les valeurs susmentionnées:



1. CONTRÔLE

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



2. TRANSPARENCE

documenter et communiquer 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 ou auditrices; les exigences concrètes de transparence diffèrent selon ces groupes cibles.



3. RESPONSABILITÉ

définir clairement les responsabilités en matière de traitement des données et assumer 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.

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. Par conséquent, les orientations éthiques fondamentales impliquent toujours des exigences correspondantes en matière de connaissance, de transparence et de responsabilité qui permettent de garantir leur mise en œuvre pratique. Elles devraient compléter les trois orientations fondamentales pour en tirer des recommandations concrètes.

Les orientations fondamentales que sont la prévention des dommages, l'équité et l'autonomie complètent les objectifs «naturels» de l'entreprise, à savoir (i) répondre aux besoins des clients et (ii) générer des bénéfices pour l'entreprise. Une évaluation éthique de la création de valeur à partir de données se fonde sur le degré de réalisation de ces orientations fondamentales et des valeurs de procédure.

Des informations sur l'arrière-plan des orientations fondamentales et des valeurs procédurales d'une éthique de la création basée sur les données mentionnées ici sont disponibles dans un document complémentaire. Ce document donne un aperçu de la multitude des lignes directrices d'éthique des données publiées à ce jour par de nombreuses organisations internationales.

2.3. LA LÉGISLATION DE LA PROTECTION DES DONNÉES

Enfin, il convient de rappeler les principes du droit de la protection des données, qui doivent bien sûr être respectés et contribuent également à promouvoir ces orientations fondamentales. La législation sur la protection des données concerne principalement le traitement des données à caractère personnel, c'est-à-dire toutes les informations relatives à une personne identifiée ou identifiable. Une personne est «identifiable» si son identité peut être établie à partir des données elles-mêmes, du contexte ou d'une combinaison avec d'autres données sans effort disproportionné. Enfin, le «traitement» désigne tout traitement de données à caractère personnel, quels que soient les moyens ou les procédures utilisés, notamment l'acquisition, la conservation, l'utilisation, la modification, la publication, l'archivage ou la destruction de données.

Les principes et les exigences en matière de création de valeur basée sur les données qui en découlent sont les suivants:

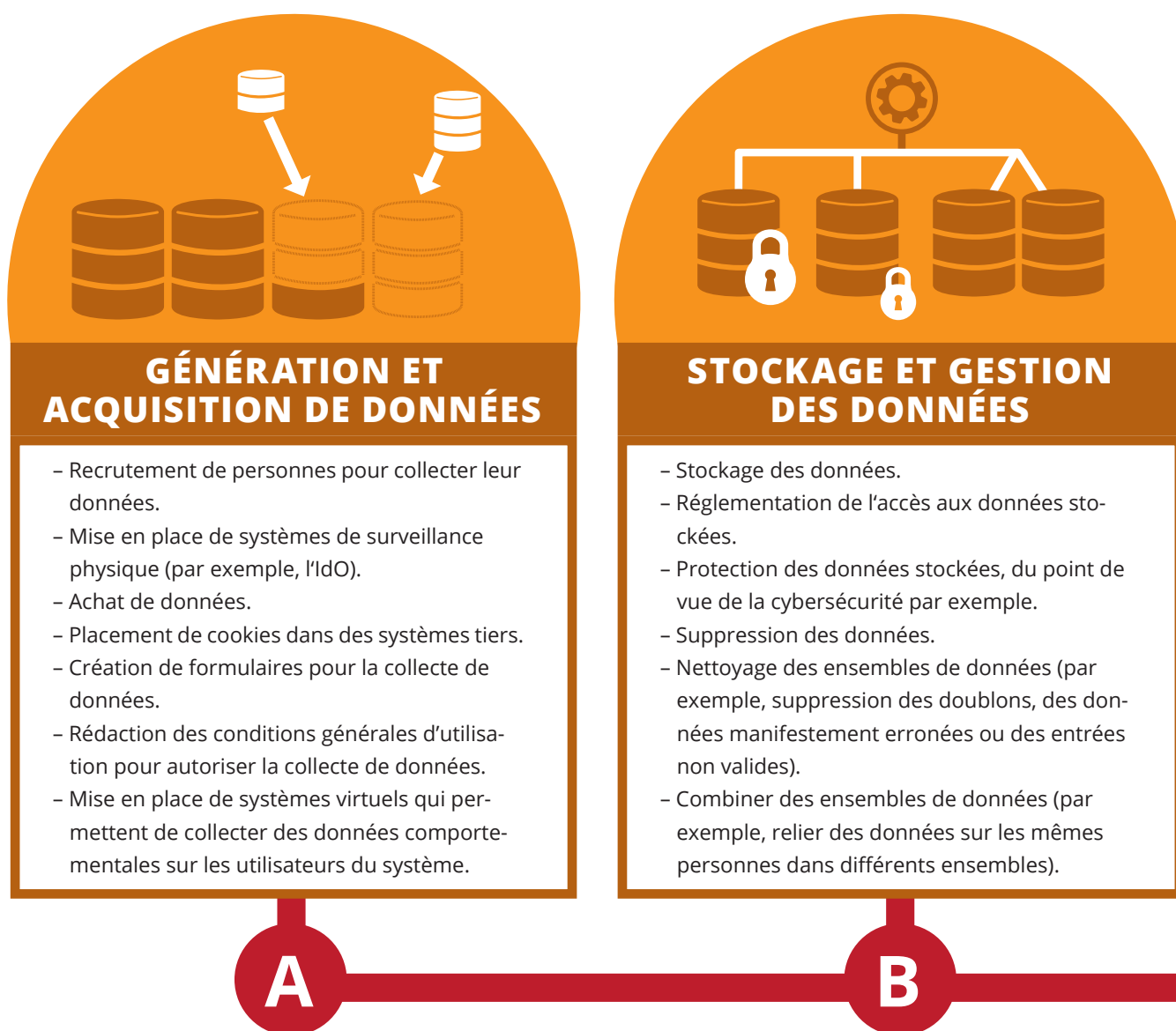
- 1) LÉGALITÉ:** les données à caractère personnel doivent être traitées légalement, ce qui peut être obtenu par un consentement éclairé, c'est-à-dire que la personne consent à la collecte de données après avoir été informée de manière adéquate de sa finalité et que ce consentement peut être révoqué. Dans certains cas, l'institution qui traite les données peut faire valoir un intérêt prépondérant, mais cela doit être réglementé par la loi (par exemple, la collecte de données en cas d'épidémies).
- 2) INTELLIGIBILITÉ:** la collecte de données à caractère personnel doit être reconnaissable par la personne concernée. Ce principe est étroitement lié à la valeur procédurale de la transparence. En conséquence, certaines des recommandations du code à cet égard (mais pas toutes) peuvent se fonder sur le droit de la protection des données. Par exemple, les personnes doivent être informées lorsque leurs données sont utilisées pour la création d'un profil.
- 3) FINALITÉ:** la finalité de la collecte des données doit être claire pour la personne concernée et les données ne peuvent être traitées qu'aux fins spécifiées ou prévisibles. Les recommandations de ce code sur la valeur procédurale de la «connaissance et du contrôle» servent souvent à la mise en œuvre pratique de ce principe.
- 4) PROPORTIONNALITÉ:** le traitement des données doit être adapté et nécessaire pour atteindre la finalité prévue et doit être acceptable pour les personnes concernées. Dans le règlement général de protection des données de l'UE, cela correspond au principe de minimisation des données, selon lequel seules les données nécessaires à la finalité définie peuvent être collectées et stockées uniquement pendant le temps nécessaire à cette fin.

Ce code ne contient aucune directive spécifique sur la protection des données. Cependant, certaines recommandations peuvent être comprises comme une mise en pratique des principes de protection des données.

² Ces principes sont largement identiques dans la législation suisse et européenne sur la protection des données. Pour les différences dans la mise en œuvre concrète, nous nous référons à la littérature. Il convient également de noter que la loi suisse sur la protection des données est actuellement en cours de révision et devrait être alignée sur le nouveau règlement général sur la protection des données de l'Union européenne.

3. STRUCTURATION DE LA VALORISATION DE DONNÉES


Ce code se concentre sur les questions éthiques liées à l'utilisation des données. Les recommandations éthiques sont structurées par les quatre principales étapes du cycle de vie des données, chaque étape étant caractérisée par des défis éthiques spécifiques. Dans ce cycle, les activités de chaque étape s'appuient sur les résultats des étapes précédentes, mais les boucles de rétroaction sont à la fois communes et nécessaires, mais elles ne seront pas examinées plus avant.



A Le résultat de l'étape 1 est constitué de données numérisées, qui peuvent être enrichies avec des métadonnées. Il peut s'agir de données factuelles ou de données personnelles.

B Le résultat de l'étape 2 est une base de données comprenant les règles d'accès et les mécanismes de sécurité correspondants.

En règle générale, les problématiques éthiques se déplacent au fur et à mesure que ces étapes sont franchies. Par exemple, lorsque des données à caractère personnel sont traitées au cours des première et deuxième étapes de nombreuses questions éthiques spécifiques se posent. Lors des autres étapes, en revanche, ce sont toutes les données qui sont souvent pertinentes, y compris les données anonymisées. Il est alors important qu'une attention spécifique soit réservée au problème des données potentiellement erronées conduisant à des connaissances ou des modèles incorrects, dont l'utilisation peut ensuite avoir des conséquences problématiques sur le plan éthique.



ANALYSE DE DONNÉES

- Visualisation des données.
- Création d'algorithmes pour la classification ou la prédiction basée sur des données.
- Utilisation de l'apprentissage machine.
- Développement de systèmes pour l'automatisation des décisions.
- Profilage de groupes ou d'individus.
- Échange interne de modèles pour l'acquisition des connaissances.



UTILISATION DES CONNAISSANCES

- Classification des personnes.
- Soutien à ou automatisation de la prise de décision.
- Différenciation de l'accès aux ressources (par exemple, les prêts ou les assurances).
- Système d'influence sur les croyances et les comportements (par exemple par des recommandations personnalisées).
- Publication de prévisions d'événements sociaux.



C Le résultat de l'étape 3 est un produit de données. Ce terme décrit tout mécanisme permettant de générer des connaissances à partir de la base de données ou ces connaissances elles-mêmes, pour la création de valeur basée sur les données.

D Le résultat de l'étape 4 est l'effet d'un produit de données. Ce terme décrit les effets des produits ou services basés sur des données sur les individus et les communautés dans le monde réel en dehors de l'entreprise.

