

**DOSSIER  
RISQUE CLIENT**

Image non disponible.  
Restriction de l'éditeur

# L'information d'entreprise profite à plein des nouvelles contraintes réglementaires

**Afin de s'adapter aux évolutions législatives qui encadrent par exemple la collecte, le stockage et la diffusion des données, les entreprises recourent davantage aux sociétés d'information, qui renforcent leurs investissements pour les accompagner plus efficacement.**

Pour se mettre en conformité face aux nouvelles contraintes réglementaires, les entreprises n'hésitent pas à se tourner massivement vers les sociétés d'information. Ces dernières reconnaissent d'ailleurs unanimement une demande croissante pour leurs services. Et pour cause. Dans le cadre de la loi Sapin 2, entrée en vigueur en janvier dernier, et de la quatrième directive européenne du 26 juin 2017 sur la lutte contre le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme, les entreprises doivent aujourd'hui s'assurer que leurs partenaires commerciaux sont en conformité avec la législation. De leur côté, les institutions financières sont obligées, lorsqu'elles prêtent, d'identifier les individus qui détiennent plus de 25 % du capital ou des droits de vote de l'entreprise concernée. «Pour aider les entreprises à se mettre en conformité avec la loi, nous contribuons aux audits de risques en apportant par exemple

les données et les expertises nécessaires», explique Olivier Tronchon, directeur marketing d'Ellisphere.

## Une mise en conformité avec le RGPD

L'application à compter de mai 2018 du règlement européen sur la protection des données (RGPD) dans l'Union européenne induit également pour les entreprises de nouvelles obligations, notamment en termes de protection, de collecte et de diffusion des données à caractère personnel. «Sur le plan technologique, cette réglementation suppose que nous soyons en mesure de cartographier et de surveiller les données à caractère personnel, afin d'identifier celles que nous pouvons diffuser et celles sur lesquelles nous pouvons nous appuyer pour nos analyses», précise Charles Battista, président de la Figec et directeur de la communication d'Altares. Nous avons à cet effet mis en place des filtres dans nos systèmes d'infor-



**Olivier Tronchon,**  
directeur marketing,  
Ellisphere

mation ainsi qu'un processus de gouvernance des données. Autant de démarches qui garantissent à nos clients que nous respectons le RGPD et qui leur évitent donc la mise en place de tels systèmes en interne.»

## De la maîtrise du risque à la prédictibilité

Mais l'activité des sociétés d'information reste avant tout portée par la volonté des entreprises de piloter plus finement leur risque commercial. Pour offrir un service rapide et qualitatif, les acteurs de ce marché n'ont pas d'autre choix que d'investir. «Auparavant, les modèles de prédiction étaient longs et chers à mettre en place, rappelle Olivier Tronchon. Désormais, les nouvelles technologies comme le machine learning nous permettent de délivrer des solutions innovantes, particulièrement en

«De nouveaux modèles de scoring s'imposent dans un contexte de profusion de données de qualité diverse et de rareté de la donnée stratégique.»

matière de scoring.» Un constat également dressé par Creditsafe, qui analyse plus de 150 millions d'événements pour calculer les scores des 10 millions d'entreprises dans sa base, alors que l'échantillon d'entreprises servant au calcul du score ne représentait que 2 millions de structures il y a dix ans. «Seules les nouvelles technologies nous permettent de générer des scores de solvabilité s'appuyant sur une telle masse d'informations, d'explorer de nouvelles données pouvant impacter les prévisions de défaillance ou de qualifier plus facilement les changements qui interviennent dans les entreprises», explique Damien Barthélémy, directeur général France et Belux. Une démarche qui, en dépit de l'open data, leur permet de maintenir le cap de la croissance. ■

A. d. P.

## Prospecter en gérant le risque client

● Pour accompagner les TPE et PME dans leurs démarches de prospection, tout en maîtrisant le risque client, Creditsafe propose son nouvel outil en ligne Sales Joe. Il leur permet d'identifier des prospects, de réaliser des campagnes de marketing et des démarches commerciales uniquement auprès des sociétés solvables référencées sur la base de données de la société d'information.