

La sécurité de l'information dans l'industrie automobile :

Comment les concessionnaires peuvent protéger les documents et les données de leurs clients.

Avec l'été viennent certaines des plus grandes promotions de l'année sur les véhicules. C'est une période où les concessionnaires prévoient une forte hausse des ventes. C'est également une période où ils recueillent un grand nombre de données confidentielles sur les clients. **Il est primordial de protéger ces données.**

Certains concessionnaires croient à tort qu'ils sont trop petits pour être victimes d'une brèche de données. Dans les faits, les vols d'identité liés aux prêts-autos et aux crédits-bail automobiles ont **augmenté de 43 % au cours de la dernière année¹, et la valeur de ce type de fraudes peut atteindre 6 milliards de dollars par année².**

Pour éviter le risque de brèche de données, tous les concessionnaires devraient revoir leurs politiques en matière de sécurité de l'information. En établissant une solide stratégie de sécurité de l'information, ils seront plus à même de protéger ce qui est important pour eux : les renseignements confidentiels de leurs clients et de leur entreprise!

Voici quelques conseils qui peuvent aider les concessionnaires à éviter les amendes exorbitantes, les atteintes à la réputation et la perte potentielle de clients et, ultimement, de revenus.

1 Soyez conformes aux lois.

Le secteur de la vente automobile est fortement régi et réglementé, et les concessionnaires doivent respecter les dispositions législatives prévues afin de protéger les renseignements personnels de leurs clients contre les accès non autorisés.

- » Le règlement général sur la protection des données (RGPD) est entré en vigueur le vendredi 25 mai. Cette réglementation touche tous les concessionnaires automobiles qui recueillent ou conservent des renseignements personnels au sujet de citoyens de l'UE.
- » En vertu de la Gramm-Leach-Bliley Act, les concessionnaires automobiles doivent fournir aux clients et aux tierces parties une description de leurs politiques et pratiques en matière de protection des renseignements personnels.
- » La Disposal Rule touche également les concessionnaires automobiles. Elle exige que, lorsqu'un rapport de solvabilité n'est plus nécessaire, le dossier papier soit déchiqueté immédiatement et en toute sûreté et que le dossier numérique soit également détruit.

2 La connaissance est le pouvoir.

Comme 25 % des bris de la sécurité de l'information sont causés par une erreur ou une négligence d'un employé, il est important que les employés sachent quels sont les risques et connaissent les mesures à prendre pour assurer le respect des lois³.

- » Concevez un manuel sur la sécurité et conservez-le comme référence pour vous assurer que vos employés connaissent toutes les lois touchant votre industrie et qu'ils sont formés pour travailler de façon conforme à celles-ci.
- » Offrez régulièrement des formations aux employés afin de vous assurer qu'ils sont à jour quant aux pratiques exemplaires.





3 Les tierces parties

Les concessionnaires automobiles doivent souvent transmettre à des entreprises tierces des renseignements confidentiels sur les clients dans le cadre de transactions. Il ne faut pas présumer que les partenaires externes ont des normes similaires en matière de sécurité de l'information.

- » Pour éviter la perte ou le vol des données des clients au moment de les transmettre à d'autres entreprises, il est important de vous assurer, avant toute transmission de renseignements sur les clients, que ces entreprises possèdent un protocole de confidentialité et de sécurité de l'information.

Les concessionnaires automobiles voient quotidiennement un grand nombre de visiteurs entrer et sortir de leur concession, particulièrement quand ils offrent des incitatifs de vente importants. Le piratage visuel étant en hausse, il est important que les employés surveillent les endroits à haut risque et qu'ils demeurent à l'affût de toute activité étrange ou inhabituelle.

- » Autoriser et accompagner vers le membre du personnel désigné tout visiteur, qu'il s'agisse d'un client, d'un employé du service ou de l'entretien ou d'un livreur, devrait être pratique courante.

Sources:

1. Consumer Sentinel Network Data Book 2017, Federal Trade Commission
2. Auto Lending Faud Losses in 2017 Whitepaper, PointPredictive
3. Rapport 2016 sur le coût des atteintes à la sécurité des données, Ponemon Institute

4 Les protections physiques

En raison des récentes brèches de données par voie électronique, de plus en plus de concessionnaires automobiles investissent dans la mise en place d'importantes structures et normes en matière de sécurité de l'information numérique. Toutefois, en mettant fortement l'accent sur la sécurité numérique, ils négligent souvent la quantité considérable de renseignements physiques qu'ils produisent chaque jour.

- » Identifiez les endroits à risque pour les renseignements physiques dans toute votre entreprise. Les endroits les plus vulnérables sont souvent des endroits qui semblent insignifiants à première vue, comme les imprimantes, les bureaux en désordre, les vieux bacs de rangement et les poubelles des employés.
- » Mettez en place une procédure de gestion des documents et surveillez à quelle fréquence les employés conservent des renseignements confidentiels sur les lieux de travail et les suppriment.

Au bout du compte, tout repose sur la réputation, particulièrement dans l'industrie automobile. En protégeant la réputation de vos clients, vous protégez la vôtre. Ne devenez pas une statistique de plus! Mettez en place une stratégie exhaustive en matière de sécurité de l'information dès aujourd'hui.

Votre concession pourrait bénéficier d'un service de déchiquetage occasionnel, sur demande.

888-979-4048 | shredit.com/auto

