

Seizing the GDPR Advantage

From mandate to high-value
opportunity



Compliance brings immediate benefits

2018-05-25 08:00 CEST

85 procent av företagen inte GDPR-redo i tid

I samband med att GDPR träder i kraft den 25 maj riskerar hela 85 procent av företagen i Europa och USA att missa deadline. En fjärdedel av företagen kommer inte heller vara redo i slutet av året, enligt en ny rapport från [Capgemini's Digital Transformation Institute](#), där 1 000 chefer och 6 000 konsumenter på åtta marknader tillfrågats i syfte att undersöka attityder till, beredskapen inför och möjligheterna med GDPR.

Jakten mot GDPR-klockan

Med GDPR-deadline den 25 maj är det en blandad beredskapsbild som målas upp över Europa. Brittiska företag har kommit längst, trots att endast 55 procent menar att de kommer att vara beredda i stor utsträckning eller helt klara. Spanien (54 procent), Tyskland (51 procent) och Nederländerna (51 procent) följer nära och Sverige har mest jobb kvar att göra. Endast 33 procent av de svenska företagen kommer att vara fullständigt eller i stor utsträckning vara klara inom tidsramen.

”GDPR är en av de mest betydande förordningar från EU under de senaste 20 åren och den första av flera nya lagar med fokus på balansen mellan fritt informationsflöde inom EU och individens rättigheter. Alla individer inom EU påverkas på ett eller annat sätt.

Den nuvarande lagstiftningen föråldrad och skyddar varken personuppgifter eller individens rättigheter på ett bra sätt. Det finns inte heller några ekonomiska sanktioner mot organisationer som inte efterföljer lagstiftningen. Flera stora dataintrång och rapporter om missbruk av personliga uppgifter har ökat allmänhetens medvetenhet om integritet och dataskydd och förtroende är nu det nya utmaningen för verksamheter som erbjuder produkter eller tjänster till konsumenterna.” säger Mark Battersby, Country Lead Information Privacy och GDPR Expert på Capgemini.

Rapporten visar även att några företag förbiser affärsmöjligheten med GDPR. Nära en tredjedel av företagen fokuserar bara på beredskapen då 31 procent svarat att fokus är att följa uppdraget snarare än att få en konkurrensfördel. Trots att icke-kompatibla organisationer kan få böter på upp till 4 procent av de årliga intäkterna, säger nästan 19 procent att deras GDPR-beredskap inte är en prioritet.

Ett missat tillfälle för att öka resultat

Rapporten visar att företag som implementerat GDPR inom tidsfristen, och som har investerat i efterlevnad och transparens med konsumenterna, nu kan se positiva resultat av sin investering. Av de konsumenter som är övertygade om att en organisation skyddar sina personuppgifter har 39 procent köpt fler produkter och ökat konsumtionen hos det enskilda företaget som ett resultat. Den ökade konsumtionen är betydande, då dessa konsumenter spenderar så mycket som 24 procent mer. Dessutom har 40 procent handlat oftare med företaget, antingen några gånger eller regelbundet. Fördelarna går även

utanför konsumtionen också, då 49 procent säger att de har delat sina positiva erfarenheter med vänner och familj, vilket stärker företagets rykte bland potentiella konsumenter.

Effekterna av GDPR GDPR ger konsumenterna möjlighet att ta kontroll över sina egna uppgifter. I Europa menar 57 procent av individerna att de kommer att vidta åtgärder när organisation inte klarar av att skydda deras personuppgifter på ett tillfredsställande sätt. För att bidra till att motverka det, betonar rapporten att företag måste förstå vilket förtroende kunderna har för dem. Just nu är det inte så då nästan tre fjärdedelar (71 procent) av cheferna tror att konsumenterna inte kommer att vidta några väsentliga åtgärder, som till exempel att begära att få ta bort sina uppgifter.

"GDPR är ett gyllene tillfälle för företag att skapa en integritetsstrategi som sätter konsumenten i fokus", säger Willem de Paepe, Global GDPR-ledare på Capgemini. "Förutom konsumenternas förtroende och en ökad konsumtion, skapas en bättre översikt av över tillgänglig data, vilket möjliggör effektiva analyser som kan användas till att förbättra verksamheten. Företagen kommer även att få bättre kontroll över vilka filer de får spara och vad de måste radera, vilket frigör värdefullt lagringsutrymme och reducerar några av de [3,3 miljarder amerikanska dollar](#) som det kommer att kosta för att hantera data globalt i 2020."

För mer information och rapporten i sin helhet, besök:

["Seizing the GDPR Advantage: From mandate to high-value opportunity"](#)

Så genomfördes undersökningen

Resultaten i rapporten är från två grupper: privata individer och chefer i stora företag. Capgemini's Digital Transformation Institute (DTI) frågade 1 000 chefer från organisationer med en omsättning på över 1 miljard amerikanska dollar i åtta länder: Frankrike, Tyskland, Italien, Nederländerna, Storbritannien, USA, Sverige och Spanien. Dessutom pratade DTI med 6 000 konsumenter (från 18 år och uppåt) på sju europeiska marknader som berörs av GDPR: Frankrike, Tyskland, Italien, Nederländerna, Storbritannien, Sverige och Spanien. Undersökelsen utfördes i mars/april 2018.

Om Digital Transformation Institute (DTI)

Digital Transformation Institute är Capgeminis egen tankesmedja med fokus på det digitala. Institutet publicerar forskning om effekterna av digital teknik på stora traditionella företag. Teamet bygger på det globala nätet av Capgemini-expert och arbetar nära akademiska och tekniska partners. Institutet har dedikerade forskningscenter i Indien, Storbritannien och USA.

Om Capgemini

Som en global ledare inom konsult- och tekniktjänster och digital transformation ligger Capgemini i framkant av innovation för att bemöta sina kunders behov inom molntjänster, digitalisering och plattformar. Med hjälp av sitt 50-åriga arv och gedigna branschspecifika kompetens gör Capgemini det möjligt för organisationer att förverkliga sina affärsplaner genom en rad olika tjänster, från strategi till operation. Capgemini sätter människorna i fokus och drivs framåt av övertygelsen att teknikens affärsvärde kommer från och genom människor. Bolaget är multikulturellt med 200 000 anställda i över 40 länder. 2017 redovisade Capgemini globala intäkter på 12,8 miljarder euro.

Besök oss på www.capgemini.com People matter, results count.

Kontaktpersoner



Fredrik Wallner

Presskontakt

PR Manager

fredrik.wallner@capgemini.com

+46-734-085652