



Le RGPD et Marketing

comment Tirer le meilleur de la nouvelle réglementation européenne sur
la protection des données personnelles

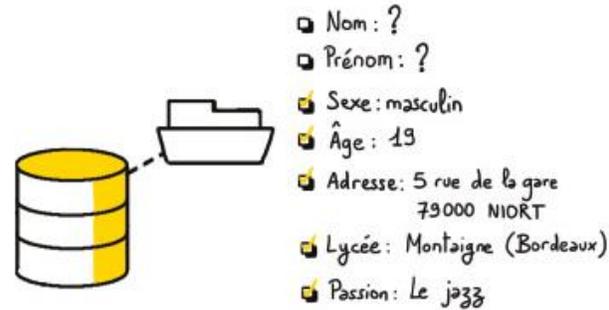
Le RGPD en BREF

- ▶ Contexte
- ▶ Appliqué depuis le 25 Mai 2018
- ▶ Prendre les mesures techniques et organisationnelles pour garantir la sécurité des données



Qu'est ce qu'une donnée personnelle ?

- ▶ Toute donnée permettant l'identification des personnes
 - ▶ **directement** (exemple : nom, prénom)
 - ▶ **ou indirectement** (exemple : par un identifiant (n° client), un numéro (de téléphone), une donnée biométrique, plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, économique, culturelle ou sociale, mais aussi la voix ou l'image).



Stocker des informations = Traitement de données

Fichage / Profilage



- ▶ Toujours ne collecter que les données utiles

Exemples à ne pas suivre

- ▶ Le consentement tacite
- ▶ La prise d'information sans explication
- ▶ Le coché par « défaut »
- ▶ Partage entre entreprise



Exemple de mesures à mettre en place

- ▶ Est-ce que je collecte de des données ?
- ▶ Evaluation des risques (comment sont stockées et gérées les données)
- ▶ Information des salariés et obligations
- ▶ Charte informatique
- ▶ Gestions des accès

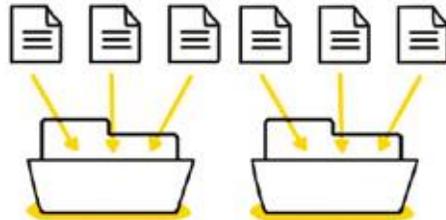
Par où commencer ?

1



Constituez un registre
de vos traitements de données

2



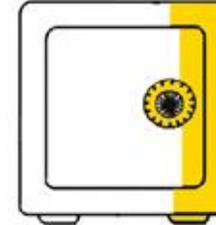
Faites le tri
dans vos données

3



Respectez les droits
des personnes

4



Sécurisez
vos données

- ▶ Constituez un registre de vos traitements de données
- ▶ Faites le tri dans vos données
- ▶ Respectez les droits des personnes
- ▶ Sécurisez vos données

Droits des personnes

- ▶ Le droit à l'information
- ▶ Le droit d'opposition
- ▶ Les droits d'accès et de rectification

Sanctions

- ▶ 4 % du chiffre d'affaires
- ▶ 762 cas déclarés à la CNIL en 2018



Et le Marketing dans tout ça ?

- ▶ Le recueil du consentement

« Le consentement est une démarche active de l'utilisateur, explicite et de préférence écrite, qui doit être libre, spécifique, et informée. Dans un formulaire en ligne, il peut se matérialiser, par exemple, par une case à cocher non cochée par défaut. » Source CNIL

- ▶ Le SMS , L'email mais pas le mailing papier (Liberté de prospection)

Alors comment en tirer avantages ?

- ▶ Opportunité de mise à jour des fichiers Communiquer uniquement sur des personnes intéressées : ciblage
- ▶ Notoriété, plus de harcèlement
- ▶ Communiquer plus et mieux
- ▶ Renforcer la confiance
- ▶ Rassurer et gagner un image de marque

les Vitrines
de
Caen

26 Novembre 2018



Mathieu LEBEL
Mathieu.lebel@prn.fr