

PUBLIC CONCERNÉ

- Direction Marketing
et Direction de
la Communication

- Juristes

- CIL-DPO

- DSI (Direction
des systèmes
d'information)

DURÉE

- 1 jour

RGPD – EPRIVACY & MARKETING

Le règlement de protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel, plus communément appelé « RGPD », applicable au 25 mai 2018, encadre la collecte, le traitement et la conservation des données à caractère personnel, prenant en compte **l'évolution des technologies digitales et les pratiques du marché.**

La protection du patrimoine informationnel de l'entreprise et la mise en conformité **des dispositifs de profilage et de leads prédictifs** est fondamentale pour toutes les entités amenées à traiter des données à caractère personnel.

Nous vous proposons un décryptage **des règles juridiques** avec un **guide** des bonnes pratiques en matière de marketing.

OBJECTIFS

- Acquérir les connaissances juridiques liées au RGPD.
- Identifier les actions à mener en vue de la mise en conformité des collectes de données, du dispositif de profilage.
- Mesurer les obligations de sécurité à appliquer.
- Connaître le périmètre de responsabilité dont les cas de co-responsabilité.

INTRODUCTION

- Le régime antérieur Loi informatique et libertés n°78-17 du 6 janvier 1978, modifiée
- Application directe du texte réglementaire au sein de l'ensemble des Etats membres de l'UE au 25 mai 2018.
- Objectifs du règlement :
 - > Renforcer les droits des personnes.
 - > Responsabiliser les acteurs traitant des données (responsable de traitement et sous-traitant).
- Les enjeux Marketing du règlement :
 - > Améliorer la qualité de la base de données.
 - > Maîtriser la Délivrabilité des campagnes.
 - > Optimiser la stratégie e-marketing.
 - > Garantir la e-reputation.
 - > Garantir le respect des droits des personnes concernées.
- Les sanctions :
 - > sanctions pénales, pénalités financières de 2% du CA mondial ou 10 millions d'euros à 4% du CA mondial ou 20 millions d'euros.

PROGRAMME

I / MAÎTRISER LE NOUVEAU CADRE JURIDIQUE GÉNÉRAL L'ESPRIT DU RÈGLEMENT

Définitions

LE DATA PROTECTION OFFICER

Remplace le CIL

DÉFINITION DU PROFILAGE : ARTICLE 4 DU RGPD

- Les changements pour la collecte de l'Opt-in :
 - > Recueil du consentement selon la CNIL.
 - > Propositions de la commission européenne sur le recueil des cookies.

RGPD – EPRIVACY & MARKETING - [suite]

II/ COLLECTE, PROFILAGE ET COOKIES

GESTION DU CONSENTEMENT

Le consentement préalable est une des conditions de licéité du traitement

- Information personne concernée.
- Un « acte positif clair ».
- Opt in & donc nécessité d'un opt out.
- Exceptions :
 - > Exécution d'un contrat.
 - > Respect d'une obligation légale.
 - > Sauvegarde des intérêts vitaux de la personne.
 - > Mission d'intérêt public.
 - > Exercice de l'autorité publique.
 - > Intérêt « légitime ».

PROFILAGE & COOKIES

- Définition du profilage : article 4-4, avis 06/2014.
- Droit de la personne à ne pas faire l'objet d'une décision individuelle automatisée, sauf exceptions :
 - > Nécessaire à conclusion ou exécution d'un contrat.
 - > Autorisé par le droit européen ou national.
 - > Fondé sur le consentement explicite de la personne.
- Outils de profilage :
 - > Cookies « first party » ou « cookie de domaine » : cookie associé à un nom de domaine permettant la mémorisation d'informations sur l'utilisateur mais aussi le maintien des données relatives à sa personne durant sa navigation.
 - > Cookies « third party » ou « cookies tiers » : cookie mis en place par une source différente.

Travail sur une check-list de recensement des droits à la personne et des informations devant être transmises

III / CONSÉQUENCES SUR LA PRATIQUE

LES MESURES À METTRE EN PLACE EN ANTICIPATION DES RISQUES

- Adhérer à des codes de bonnes conduites.
- Pseudonymisation des données.
- Restreindre l'accès aux données.
- Contractualisation de la relation RT/ST.
- Le registre de traitement.
- Formalisation d'un référentiel de sécurité.
- Déclenchement régulier et analyse des tests d'intrusion.
- Sensibilisation du personnel aux enjeux de sécurité & confidentialité.
- Souscription à une assurance en cybersécurité.

RESPONSABILITÉ & SOUS-TRAITANT

- Définition du sous-traitant.
- Définition du traitement et de ses modalités par le RT.
- Devoirs et obligations du sous-traitant.
- Responsabilité en cas de violation.
- Quid de la sous-traitance & responsabilité.
- Obligation de désigner un DPO avec tenu du registre pour compte du RT.

RGPD – EPRIVACY & MARKETING - *(suite)*

MODALITÉS PÉDAGOGIQUES

- Etudes de cas pratiques et Quiz.

Pour aller plus loin ...

Formation complémentaire sur « comment conduire une EIVP »