

2021/22

XAVIER LEONETTI

LE PETIT

RGPD

L'ESSENTIEL EN BREF

DUNOD

TERMES ANGLAIS ET ACRONYMES UTILISÉS DANS CET OUVRAGE

- **Device:** Désigne les différents écrans (mobile, tablette, écran...)
- **Responsive:** Site Web multiformat et adapté aux différents écrans
- **Display:** Publicité sur Internet
- **CSAT:** Score de satisfaction client
- **NPS:** Net Promoteur Score
- **CES:** *Customer Experience Score*
- **FAQ:** Foire aux questions
- **CRM:** (*Customer Relation Management*) Gestion de la relation client
- **CCM:** (*Customer Communication Management*) Gestion de la communication client
- **CXM:** (*Customer Experience Management*) Gestion de l'expérience client
- **Customer Experience (CX):** Expérience consommateur
- **User Experience (UX):** Expérience utilisateur
- **User-centric:** Vision centrée utilisateur
- **Buyer persona:** Cible acheteur
- **Painpoints:** Irritants ou points de friction
- **Funnel marketing:** Parcours d'achat de l'internaute
- **Wishlist:** Liste de favoris
- **SVI:** Service vocal interactif
- **CTI:** Couplage téléphonie informatique
- **SEA:** (*Search Engin Advertising*) Référencement payant
- **SEO:** (*Search Engin Optimization*) Référencement naturel
- **SXO:** *Search Experience Optimization*
- **Homepage:** Page d'accueil
- **Landing page:** Page d'atterrissage liée à un bouton d'action sur Internet
- **Liens backlinks:** Liens sur site Internet naturel entrants par recommandation
- **Liens follow:** Liens de site à caractère non publicitaires
- **CTA:** (*Call to Action*) Bouton incitant à l'action sur un site
- **Inbound marketing:** Marketing entrant visant à attirer le client par du contenu
- **Content marketing:** Marketing basé sur la qualité des contenus pour séduire
- **KPI:** (*Key Performance Indicator*) Indicateur d'analyse et de performances
- **CTR:** (*Clic Through Rate*) Taux de clic
- **Leads:** Prospect sur Internet

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements

d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Dunod, 2021

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-082434-2

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

- FICHE 1** ■ Les données personnelles
- FICHE 2** ■ Le traitement d'une donnée personnelle
- FICHE 3** ■ Le droit des personnes
- FICHE 4** ■ Les obligations du responsable de traitement et du sous-traitant
- FICHE 5** ■ Le registre des données personnelles
- FICHE 6** ■ L'analyse d'impact relative à la protection des données
- FICHE 7** ■ Le délégué à la protection des données (DPO)
- FICHE 8** ■ La sécurité des données
- FICHE 9** ■ La notification d'une violation
- FICHE 10** ■ Les règles des entreprises contraignantes (*Binding Corporate Rules*)
- FICHE 11** ■ La transmission de données à des pays tiers autorisés ou à des organisations internationales
- FICHE 12** ■ Les codes de conduite
- FICHE 13** ■ Les certifications
- FICHE 14** ■ Comment se protéger contre les atteintes?
- FICHE 15** ■ La CNIL: autorité de contrôle
- FICHE 16** ■ Le Comité européen de protection des données (CEPD)
- FICHE 17** ■ Voies et recours
- FICHE 18** ■ Les responsabilités et les sanctions
- FICHE 19** ■ Le RGPD et le respect des droits et des libertés

1 LES DONNÉES PERSONNELLES

► Un peu d'histoire

L'histoire de la protection des données personnelles s'est déroulée en trois étapes :

- La France a été le premier État européen à se doter d'une législation spécifique en matière de protection des données personnelles avec la **loi du 6 janvier 1978 dite « Loi informatique et libertés »**.
- La **directive 95/46 du Parlement européen et du Conseil en date du 24 octobre 1995** relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel fut transposée en droit interne par la loi du 6 août 2004.
- Le **règlement 2016/679 du Parlement européen et du Conseil relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel** et à la libre circulation de ces données dit RGPD a été adopté le 27 avril 2016 et abroge la précédente directive 95/46. Le texte a été transposé en droit interne par la loi du 25 mai 2018.

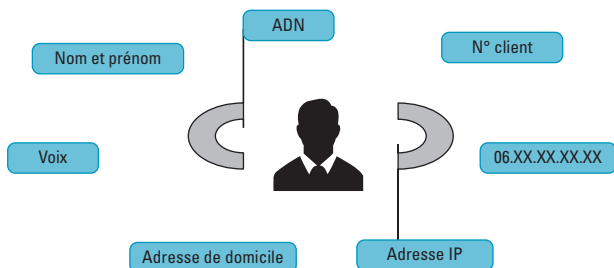
LE POINT SUR

La loi informatique et libertés de 1978

Cette loi pose le principe que «l'informatique doit être au service de chaque citoyen» et «qu'elle ne doit porter atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'Homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques» (article 1^{er}).

► De quoi parle-t-on ?

- Une donnée personnelle est «toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable». Il s'agit des données informatisées ou stockées sur des fichiers papiers.



Exemples de données directes et indirectes d'identification d'une personne

- Un **fichier** est un ensemble de données à caractère personnel qui est accessible selon des critères déterminés. Le fichier peut être soit centralisé soit décentralisé, de même, il peut être réparti de manière fonctionnelle ou géographique.
- Le « **Guichet unique** » est un principe selon lequel un groupe ayant des établissements dans plusieurs pays d'Europe, ou une activité dans plusieurs États-membres, peut effectuer ses formalités en

matière de traitement des données auprès de l'autorité de l'État-membre dans lequel le groupe a son établissement principal.

Ce qu'il faut savoir :

1. Le RGPD s'applique aux activités ayant recours à un traitement des données à caractère personnel dès lors **qu'un établissement, un responsable de traitement ou un sous-traitant se situent sur le territoire de l'Union**, que le traitement ait lieu ou pas dans l'Union. Exemple : les entreprises « GAFAM » telles que Facebook.
2. L'identification d'une personne peut également être réalisée à **partir du recoupement de plusieurs données** et de leur croisement. Exemple : un homme vivant dans tel village, né telle année et qui est abonné à tel magazine.
3. Un fichier qui ne contient que des données relatives à une entreprise ne constitue pas un traitement de données personnelles.

EXEMPLE

Pass NAVIGO et liberté de circuler anonymement

Dans un avis du 8 avril 2004, la CNIL rappelle à la RATP, gestionnaire des Pass NAVIGO, que la circulation dans les transports publics doit pouvoir se faire de manière anonyme. Jusqu'alors cette obligation n'était pas respectée, car les déplacements étaient associés aux numéros des abonnés. Depuis, tout contrôle se fait sur présentation de deux cartes : l'une nominative comportant les données personnelles de l'abonné et l'autre anonyme retraçant ses déplacements.

► Les droits tout au long de la vie

Personne mineure

Une protection renforcée des données personnelles est prévue, notamment s'agissant des activités de marketing et de profilage de consommateurs. Ainsi, le consentement du représentant légal est requis pour les mineurs de moins de 16 ans. En outre, la loi du 7 octobre 2016 prévoit un droit à l'oubli pour les mineurs. Dans un délai réduit d'un mois, le droit à l'oubli permet d'obtenir l'effacement en ligne de ses données personnelles de la personne concernée.

Pour un mineur de moins de 16 ans : le traitement est licite lorsque la personne a consenti au traitement de ses données personnelles et ce pour une ou plusieurs finalités spécifiques.

Pour un mineur de plus de 16 ans : le traitement est licite dans la mesure où le consentement est donné par le représentant légal du mineur.

Personne décédée

S'agissant du droit à la maîtrise des données *post mortem*, la loi du 7 octobre 2016 vient encadrer la succession numérique des actifs du défunt (photos, œuvres, comptes...).