

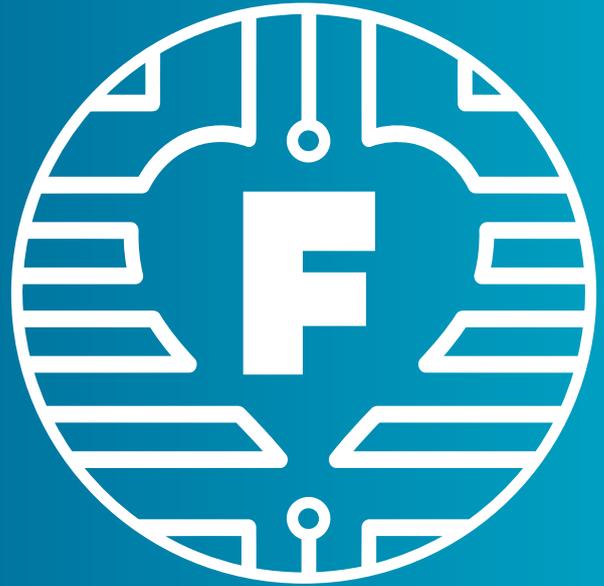


**Pour une
approche
responsable et
respectueuse
de la relation
clients**



Table des matières

Introduction	3
Que propose Freedelity?	4
Quelles sont les données gérées dans le fichier Freedelity et dans CustoCentrix? Pour quels usages?	5
Comment les données propres à mon enseigne sont-elles gérées?.	8
Quels sont les fondements de la mutualisation de la collecte et gestion de données personnelles de consommateurs?.	9
Freedelity et la réglementation GDPR	10
Synthèse et traitement des questions fréquentes.	16
Définitions	20
Check-List GDPR	22



Introduction

En adhérant au concept de mutualisation de la gestion des données consommateurs tel que proposé par Freedelity, votre enseigne fait un choix majeur. Celui de considérer que le respect des obligations liées aux réglementations en matière de traitement des données personnelles (vie privée et usage des communications électroniques) ainsi que du maintien de la qualité des données clients au fil du temps sont des facteurs clés de réussite de la mise en place de vos programmes de marketing relationnel et de fidélisation.

Ce choix entraîne des bénéfices directs, mais également une série d'obligations.

Ce livre blanc a pour objet de baliser ces deux sujets afin de permettre un alignement naturel entre l'ensemble des entreprises ayant adhéré au concept de constitution et de gestion du fichier Freedelity.

Que propose Freedelity ?

Freedelity désigne la société anonyme Freedelity qui est notamment :



Le responsable du traitement du « Fichier Freedelity ». Dans cette perspective Freedelity est responsable de traitement des données personnelles collectées par vos biais, au même titre que chacune de vos entreprises respectives. Dans les conventions entre vos entreprises et Freedelity il est explicitement convenu « les Parties s'accordent pour conclure qu'elles n'ont pas la qualité de responsable conjoint du traitement pour la collecte des données puisque les rôles et responsabilités de chacun sont nettement définis dans la Convention ».

Le concepteur :



- **De la plateforme SaaS (Software as a Service) « CustoCentrix™ »** conçue à l'attention des entreprises et enseignes actives dans le retail dont l'objectif est de collecter des données personnelles, d'achat et comportementales auprès de leurs consommateurs clients. De les relier entre elles afin d'activer les principaux leviers du marketing relationnel.

- **Des bornes interactives et terminaux** permettant d'interagir avec les consommateurs et de collecter des données, en caisse, sur le lieu de vente ou dans des espaces publics.

- **Du processus de mutualisation** des mises à jour de données personnelles des consommateurs collectées via

- ▶ la lecture des cartes d'identité,
- ▶ des bornes ou formulaires avec introduction manuelle des données,
- ▶ l'usage de l'application mobile,
- ▶ le portail MyFreedelity,
- ▶ les interactions transmises via les API (Application Program Interfaces) exposées par CustoCentrix.



- **Du portail MyFreedelity** destiné aux consommateurs membres de la base de données Freedelity dont l'objectif est de permettre aux consommateurs un accès à leurs données personnelles, à leurs données d'achat et points de fidélité, et permettre l'exercice de leurs droits GDPR.

- **De l'application mobile MyFreedelity** destinée aux consommateurs membres de la base de données Freedelity dont l'objectif, au-delà des fonctions couvertes par le portail, est de proposer aux consommateurs :

- ▶ une solution de partage de leur données d'identité avec d'autres entreprises et enseignes clientes de Freedelity,
- ▶ une solution de virtualisation de l'ensemble de leurs cartes de fidélité, de leurs cartes de membres ou autres indépendamment du fait qu'elles fassent appel à Freedelity et CustoCentrix.



Quelles sont les données gérées dans le fichier Freedelity et dans CustoCentrix ? Pour quels usages ?

Le fichier Freedelity et CustoCentrix hébergent et assurent actuellement la gestion de 6 grands types de données. En voici le détail réparti entre d'une part le fichier Freedelity (celui concerné par les processus de mutualisation de la gestion des données personnelles) et la base de données CustoCentrix (celle qui héberge sous forme de silos les données strictement spécifiques à chaque enseigne et dont le traitement est sous-traité à Freedelity par chacune des entreprises et enseignes clientes).

Le fichier Freedelity

Il forme le tronc commun de l'ensemble des bases de données. C'est via ce fichier que s'opèrent les processus de mutualisation de la tenue à jour des données personnelles des consommateurs. Il rassemble :

- **Les données signalétiques ou d'identification des consommateurs :** le nom, le prénom, la langue, le genre, la date de naissance, l'adresse de domicile. Ces données sont complétées par un identifiant unique pour chaque consommateur, propre à Freedelity et généré par Freedelity.
- **Les données de contact des consommateurs** (adresse postale validée et géocodée, adresse email, numéro de GSM).
- **Des données enrichies au départ du traitement des adresses** (Latitude – Longitude, codification Statbel (INS9), identifiant du registre des voies publiques).

Ce fichier est par ailleurs complété avec d'autres données nécessaires à la gestion des processus de mutualisation de la tenue à jour des données, mais qui ne sont accessibles qu'à Freedelity et forment ensemble le fichier Freedelity.

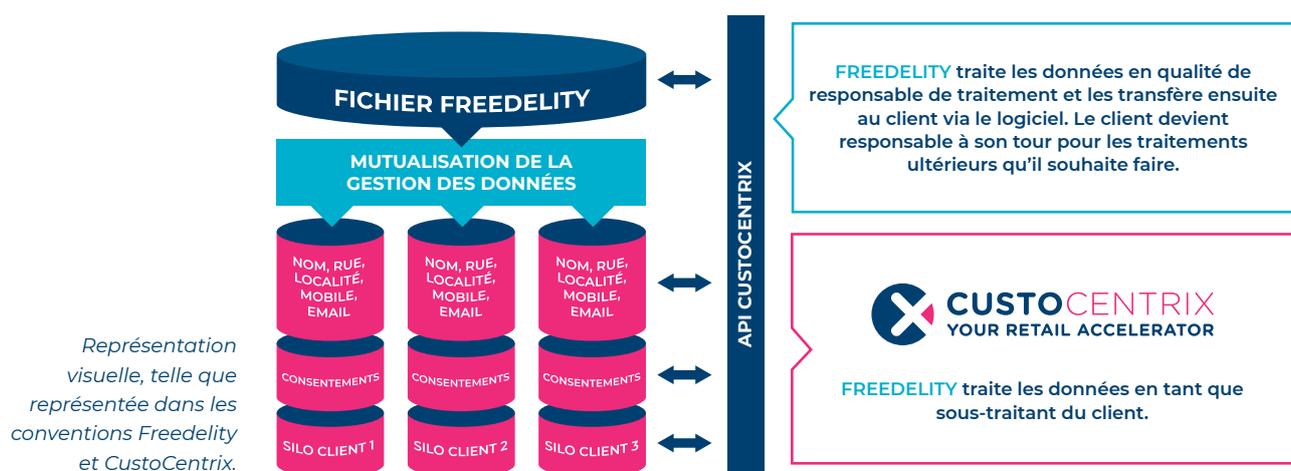
- **Des données historiques utiles et nécessaires à l'identification unique de chaque consommateur** notamment dans des processus de réconciliation de fichiers ou de sources de données:
 - ▶ date du consentement donné par le consommateur à Freedelity,
 - ▶ l'historique des données d'adresses de domicile et de numéros de carte d'identité,
 - ▶ l'historique des données de contact.



- Des données relatives à l'actualité des données de contact dont :
 - ▶ les retours postaux,
 - ▶ les numéros mobiles inconnus et/ou mis en STOP,
 - ▶ les hard Bounces¹ d'adresses email,
 - ▶ l'identification d'un décès.
- Des données nécessaires en vue du respect des réglementations en lien avec le traitement des données dont :
 - ▶ le Time Stamp du consentement donné par le consommateur à Freedelity,
 - ▶ le lieu et les modalités du consentement.

Ce sont ces données et uniquement ces données qui supportent et alimentent le processus de mutualisation de la gestion des mises à jour. Ce processus consiste à automatiquement mettre à jour les données utilisées par chacun des clients adhérant au concept de mutualisation de la collecte et tenue à jour de données des consommateurs à des fins d'identification et communication directe avec ceux-ci.

C'est pour pouvoir opérer d'une part le portail MyFreedelity et d'autre part le processus de mutualisation de la tenue à jour des données que Freedelity SA collecte un consentement de la part de chaque consommateur identifié dans le fichier Freedelity. Ce consentement au traitement des données personnelles est collecté lors de la première interaction avec chaque consommateur via chaque enseigne partenaire lors de passages en caisse ou inscription via une borne.



¹ Un hard bounce correspond par exemple à une erreur sur les parties « nom » ou « domaine » d'une adresse e-mail ou à une erreur de syntaxe non corrigée qui ne permet pas au serveur de messagerie destinataire de délivrer le message.

Lorsqu'une **adresse email** est collectée, ce consentement est par ailleurs confirmé par l'envoi d'un email de confirmation d'enregistrement des données et d'un lien vers la politique de protection des données personnelles. Dans les autres cas, il est matérialisé par l'acceptation du traitement des données sur un écran tactile et/ou résultant de la lecture de la carte d'identité ou de l'encodage des données personnelles par un représentant de l'enseigne accompagné d'une explication verbale explicite et accompagné de la remise d'un folder explicatif aux consommateurs.

Il est à noter que conformément à la réglementation actuellement en vigueur, les données de numéro national, les photos des personnes ne sont ni enregistrées ni gérées dans la base de données Freedelity.

Les bases de données CustoCentrix

Hormis les données décrites ci-dessus comme étant « les données du fichier et de la base de données Freedelity », toutes les autres données gérées via la plateforme CustoCentrix – sur base d'un principe contractuel de sous-traitance – sont stockées et traitées dans des silos sécurisés client par client. Ces données restent la propriété de chaque client. Le chapitre qui suit leur est dédié.



Cela concerne principalement:

- Les consentements donnés à l'enseigne.
- Les données d'achats collectées grâce à l'intégration des systèmes de caisses.
- Les interactions liées aux système de fidélité.
- Les communications et demandes transitant via l'usage du portail MyFreedelity: ex. demandes de factures.
- Des données comportementales résultant de l'usage des canaux digitaux.
- Les données de profilage et de segmentation.



Comment les données propres à mon enseigne sont-elles gérées ?

Pour une entreprise ou enseigne qui investit dans la collecte de données personnelles et la réconciliation de ces dernières avec celles relatives aux comportements de dépense, de fréquentation de points de vente ou d'usage des canaux digitaux, cet ensemble de données est stratégique et justifie d'être protégé comme il se doit.

Ces données mémorisées et protégées se rapportent :

- aux consentements des consommateurs,
- aux transactions : passages en caisse, détails de tickets de caisse, achats e-commerce, points de fidélité, émission de bons, usages de bons,...
- aux interactions : passage sur des bornes, réception, ouverture et clic dans des emails, réception de SMS et de directs mails postaux, usages de l'application,...
- aux traitements de segmentation et de profilage déduits du traitement de l'ensemble des données rassemblées en ce compris celles issues de processus d'enrichissement, par exemple, via des méthodes de géomarketing.

L'accès à ces données nécessite de recourir à l'usage de la plateforme CustoCentrix après une authentification individuelle basée sur un login / password.



Quels sont les **fondements** de la mutualisation de la collecte et gestion de données personnelles de consommateurs ?

Les fondements de la mutualisation de la collecte et gestion de données personnelles sont multiples. Voici, quelques justifications :

1. le bénéfice pour le consommateur d'avoir ses données à jours et de faire respecter ses droits (Opt-Out, Stop, ...) quand il le souhaite
2. le coût de gestion des données et la simplification drastique des procédures internes,
3. la fréquence de tenue à jour de ces données,
4. la simplification de la mise en conformité GDPR (voir ci-après).

Ces avantages résultent de la collecte du consentement explicite de chaque consommateur. C'est une marque de confiance importante accordée par chaque consommateur à chacune des enseignes dont il est le client ainsi qu'à Freedelivery en sa qualité de responsable du traitement de ces dernières.

Le maintien de ce niveau de confiance élevé ainsi que le strict respect des réglementations en vigueur est donc capital pour le maintien de cette solution Win Win pour chacune des parties prenantes.

Freedelity et la réglementation GDPR

La réglementation GDPR entrée en vigueur en mai 2018 offre le choix entre trois justifications possibles quant à la collecte et gestion de données personnelles de consommateurs à des fins de marketing: l'existence d'un contrat, le consentement explicite et l'intérêt légitime.

Depuis sa création en 2010, le concept du fichier Freedelity est basé sur le principe du consentement explicite notamment pour les raisons évoquées plus avant dans le présent document.

La réglementation dit de ce consentement qu'il doit être la manifestation d'une volonté:

- Libre (sans contrainte),
- Spécifique (précis),
- Eclairée (Compréhensible par tous),
- Univoque (clair et sans équivoque).

C'est pourquoi les dispositifs de collecte de données conçus et mis en place par Freedelity s'efforcent de respecter strictement les 4 caractéristiques du consentement. Cela nécessite cependant une collaboration étroite et une bonne formation du personnel impliqué tant chez le client que chez Freedelity.

Par ailleurs, Freedelity, en sa qualité d'opérateur d'une solution d'email marketing, met également tout en œuvre pour collecter des consentements explicites quant à l'usage marketing des adresses email collectées sachant qu'en cette matière un opt-in est d'application depuis de très nombreuses années. Quant à l'usage des numéros de mobile et de l'adresse postale, ils ne nécessitent actuellement pas d'opt-in pour un usage marketing mais font l'objet de règles d'opt-out à respecter.

Au-delà de ces justifications, les réglementations viennent renforcer une série de bonnes pratiques en matière de marketing relationnel. Elles introduisent également de nouveaux concepts et de nouvelles obligations qui méritent d'être largement adoptés par nos entreprises:

- Prise en compte des préférences des consommateurs en termes de fréquence de contact et de canal.
- Respect strict des opt-out, désabonnements et du droit à l'oubli.
- Personnalisation et pertinence des contenus adressés.
- Gestion intelligente de la pression marketing.
- Transparence à propos des traitements de données effectués.
- Approche systématique privacy by design.



Les rôles de responsable du traitement et de sous-traitant

La réglementation demande à ce que les responsabilités de chacun soient clairement définies. Dans le cadre de la relation contractuelle en place :

- Votre enseigne est responsable des données des clients la concernant.
- Freedelity est responsable du traitement du fichier Freedelity pour les finalités qui sont partagées et mutualisées avec vous.
- Freedelity est sous-traitant concernant les données en qualité d'opérateur de CustoCentrix pour compte des clients.
- En qualité d'opérateur de MyFreedelity, Freedelity est responsable du traitement des données concernant directement les consommateurs liés à ces services.

Il résulte de cette situation un partage de responsabilités qu'il s'agit d'aborder avec le plus grand professionnalisme.

Ces sujets font l'objet d'une annexe spécifique aux conventions avec chacun de nos clients. N'hésitez pas à nous solliciter sur le sujet.

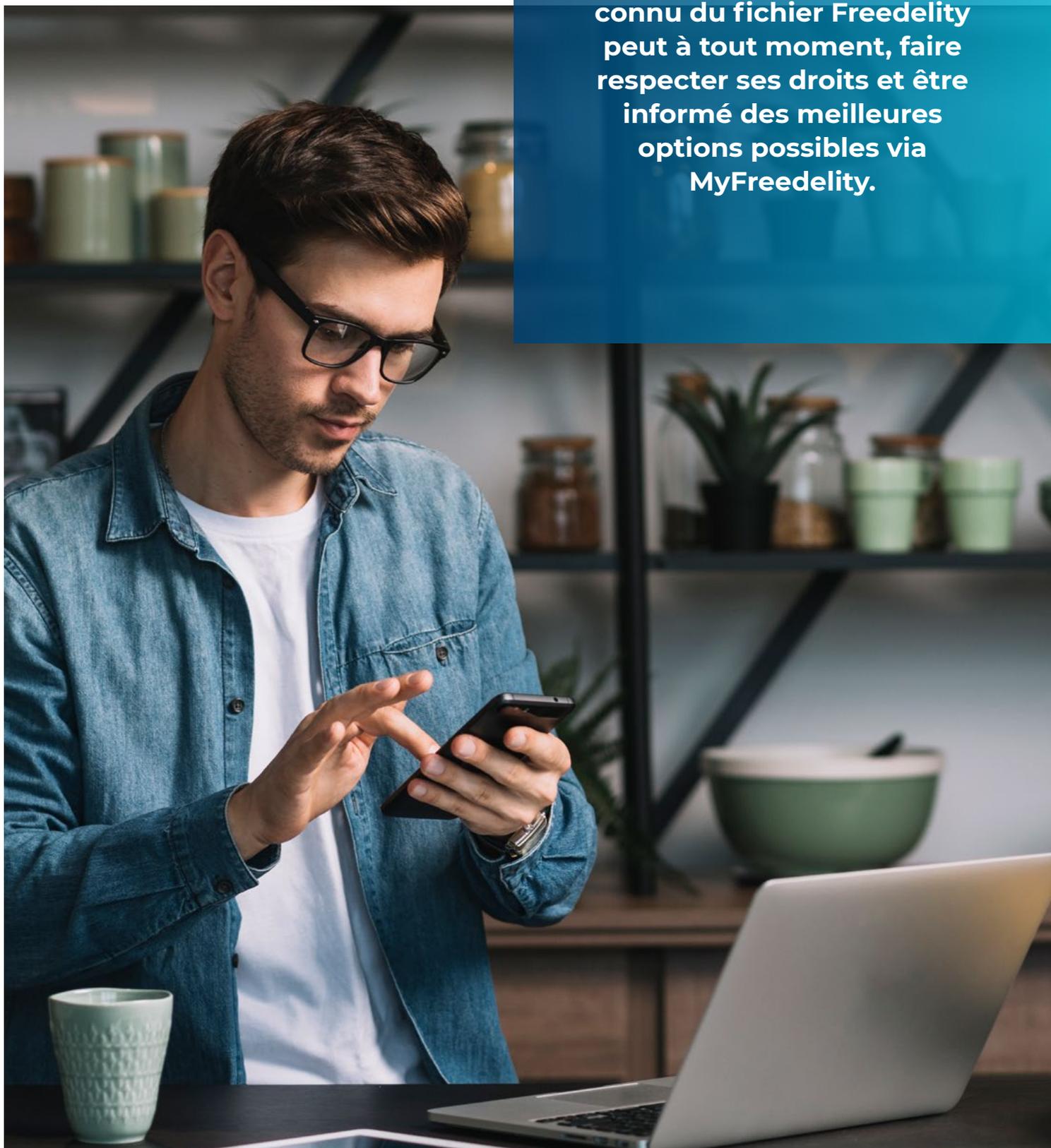
Les droits des consommateurs et la façon d'y répondre

Le GDPR précise également les droits des consommateurs vis à vis des responsables de traitement de leurs données personnelles dont :

- Transparence et modalités d'exercice des droits de la personne,
- Le droit d'accès aux données ainsi que le droit à l'information,
- Le droit de rectification des données,
- Droit à l'effacement ou à l'oubli,
- Droit à la limitation du traitement des données,
- Obligation de notification en cas de rectification ou limitation de traitement,
- Droit à la portabilité des données,
- Droit d'opposition et prises de décision individuelle automatisée (& profilage).

Le dépliant d'information Freedelity, le portail et l'application mobile MyFreedelity et la politique de protection des données personnelles contribuent chacun à leur manière à informer les consommateurs ainsi que les clients sur les modalités de l'exercice de ces droits.

**Chaque consommateur
connu du fichier Freedelity
peut à tout moment, faire
respecter ses droits et être
informé des meilleures
options possibles via
MyFreedelity.**



Est-ce que mon entreprise et Freedelity sont qualifiées de responsable conjoint en ce qui concerne le Fichier Freedelity et les données mutualisées ?

Non. Le contrat l'exclut formellement. Les rôles de chacun sont nettement définis. Si une certaine collaboration est nécessaire pour la collecte des données à caractère personnel, des consentements, et l'information correcte des consommateurs, seule Freedelity est responsable de traitement des données mutualisées contenues dans le Fichier Freedelity. En effet, conformément à l'article 26 du RGPD, pour être qualifiés de responsables conjoints, deux responsables de traitement doivent déterminer ensemble les finalités et les moyens du traitement. Or, Freedelity est la seule à déterminer les finalités et les moyens des traitements relatifs au Fichier Freedelity. Nous vous renvoyons au graphique définissant les rôles et qualifications de chaque intervenant pour plus d'information.

Impact de la responsabilité partagée de traitement des données personnelles des consommateurs

Du fait du double consentement du consommateur au traitement de ses données personnelles tant à l'égard des enseignes clientes que de Freedelity, il résulte une nécessité évidente de collaboration entre Freedelity et chacun de ses clients. Cela concerne notamment (cette liste n'est pas exhaustive) :

- l'élaboration des messages destinés à l'information des consommateurs par les membres de votre personnel en contact avec les consommateurs sous forme de «script» et de manuels de procédures,
- la validation des formulaires et processus de collecte de données personnelles via des bornes, systèmes de caisse ou autres interfaces digitales,
- la formation adéquate du personnel impliqué,
- la production et la remise des dépliants destinés à informer les consommateurs,
- l'information des consommateurs lors de la collecte de leur consentement au traitement de leurs données via la fourniture d'explications orales appuyée par la remise du dépliant d'information explicatif,
- la mise à disposition de solutions alternatives à la lecture de la carte d'identité afin de bénéficier des avantages ou du programme de fidélité. Cela implique l'existence de formulaires digitaux ou papier accessibles dans chaque point de vente.
- la mention explicite du recours aux services de Freedelity dans vos termes et politique de protection de vie privée,
- la déclaration de l'usage de sous-traitants dans les processus de traitement des données personnelles,
- la validation de la robustesse du traitement des flux de données entre vos applications et CustoCentrix,
- la coordination obligatoire et immédiate en cas de constat de fuites de données personnelles,
- la coordination en réponse à des demandes de suppression de leurs données par certains consommateurs,
- la mise en place de systèmes informatiques assurant la sécurité informatique requise,...

Ces sujets sont à l'ordre du jour des réunions régulières prévues entre nos équipes respectives

Le rôle des Data Privacy Officers Respectifs (DPO)

Étant donné la nature et le volume des données traitées par Freedelity, la désignation d'un DPO a été prise en considération. Afin d'éviter tout conflit d'intérêt et de donner la priorité à une approche indépendante des sujets concernés, Freedelity a fait le choix de recourir aux services d'un DPO externe à l'entreprise.

Outre l'audit régulier de la sécurité des systèmes informatiques, notre DPO est en charge :

- d'une analyse régulière des risques et méthodes de protection de l'accès aux données,
- de la conception et tenue à jour du registre des traitements et du registre des incidents,
- de la réalisation et actualisation des DPIA's (Data Protection Impact Assessment),
- de la formation et sensibilisation des membres du personnel de Freedelity,
- de la conception et validation des procédures internes en lien avec la réglementation,
- du traitement des plaintes en lien avec la réglementation GDPR,
- des échanges avec les DPO ou responsables de la protection des données personnelles en fonction chez les clients de Freedelity,
- de la coordination de la mise en œuvre des procédures en cas de data-breach (violation de données),
- de la réalisation des études d'impact en lien avec les nouveaux développements (Data Protection By Design & By Default).

Une mise en relation entre notre DPO et celui au sein de votre entreprise est à recommander afin d'assurer le niveau de conformité adéquat et de mettre en place les mesures préventives nécessaires.

Qu'en est-il de la nécessité de procéder à une analyse DPIA (Data Privacy Impact Assessment) ?

Comme décrit dans le chapitre précédent le DPO de Freedelity a réalisé et tient à jour les DPIA's jugés nécessaires. La synthèse de ces documents confidentiels est tenue à la disposition des DPO et auditeurs de nos clients moyennant signature d'un « non disclosure agreement ».

Il incombe cependant à chaque responsable de procéder à ses propres analyses d'impact.

Les obligations et engagements des enseignes et commerces adhérant aux concepts de la base de données Freedelity et de la mutualisation de la tenue à jour des données personnelles.

Ces obligations sont multiples et sont désormais intégrées dans la convention relative à l'usage de CustoCentrix. Elles supposent :

La désignation d'un DPO ou d'un responsable de la protection des données personnelles et sa mise en relation avec notre DPO.

- Le respect des prérequis techniques lors de l'usage des API's CustoCentrix pour l'intégration avec d'autres systèmes d'information dont bien entendu le système de caisse.
- La validation régulière de la conformité des procédures de collecte de données :
 - ▶ Flux d'écrans et de formulaires en production sur les bornes,
 - ▶ Argumentaire remis aux membres du personnel concerné par la collecte des données,
 - ▶ Mention de Freedelity dans vos conditions vie privée,
 - ▶ Message de confirmation d'opt-in lors de l'inscription d'un nouveau membre,
 - ▶ Mise à disposition obligatoire de dépliants explicatifs et de formulaires papier dans les points de collecte de données.
- La formation / sensibilisation régulière des membres du personnel.
- L'information immédiate de Freedelity en cas d'incident, de vol ou fuite de données.
- La tenue à jour de la liste des utilisateurs autorisés et de leurs droits.
- Le respect de mesures de sécurisation des ordinateurs pouvant sauvegarder des exports de données (encryption, gestion des passwords,...).
- Des mesures de sécurité et contractuelles encadrant la relation avec les sous-traitants à qui des données personnelles sont transférées (solution d'email marketing, prestataire impression et routage direct marketing, solutions CRM, Solutions e-Commerce, plateforme de marketing automation et envois de SMS, prestataires « data sciences » et traitement statistique des données personnelles,...).
- L'application des principes de « Protection des données dès la conception et protection des données par défaut ».



Synthèse et traitement des **questions** fréquentes

A qui « appartiennent » les données ?

Les données des consommateurs appartiennent aux consommateurs. Freedelity et le client sont respectivement en charge de les traiter dans le respect des droits du consommateur, en toute transparence et légitimité.

Le consommateur peut à tout moment demander le retrait de ses données, l'arrêt du traitement de ses données ou simplement les modifier.

Que communique Freedelity à un nouveau consommateur ?

Un dépliant MyFreedelity validé par Freedelity doit être disponible sur chacun de vos lieux de vente et remis à chaque nouveau consommateur.

Un email est envoyé au consommateur l'informant de la création de son profil et de son login dans MyFreedelity, dans le cas où cette information a été transmise.

Ces communications mentionnent les modalités d'accès et de consultation de la politique vie privée ainsi que des conditions générales d'utilisation de MyFreedelity.

Que communique Freedelity à consommateur qui s'affilie à une enseigne supplémentaire ?

Freedelity adresse à chaque consommateur dont l'adresse email est connue et valide, un message confirmant l'ajout d'un commerçant au profil du consommateur et rappelant les modalités d'accès à MyFreedelity afin de garder le contrôle de leurs données personnelles et de permettre la consultation des données transmises par les enseignes par le biais de CustoCentrix.

Que communique Freedelity à un consommateur qui modifie son adresse email ?

A chaque modification d'une adresse email, un email de confirmation est adressé au consommateur concerné en lui précisant les modalités lui permettant de gérer les consentements donnés aux enseignes avec les quelles il est en relation.

Où trouver les conditions d'utilisation de MyFreedelity ?

Vous trouverez les documents suivant sur le site :

- Protection de la vie privée – <https://www.myfreedelity.com/vie-privee>
- Conditions d'utilisation du site – <https://www.myfreedelity.com/conditions-dutilisation>

Dois-je mentionner Freedelity dans ma politique Vie-Privée ?

Freedelity est à énoncer clairement comme partenaire et sous-traitant pour les traitements relatifs à l'offre de services décrite dans ce document et dans les contrats. Nous avons, ensemble, une obligation de transparence vis-à-vis des consommateurs.

Comment un consommateur peut-il contacter le DPO de Freedelity ?

Un consommateur peut exercer ses droits à l'utilisation de ses données en accédant à son profil personnel sur le portail ou l'application MyFreedelity.

Il peut également envoyer un email à privacy@freedelity.be, en joignant à sa demande une preuve de son identité. Il peut également adresser un courrier postal, en joignant à sa demande une preuve de son identité, à l'adresse Freedelity SA, Rue Altiero Spinelli 7, 1401 Nivelles.

En ce qui concerne le marketing direct et autres services fournis par les clients de Freedelity sous leur responsabilité exclusive : le consommateur est invité à envoyer un email à l'adresse indiquée par chaque client dans sa propre Politique de vie privée disponible lors de l'inscription et à ses caisses.

Dois-je faire un DPIA (Analyse d'Impacts Vie Privée) ?

Les données relatives aux consommateurs sont importantes et nécessitent certaines précautions en termes de traitement et une gestion des risques adapté à la nature des données. Freedelity tient à jour les DPIA relatifs à ses traitements. Il est rappelé que le client a aussi l'obligation de procéder à un DPIA de son côté pour les traitements dont il a la responsabilité.

Que faire en cas d'incident ou de perte de donnée ?

Il est indispensable que vous préveniez aussitôt votre DPO ainsi que le DPO de Freedelity.

Pour rappel, nous n'avons que 72h pour analyser la situation et si besoin informer les personnes concernées ainsi que, le cas échéant, l'Autorité de Protection des données.

Un consommateur m'appelle à propos de Freedelity et/ou de ses données, je fais quoi ?

Lorsqu'un consommateur vous appelle concernant le traitement des données dans le cadre de notre relation, vous pouvez directement :

1. Répondre par le biais de votre DPO.
2. Renvoyer le consommateur vers vos conditions d'utilisation de l'offre de services, où Freedelity est explicitement cité.
3. Réorienter le consommateur vers Freedelity qui lui répondra.

Est-ce que je peux utiliser les données extraites de CustoCentrix dans une autre application ?

Par défaut, Freedelity recommande vivement que les données restent dans l'application CustoCentrix et ou son Data Lake. Si toutefois vous avez besoin de traiter ces données dans d'autres systèmes assurez-vous que cet export ou ces flux :

- sont nécessaires,
- sont légitimes,
- sont pertinents,
- font l'objet de procédures précises.

Dans tous les cas, en cas de sortie des données de CustoCentrix,

- Vous devenez entièrement responsable de la finalité et des conséquences des traitements effectués.
- Vous avez l'obligation de protéger les données de façon adéquate et de minimiser l'impact préjudiciable éventuel.
- Vous avez l'obligation de respecter toutes les règles applicables afin d'éviter de nuire à votre réputation et à celle de Freedelity, outre le fait d'engager votre responsabilité

Le contrat s'arrête, qui garde les données et lesquelles ?

Nous vous renvoyons à l'Article 8 et 9 de la convention qui précise la situation et ce que deviennent les données :

ARTICLE 8. SORT DES DONNÉES MUTUALISÉES À LA FIN DE LA CONVENTION

- 8.1. Freedelity est le responsable de traitement des données mutualisées, que Freedelity conservera donc pendant la durée définie dans sa politique vie privée ad hoc, nonobstant la fin de la Convention pour n'importe quelle raison. En d'autres termes, Freedelity conservera les données pour lesquelles elle est responsable du traitement.
- 8.2. Moyennant parfait paiement de toutes les sommes dues en vertu de la Convention, le client disposera de 90 jours pour solliciter l'exportation de sa base de données sous la forme d'un fichier plat.
- 8.3. Freedelity rappelle à cet égard l'impérieuse nécessité, pour chacun, de traiter les données à caractère personnel conformément aux dispositions applicables et dans le respect du RGPD.

ARTICLE 9. SORT DES DONNÉES CONTENUES DANS LE SILO CLIENT À LA FIN DE LA CONVENTION

- 9.1. En tant que responsable de traitement, le client assume toutes les responsabilités relatives quant à la nature de ses données et plus particulièrement aux données relatives aux achats, surtout si celles-ci servent de garantie. Le client sera seul et entièrement responsable des traitements effectués, en ce compris les exportations par ses préposés ou Utilisateurs. Freedelity, en tant que sous-traitant du client, agira selon les instructions du client dans les limites définies par l'annexe relative à la sous-traitance et dans le respect du RGPD.

Définitions



1.1. Consommateur: Désigne toute personne physique, majeure au sens de la réglementation en matière de protection des données, cliente finale d'un client et dont les données sont intégrées au Fichier Freedelity.

1.2. Convention: Désigne la présente convention conclue entre Freedelity et le client ainsi que les annexes.

1.3. CustoCentrix: Désigne la plateforme logicielle mise à disposition des clients sous forme d'un Software as a Service.

1.4. Dommage indirect: les conséquences des dommages directs, qui comprennent notamment, sans que cette liste ne soit limitative, tout préjudice financier ou commercial, trouble commercial quelconque, perte ou mutilation de données et ses conséquence, toute augmentation des coûts et autres frais généraux, perte de bénéfice, perte d'image de marque, tout report ou perturbation dans le planning de projets ou de l'activité, manque à gagner...

1.5. Données d'interactions: Désigne l'ensemble des interactions entre les consommateurs et les clients résultant de l'usage des fonctionnalités de marketing relationnel de la plateforme (ouverture d'email, clics, ...). Ces données sont traitées au sein de CustoCentrix

1.6. Données de contact: désigne les données suivantes: adresses email, numéros de mobiles, numéros de téléphone.

1.7. Données d'identification: Désigne l'une des composantes du Fichier Freedelity reprenant des données permettant l'identification unique du consommateur et la tenue à jours des données de signalétique et de contact au fil du temps. Cela comprend les Identifiant unique, userID, Numéro de carte d'identité, password.

1.8. Données mutualisées: Désigne Le Fichier Freedelity contenant les données des consommateurs qui peuvent être mutualisées avec d'autres clients et pour lesquelles Freedelity intervient en tant que responsable de traitement au sens de la réglementation en matière de protection des données.

1.9. Données signalétiques: Désigne les données suivantes: nom, prénom, genre, date de naissance, adresse de domicile.

1.10. Données transactionnelles: Désigne les informations liées au montant et à l'objet de la transaction réalisée entre le consommateur et le client. Ces données sont traitées au sein de CustoCentrix.

1.11. Droits de propriété intellectuelle: Désigne tous brevets, droits d'auteur, droits sur les dessins ou modèles, droits de marque, nom commercial, secret d'affaires, savoir-faire ou « know-how », droit sui generis sur les bases de données, et tout autre droit de nature immatérielle (enregistré ou non) et toutes les applications de ceux-ci, partout dans le monde.

1.12. Enrichissement: Désigne toute opération visant à associer des données complémentaires, pas nécessairement à caractère personnel, aux données contenues dans le Fichier Freedelity ou dans le Silo client.

1.13. Fichier Freedelity: Désigne le fichier reprenant l'intégralité des Données signalétiques et des données de contact des consommateurs ainsi que leur historique de modifications.

1.14. Informations confidentielles: Dans le cadre de la Convention, désigne toute information, indépendamment de son objet (technique, industriel, financier, commercial, etc.), de sa nature (savoir-faire, droit de propriété intellectuelle, méthode, dessin, modèle, secret d'affaires, processus, détails techniques et de mise en œuvre, Code source, principes de programmation, échantillons, produits, documentation, brochures, données de toute nature, etc.), de son support (manuscrit, document imprimé, CD-ROM, disques informatiques, échantillons, croquis ou dessins, etc.), de la méthode de transmission (par écrit, oralement, via systèmes IT en ce compris les réseaux et/ou le courrier électronique, etc.), qui est transmise par une Partie à l'autre Partie, dans le cadre de la Convention. Toutefois, ne sont pas considérées comme Informations Confidentielles:

1.14.1. Les informations qu'une Partie a reçues d'une manière autonome de la part d'un tiers qui avait le droit de les divulguer et qui ne les a pas obtenues, réalisées ou divulguées en violation des droits de l'autre Partie.

1.14.2. Les informations qui sont dans le domaine public au moment de leur divulgation, ou, après une telle divulgation, pour autant, dans ce dernier cas, qu'une Partie ne soit pas à l'origine de cette divulgation par suite d'un non-respect de ses obligations de confidentialité;

1.14.3. Les informations qui sont déjà connues d'une Partie avant leur divulgation, pour autant que celle-ci démontre cette connaissance préalable au moyen de documents écrits dont la date est certaine;

1.14.4. Seront également considérées comme Informations Confidentielles aux fins des présentes toutes informations créées par une Partie lorsqu'elles sont basées en tout ou en partie sur des Informations Confidentielles, ou contiennent de telles Informations Confidentielles.

1.15. Logiciel: Désigne l'ensemble des solutions logicielles éditées par Freedelity, en ce compris CustoCentrix, les logiciels équipant les bornes installées aux caisses des clients, les différents sites web et applications permettant l'utilisation du Logiciel ou la gestion des comptes, le Fichier Freedelity, les interfaces graphiques, le lay-out,...

1.16. Silo client: Désigne la base de données propre à chaque client au sein de CustoCentrix contenant les données des consommateurs qui ne peuvent pas être mutualisées avec d'autres clients et pour lesquelles Freedelity intervient en tant que sous-traitant au sens de la réglementation en matière de protection des données.

1.17. Utilisateurs: Désigne les personnes physiques ou morales pour lesquelles le client crée un Compte permettant d'utiliser le Logiciel, soit, de manière non exhaustive, les employés, prestataires ou franchisés du client.

1.18. Les termes « sous-traitants » et « responsables du traitement » s'entendent au sens de leur définition dans le Règlement Général sur la Protection des données (ci-après RGPD).

Check-List **GDPR**

Introduction

Voici sous forme de Check-list et à titre informatif la liste des aspects importants à prendre en compte dans le cadre de vos procédures d'examen de la conformité GDPR en lien avec l'usage de CustoCentrix par votre entreprise.

Le préalable consiste à désigner au sein de votre organisation, la personne responsable de la protection des données et lui expliquer l'architecture de l'offre Freedelity autour de ses 4 piliers.

Les 4 composants de l'offre Freedelity

MyFreedelity

Le portail et l'application mobile qui permettent à chaque consommateur membre du fichier Freedelity de garder le contrôle de l'usage qui est fait de ses données personnelles.



My FREEDELITY
Votre portefeuille numérique



Fichier Freedelity

La base de données dont Freedelity est le responsable de traitement et qui permet l'identification unique et la collecte des données de contact des consommateurs ainsi que la mise en œuvre de la mutualisation de la tenue à jour de ces dernières.



CustoCentrix

L'offre logicielle « Software As A Service » qui rassemble dans un « silo » sécurisé et strictement dédié à chaque enseigne, l'ensemble des données relatives aux consommateurs clients, leurs comportements d'achats et leurs interactions.

CUSTOCENTRIX
YOUR RETAIL ACCELERATOR



Bornes & API

Les bornes et lecteurs installés en point de vente et qui contribuent à la collecte des données et de consentements, via des mécanismes éprouvés dont l'intégration avec les logiciels de caisse/e-commerce.

Mesures



Voici un récapitulatif des mesures à mettre en place afin de respecter les bonnes pratiques dans le domaine de la protection des données personnelles et du RGPD.

- En fonction de votre métier et de la taille de votre Base de données et de la nature des données traitées, décider ou non de désigner un DPO.
- Informer l'autorité des coordonnées de votre DPO.
- Tenir un registre des traitements et y documenter, entre autres, les traitements liés à l'usage de CustoCentrix.
- Tenir un registre des incidents et des violations de données.
- Mettre en relation votre responsable protection des données ou DPO avec le DPO de Freedelity.
- Valider les termes de votre politique vie privée et y mentionner le recours à Freedelity ainsi que la possibilité de recourir à des sous-traitants.
- Ecrire des procédures relatives:
 - Au discours à utiliser par le personnel en caisse pour enregistrer les données d'un nouveau membre.
 - A l'enregistrement des membres qui ne souhaitent pas que l'on utilise leur carte d'identité pour collecter leurs données.
 - Au traitement des flux d'opt-out et de retrait de consentement.
 - Aux réponses à donner aux consommateurs qui posent des questions (voir le FAQ).
 - A la façon de traiter une plainte d'un consommateur.
 - A la gestion du matériel de communication GDPR sur le lieu de vente (brochures, affiches,...).
 - A la gestion d'un incident (data breach).
 - Aux exports et flux d'extraction de données via CustoCentrix , rappelant les conditions d'export et les moyens de sécurité en place.
 - Au chiffrement de disques durs des ordinateurs des personnes manipulant des données personnelles.
- Prévoir une session de sensibilisation des membres du personnel concernés par la collecte de données et des formations régulières (peut être remplacé par une video).
- En fonction de la nature des données traitées, réaliser un DPIA (Analyse d'impact des données personnelles) de l'intégration de CustoCentrix avec votre système de caisse et des flux vers d'autres usages / Applications.
- Valider les processus complets d'accueil de nouveaux membres de votre programme de Fidélisation / CRM:
 - Enchaînement des écrans et contenus sur les bornes.
 - Email de confirmation d'enregistrements.
 - Templates emails et liens dans le footer de ces derniers.
- Valider le contenu de vos documents imprimés relatifs au programme de collecte de données et les adapter pour que les mentions légales nécessaires soient présentes.
- Mettre à disposition de chaque point de vente
 - Un stock de brochures MyFreedelity (dernière version)
 - Des affiches MyFreedelity
- Faire une photo de l'affiche exposée dans chaque point de vente mentionnant une date et heure de prise de vue.
- Signer un nouveau contrat dont l'annexe relative à la sous-traitance.
- Tenir compte des principes de minimisation des données collectées et du privacy by design lors de la conception de nouveaux processus ou services.

Nous nous tenons à votre disposition si vous avez des questions concernant les mesures à prendre. Si vous avez un DPO nommé, il sera déjà familier de ces sujets.

NB: les mesures décrites dans cette brochure par Freedelity le sont sans engagement ni garantie contractuelle aucune.



Freedelity SA/NV
Rue Altiero Spinelli 7 - 1401 Nivelles, Belgique

+32(0)2/880.98.36 — info@freedelity.be

Freedelity et le logo Freedelity sont des marques déposées de Freedelity SA.
Tous droits réservés. N° BCE BE0818.399.886.

Document non contractuel et confidentiel.