



# FREEDELITY

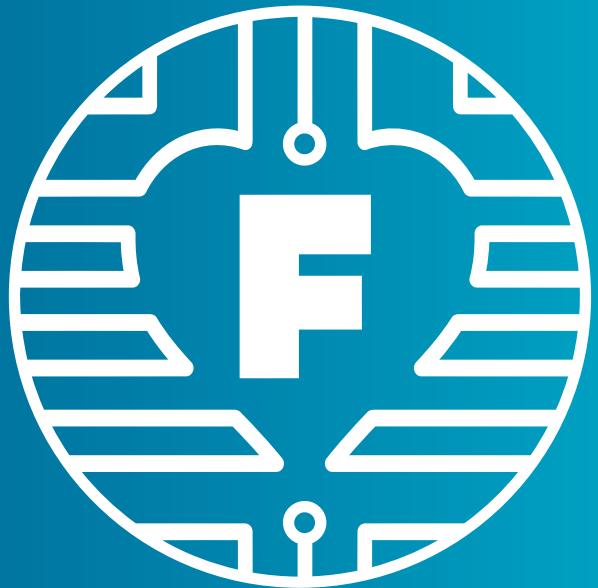


**Pour une  
approche  
responsable et  
respectueuse  
de la relation  
clients**

---

## Table des matières

Introduction . . . . .	3
Que propose Freedelity? . . . . .	4
Quelles sont les données gérées dans le fichier Référentiel 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 tenue à jour des données consommateurs tel que proposé par Freedelity, votre enseigne fait un choix majeur. Celui de considérer que le respect des obligations liées aux règlementations 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 référentiel dont la gestion est confiée à Freedelity.

# Que propose Freedelity ?



Freedelity se positionne comme un «tiers de confiance» et éditeur de solutions logicielles. Freedelity est ainsi le concepteur:



- **De la plateforme SaaS (Software as a Service) «CustoCentrix™»** conçue à l'attention des enseignes actives dans le retail et 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, de l'activation de la relation clients et de la fidélisation.
- **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 constitution d'un fichier référentiel nécessaire à la mise en œuvre du concept de mutualisation** des mises à jour de données personnelles des consommateurs entre enseignes. Sont visées les données collectées via
  - ▶ la lecture des cartes d'identité,
  - ▶ des bornes ou formulaires avec introduction manuelle des données,
  - ▶ l'usage d'applications mobiles,
  - ▶ des sites et applications web et systèmes de caisse,
  - ▶ les interactions transmises via les API (Application Program Interfaces) exposées par CustoCentrix en aval de systèmes de caisse, sites e-commerce et autres «digital properties».
- **Du portail MyFreedelity** destiné aux consommateurs dont les données personnelles sont consignées dans le fichier référentiel. L'objectif étant de permettre aux consommateurs un accès à leurs données personnelles, de retrouver leurs données d'achat, avantages et points de fidélité, et permettre l'exercice de leurs droits GDPR.
- **De l'application mobile MyFreedelity** destinée aux consommateurs 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,
  - ▶ un ensemble d'autres services personnalisés.



Freedelity agi ainsi comme co-traitant et responsable conjoint, avec l'ensemble des enseignes.

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

Le fichier Référentiel 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 Référentiel (celui concerné par les processus de mutualisation de la tenue à jour des données personnelles) et la base de données CustoCentrix (celle qui héberge sous forme de silos sécurisés 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 Référentiel

Il forme la colonne vertébrale en matière de données signalétique et de contact pour l'ensemble des bases de données propres à chacune de vos enseignes. C'est via ce fichier que s'opèrent les processus d'attribution d'identifiants uniques, de détection des modifications, d'identification et de fusion des doublons et bien entendu d'automatisation de la tenue à jour des données personnelles des consommateurs. Il rassemble:



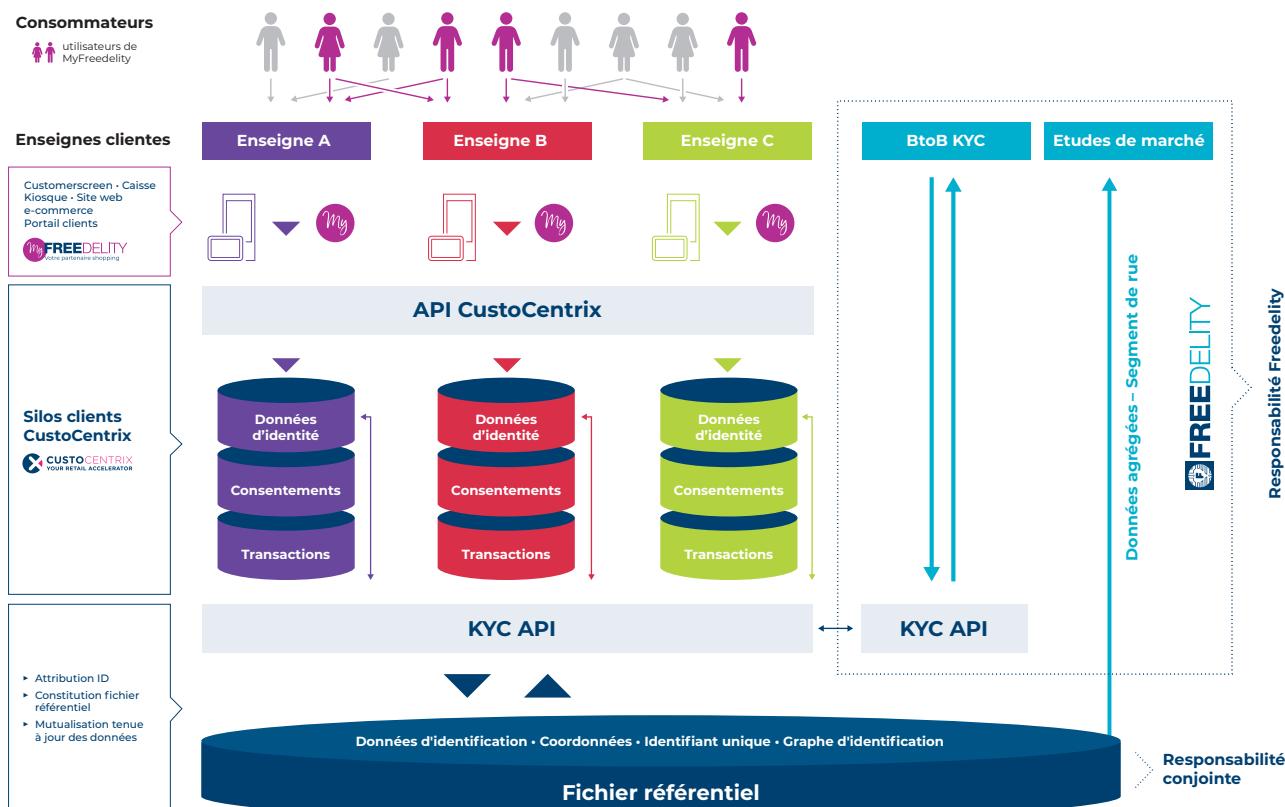
- Les données signalétiques ou d'identification des consommateurs: le nom, le prénom, la langue, le genre, la date de naissance, l'adresse de domicile. Ces données sont complétées par un identifiant unique pour chaque consommateur, généré par les algorithmes conçus par Freedelity.
- Les données de contact 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, identifiant de section de rues, identifiant de cellule d'habitat).
- Les données encryptées nécessaires à l'identification correcte de chaque citoyen / individu (numéro de carte d'identité, lieu de naissance).

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 Référentiel.

- 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 de la création du profil, enseigne source,
  - ▶ l'historique des données d'adresses de domicile (durée de conservation limitée),

- ▶ l'historique des données de contact (durée de conservation limitée),
- ▶ un graphe d'identité.
- 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 Bounces<sup>1</sup> 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 de la création initiale de l'enregistrement dans le fichier référentiel,
  - ▶ le lieu et les modalités de collecte des données.

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 transférées par chacun des clients adhérent au concept de mutualisation de la tenue à jour de données des consommateurs à des fins d'identification et communication directe avec ceux-ci.

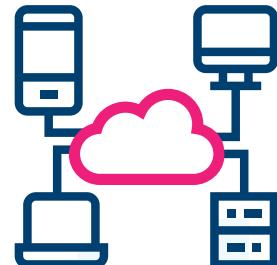


Représentation visuelle, telle que représentée dans les conventions Freedelity et CustoCentrix.

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, l'enregistrement dans le fichier référentiel 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 des co-traitants concernés..

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



## Les bases de données CustoCentrix

En sus des données décrites ci-dessus comme étant « les données du fichier référentiel » géré en co-traitance par Freedelity », toutes les données gérées via la plateforme CustoCentrix sont stockées et traitées dans des silos sécurisés client par client. Ces données restent la propriété de chaque client et sont gérées sous leur responsabilité.

Cela concerne principalement:

- La trace de l'acceptation des conditions générales (contrat avec l'enseigne).
- Les consentements donnés à l'enseigne notamment pour les usages à des fins de marketing direct.
- 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.





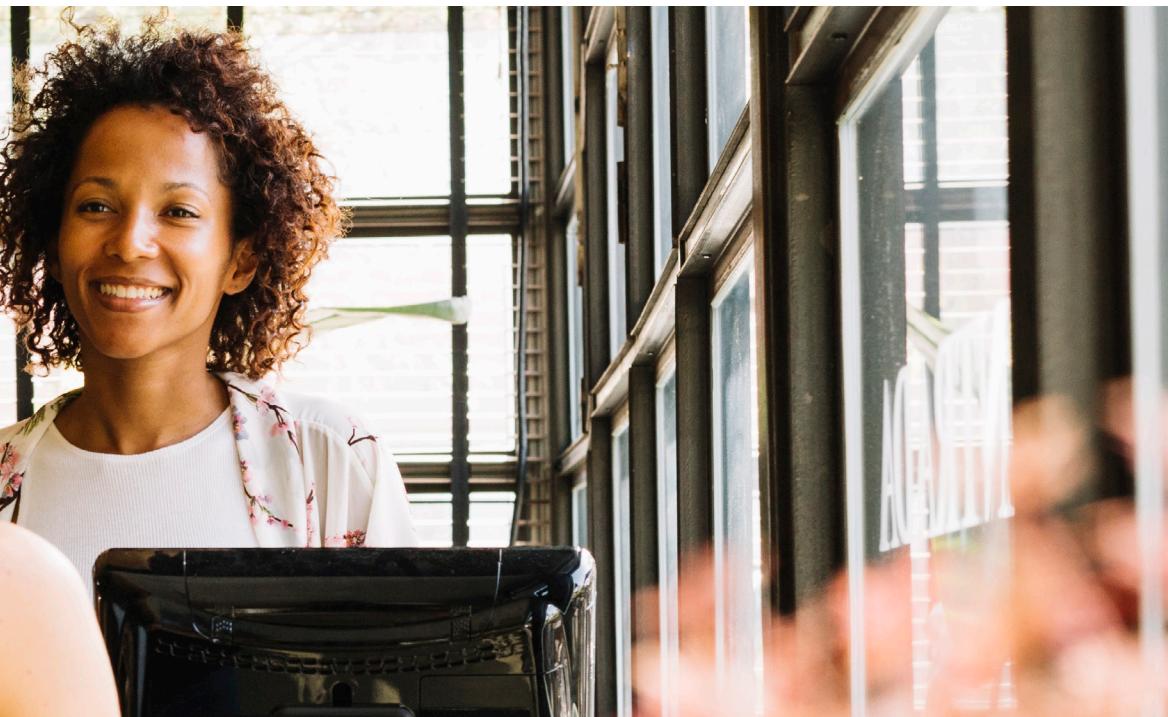
# Comment les données propres à mon enseigne sont-elles gérées ?

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 contrats / 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 gestion de données personnelles de consommateurs ?

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

1. le bénéfice pour le consommateur d'avoir ses données à jour 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 du transfert des données collectées par les enseignes à Freedelity et de la compilation par Freedelity de ces dernières en qualité de sous-traitant et co-traitant. C'est une marque de confiance importante accordée par chaque consommateur à chacune des enseignes dont il est le client ainsi qu'à Freedelity en sa qualité de responsable conjoint de 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.

# Le fichier Référentiel 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.**

Dans ce contexte, le mécanisme de constitution et gestion du fichier référentiel est le suivant :

1. Chaque enseigne collecte les données personnelles de ses clients sur base d'une des trois justifications (le plus souvent le contrat).
2. Les enseignes utilisatrices de CustoCentrix signent avec Freedelity, en sus du contrat de licences, une convention de sous-traitance par laquelle elles mandatent Freedelity pour la constitution d'un fichier référentiel et des procédures de détection de modification et automatisation de la tenue à jour.
3. Dans le cadre de cette convention, les enseignes transfèrent à Freedelity (Tiers de confiance) les données d'identification et de contact qu'elles ont collectées en s'appuyant chacune sur leur base légale respective.
4. Freedelity procède alors aux différents traitements permettant d'exécuter les procédures prévues dans le contrat de sous-traitance et la convention de co-traitance.
5. Du fait des traitements opérés par Freedelity et de son rôle de tiers de confiance, Freedelity est considéré comme responsable conjoint du traitement avec l'ensemble des enseignes participantes.
6. La responsabilité conjointe fait l'objet d'une charte de co-traitance définissant les responsabilités respectives ainsi que les droits et devoirs de chaque responsable conjoint.
7. Le fichier référentiel fait par ailleurs l'objet de traitements additionnels. Ces derniers sont opérés par Freedelity sous sa responsabilité entière. Ces traitements concernent les processus KYC et études de marché décrits au sein du présent document.
8. Les consommateurs ont le droit de s'opposer à ces traitements.

Par ailleurs, Freedelity, en sa qualité d'opérateur d'une solution de marketing automation, met également tout en œuvre pour aider les enseignes à collecter des consentements explicites quant à l'usage marketing des adresses email, numéros de mobiles et adresses postales collectées sachant qu'en cette matière de communication électronique un opt-in est d'application depuis de très nombreuses années.

Au-delà de ces justifications, les réglementations viennent renforcer une série de bonnes pratiques en matière de marketing relationnel marketing direct. 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 et analyse de balance d'interêts pour les traitements pouvant être considérés comme intrusifs.

## 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 ainsi que des procédés de collecte.
- Freedelity est sous-traitant et co-traitant du fichier Référentiel pour les finalités qui sont partagées et mutualisées avec vous. Il s'agit d'une responsabilité conjointe.
- 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 sous-traitant et responsable conjoint 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.

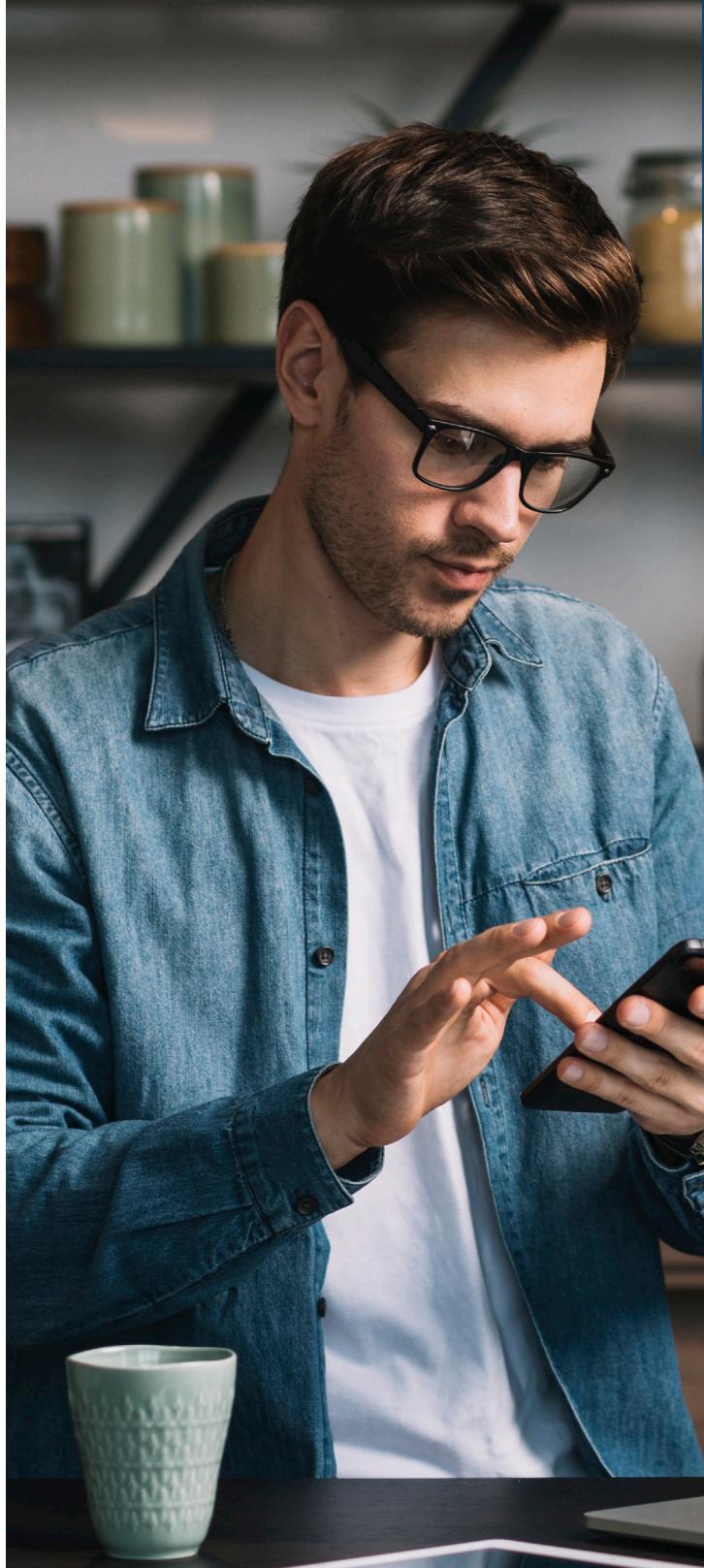
Ces sujets font l'objet d'une convention de co-traitance spécifique jointe aux conventions signées avec chacun de nos clients. N'hésitez pas à nous solliciter sur le sujet.

## 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:

- Transparency 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 générique conçu par 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 Référentiel 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 Référentiel et la mutualisation de la tenue à jour des données?**

Oui. Freedelity comme l'ensemble des entreprises utilisatrices de CustoCentrix sont désignées comme responsables conjoints car ils déterminent ensemble les finalités et les moyens des traitements des données personnelles.

C'est la raison pour laquelle une convention de co-traitance est établie et signée par chaque partie prenante. Elle précise les obligations et rôles de chaque partie, documente les traitements et définit la répartition des responsabilités. Freedelity en sa qualité de tiers de confiance forme le point de contact principal vis à vis des autorités.

## **Impact de la responsabilité conjointe de traitement des données personnelles des consommateurs**

**Du fait du transfert à Freedelity des données personnelles collectées par les enseignes et de leurs traitement par Freedelity, il résulte une responsabilité conjointe faisant l'objet d'une convention de co-traitance qui précise notamment:**

- 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 leurs données via la fourniture d'explications orales appuyées 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 et d'un CSO externes à l'entreprise.

Outre l'audit régulier de la sécurité des systèmes informatiques (tâche du CSO), 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 du fichier Référentiel, et de la mutualisation de la tenue à jour des données personnelles gérés par Freedelity.**

**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 consommateur ?

Un dépliant MyFreedelity à destination des consommateurs est disponibles.

Dans le cas où une adresse email valide a été transférées vers Freedelity, un email est envoyé au consommateur l'informant de la création / modification de son profil et des modalités d'accès via MyFreedelity,

Ces communications mentionnent également les modalités d'accès et de consultation des politiques vie privée ainsi que des conditions générales des enseignes concernées.

## 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 lesquelles il est en relation.

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

Freedelity est à énoncer clairement comme sous-traitant et responsable conjoint 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](mailto: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 et sécurisées.

Dans tous les cas,

- Vous restez 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 aux articles de la convention qui précise la situation et ce que deviennent les données:

### **SORT DES DONNEES D'IDENTIFICATION ET DE CONTACT A LA FIN DE LA CONVENTION**

Freedelity est le responsable de traitement des données constitutives du fichier référentiel. Elle 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 maintiendra les données dans le fichier référentiel dont elle a la responsabilité de traitement.

Moyennant parfait paiement de toutes les sommes dues en vertu de la Convention, le client disposerá de 90 jours pour solliciter l'exportation de sa base de données sous la forme d'un fichier plat.

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.

### **SORT DES DONNÉES CONTENUES DANS LE SILO CLIENT À LA FIN DE LA CONVENTION**

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 Référentiel.
- 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 et faisant l'objet de licences d'utilisation.
- 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 Référentiel 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, et clés d'identification.
- 1.8. Données signalétiques:** Désigne les données suivantes: nom, prénom, genre, date de naissance, adresse de domicile.
- 1.9. 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.
- 1.10. 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.
- 1.11. Enrichissement:** Désigne toute opération visant à associer des données complémentaires, pas nécessairement à caractère personnel, aux données contenues dans le Fichier Référentiel ou dans le Silo client.
- 1.12. Fichier Référentiel:** Désigne Le Fichier contenant les données d'identification et de contact des consommateurs transférées par les enseignes qui font l'objet de la mutualisation et automatisation de leur tenue à jour avec d'autres clients utilisateurs de CustoCentrix. La gestion de ce fichier fait l'objet d'une responsabilité conjointe avec l'ensemble des enseignes partenaires.
- 1.13. 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:

1.13.1. 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.

1.13.2. 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;

1.13.3. 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;

1.13.4. 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.

**1.14. Logiciel:** Désigne l'ensemble des solutions logicielles éditées par Freedelity, en ce compris CustoCentrix, MyFreedelity, 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 Référentiel, les interfaces graphiques, le lay-out,...

**1.15. 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.

**1.16. 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.

**1.17. 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).

- **Responsabilité conjointe de traitement:** responsabilité résultant de la convention de co-traitance signée entre Freedelity et ses clients utilisateurs de CustoCentrix. Par cette convention, Freedelity et ses clients définissent les finalités et les moyens de certains traitements conjoints des données Consommateurs. Ils agissent alors en qualité de responsables conjoints.
- **Co-traitance:** vise les clauses de la convention encadrant les traitements réalisés par Freedelity en qualité de responsable conjoint.
- **KYC:** traitement effectué par Freedelity sur base de son intérêt légitime et permettant à des responsables de traitement de s'assurer, via le recours à une API, que les données qui leur ont été transmises par un consommateur correspondent bien à celles connues du fichier référentiel géré par Freedelity.
- **Etudes de marché:** traitement par Freedelity, sur base de son intérêt légitime, de données pseudonymisées et agrégées par section de rue comportant un nombre minimum d'habitants afin d'alimenter des algorithmes d'élaboration de typologies géomarketing.
- **Open ID connect:** protocole qui permet l'usage d'un bouton «**Se connecter avec mon email (ou avec MyFreedelity)**» sur les sites web et applications mobiles.

# 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 composantes de l'offre Freedelity

### MyFreedelity

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



### 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.



### 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.



### 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.
- Adapter les termes de votre politique vie privée, conditions générales (contrat) et y mentionner le recours à Freedelity comme sous-traitant et responsable conjoint.
- 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:
  - Enchainement 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 expliquant la façon dont les traitements de données sont effectués et le rôle de co-traitants / sous-traitants.
- 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 ne 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](mailto: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.**