

UBA Position Paper

L'UBA publie une charte transparente en matière de GDPR

13-02-2018, par Chris Van Roey

*Les entreprises utilisent des **données à caractère personnel** pour recruter des clients, d'une part, et pour fournir un service de qualité à leurs clients existants, d'autre part. Cette activité s'inscrit dans leur droit légal de liberté d'entreprendre. Le GDPR (General Data Protection Regulation) fournit un cadre réglementaire **pour équilibrer les intérêts des entreprises et des consommateurs**.*

Compte tenu de la complexité et des diverses interprétations de ce règlement, l'UBA (Union Belge des Annonceurs) prend l'initiative de rédiger une **charte d'autorégulation** transparente, claire et univoque sur le GDPR.

1. Les entreprises sont tenues de traiter les données personnelles en toute **transparence**. À cette fin, elles s'engagent à informer les consommateurs de manière claire et compréhensible sur les raisons pour lesquelles elles utilisent telles et telles données, sur leur provenance et sur la manière dont elles les traitent. Ces informations doivent être formulées de manière simple et facilement accessibles pour les personnes concernées.
2. Les consommateurs ont un droit de **contrôle** sur les données à caractère personnel dont les entreprises disposent à leur sujet. Les données doivent donc être accessibles et les consommateurs doivent pouvoir exercer ces droits. Outre ce droit de consultation et de correction, les consommateurs ont notamment aussi le droit de s'opposer au traitement de leurs données à caractère personnel à des fins de marketing direct, le droit de s'opposer au profilage, le droit à la transférabilité et le droit de faire supprimer leurs données.
3. Les entreprises s'engagent à respecter scrupuleusement plusieurs principes : - conserver uniquement les données **nécessaires** et pertinentes – ne pas stocker ni traiter de données « **sensibles** » sauf si cela s'avère indispensable – conserver les données à caractère personnel pendant une durée limitée – veiller à ce que les données personnelles soient **exactes** et à jour – s'assurer que ces données soient toujours traitées **de manière sécurisée**.
4. Les entreprises ont l'obligation de demander l'autorisation de conserver et de traiter les données à caractère personnel des **enfants**, à moins que cela soit prévu dans la législation dans certains cas exceptionnels.

5. Si les entreprises respectent les points ci-dessus, elles ont le droit de traiter les données à caractère personnel à des fins de **marketing direct** et afin de fournir un **service** correct à leurs clients. Elles ont alors un intérêt légitime à récolter les données personnelles de manière légale.

Cette charte ne remplace pas le GDPR et ne couvre pas tous les aspects de ce règlement. Elle met l'accent sur les aspects importants pour la relation du marketeer avec le client.

Pour plus d'informations :

Chris Van Roey, CEO, chris@ubabelgium.be, 0495 557 150
www.ubabelgium.be – Buro & Design Center, Esplanade 1 box 8, 1020 Bruxelles

L'UBA est l'organisation belge faite par les marques, pour les marques. La communauté des membres de l'UBA compte aujourd'hui 317 entreprises qui, ensemble, assurent la plus grande partie des investissements médias du pays. L'UBA constitue ainsi une plateforme unique pour veiller aux intérêts des marques et assurer le partage des connaissances.