



# Le concept de vie privée est-il à l'ordre du jour dans votre entreprise?

**Utilisez-vous des cartes de fidélité? Envoyez-vous des bulletins d'information ou de la publicité à toutes les personnes de contact de votre boîte mail? Y a-t-il des caméras dans vos ateliers? Utilisez-vous des systèmes track & trace? Disposez-vous d'une liste de clients importante que vous utilisez dans le cadre de l'exécution de votre contrat mais également à d'autres fins? Vous arrive-t-il d'acheter ou de vendre des données clients? En tant qu'employeur, avez-vous le droit de vérifier la boîte mail de vos travailleurs s'ils décident de saisir une autre opportunité?**

Il est probable que vous n'ayez pas encore prêté attention à ces aspects ou que vous y soyez peu confronté dans la pratique. Pourtant, les actions susmentionnées influencent directement la vie privée des personnes dont vous traitez les données personnelles. Si vous souhaitez faire des affaires, vous serez donc tenu de respecter la législation en matière de vie privée. Dans le cas contraire, la Commission de la protection de la vie privée pourrait vous infliger directement une amende. La protection des données à caractère personnel a donc des implications sur l'activité et la réputation de votre PME.

**Puis-je encore envoyer de la publicité à mes clients et prospects?** Vous pouvez, mais uniquement si vous êtes en mesure de vous appuyer sur une base légale. Bien entendu, l'accord explicite du client en est une. Mais alors, que faire si je n'ai pas cette autorisation? Dans ce cas, la loi prévoit encore quelques possibilités (par exemple si vous avez une relation contractuelle avec votre client) mais elles sont plutôt restrictives. Par ailleurs, il existe toujours des nuances. Si vous souhaitez envoyer ces informations par voie électronique, par exemple par mail, vous avez alors, en principe, besoin d'une autorisation formelle.

**Puis-je encore distribuer de cartes de fidélité?** Vous pouvez mais vous devez bien réfléchir à l'objectif pour lequel vous demandez les données personnelles. Est-ce que vous souhaitez uniquement récompenser vos clients ou bien faire du marketing direct? Veillez également à ne pas demander plus d'informations que nécessaire. Informez clairement vos clients de ce que vous faites et comment ils peuvent éventuellement s'y opposer. Enfin, faites attention à ne pas utiliser leurs données dans un autre but que celui que vous avez communiqué.

**Puis-je consulter la boîte mail d'un travailleur qui quitte l'entreprise?** Ici aussi, il faut nuancer la réponse. Gardez à l'esprit un but bien précis, procédez progressivement et informez clairement le travailleur. Communiquez l'information d'abord de manière générale, par exemple via le règlement de travail et ensuite de manière individuelle, par exemple au cours d'un entretien personnel.



Kristof Cox  
Senior Manager  
krcox@deloitte.com

**Les exemples susmentionnés indiquent clairement que l'accent est mis sur la 'responsabilité'. Lorsque vous traitez des données personnelles, avez une stratégie claire.**

- 1/ Veillez en premier lieu à ce que ces flux de données soient bien définis (*data mapping*). Vous devez savoir où et comment les données personnelles rentrent dans votre entreprise, où elles sont sauvegardées, avec qui elles sont échangées et combien de temps elles sont conservées.
- 2/ Une fois que vous avez une vue d'ensemble, examinez comment vous utilisez ou souhaitez utiliser ces données (marketing direct, gestion des salaires, contrôle des travailleurs, ...).
- 3/ Faites vérifier si vous respectez bien la législation sur la vie privée dans tous ces traitements.
- 4/ Prévoyez un plan concret avec les actions précises que vous autorisez et élaborer des règles.
- 5/ Veillez à ce que ces actions prédéfinies soient effectivement mises en œuvre: faites-vous aider pour formuler une déclaration sur la vie privée et une clause de non-responsabilité claires (éventuellement également un message pop-up relatif aux cookies) sur votre site web, mettez à jour votre règlement de travail, faites examiner les contrats avec vos fournisseurs et tiers tels que les prestataires de services, créez une procédure en cas de fuites de données, formez votre personnel, (ré)examinez votre politique en matière de sécurité et documentez tous les traitements de données.