

● Livre blanc

Les exigences du RGPD en matière de protection des données

Qu'est-ce que cela signifie pour votre entreprise lorsque vous utilisez Trustpilot ?

Version 2.0, mars 2019



Qu'est-ce que le RGPD ?

Le règlement général sur la protection des données (« RGPD ») est entré en vigueur le 25 mai 2018. Son objectif est de renforcer et d'harmoniser la protection des données de tous les individus au sein de l'UE. Le RGPD a une large portée ; il s'applique aux organisations situées au sein de l'UE, ainsi qu'aux organisations extérieures à l'UE si elles offrent des biens ou des services à des personnes résidant dans l'UE.

Au Royaume-Uni, l'Information Commissioner's Office (« ICO ») a publié un [guide sur le RGPD](#) qui explique les dispositions du RGPD pour aider les organisations à se conformer à ses exigences. Il s'agit d'une ressource utile pour obtenir des informations supplémentaires sur le RGPD, et qui vous donnera plus de détails sur la façon de gérer les droits des personnes, le consentement, les violations de données et d'autres obligations en vertu du RGPD.¹

Dans ce livre blanc, nous présentons certaines des options et recommandations pertinentes du RGPD que vous pouvez envisager de mettre en œuvre lorsque vous utilisez Trustpilot.

Toutefois, **ce document ne fait pas office de conseils juridiques** et ne doit

pas être considéré comme tel. Nous vous recommandons vivement de demander un avis juridique si vous avez des doutes sur les implications du RGPD sur votre entreprise et votre utilisation de Trustpilot.

¹Pour les Pays-Bas, veuillez consulter le [guide publié par l'Autoriteit Persoonsgegevens](#)

Pour l'Allemagne, veuillez télécharger la pièce jointe « BfDI Info 1 - Datenschutz-Grundverordnung - Bundesdatenschutzgesetz » disponible [ici](#).



Quel est l'impact du RGPD sur votre entreprise ?

Trustpilot propose une gamme de différentes méthodes d'invitation à laisser un avis qui vous permettent de choisir si votre entreprise partage des informations avec Trustpilot et, le cas échéant, quels types d'informations Trustpilot reçoit. Lorsque votre entreprise (le responsable du traitement des données) partage des données personnelles avec Trustpilot (le sous-traitant des données), votre entreprise et Trustpilot peuvent être tenues de se conformer au RGPD. Les termes « responsable du traitement des données » et « sous-traitant des données » sont définis dans le RGPD et vous pouvez en savoir plus [ici](#).

Certaines de nos solutions permettent à votre entreprise d'envoyer des e-mails d'invitation en utilisant vos propres systèmes. Vous évitez ainsi de partager des données personnelles sur vos clients avec Trustpilot.

Sur notre [centre de support](#), nous décrivons les différentes méthodes d'invitation à laisser un avis que nous proposons et les activités de traitement des données associées à chaque service d'invitation. Si vous ne savez pas exactement quelle méthode d'invitation à laisser un avis vous utilisez actuellement, veuillez contacter votre account manager.

Conserver votre accord relatif au traitement des données dans vos fichiers

Si votre entreprise a engagé Trustpilot pour vous aider à envoyer des e-mails d'invitation à laisser un avis et à collecter le feedback de vos clients, vous partagerez probablement aussi des données personnelles sur vos clients avec Trustpilot.

L'article 28 du RGPD exige que le responsable du traitement des données et le sous-traitant mettent en place un [accord relatif au traitement des données](#) décrivant les activités de traitement des données en cours.

Par conséquent, nous avons inclus un accord relatif au traitement des données qui répond aux exigences énoncées dans le RGPD dans tous les contrats clients de Trustpilot. Cela s'applique également aux entreprises qui utilisent notre pack Free.

Nous vous recommandons de conserver une copie de l'accord relatif au traitement des données au cas où vous auriez besoin de démontrer que vous respectez l'article 28 du RGPD.

Mise à jour de votre politique de confidentialité

L'article 13 du RGPD stipule qu'un responsable du traitement des données doit fournir aux personnes concernées des informations spécifiques sur la manière dont il traite leurs données à caractère personnel. Si vous partagez des données personnelles concernant vos clients avec Trustpilot, nous vous recommandons de mettre à jour votre politique de confidentialité afin d'indiquer que

Trustpilot agit en tant que sous-traitant des données et d'expliquer pourquoi vous partagez des informations avec nous.

Si vous devez indiquer dans votre politique de confidentialité que Trustpilot agit en votre nom en tant que sous-traitant et envoie des e-mails d'invitation au nom de votre entreprise, vous pouvez utiliser le modèle suivant à cette fin :

[INSÉRER LE NOM DE VOTRE ENTREPRISE] peut vous contacter par e-mail pour vous inviter à évaluer tous les services et/ou produits que vous avez reçus de notre part [afin de recueillir votre avis et d'améliorer nos services [et produits]] (l'« Objet »). Nous utilisons une société externe, Trustpilot A/S (« Trustpilot »), pour collecter votre feedback, ce qui signifie que nous partagerons votre nom, votre adresse e-mail et votre numéro de référence avec Trustpilot pour l'Objet. Si vous voulez en savoir plus sur la façon dont Trustpilot traite vos données, vous pouvez consulter sa politique de confidentialité [ici](#).

Remarque : les passages marqués du signe [XXXX] doivent être reformulés ou adaptés afin que vous puissiez les utiliser dans votre politique de confidentialité.



Si vous prévoyez d'afficher des avis Trustpilot dans vos documents marketing, envisagez d'ajouter ce qui suit :

[INSÉRER LE NOM DE VOTRE ENTREPRISE] peut également utiliser ces avis dans d'autres documents et supports promotionnels à des fins publicitaires et promotionnelles.

Expliquer aux clients comment vous utilisez Trustpilot

Si un client vous demande de lui fournir des informations sur les données personnelles dont vous disposez, il s'agit d'une « demande d'accès de la personne concernée » telle qu'elle est définie dans le RGPD.

En tant que responsable du traitement des données, votre entreprise est tenue de répondre à ces demandes d'accès. L'article 15 du RGPD décrit les informations que vous devez fournir à un client qui vous envoie une demande d'accès aux données, et l'article 12 du RGPD définit les délais à respecter.

Nous vous recommandons d'inclure des informations sur la façon dont votre entreprise utilise Trustpilot en tant que sous-traitant des données pour vous aider à collecter les commentaires des personnes qui ont eu une expérience de service avec votre entreprise.

Gérer les demandes des clients sur la suppression des données

L'article 17 du RGPD donne aux consommateurs le droit à l'effacement des données (« droit à l'oubli »). Si votre entreprise utilise une méthode d'invitation à laisser un avis où vous partagez des données personnelles avec Trustpilot et que vous recevez une demande de la part d'un client pour que ses données personnelles soient supprimées, vous pouvez utiliser notre fonctionnalité de suppression des données d'invitation. Cette fonctionnalité permet à votre entreprise de supprimer les données de vos invitations à laisser un avis jusqu'à une certaine date ou à propos d'un client spécifique en utilisant votre compte Business. Vous trouverez de plus amples informations à ce sujet dans [cet article](#).

E-mails d'invitation à laisser un avis et consentement

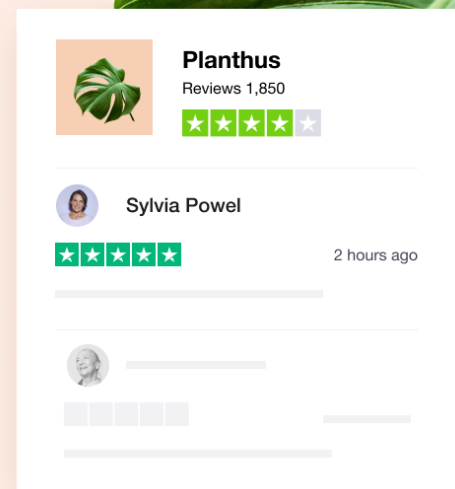
Dans certains pays, les e-mails d'invitation à laisser un avis sont considérés comme des communications marketing non sollicitées nécessitant le consentement préalable de vos clients. Cela signifie que, selon la législation nationale, votre entreprise doit obtenir le consentement de ses clients avant d'envoyer des invitations à laisser un avis. Voici des informations pour les entreprises danoises, néerlandaises, britanniques et allemandes sur la question de savoir si les e-mails d'invitation à laisser un avis sont considérés comme du marketing non sollicité nécessitant un consentement.

Informations à propos de l'envoi d'e-mails d'invitation à laisser un avis

Dans les paragraphes suivants, nous présentons un aperçu des règles nationales applicables aux e-mails d'invitation à laisser un avis au Danemark, aux Pays-Bas, au

*Royaume-Uni et en Allemagne. Veuillez noter que ces informations **ne font pas office de conseils juridiques et ne doivent pas être considérées comme tels.***

Remarque : lorsque vous envoyez des e-mails d'invitation à laisser un avis à vos clients, assurez-vous d'y inclure le nom, l'adresse et le numéro d'enregistrement de votre entreprise ainsi qu'un lien de désabonnement.



Danemark

Au Danemark, les e-mails d'invitation à laisser un avis ne sont généralement pas considérés comme des communications marketing non sollicitées nécessitant le consentement de vos clients, à condition que l'e-mail d'invitation soit neutre et ne contienne aucun élément marketing.

Le Danish Consumer Ombudsman écrit dans ses [conditions d'utilisation sur le spam](#) que si l'e-mail d'invitation à laisser un avis contient des éléments de marketing, par exemple si votre entreprise essaie de faire de la publicité pour un produit donné, l'e-mail d'invitation à laisser un avis peut être considéré comme une communication marketing non sollicitée qui nécessite le consentement de vos clients.

Lorsque vous envoyez des e-mails d'invitation à laisser un avis à vos clients, assurez-vous d'y inclure le nom de votre entreprise ainsi qu'un lien de désabonnement.

Pays-Bas

Aux Pays-Bas, les e-mails d'invitation à laisser un avis ne sont généralement pas considérés comme des communications marketing non sollicitées qui nécessitent le consentement de vos clients, sauf si l'e-mail d'invitation à laisser un avis contient du marketing direct ou fait la promotion des ventes. Si tel est le cas, vous devrez peut-être obtenir l'accord de vos clients.

Lorsque vous envoyez des e-mails d'invitation à laisser un avis à vos clients, assurez-vous

d'y inclure le nom de votre entreprise ainsi qu'un lien de désabonnement.

Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, les e-mails d'invitation à laisser un avis ne sont pas considérés comme du [marketing direct](#) s'ils sont utilisés pour de véritables études de marché. Vous pouvez contacter un client au sujet d'une vente ou d'un service spécifique sans son consentement uniquement si cela concerne directement la transaction en question.

Si un e-mail d'invitation à laisser un avis contient du matériel promotionnel ou collecte des informations à utiliser dans le cadre de futures campagnes marketing, l'e-mail est destiné à des fins de marketing direct et les règles de marketing direct s'appliquent. Cela signifie que les e-mails sont considérés comme des communications marketing non sollicitées qui nécessitent le consentement de vos clients.

Dans de nombreux cas, les entreprises peuvent souvent compter sur ce que l'on appelle le « soft opt-in » (ou opt-in passif). Le marketing par e-mail, duquel les clients peuvent se désabonner, est autorisé sous réserve que les conditions suivantes soient remplies :

1. l'entreprise a collecté les coordonnées de ce consommateur dans le cadre d'une vente (ou de négociations en vue d'une vente) d'un produit ou d'un service ;
2. le marketing de l'entreprise ne concerne que ses propres produits et services similaires ;

3. le consommateur a eu la possibilité de refuser de recevoir des e-mails marketing tant au moment de la collecte initiale de ses données que lors de tout contact ultérieur avec cette entreprise.

Lorsque vous envoyez les e-mails d'invitation à laisser un avis, il faut indiquer précisément au nom de quelle entreprise l'e-mail d'invitation a été envoyé. Si votre entreprise utilise la procédure d'opt-in passif, votre e-mail d'invitation doit également contenir un lien de désabonnement dans lequel il est

clairement indiqué de quelle entité le consommateur se désabonne.

Allemagne

En Allemagne, les e-mails d'invitation à laisser un avis sont considérés comme des communications marketing non sollicitées. Afin d'envoyer légalement des e-mails d'invitation à laisser un avis, les entreprises doivent obtenir le consentement écrit préalable de leurs clients conformément à l'article 6 (1) (a) du RGPD.



Notre délégué à la protection des données

Trustpilot a nommé un délégué à la protection des données (« DPO ») conformément au RGPD. Si vous avez des questions sur les activités de traitement des données effectuées par Trustpilot au nom de votre entreprise, veuillez contacter notre DPO par e-mail à l'adresse suivante : privacy@trustpilot.com.

Plus d'informations

Pour plus d'informations sur la façon dont nous traitons et protégeons les données, consultez [notre centre de support en ligne](#). Nous mettons à jour nos documents de façon continue et fournissons plus d'informations sur la protection et la sécurité des données.

