

# EN BREF



Une initiative by Sncd

## Trois mois après son lancement, le Privacy Protection - Pact séduit les professionnels de la Data Marketing Industrie

Le Sncd, organisation représentative de la Data Marketing Industrie, a lancé à l'occasion de la deuxième édition de la Love Data Day son nouveau label à destination des professionnels : le Privacy Protection — Pact. Trois mois après son lancement dix-huit sociétés ont été labellisées. Toutefois si le succès est présent, la procédure de labellisation est exigeante et demande aux entreprises qu'elles revoient en profondeur leurs process.

### UN SUCCÈS NOTABLE AUPRÈS DES EXPERTS DE LA DATA

Le Privacy Protection — Pact a été pensé pour répondre aux besoins des adhérents du Sncd, mais aussi à ceux de toutes les organisations souhaitant valoriser leur démarche respectueuse et sécuritaire des données personnelles.

Trois mois après son lancement, on constate que le produit répond de manière satisfaisante à cette attente puisque 18 sociétés sont

aujourd'hui labellisées.

Des organisations aux activités différentes qui y trouvent toutes une réelle valeur ajoutée et un moyen de légitimer leurs process.

Ce label qui a « *une vocation universelle* » suscite également l'intérêt d'autres organisations syndicales.

Le Turing Club, association dédiée au Data Science et au Data Marketing et l'Union Nationale des Industries de l'Impression et de la Communication (Uniiic) se sont

associées comme partenaires de cette initiative et valorisent auprès de leurs membres le Privacy Protection - Pact.

### UN QUESTIONNAIRE EXIGEANT

Pour être en mesure d'évaluer correctement toutes les sociétés candidates à l'obtention du Privacy Protection - Pact, le Sncd a mis en place un questionnaire rigoureux composé d'une centaine de questions. Celles-ci traitent de thématiques essentielles en

matière de gestion et sécurité des données personnelles telles que la politique de protection des données et droits des personnes, la traçabilité des traitements ou encore la localisation des données personnelles.

Ces questions impliquent un réel effort et imposent pour chaque société une révision globale et précise des process internes, car il ne suffit pas de répondre par « oui » pour être labellisé.

La complexité du questionnaire et la nature des réponses attendues rendent de facto délicate l'obtention du label. Chaque réponse doit apporter les précisions nécessaires et prouver la bonne gestion des données personnelles de l'organisme candidat. Ainsi depuis son lancement en février 2019, le taux de labellisation atteint 69 %. Sur les 26 sociétés passées en

comité de labellisation, seules 15 ont été labellisées au 1er passage et 3 ont obtenu le label lors de leur deuxième tentative. À noter qu'à l'heure actuelle, 21 sociétés ont ouvert un questionnaire sans encore le soumettre prouvant une nouvelle fois l'exigence que relève l'obtention du label Privacy Protection - Pact.

### UNE DÉMARCHÉ SÉRIEUSE ET RESPONSABLE

Dans un souci de professionnalisme et afin de s'assurer de la qualité des dossiers soumis à la labellisation, le SnCd a mis en place un comité de labellisation pour lequel une intervention externe et indépendante apporte son expertise. Ce comité se réunit deux fois par mois et examine les différentes candidatures pour lesquelles il émet un avis.

Si ce dernier est positif, la société candidate est labellisée et reçoit un kit média sous forme de guide de communication du label. Le comité peut également demander, avant de valider la labellisation, des informations supplémentaires pour des réponses n'ayant pas été suffisamment précisées ou documentées.

Enfin, le comité peut rendre un avis négatif et refuser la labellisation. Cette étape n'est pas pour autant rédhibitoire. Au contraire, le SnCd tient à apporter des retours sur les thématiques où des faiblesses ont été constatées afin d'aider au mieux le candidat à revoir ses process pour une deuxième tentative. Cette démarche s'inscrit donc dans une dynamique de valorisation, d'accompagnement et de progrès pour toute la chaîne de valeur de la Data. N'hésitez plus et devenez membre du Pact !

**Rendez-vous sur [www.privacyprotection-pact.org](http://www.privacyprotection-pact.org) et devenez membre du Pact !**

### A PROPOS DU SNCD

Le SnCd est l'organisation professionnelle représentative de la Data Marketing Industrie. Il s'appuie sur ses 200 sociétés membres et les accompagne dans l'innovation industrielle et technologique qui découle de la forte croissance des données disponibles et des droits et usages associés. Les entreprises membres s'engagent à proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des bonnes pratiques de la profession.

### A PROPOS DU PRIVACY PROTECTION – PACT :

Le label professionnel Privacy Protection – Pact est une initiative déclarative et engageante lancée en 2019 par le SnCd. Il permet aux organisations de la Data Marketing Industrie répondant aux exigences induites par le Règlement Général sur la Protection des Données de valoriser leur démarche respectueuse et sécuritaire des données personnelles.

Plus d'informations sur :  
[www.privacyprotection-pact.org](http://www.privacyprotection-pact.org).