

Engagements d'Ipsos en matière de confidentialité et de protection des données

Contexte

Le Règlement Général sur la Protection des Données adopté par l'Union Européenne (« **RGPD** ») entre en vigueur le 25 mai 2018. Il marque une nouvelle étape dans le renforcement de la protection des données personnelles des individus (notamment par le renforcement du consentement, la consécration du droit à l'oubli, la minimisation des données personnelles pouvant être utilisées, la limitation de leur accès, le renforcement de la sécurité des données, etc.) qui va au-delà des mesures de protection précédemment mises en place au sein de l'Union Européenne et dans de nombreux pays à travers le monde.

Pour Ipsos, leader du Market Research, la donnée est au cœur du métier, sa protection est, et a toujours été, une priorité absolue. Ipsos respecte les obligations du **code de conduite professionnelle applicables aux sociétés d'études de marché qui y ont adhéré** ([Code international ICC/ESOMAR des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données](#)) et l'ensemble des lois applicables, en particulier en ce qui concerne la protection des données des répondants.

Par ailleurs, Ipsos a articulé depuis plusieurs années sa stratégie de développement autour de quatre critères décisifs en matière d'informations et d'études : **les 4S**. Les 4S signifient **Security, Simplicity, Speed et Substance (sécurité, simplicité, rapidité et substance)**. La sécurité informatique et la gestion de l'information faisant partie intégrante des politiques d'Ipsos,

Ipsos a adopté une approche proactive pour assurer la sauvegarde et la protection des données personnelles de ses clients, répondants et employés. À cette fin, Ipsos a lancé l'année dernière **un programme global sur la protection des données dirigé par une équipe pluridisciplinaire** (composée de son *Chief Privacy Officer*, d'experts informatique, juridique, qualité, ressources humaines, du marketing et de la communication) afin de travailler sur la mise en conformité au RGPD d'ici le 25 mai 2018, en se concentrant d'abord sur les pays de l'Espace Économique Européen (EEE).

À terme, Ipsos prévoit de mettre en œuvre les exigences du RGPD dans les 89 pays où le groupe est présent d'ici fin 2018.

Ipsos a d'ores et déjà pris de nombreuses mesures pour se conformer au RGPD, qui comprennent notamment :

1. La nomination d'un Chief Privacy Officer global et d'un Data Protection Officer au niveau local

Le 1er mars 2017, Ipsos a nommé Rupert van Hüllen en qualité de *Chief Privacy Officer* global (« **CPO** »). Le rôle du CPO consiste à guider et à coordonner les efforts de mise en conformité d'Ipsos en matière de confidentialité et de protection des données au niveau mondial et à diriger les *Data Protection Officers* (« **DPO** ») qui ont été nommés dans chaque pays où le groupe Ipsos est présent. Les DPO ont pour mission de s'assurer que les données personnelles sont traitées et protégées de manière appropriée.

2. Anonymisation et sécurisation de l'accès aux données

Pour les répondants :

Ipsos a recours à des techniques d'anonymisation pour protéger les données personnelles des répondants dans le cadre de ses opérations de collecte de données de manière à ce que leur accès soit réservé exclusivement aux équipes terrain. Ipsos respecte les mêmes règles et prend les mêmes précautions pour les bases d'échantillonnage fournis par les clients, les panélistes *online* et les répondants *offline*.

Pour nos employés :

L'accès aux données personnelles de nos employés est strictement limité aux personnes en charge des ressources humaines.

3. Formation des employés

En mars 2018, Ipsos a lancé un programme mondial de formation de ses employés portant sur la protection des données et les exigences du RGPD pour garantir au sein de l'ensemble du groupe un niveau élevé de sensibilisation à la protection des données.

4. Chiffrement

Ipsos a mis en œuvre plusieurs solutions de chiffrement (cryptage), notamment sur les ordinateurs portables de tous ses employés.

En ce qui concerne ses logiciels, Ipsos prend actuellement des mesures visant à chiffrer certaines applications destinées aux panels, ainsi que les bases de données contenant des données personnelles dites sensibles, telles que les données relatives à la santé, aux opinions politiques, etc.

Enfin, en ce qui concerne ses employés, le principal système de gestion des ressources humaines d'Ipsos, « iTalent », est entièrement chiffré.

5. Fournisseurs

Dès lors qu'une prestation sous-traitée comporte le traitement de données personnelles, Ipsos sélectionne ses fournisseurs en fonction de leur capacité à respecter ses exigences en matière de protection des données. Ainsi, tous les fournisseurs sont tenus de signer un accord avec Ipsos comportant des clauses de protection des données au moins aussi strictes que celles que signe Ipsos avec ses clients. Aucun fournisseur n'est autorisé à transférer des données personnelles en dehors de l'EEE à moins de mettre en place les garanties appropriées et d'obtenir l'accord du client d'Ipsos. En outre, nos fournisseurs ne sont pas autorisés à déléguer une partie des services de traitement des données personnelles à des sous-traitants sans l'approbation préalable d'Ipsos.

6. Transferts de données

Les transferts internationaux de données entre Ipsos et ses fournisseurs ont fait l'objet d'un encadrement contractuel à l'initiative d'Ipsos. Lorsqu'un transfert de données doit être effectué dans un pays reconnu comme ne possédant pas un niveau de protection adéquat, Ipsos s'assure que les clauses contractuelles-types de l'Union Européenne sont appliquées et prend les mesures techniques et organisationnelles nécessaires à la protection des données personnelles.

Ipsos a à cœur de protéger les données personnelles de ses clients, répondants et employés.

Si vous avez des questions ou si vous souhaitez d'autres éclaircissements à ce sujet, veuillez contacter le *Data Protection Officer* d'Ipsos en Algérie (DPO.Algeria@ipsos.com).