

---

**NOTE DE CADRAGE**  
**[DIXER - FORMATION RGPD EDITEURS/REGIES]**

---

Révision : 0.0.1

Dernière modification le : 29/03/2018

---

**RGPD/EPRIVACY POUR LES EDITEURS & REGIES**  
**Point réglementaire, Impacts et actions à entreprendre**

**Durée de la formation : 3h30**

### 1. CONTEXTE RÉGLEMENTAIRE

*Cette partie a pour objectif de découvrir tous les concepts juridiques introduits par le RGPD afin de les rendre compréhensibles à des profils non juristes. Nous nous intéresserons également au projet de règlement E-PRIVACY afin de comprendre les points de tension et la nature des négociations en cours. L'idée n'est pas de détailler la technique juridique mais d'introduire les notions importantes, de comprendre l'esprit général des règlements afin de mieux appréhender les impacts pour l'activité en ligne des éditeurs et des régies.*

- a. Rappel de la législation actuellement en vigueur
  - i. Les différentes lois pour la protection des données
    - 1. Loi informatique et libertés de 1978
    - 2. Directives européennes
    - 3. Loi pour une république numérique
  - ii. Directives Vs Règlements
- b. RGPD
  - i. Cadre général
    - 1. Concerne toutes les formes de traitements de données personnelles
  - ii. Délais de mise en oeuvre
  - iii. Principes directeurs
    - 1. Accountability
    - 2. Limitation
    - 3. Minimisation
    - 4. Protection des données dès la conception
    - 5. Protection des données par défaut
    - 6. Transparence
  - iv. Données personnelles
    - 1. Définition
    - 2. Typologie
    - 3. Collecte
    - 4. Anonymisation
  - v. Traitements
    - 1. Définition
    - 2. Cartographie
    - 3. Déclaration préalable
    - 4. Responsable de traitement
    - 5. Coresponsable
    - 6. Sous-traitant
    - 7. Destinataire
    - 8. Licéité
    - 9. Registre
  - vi. Sécurité
  - vii. Flux transfrontières

- viii. Droit des personnes
- ix. Analyse d'impact
- x. Délégué à la protection des données
- xi. Autorités de contrôle
- xii. Sanctions
- c. EPRIVACY
  - i. Délais de mise en œuvre
  - ii. Objectifs
  - iii. Définitions
  - iv. Collecte du consentement
  - v. Position de l'industrie digitale et actions en cours

## 2. IMPACTS POUR LES ÉDITEURS/LES RÉGIES

*Cette partie explique de quelle manière le RGPD impacte les éditeurs et régies tant d'un point de vue technique que d'un point de vue commercial. Nous expliquons ici comment les dispositifs de monétisation d'audience exploitent les données personnelles des internautes, quelles responsabilités ils engendrent et comment il est possible de les contrôler.*

- a. Modalités de la collecte de données personnelles
  - i. Tag/Script
  - ii. Cookies, stockage local
  - iii. Données 1st party / 3rd party
  - iv. Tag Management Systems
  - v. Piggybacking
  - vi. Illustrations diverses
- b. Application aux modèles publicitaires en ligne
  - i. Walled garden
  - ii. Open Market
  - iii. Programmatique
  - iv. Data Ownership
- c. Responsabilités
  - i. Responsables des traitements
  - ii. Sous-traitants
  - iii. Coresponsables
- d. Panorama de solutions
  - i. Collecte de consentement end-users
  - ii. Collecte de consentement publishers
    - 1. Solutions dédiées Privacy
    - 2. Extensions TMS
  - iii. Solutions RGPD
    - 1. Gestion des registres, Etudes d'impact, etc.

## 3. CONCLUSION

- a. Que faire après le 25 mai 2018 ?