



FICHE N°2

LA GESTION COMMERCIALE DES CLIENTS ET PROSPECTS POUR LE SECTEUR DES ASSURANCES (NS 56)

● LES TRAITEMENTS DE DONNÉES PERSONNELLES AU REGARD DE LA LOI I&L

Finalités poursuivies par le traitement

● Finalité 1 : les opérations relatives à la gestion des clients concernant:

- un **programme de fidélité** au sein d'une entité ou plusieurs entités juridiques
- le **suivi de la relation client** tel que la réalisation d'enquêtes de satisfaction, ou le regroupement des contrats pour un même client au sein de l'entreprise ou du groupe auquel appartient l'entreprise.

.....
La norme s'applique expressément au groupe dont fait partie l'organisme déclarant.
.....

● Finalité 2: les opérations relatives à la prospection:

- la **gestion d'opérations techniques de prospection** (ce qui inclut notamment les opérations techniques comme la normalisation, l'enrichissement et la déduplication),
- la sélection de personnes pour réaliser des actions de **fidélisation, de prospection, de sondage, de test produit ou services et de promotion**.
 - Ces opérations ne doivent pas conduire à l'établissement de profils susceptibles de faire apparaître des données sensibles.
 - Il s'agit de cerner les attentes des clients ou le niveau de qualité de services perçus.
 - les programmes de fidélité peuvent être des avantages tarifaires développés par les sociétés d'assurance, des opérations de parrainage....
 - les assureurs peuvent être amenés à tester un nouveau produit d'assurance ou

un service associé auprès d'un panel de clients ou de prospects (par exemple, test d'un nouveau produit d'assurance auprès de résidents d'un département, test d'un contrat « chien-chat » auprès d'associations de protection des animaux).

- Des jeux concours peuvent être également mis à disposition des clients et des prospects (par exemple : permettre de gagner un détecteur de fumée, des objets publicitaires, une invitation à un événement organisé par l'organisme...).

- la réalisation d'**opérations de sollicitations**.

● Finalité 3: l'élaboration de statistiques commerciales.

● Finalité 4: la cession, la location ou l'échange des données relatives à l'identification des clients ou prospects pour améliorer le service au client en proposant des produits ou services permettant de réduire la sinistralité ou d'offrir un contrat ou une prestation complémentaire: Les assureurs sont, à l'image d'autres professionnels, des acteurs économiques qui peuvent céder ou louer leurs fichiers clients ou prospects dans le strict respect des dispositions de la loi I&L, portant notamment sur l'information préalable des personnes (client ou prospect) et leur droit d'opposition. Par exemple, et dans un objectif de prévention, les assureurs peuvent être amenés à céder des fichiers de clients victimes de vol à des partenaires spécialisés en télésurveillance.

● Finalité 5: l'organisation de jeux-concours, de loteries ou de toute opération promotionnelle à l'exclusion des jeux d'argent et de hasard en ligne soumis à l'agrément de l'Autorité de régulation des jeux en ligne (ARJEL).

● Finalité 6: la gestion des demandes de droit d'accès, de rectification et d'opposition. >>>





LA GESTION COMMERCIALE DES CLIENTS ET PROSPECTS POUR LE SECTEUR DES ASSURANCES (NS 56)

- » » » ● **Finalité 7 : la gestion des avis des personnes sur des produits, services ou contenus.**

Catégories de données

Une fois les personnes informées de la mise en œuvre du traitement, les données qui les concernent doivent être pertinentes et proportionnées au regard de la finalité.

Les données de santé sont strictement exclues du périmètre de la norme.

● Les données relatives à l'identification des personnes :

- **Les informations classiques :** la civilité, au(x) nom(s), prénoms, adresse, numéro de téléphone (fixe et/ou mobile), numéro de télécopie, adresses de courrier électronique, date de naissance,
- **Pour l'identification du client ou du prospect :** le code interne de traitement.

Ce code interne de traitement ne peut être le numéro d'inscription au répertoire national d'identification des personnes physiques (numéro de sécurité sociale), ni le numéro de carte bancaire, ni le numéro d'un titre d'identité.

● **La situation familiale, économique, patrimoniale et financière et les habitudes de vie en lien avec la relation commerciale :** il s'agit de la vie maritale, du nombre de personnes composant le foyer, le nombre et l'âge du ou des enfant(s) au foyer, la profession, le domaine d'activité, la présence d'animaux domestiques, les loisirs.

● **Les données relatives aux activités professionnelles et non professionnelles ayant un lien avec la relation commerciale.**

● **Les données relatives au suivi de la relation commerciale :** les demandes de documentation ou de renseignements, les demandes relatives aux produits, services ou abonnements proposés, les montants, la périodicité, les adresses, les données relatives aux produits, les contrats et services, l'origine de la vente (entité ou intermédiaire, vendeur, représentant, partenaire, affilié) ou de la demande, les correspondances avec le client et service client, les échanges et commentaires des clients et prospects, les personne(s) en charge de la relation client, les remises consenties ou avantages client.

● **Les données de localisation et de connexion.**

● **Les données relatives à la sélection de personnes** pour réaliser des actions de fidélisation, de prospection, de sondage, de test produits et services et de promotion.

● **Les données relatives à l'organisation et au traitement des jeux-concours, de loteries et de toute opération promotionnelle** telles que la date de participation, les réponses apportées aux jeux-concours, la photographie ou l'image de la personne, et la nature des lots offerts.

● **Les données relatives aux contributions des personnes** qui déposent des avis sur des produits, services ou contenus, notamment leur pseudonyme.

Durées de conservation

● Des données relatives à la gestion de clients et de prospects :

- Les données des clients sont conservées le temps nécessaire pour la gestion de la relation commerciale.
- Les données des clients utilisées à des fins de prospection commerciale peuvent être conservées pendant un délai de 3 ans à compter de la fin de la relation commerciale.
- Les données relatives à un prospect non client peuvent être conservées pendant un délai de 3 ans à compter de leur collecte par le responsable de traitement ou du dernier contact émanant du prospect.





LA GESTION COMMERCIALE DES CLIENTS ET PROSPECTS POUR LE SECTEUR DES ASSURANCES (NS 56)

» Au terme de ce délai, le responsable de traitement peut reprendre contact avec la personne concernée pour lui demander si elle souhaite toujours recevoir des sollicitations commerciales. En l'absence de réponse positive et explicite de la personne, les données devront être supprimées ou archivées¹.

- Les données pouvant être utilisées à titre probatoire sont archivées conformément aux dispositions légales.

- **Des pièces d'identité :** pour l'exercice du droit d'accès ou de rectification, les données relatives aux pièces d'identité peuvent être conservées 1 an. En cas d'exercice du droit d'opposition, ces données peuvent être archivées 3 ans².

- **Des listes d'opposition à recevoir de la prospection :** les informations permettant de prendre en compte le droit d'opposition de la personne concernée doivent être conservées au minimum 3 ans à compter de l'exercice de ce droit. Ces données ne peuvent en aucun cas être utilisées à d'autres fins que la gestion du droit d'opposition.

- Les informations stockées dans le terminal des utilisateurs (ex : cookies) ou tout autre élément utilisé pour les identifier et les tracer, sont conservés pendant une durée fixée par la doctrine de la CNIL. Les nouvelles visites ne doivent pas prolonger la durée de vie de ces informations. Les données de fréquentation brutes associant un identifiant ne doivent pas être conservées plus de 13 mois selon la recommandation de la CNIL du 5 décembre 2013. Au-delà de ce délai, les données doivent être soit supprimées, soit anonymisées.

Destinataires

- **Peuvent, dans les limites de leurs attributions respectives, avoir accès aux données à caractère personnel :**

- Les personnes chargées du service marketing, du service commercial, des services chargés de traiter la relation client, les réclamations, et la prospection, des services administratifs, des services logistiques et informatiques ainsi que leurs responsables hiérarchiques ;
- les services chargés du contrôle (commissaire aux comptes, services chargés des procédures internes du contrôle...) ;
- les sous-traitants dès lors que le contrat signé entre les sous-traitants et le responsable du traitement fait mention des obligations incombant aux sous-traitants en matière de protection de la sécurité et de la confidentialité des données.

Peuvent être destinataires des données :

- Les partenaires et sociétés extérieures (sociétés avec lesquelles l'entreprise entretient des relations commerciales régulières), les entités du groupe de sociétés,
- les auxiliaires de justices, les officiers ministériels et organismes publics habilités à les recevoir, les arbitres, les médiateurs.

Information et droits des personnes

- **La personne doit être informée, préalablement à la mise en œuvre du traitement :** de l'identité du responsable de traitement, de la finalité du traitement, des destinataires des données, du transfert éventuel de ses données hors UE ainsi que des droits dont elle dispose au titre de la loi I&L.

- **Le recueil du consentement exprès et spécifique de la personne concernée, dans les cas suivants :**

C'est une manifestation de volonté libre, spécifique et informée par laquelle une personne accepte que des données à caractère

(1) Conformément au code de commerce, le code civil et le code de la consommation.
(2) Art 8 et 9 du CPP





LA GESTION COMMERCIALE DES CLIENTS ET PROSPECTS POUR LE SECTEUR DES ASSURANCES (NS 56)

» personnel la concernant soient utilisées pour certaines finalités. L'acceptation des conditions générales d'utilisation n'est donc pas une modalité suffisante du recueil du consentement des personnes.

- La prospection réalisée au moyen d'un mode de communication électronique (courrier électronique, SMS ou MMS) hors produits ou services analogues ;
- la prospection réalisée au moyen d'automates d'appel ou de télécopieurs ;
- la mise à disposition ou la cession à des partenaires des adresses électroniques ou des numéros de téléphone utilisés à des fins de prospection par automate d'appel, télécopie ou par envoi de SMS, MMS ;
- la collecte ou la cession des données susceptibles de faire apparaître directement ou indirectement les origines raciales ou ethniques, les opinions politiques, philosophiques ou religieuses ou l'appartenance syndicale des personnes ;
- la collecte de la photographie ou de l'image de la personne.

La participation à un jeu-concours ou une loterie ne peut être conditionnée à la réception de prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique de la part du responsable de traitement ou de ses partenaires.

- La possibilité de permettre à la personne concernée de s'opposer de manière simple et dénuée d'ambiguïté, dans les cas suivants :

Dans le cas d'une collecte via un formulaire, le droit d'opposition ou le recueil du

consentement préalable doit pouvoir s'exprimer par un moyen simple et spécifique, tel qu'une case à cocher. Les mentions d'information et les modes d'expression de l'opposition ou du recueil du consentement doivent être lisibles, en langage clair et figurer sur les formulaires de collecte.

Lorsque la collecte des données intervient par voie orale, l'intéressé est mis en mesure d'exercer son droit d'opposition ou de donner son consentement avant la collecte de ses données.

- La prospection par voie postale ou téléphonique avec intervention humaine ;
- la prospection réalisée au moyen d'un mode de communication électronique pour un produit ou service analogue ;
- la prospection entre professionnels (sauf en cas d'utilisation d'une adresse générique) lorsque l'objet du message est en rapport avec l'activité du professionnel ;
- la cession d'adresse postale et de numéros de téléphone utilisés à des fins de prospection avec intervention humaine ;
- la cession à des partenaires de données relatives à l'identité (à l'exclusion du code interne de traitement permettant l'identification du client) ainsi que les informations relatives à la situation familiale, économique et financière visées à l'article 3, dès lors que les organismes destinataires s'engagent à ne les exploiter que pour s'adresser directement aux intéressés, pour des finalités exclusivement commerciales.

Après la collecte des données :

- La personne concernée a le droit de s'opposer, sans frais, à ce que ses données soient utilisées à des fins de prospection, notamment commerciale, par le responsable actuel du traitement ou celui d'un traitement ultérieur ;
- Les messages adressés à des fins de prospection directe, au moyen d'automates »





LA GESTION COMMERCIALE DES CLIENTS ET PROSPECTS POUR LE SECTEUR DES ASSURANCES (NS 56)

» d'appel, télécopieurs et courriers électroniques, doivent mentionner des coordonnées permettant de demander à ne plus recevoir de telles sollicitations.

Le responsable du traitement auprès duquel le droit d'opposition a été exercé informe sans délai de cette opposition tout autre responsable de traitement qu'il a rendu destinataire des données à caractère personnel qui font l'objet de l'opposition.

L'utilisation d'un site internet

La norme numéro 56 s'applique également dans le cas où le responsable de traitement utilise un site internet pour la gestion des clients et prospects.

- **Les données de connexion (date, heure, adresse internet, protocole de l'ordinateur du visiteur, page consultée) pourront être exploitées à des fins de mesure d'audience et d'assistance technique :** le consentement préalable des personnes n'est pas nécessaire, à condition qu'ils disposent d'une information claire et complète délivrée par l'éditeur du site internet, d'un droit d'opposition, d'un droit d'accès aux données collectées et qu'elles ne soient pas recoupées avec d'autres traitements tels que les fichiers clients dans les conditions prévues par la recommandation du 5 décembre 2013.

- **L'information relative à la finalité et aux droits des personnes :** peut être présente dans les courriers électroniques envoyés, sur la page d'accueil du site, et dans ses conditions générales d'utilisation, etc.

- **L'exercice du droit d'opposition à l'analyse de sa navigation :** l'outil permettant de désactiver la traçabilité mise en œuvre par l'outil d'analyse de fréquentation doit remplir les conditions suivantes :

- un accès et une installation aisés pour tous les internautes sur l'ensemble des terminaux, des systèmes d'exploitation et des navigateurs internet ;
- aucune information relative aux internautes ayant décidé d'exercer leur droit

d'opposition ne doit être transmise à l'éditeur de l'outil d'analyse de fréquentation.

- **Par ailleurs, tout utilisateur d'un service de communications électroniques doit être informé de manière claire et complète**, sauf s'il l'a été au préalable, par le responsable du traitement ou son représentant :

- de la finalité de toute action tendant à accéder, par voie de transmission électronique, à des informations déjà stockées dans son équipement terminal de communications électroniques, ou à inscrire des informations dans cet équipement ;
- des moyens dont il dispose pour s'y opposer.

- **Ces accès ou inscriptions ne peuvent avoir lieu qu'à condition** que la personne utilisatrice ait exprimé, après avoir reçu cette information, son accord qui peut résulter de paramètres appropriés de son dispositif de connexion ou de tout autre dispositif placé sous son contrôle.

- **Ces dispositions ne sont pas applicables si** l'accès aux informations stockées dans l'équipement terminal de l'utilisateur ou l'inscription d'informations dans l'équipement terminal de l'utilisateur :

- soit a pour finalité exclusive de permettre ou faciliter la communication par voie électronique ;
- soit est strictement nécessaire à la fourniture d'un service de communication en ligne à la demande expresse de l'utilisateur.

Les mesures de sécurité

- **Le responsable du traitement prend toutes précautions utiles** pour préserver la sécurité des données, et notamment empêcher qu'elles soient déformées ou endommagées ou que des tiers non autorisés y aient accès.

- **Les accès aux traitements de données doivent nécessiter une authentification** des personnes accédant aux données, au moyen par exemple d'un code d'accès et d'un mot de passe individuels, suffisamment robustes et régulièrement renouvelés, ou par tout autre moyen d'authentification.

- Dans le cas de l'utilisation d'un site internet, le responsable de traitement prend »





LA GESTION COMMERCIALE DES CLIENTS ET PROSPECTS POUR LE SECTEUR DES ASSURANCES (NS 56)

» les mesures nécessaires pour se prémunir contre toute atteinte à la confidentialité des données traitées. Les données transitant sur des canaux de communication non sécurisés doivent notamment faire l'objet de mesures techniques visant à rendre ces données incompréhensibles à toute personne non autorisée.

- **Les pièces d'identité** ne doivent être accessibles qu'à un nombre de personnes restreint et des mesures de sécurité doivent être mises en œuvre afin d'empêcher toute réutilisation détournée de ces données.

Transferts de données hors UE

Seules peuvent être transférées les données pertinentes au regard de la finalité poursuivie par le transfert.

- **La présente norme simplifiée couvre les transferts de données lorsqu'une des conditions suivantes est réunie :**

- les transferts s'effectuent à destination d'un pays assurant un niveau de protec-

tion adéquat ou d'une entreprise américaine ayant adhéré au Safe Harbor ;

- ils sont encadrés par les clauses contractuelles types (CCT) ou par des règles internes d'entreprise (BCR - Binding Corporate Rules) qui garantissent un niveau de protection suffisant ;
- ils correspondent à l'une des exceptions de l'article 69 de la loi I&L, limité à des cas de transferts ponctuels et exceptionnels.

Les transferts répétitifs, massifs ou structurels de données personnelles ne sont pas couverts par la présente norme et ils doivent faire l'objet de formalités préalables auprès de la CNIL dans les conditions prévues par ladite loi.

