



ADVISO

# Transformer les enjeux de la Loi 25 et des régulations mondiales **en opportunité**

*Montreal*

Fabrik 8 | 7236 Rue Waverly st.  
Montréal, Quebec

03 | MAI | 2023 • De 09h00 à 11h30



# Vos intervenants



**Philippe Rincon**

Vice-président numérique  
@Banque Nationale du Canada

Client Didomi



**Raphaël Boukris**

Co-Fondateur & Chief Revenue Officer  
@Didomi



**Axel Queffeulou**

Architecte sénior de solution de données  
@Adviso

Partenaire Didomi



## À propos de la Banque Nationale du Canada

Depuis notre création en 1859, nous sommes là pour  
**avoir un impact positif dans la vie des gens.**

Le **développement durable** fait partie intégrante de notre mission, nous avons pris une série d'engagements environnementaux, sociaux et de gouvernance (ESG)\*.

6<sup>e</sup> plus importante banque au Canada

\* [source](#)



**L'humain  
d'abord**



## À PROPOS D'ADVISO

**100+ spécialistes** en numérique et stratégie d'affaires

Culture de **performance** depuis 2002

**Indépendance** des fournisseurs techniques

Une des firmes **les plus certifiées** au Canada

Expérience avancée en **stratégie numérique**

-  CONSULTATION STRATÉGIQUE
-  EXPÉRIENCE CLIENT
-  MESURE DE PERFORMANCE
-  SCIENCE DES DONNÉES
-  MÉDIA 360
-  MARKETING DE CONTENU

### Quelques clients







# Dans un contexte réglementaire en pleine évolution, Didomi est un leader mondial du marché.

- Présent dans **27 pays** et disponible en **45 langues**
- Couvre **+2% du trafic internet mondial**
- Taux de rétention des clients de **95%**

**+100 Mrds**

Pages consultées avec consentement accordé par Didomi

**+2 Mrds**

Appareils sur lesquels Didomi recueille le consentement chaque trimestre



*1000+ clients nous font déjà confiance*



# Nos partenaires



# Brève remise en contexte

# Loi 25 : modernisation

22 septembre  
2022



- Désigner un responsable de la protection de la vie privée
- Déclaration obligatoire des violations

# Loi 25 : modernisation

**22 septembre  
2022**

- Désigner un responsable de la protection de la vie privée
- Déclaration obligatoire des violations

**D'ici le  
22 septembre  
2023**

- Politique de confidentialité
- Évaluations des facteurs relatifs à la vie privée (“EFVP”)
- Établir des systèmes de **transparence** et de **consentement**

# Loi 25 : modernisation

22 septembre  
2022

- Désigner un responsable de la protection de la vie privée
- Déclaration obligatoire des violations

D'ici le  
22 septembre  
2023

- Politique de confidentialité
- Évaluations des facteurs relatifs à la vie privée ("EFVP")
- Établir des systèmes de **transparence** et de **consentement**

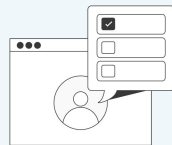
D'ici le  
22 septembre  
2024

- Faciliter le droit à la portabilité



## Obligation de **transparence**

L'entreprise doit **informer la personne concernée des fins des moyens de collecte** et des **droits d'accès / rectification prévus par la loi**



## Obligation d'obtenir le **consentement**

Les personnes concernées doivent consentir à l'utilisation de leurs **renseignements personnels** aux **fins définies** par le responsable de la protection des renseignements personnels



# Risques en cas de non respect de la Loi 25



## Sanctions administratives

**10 000 000 \$CAD**

**2% du chiffre d'affaire global** de l'entreprise de l'année fiscale précédente

## Développements

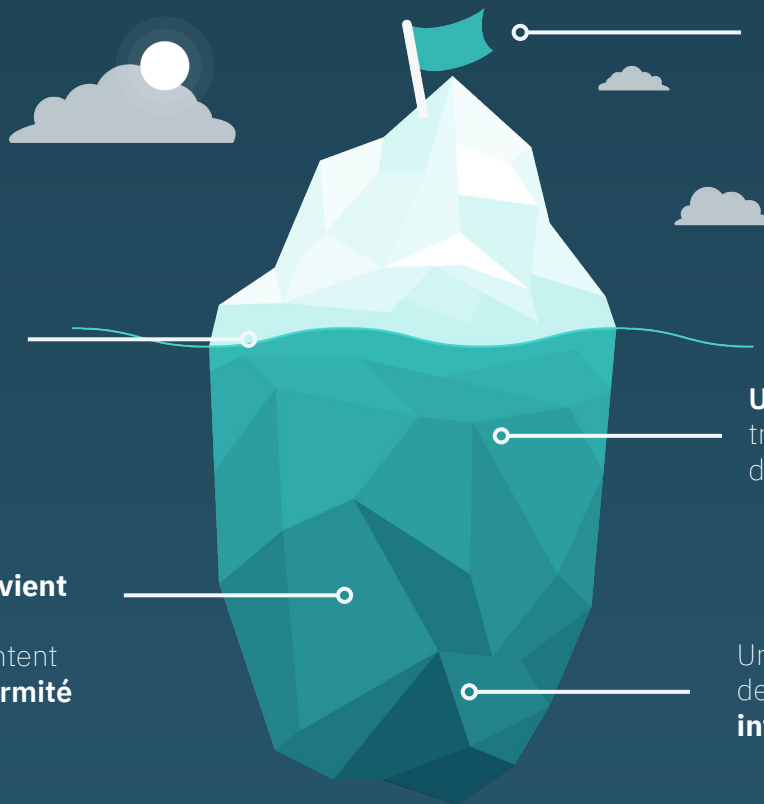
**Alignement réactif avec les équipes opérations / systèmes**

## Impact sur la marque

**Réputation, perte de transparence et confiance**

**40% des consommateurs changeraient de marque** offrant une expérience de confidentialité négative\*

# Retours d'expérience Didomi



**La protection des renseignements personnels (PRP) reste un sujet sous-estimé** surtout dans les régions où la loi rentre tout juste en vigueur

Le **sujet la vie privée** devient **récurrent** au sein des entreprises qui implémentent des **protocoles de conformité**

**Ignorer la réglementation n'est pas la solution**

Les marques qui ont anticipé le RGPD européen en 2018 ont eu l'opportunité de tester, ajuster et itérer

**Un comportement attentiste** se traduit par une mise en conformité dans **l'urgence**

Une **solution de conformité "maison"** devient très rapidement **prenante en interne** et une **usine à gaz**

# Transformer les enjeux de la Loi 25 en opportunité signifie:

- Avoir un avantage concurrentiel
- Établir une relation de confiance avec l'utilisateur
- Adopter une culture de conformité pour réduire votre exposition aux risques



# La conférence

# Agenda

La Banque nationale

**Une histoire de confiance**

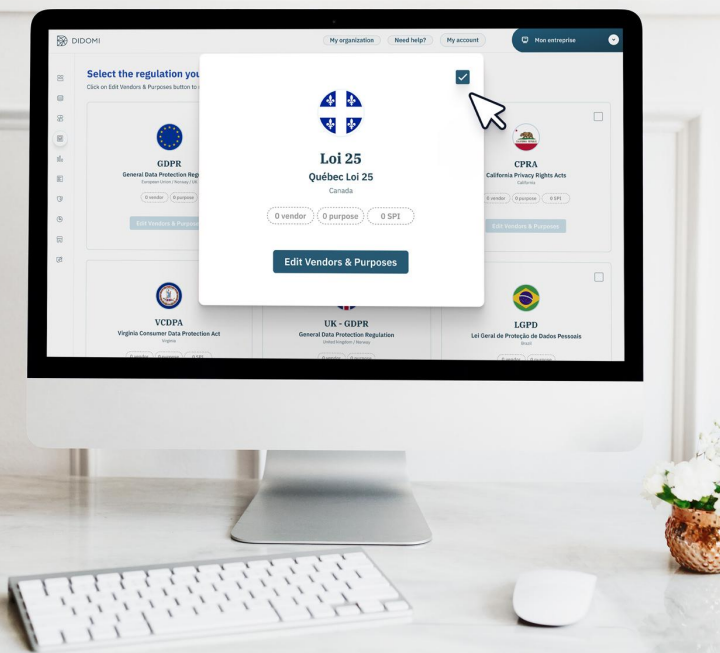
Didomi

**Unifier les choix de vos utilisateurs**

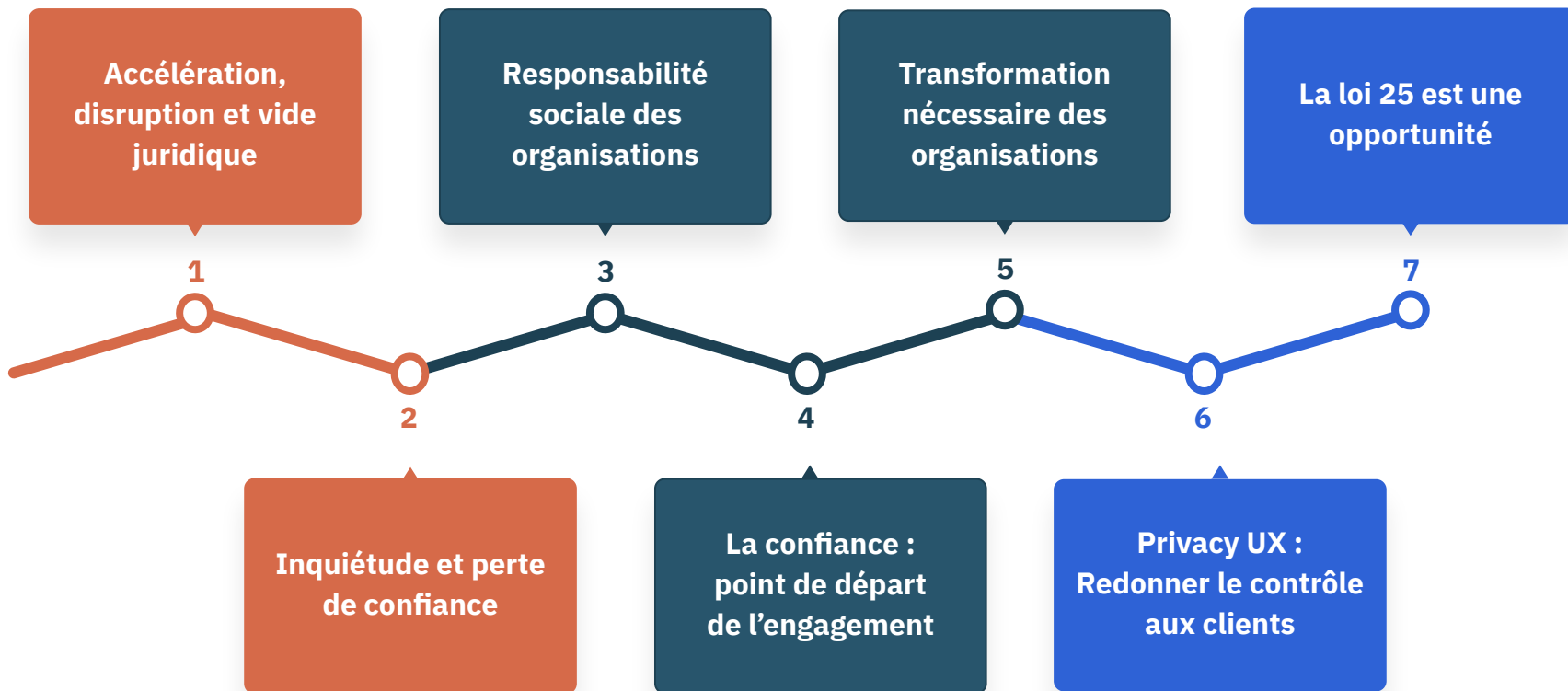
Adviso

**Le fossé consentement / performances**

Questions & Réponses

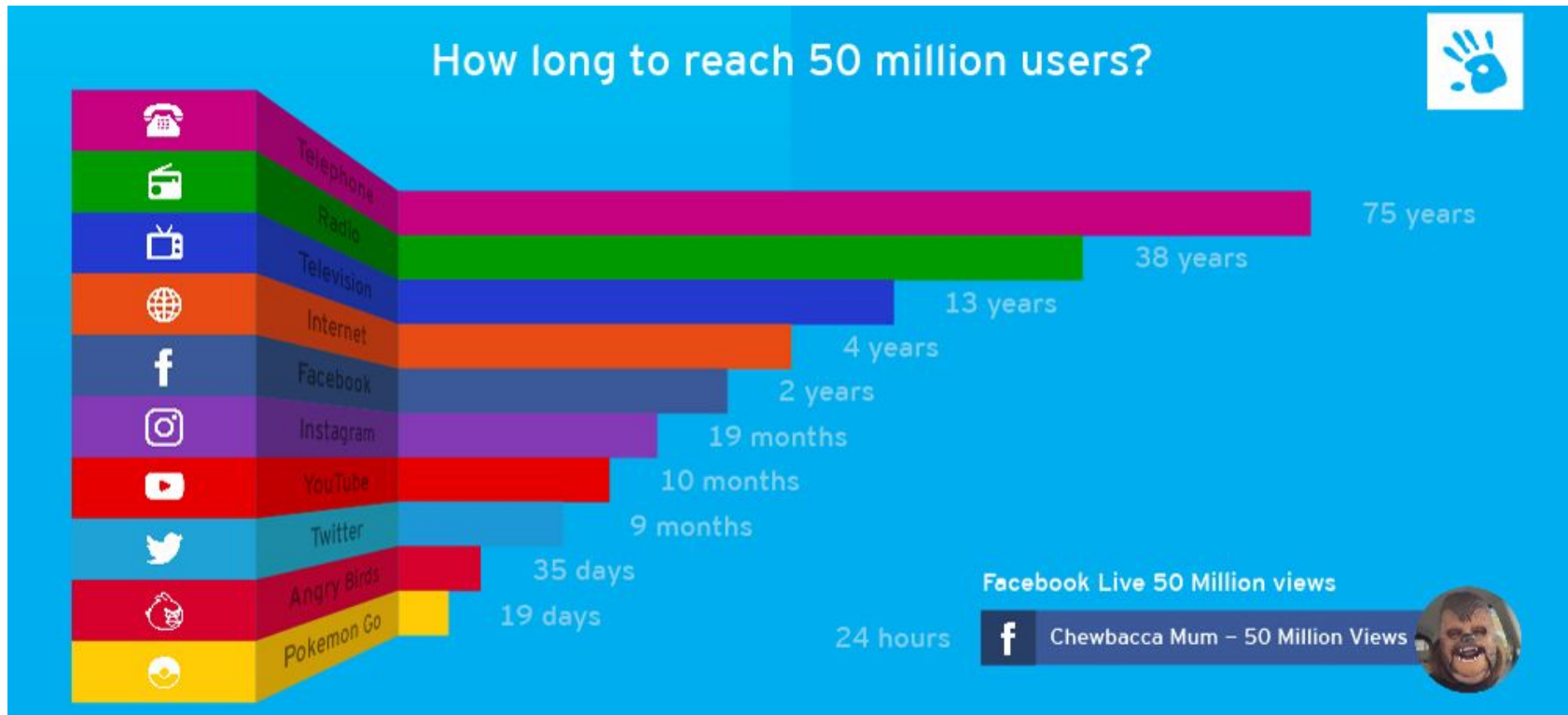


# La Banque Nationale du Canada : une histoire de confiance

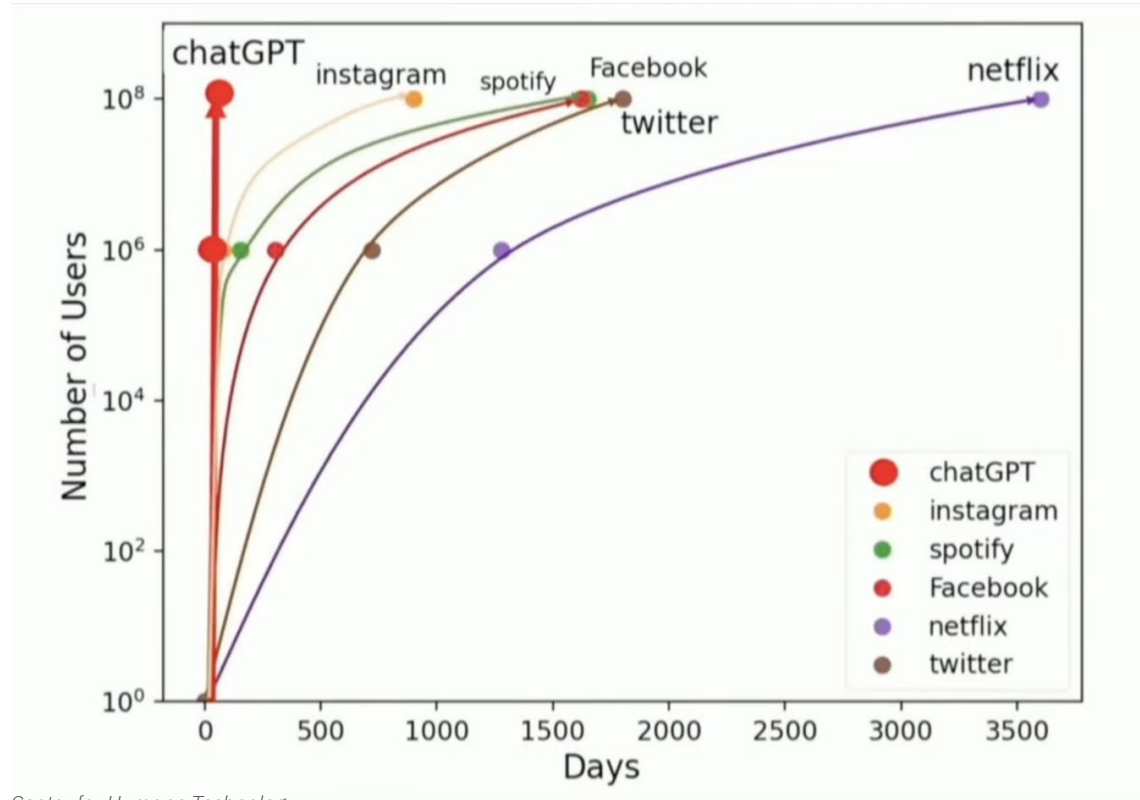




# Accélération, disruption et vide juridique



# Accélération, disruption et vide juridique



Source: *The A.I. Dilemma*, Center for Humane Technology



# Accélération, disruption et vide juridique

01

**De la destruction  
créatrice au Grand  
désajustement**

02

**Disruption, pour le  
meilleur ou pour le pire**

03

**Des vides juridiques**



## Inquiétude et perte de confiance

62%

des personnes interrogées sont préoccupées par la sécurité et la confidentialité de leur données personnelles <sup>1</sup>

90%

des données collectées dans le monde au cours des 2 dernières années l'ont été sans le consentement des utilisateurs <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Étude ATB Venture

<sup>2</sup>IT Briefcase

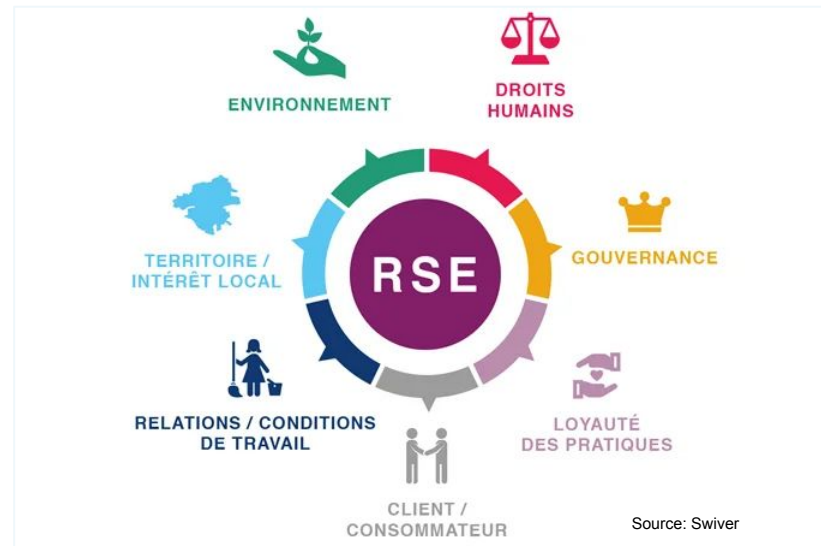
# Responsabilité sociale des organisations

## Environmental, Social, Governance : ESG



Source: Genius Capital Management

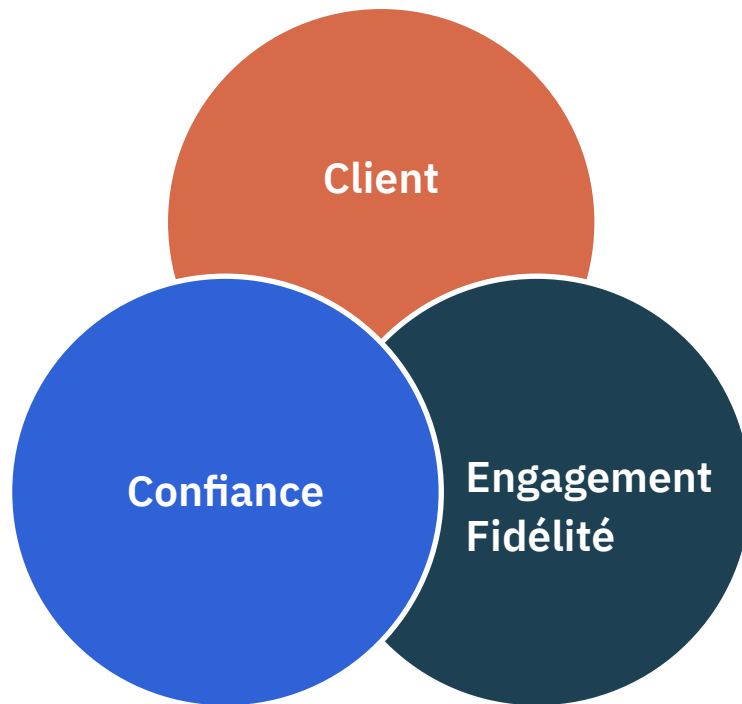
## Responsabilité sociétale d'entreprise : RSE



Source: Swiver

Source: Moissons Nouvelles

# La confiance : point de départ de l'engagement



# Évolution/transformation nécessaire des organisations

**1** Endossement exécutif

**2** Centricité client

**3** Équipes multidisciplinaires

**4** Culture PRP, éthique de la données

**5** Programme de formation

**6** Gestion de changement



# Évolution/transformation nécessaire des organisations

## C'est un choix fort et nécessaire.

Nous apprenons et ce domaine évolue vite. Notre intention est de **créer une relation de confiance** avec nos utilisateurs grâce au Privacy UX.

Quelle posture choisir ?	Loi 25 : un fardeau	Loi 25 : une opportunité
1. Expérience client	⊘	✓
2. Engagement / Loyauté	⊘	✓
3. Réputation	⊘	✓
4. NPS	⊘	✓
5. Client Lifetime Value	⊘	✓
6. Mobilisation des équipes	⊘	✓
7. Churn / Attrition	⊘	✓

# Privacy UX : Redonner le contrôle aux clients/utilisateurs

## Privacy UX

Reprend les meilleures pratiques du domaine de l'expérience utilisateur et les applique à la collecte de données et aux interactions avec les politiques de confidentialité.

## Privacy by design

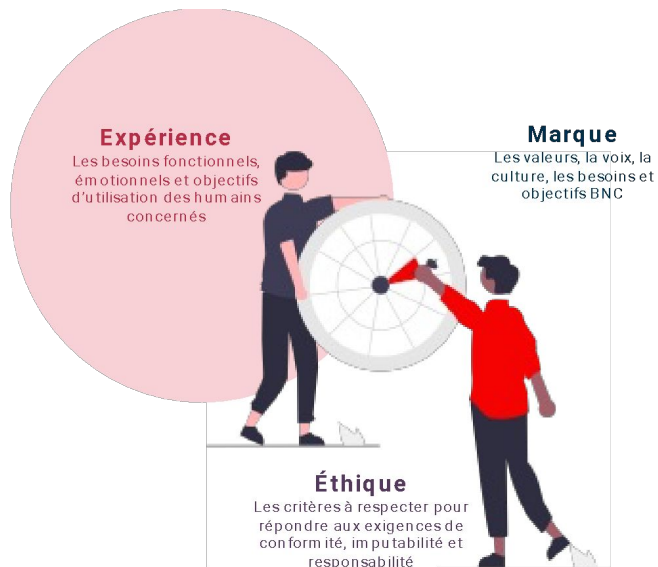
Approche de conception et création qui prend en compte la vie privée tout au long du processus.



## Privacy-Enhancing Design

Cadre et directives pratiques de conception UX visant à traduire les principes et règles de la loi sur la protection des données en pratiques UX.

# Privacy UX : Redonner le contrôle aux clients/utilisateurs



## Cas d'usage récent à la Banque Nationale du Canada

Projet d'implantation d'un consentement de collecte d'informations

### 1. Mise en place de cadre de décision d'expérience

(CX/UX) par toutes les parties prenantes du projet afin de faire des choix éclairés dans l'intérêt de l'utilisateur tout au long de son parcours.

### 2. Entrevues et tests utilisateurs

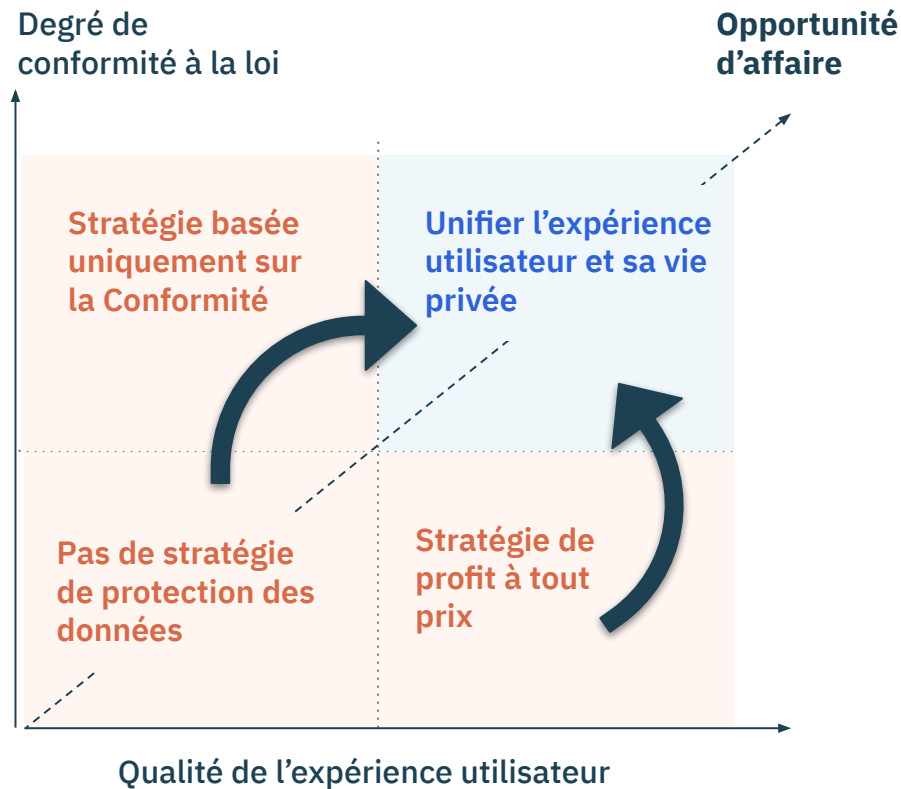
Pour s'assurer d'une conception centrée sur le client et répondant à leurs besoins

### 3. Suivi et optimisation en production

Afin d'éliminer les irritants pouvant nous faire perdre la confiance de nos utilisateurs.

# La loi 25 est une opportunité

Le privacy by design et le privacy UX vous permettent d'inclure **l'expérience utilisateur** au cœur de votre stratégie de consentement.



# Didomi

Unifier les choix de vos utilisateurs

 DIDOMI Une plateforme qui permet d'unifier le consentement et les préférences utilisateurs. **Monitorer, recueillir, stocker, distribuer, respecter**

01

**La suite Didomi de protection des données**

02

**Suivi de la conformité de vos sites**

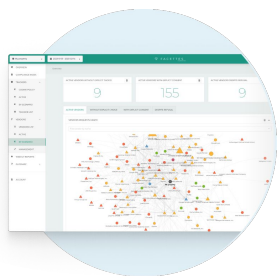
03

**CMP : Multi-régulations y compris la Loi 25**

# La suite Didomi de protection des données

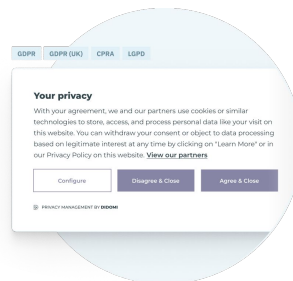


# La suite Didomi de protection des données vous permet de pallier la Loi 25 et au-delà



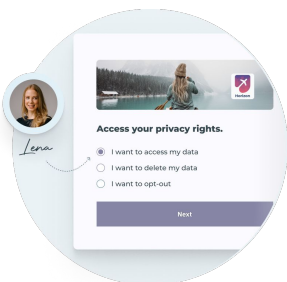
## Suivi de conformité web

Assurer la conformité et la performance du site web en toute simplicité



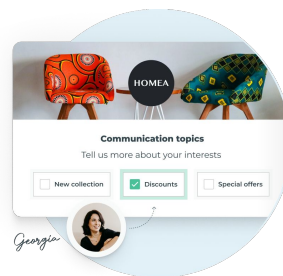
## Gestion du consentement

Conformité internationale  
Protection de la vie privée



## Demandes d'exercice des droits

Réduire les coûts et le travail manuel



## Gestion des préférences

Mieux comprendre les utilisateurs pour un meilleur ROI marketing

## Gestion de projets

# Soutien en Continu

Notre objectif en matière de formation est de faire en sorte que chaque partie prenante se sente à l'aise avec la plateforme et ses fonctionnalités.

**Nous mettons à votre disposition un gestionnaire de comptes (GC) qui vous permet d'accéder au soutien approprié de notre équipe d'experts, y compris :**

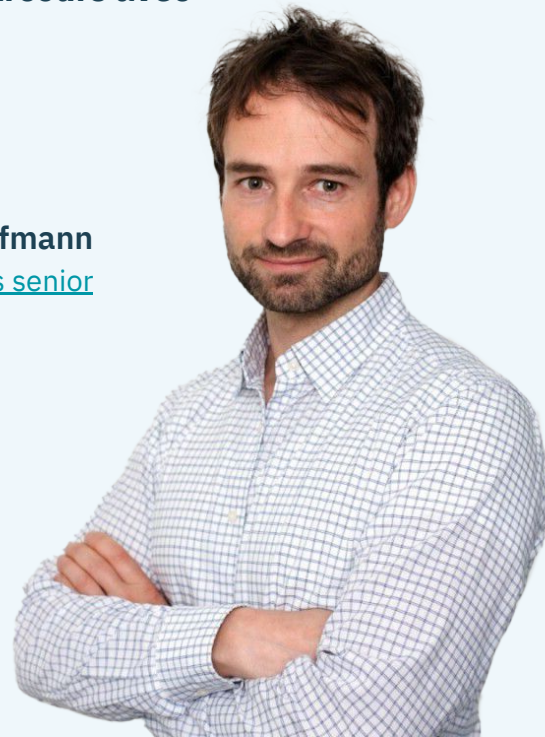
- Support technique polyvalent
- Des spécialistes du web, d'iOS, d'Android et de React.

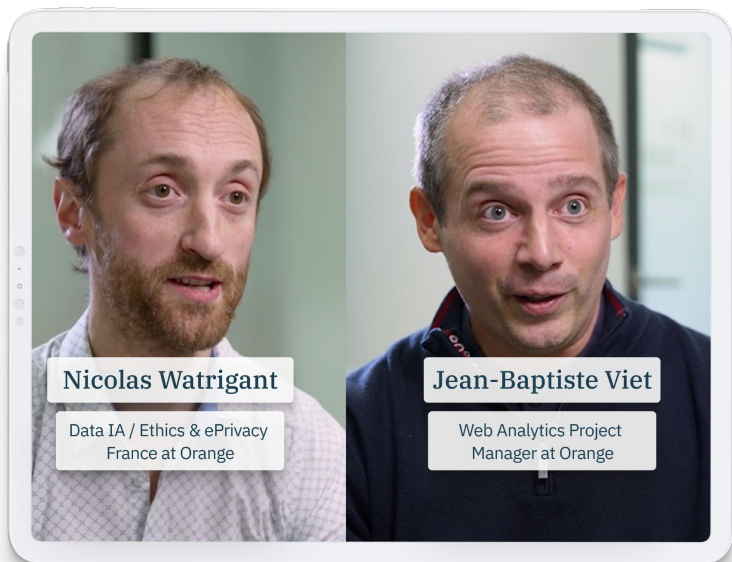
Votre GC se tient au courant des changements de réglementation en matière de protection de la vie privée qui pourraient affecter vos activités et vos systèmes de consentement, en vous notifiant et en vous soutenant au cas où une action serait nécessaire.

**Votre gestionnaire de comptes est votre principal interlocuteur tout au long de votre parcours avec Didomi.**

**Frank Hofmann**

[Gestionnaire de comptes senior](#)





[Comment Orange a augmenté son taux de consentement de 10%?](#)



**+10%** de taux de  
consentement avec  
le **cross-device**

*“Didomi s’est démarqué par la **simplicité et la facilité d’intégration** sur les sites web et les applications.”*

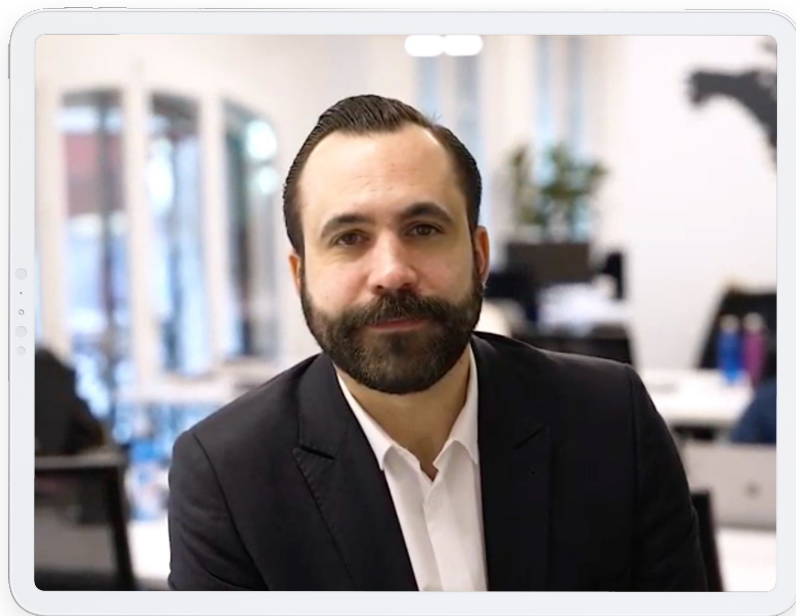
Nicolas Watrigant,  
Data/IA Ethiques & ePrivacy France | Orange

## Étude de cas bancaire

# Conformité sur des centaines de sites web

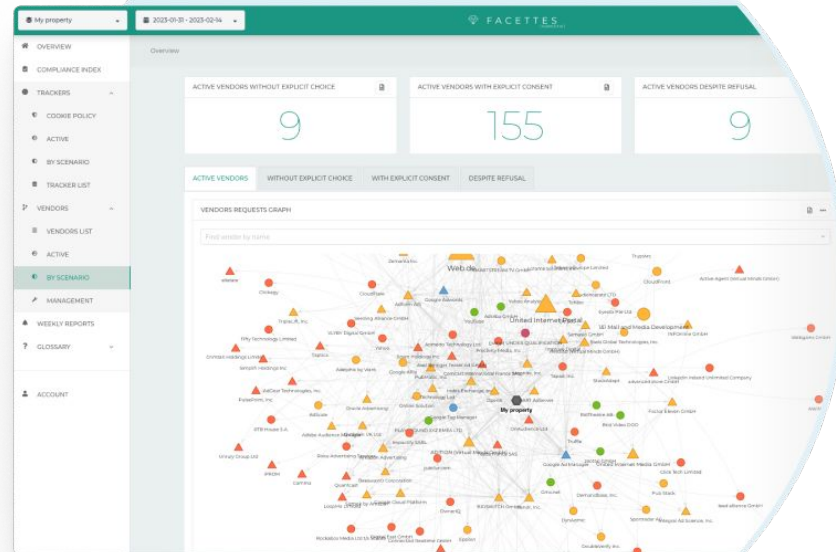
« La stratégie mise en place avec Didomi a permis de conserver **un très bon taux de consentement** sur nos sites web. C'est une réussite majeure pour nous et une belle fierté. »

**David Temim** - Directeur du programme du groupe de protection des données à la Société Générale

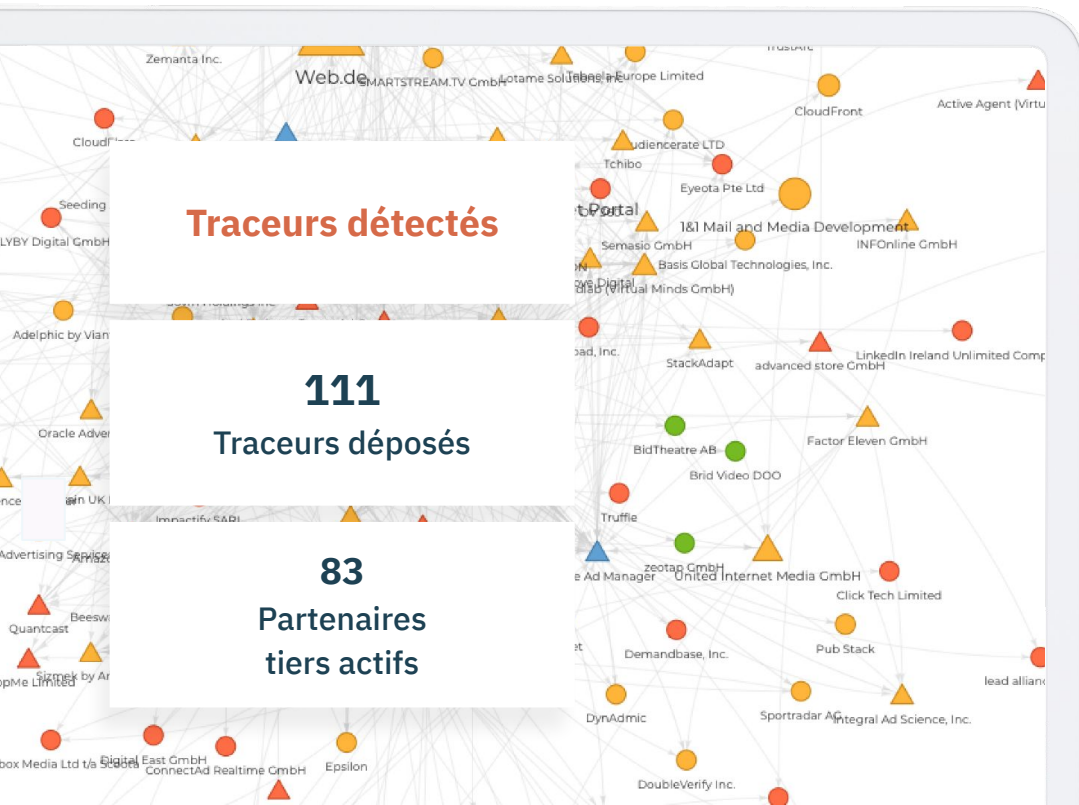


[Comment l'une des banques leaders en Europe est parvenue à mettre en conformité des millions de données utilisateurs ?](#)

# Suivi de conformité web



# Méthodologie pour détection de brèches de conformité



- Examen du site web
- Cartographie complète des traceurs
- Analyse du risque en fonction du cadre légal et des fins déclarées

# Suivi de conformité web - Des gains mesurables



## Contrôlez et minimisez les risques juridiques

Réduction des risques sanctions grâce à la suite Didomi



## Identifiez et neutralisez les fuites de données

Identifiez et mettez sous surveillance jusqu'à **95 %** des partenaires tiers suspects



## Améliorez la productivité de vos équipes

Économisez jusqu'à **2,5 équivalents temps plein** [soit 220 000 \$CAD d'économies par an, charges comprises]

# CMP : Multi-régulations y compris la loi 25

Loi 25

RGPD

CPRA

LGPD

## Votre vie privée est notre priorité

Avec votre accord, nous et nos partenaires utilisons des cookies ou des technologies similaires pour stocker, accéder et traiter des données personnelles comme votre visite sur ce site. Vous pouvez à tout moment modifier votre consentement ou vous opposer au traitement des données sur la base d'un intérêt légitime en cliquant sur "En savoir plus" ou dans notre politique de confidentialité sur ce site Web. [Voir nos partenaires](#)

Paramétrer

Refuser


Accepter





DIDOMI My organization Need help? My account Azura-shop


### Select the regulation you want


Click on Edit Vendors & Purposes button to manage the


  
**Loi 25**  
Québec Loi 25  
0 vendor 0 purpose 0 SPI  
[Edit Vendors & Purposes](#)

  
**GDPR**  
General Data Protection Regulation  
European Union / Norway / UK  
0 vendor 0 purpose  
[Edit Vendors & Purposes](#)

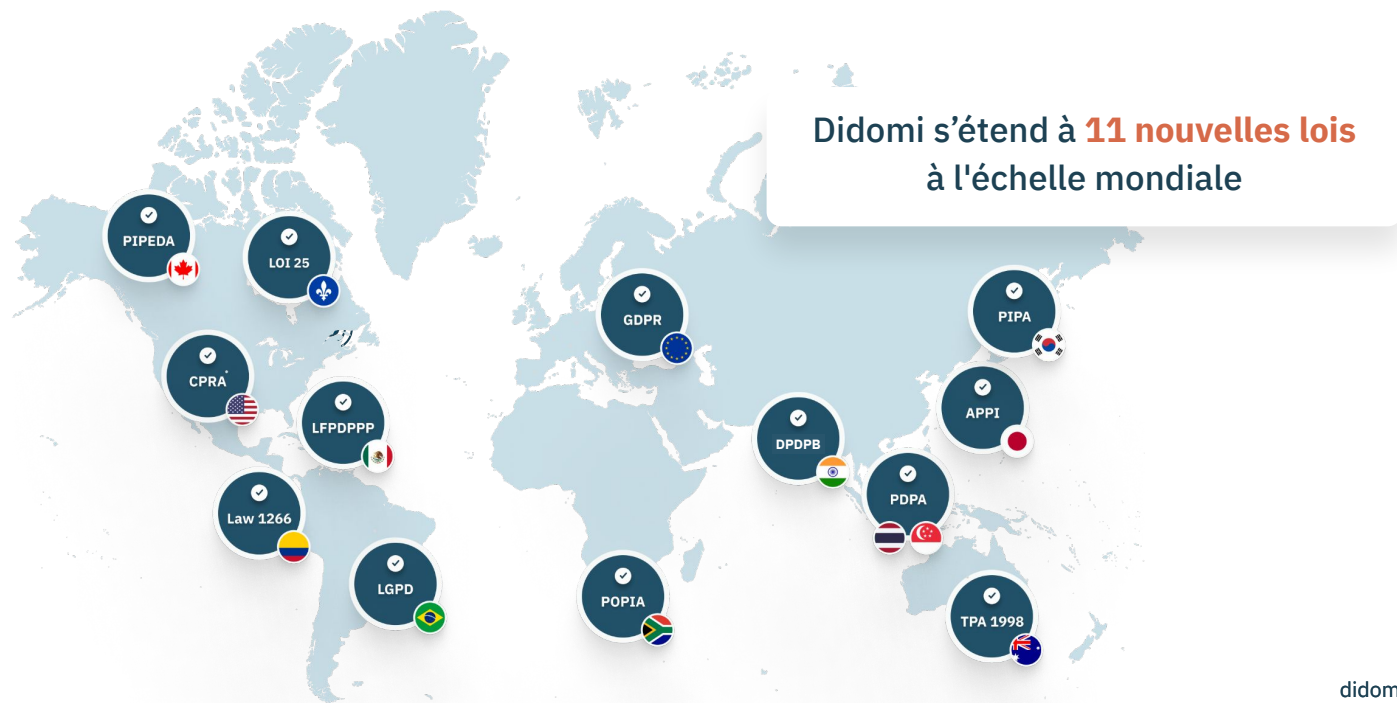
  
**CPRA**  
California Privacy Right Acts  
Canada  
0 vendor 0 purpose 0 SPI  
[Edit Vendors & Purposes](#)

  
**VCDPA**  
Virginia Consumer Data Protection Act  
Virginia  
0 vendor 0 purpose 0 SPI  
[Edit Vendors & Purposes](#)

  
**UK - GDPR**  
General Data Protection Regulation  
United Kingdom / Norway  
0 vendor 0 purpose  
[Edit Vendors & Purposes](#)

  
**LGPD**  
Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais  
Brazil  
0 vendor 0 purpose  
[Edit Vendors & Purposes](#)

# La nécessité de **s'adapter** à un monde en évolution constante



# Les exigences en matière de protection de la vie privée **varient selon les pays et les régions.**

**GDPR**

## Votre vie privée est notre priorité

Avec votre accord, nous et nos partenaires utilisons des cookies ou des technologies similaires pour stocker, accéder et traiter des données personnelles telles que votre visite sur ce site web, les adresses IP et les identifiants des cookies. Certains partenaires ne demandent pas votre consentement pour traiter vos données et s'appuient sur leur intérêt commercial légitime. Vous pouvez retirer votre consentement ou vous opposer au traitement des données fondé sur l'intérêt légitime à tout moment en cliquant sur "En savoir plus" ou dans notre politique de confidentialité. **Voir nos partenaires**

**CPRA**

**GLOBAL PRIVACY CONTROL** *signal detected and applied.*

We collect some sensitive and not sensitive personal data like your IP address or the browser's cookies and we share or sell it to third parties. This also helps us in keeping our service operative, improving our products and delivering personalized ads. You can choose to opt-out from the share and from the sale of the data by using the options below. Please visit our [Privacy Policy](#) for more information about your rights.

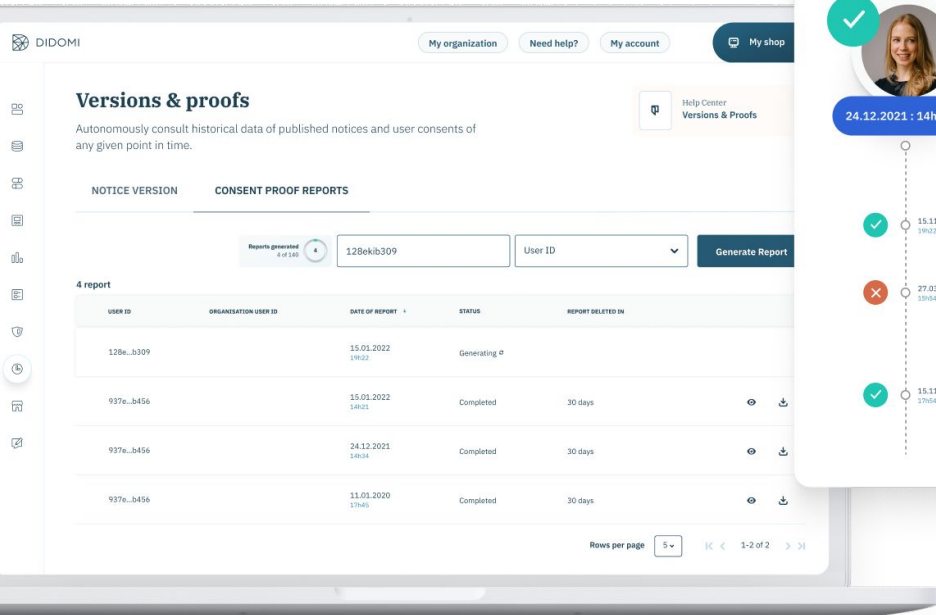
**CCPA**

With your agreement, we and [our partners](#) use cookies or similar technologies to store, access, and process personal data like your visit on this website. You can withdraw your consent or object to data processing based on legitimate interest at any time by clicking on "Learn More" or in our Privacy Policy on this website.

**We and our partners do the following data processing:**  
Personalised ads and content, ad and content measurement, audience insights and product development, Store and/or access information on a device



Multi-régulations,  
modulable grâce au  
géociblage



**Versions & proofs**  
Autonomously consult historical data of published notices and user consents of any given point in time.

My organization    Need help?    My account    My shop

Help Center  
Versions & Proofs

NOTICE VERSION    CONSENT PROOF REPORTS

Reports generated 6 of 140


128ekib309    User ID    Generate Report

4 report

USER ID	ORGANISATION USER ID	DATE OF REPORT	STATUS	REPORT DELETED IN
128e...b309		15.01.2022 19h22	Generating	
937e...b456		15.01.2022 14h22	Completed	30 days
937e...b456		24.12.2021 14h34	Completed	30 days
937e...b456		11.03.2020 17h45	Completed	30 days

Rows per page 5    1-2 of 2

USER ID  
128eb309



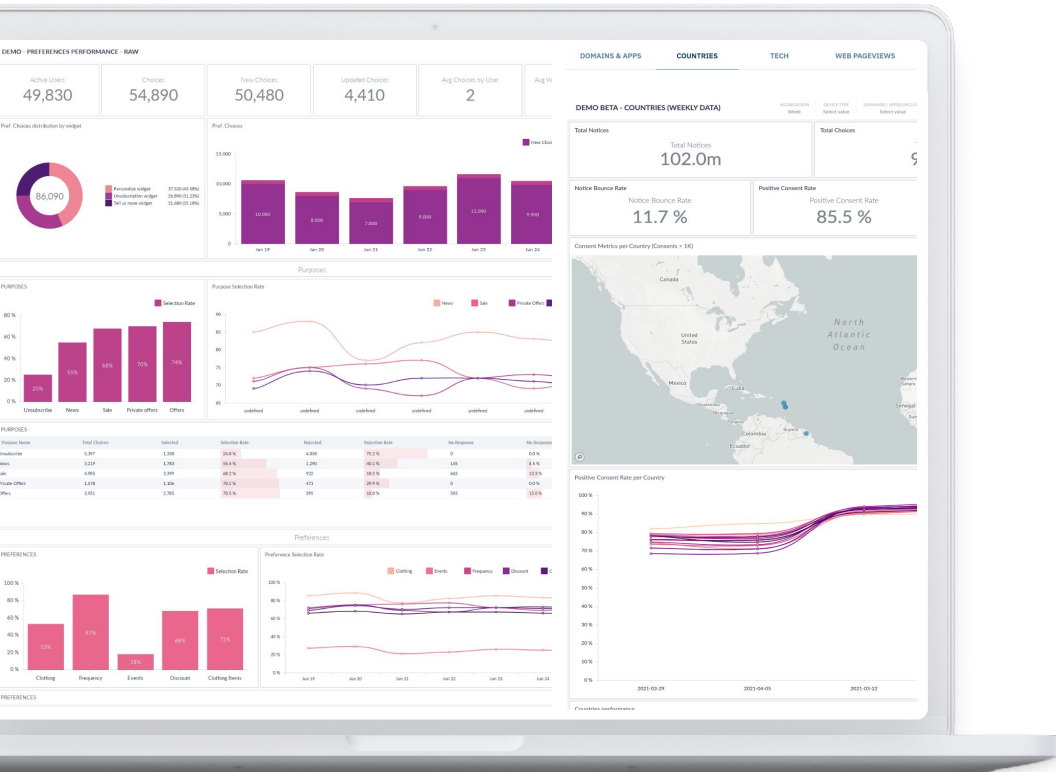
24.12.2021 : 14h34

15.11.2021  
19h22

27.03.2020  
15h04

15.11.2019  
17h54

# Stocker et prouver le consentement



# Suivre et optimiser le consentement

- ✓ Opt-in
- ✓ Opt-out
- ✓ Pas de choix
- ✓ Taux de consentement

# Advivo

## Le fossé entre consentement et performances

## **ADVISO** Adviso : le fossé entre consentement et performances

# 01

**Focus analytique :  
Maximiser les  
consentements**

# 02

**Moins de données  
mais plus qualitatives :  
Baisse des coûts**

# 03

**Plan d'action :  
Se préparer à la suite  
de la loi 25**



## **ADVISO** Adviso : le fossé entre consentement et performances

# 01

**Focus analytique :  
Maximiser les  
consentements**

# 02

**Moins de données  
mais plus qualitatives :  
Baisse des coûts**

# 03

**Plan d'action :  
Se préparer à la suite  
de la loi 25**

# CE QUE NOUS APPREND LE VIEUX CONTINENT

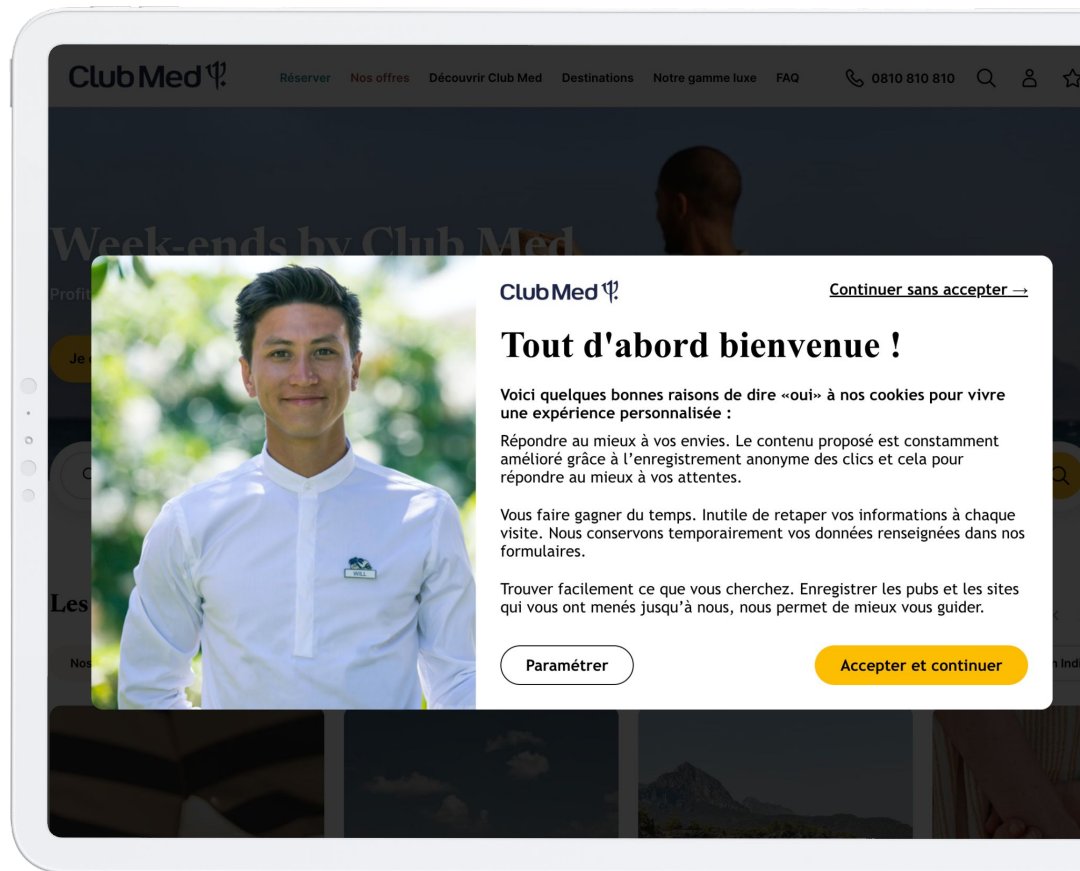
Cinq ans après son application, il existe une **fatigue de consentement** chez les utilisateurs

Seul 1% des utilisateurs définissent des **consentements granulaires**



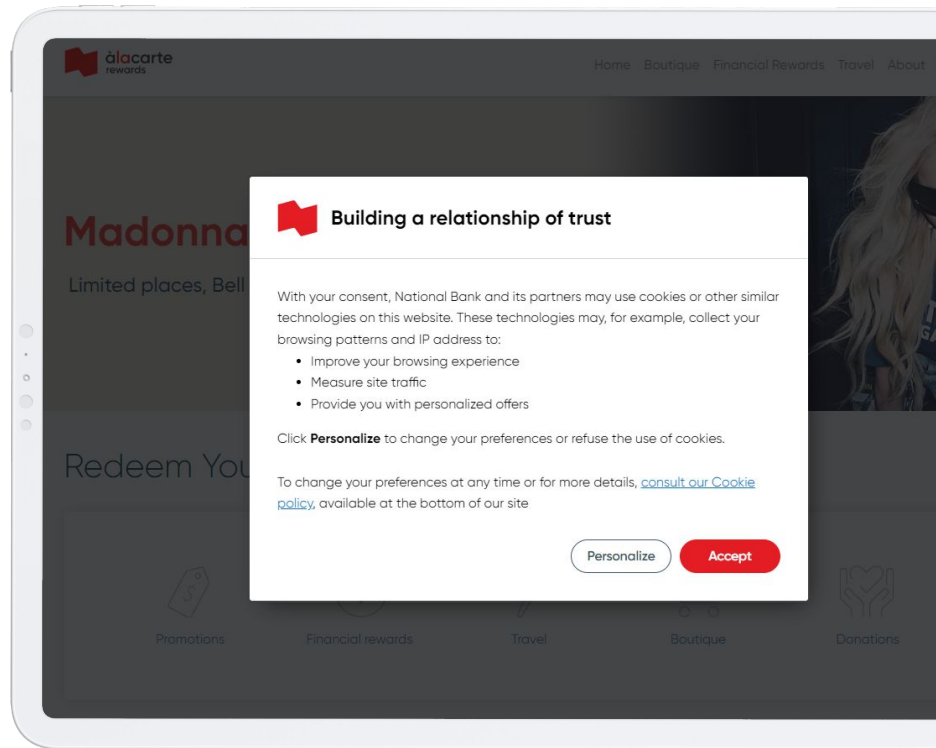
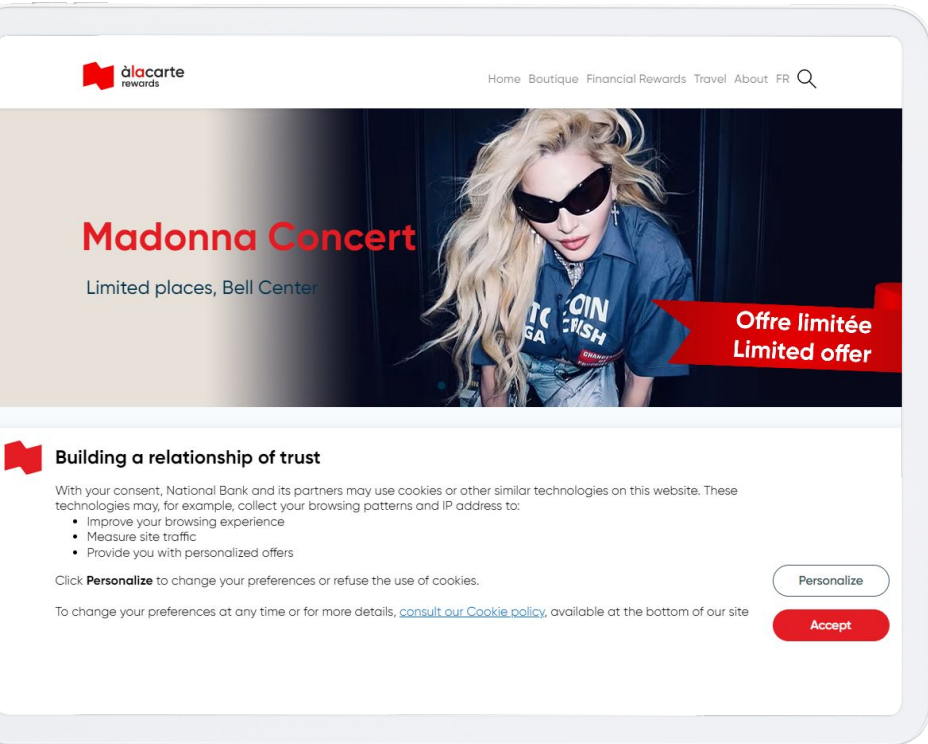
Le taux de consentement est largement influencé par **le UX/UI de la popup\***

# L'IMPORTANCE DE LA PREMIÈRE IMPRESSION



\*Source: Club Med

# L'ACRONYME C.R.O. ÉVOLUE



## **ADVISO** Adviso : le fossé entre consentement et performances

# 01

**Focus analytique :**  
**Maximiser les consentements**

# 02

**Moins de données  
mais plus qualitatives :**  
**Baisse des coûts**

# 03

**Plan d'action :**  
**Se préparer à la suite  
de la loi 25**

**Quand la qualité des données  
prend plus de place  
que la quantité**

# *3-2-1-0*

LE CONSENTEMENT  
ACCÉLÈRE  
LA TRANSITION  
VERS LE 0-PARTY

# 3-2-1-0

LE CONSENTEMENT  
ACCÉLÈRE  
LA TRANSITION  
VERS LE 0-PARTY

## 3rd-party

Données provenant de  
cookies de navigateur  
web utilisés par les  
annonceurs



# 3-2-1-0

LE CONSENTEMENT  
ACCÉLÈRE  
LA TRANSITION  
VERS LE 0-PARTY

## 2nd-party

Données provenant  
de **cookies externes**  
transférés de compagnies  
en compagnies

## 3rd-party

Données provenant de  
**cookies de navigateur**  
**web utilisés par les**  
**annonceurs**

# 3-2-1-0

LE CONSENTEMENT  
ACCÉLÈRE  
LA TRANSITION  
VERS LE 0-PARTY

## 1st-party

Données captées  
via des cookies ou des  
interactions sur votre site

## 2nd-party

Données provenant  
de cookies externes  
transférés de compagnies  
en compagnies

## 3rd-party

Données provenant de  
cookies de navigateur  
web utilisés par les  
annonceurs

# 3-2-1-0

LE CONSENTEMENT  
ACCÉLÈRE  
LA TRANSITION  
VERS LE 0-PARTY

## 0-party

Données que  
le client partage  
**intentionnellement**

## 1st-party

Données captées  
**via des cookies ou des  
interactions sur votre site**

## 2nd-party

Données provenant  
de **cookies externes**  
transférés de compagnies  
en compagnies

## 3rd-party

Données provenant de  
**cookies de navigateur  
web utilisés par les  
annonceurs**

# 3-2-1-0

LE CONSENTEMENT  
ACCÉLÈRE  
LA TRANSITION  
VERS LE 0-PARTY

## Données contrôlées et détenues par vous

### 0-party

Données que  
le client partage  
**intentionnellement**

### 1st-party

Données captées  
**via des cookies ou des  
interactions sur votre site**

### 2nd-party

Données provenant  
de **cookies externes**  
transférés de compagnies  
en compagnies

### 3rd-party

Données provenant de  
**cookies de navigateur  
web utilisés par les  
annonceurs**

# 2024

## Portabilité des données

*Je souhaite supprimer mes données*



### Accédez à vos données

- Je souhaite accéder à mes données
- Je souhaite supprimer mes données
- Je souhaite me désinscrire des communications marketing

Next

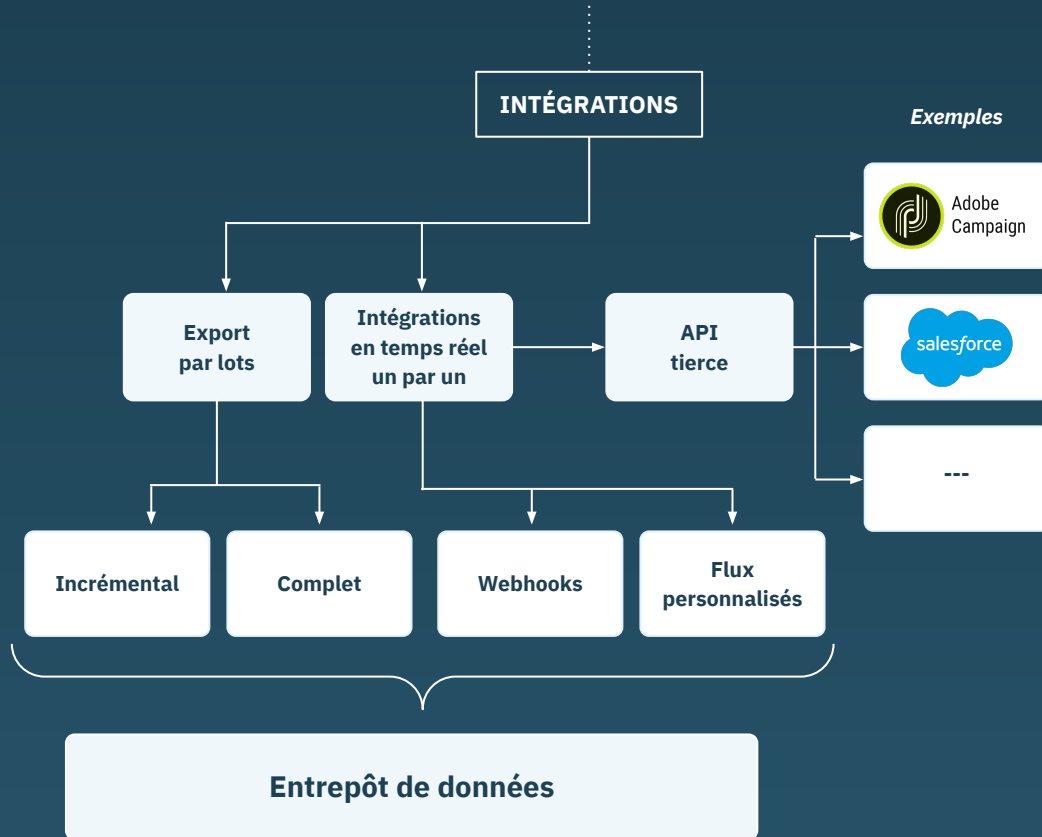
*Je souhaite accéder à mes données*



### Accédez à vos données

- Je souhaite supprimer mes données
- Je souhaite accéder à mes données
- Je souhaite me désinscrire des communications marketing

Next



**VUE CLIENT 360**

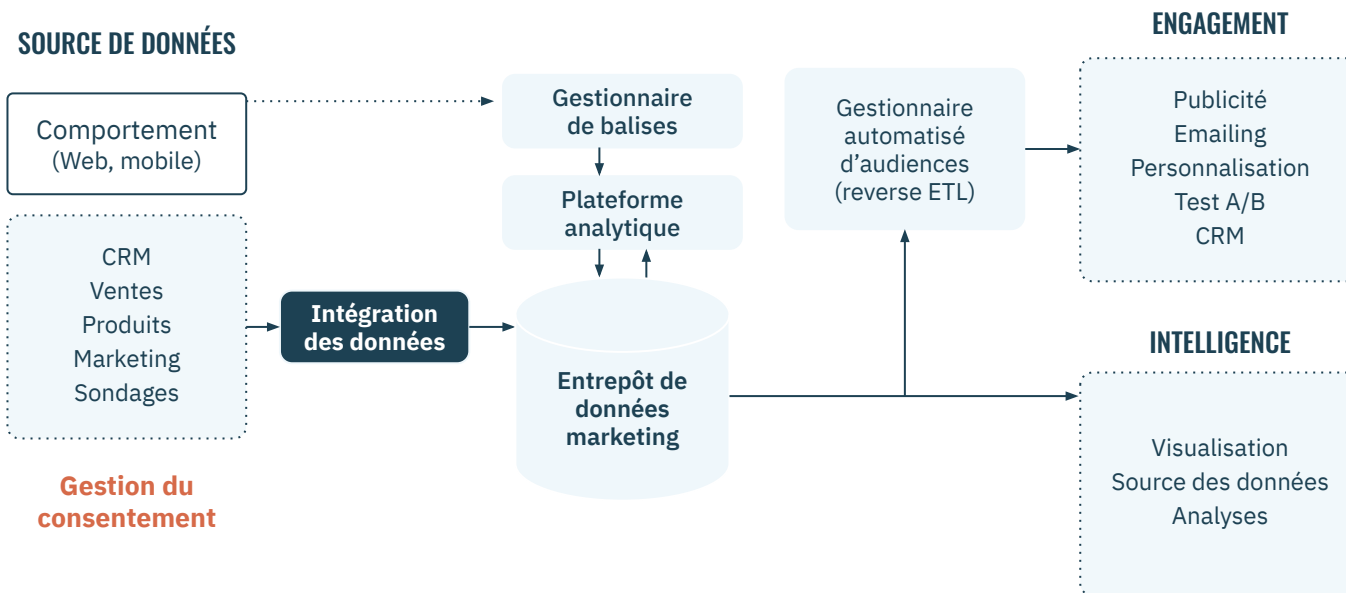
# L'IMPORTANCE D'UNE STRATÉGIE DE DONNÉES



De l'acquisition de données à leur valorisation, les défis et opportunités liés aux données d'affaires sont grandissants.

**Avoir un plan d'affaires est une priorité.**

# LA VISION ORIENTÉE CONSOMMATEUR AVEC RESPECT DE LA VIE PRIVÉE





# LA VISION ORIENTÉE CONSOMMATEUR AVEC RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

Les listes d'audience durables devront être **dynamiques**

Les données 0-party devront être **actionnables  
en temps-réel**, pour le bénéfice des utilisateurs

**Portabilité des données en 2024**

## **ADVISO** Adviso : le fossé entre consentement et performances

# 01

**Focus analytique :**  
**Maximiser les consentements**

# 02

**Moins de données  
mais plus qualitatives :**  
**Baisse des coûts**

# 03

**Plan d'action :**  
**Se préparer à la suite  
de la loi 25**

# FEUILLE DE ROUTE, COURT ET MOYEN TERME



# Rétroplanning

Mai	Juin	Juillet - Août	Septembre
Contractualisation	Implémentation	Réglages et amélioration	Conformité à la loi 25



## Bénéfices d'une implémentation avant Septembre

- Conforme en septembre 2023
- Temps nécessaire à l'implémentation
- Temps nécessaire aux ajustements
- Ne décale pas la feuille de route interne



## Risques d'une implémentation en Septembre

- Bande passante des équipes internes
- Risque de décaler des projets affaires
- Bande passante saturée de l'écosystème PRP\*
- Risque de non-conformité

\* Protection des renseignements personnels

# Ce qu'il faut retenir?



- 1 La protection des renseignements personnels est un **droit fondamental de l'ère numérique**
- 2 Le respect de la vie privée requiert de la **transparence** du traitement des données
- 3 Unifier l'expérience utilisateur et sa vie privée permet d'établir une relation de **confiance et profite aux affaires**



- 1 Une équipe dédiée, un **conseil stratégique** et un accompagnement personnalisé
- 2 Didomi, c'est une solution qui se démarque par la **facilité d'intégration** sur les sites web et applications
- 3 C'est aussi utiliser une **solution de conformité agile et robuste** qui s'adapte aux lois locales et mondiales



- 1 **Stratégie de données**, un incontournable à court-terme
- 2 Maximiser la quantité de **données primaires**, aidé par le CRO\*
- 3 **Gouvernance** et efficacité opérationnelle seront propulsés par un CDP ou système agile équivalent

\* Conversion rate optimization



DIDOMI



BANQUE  
NATIONALE

ADVISO

*Rendez-vous  
le 19 septembre*

