

Règlement Général européen sur la Protection des Données : quels impacts pour la mesure d'audience ?

Aurélie Vanheuverzwyn



Mediametrie

Plan de la présentation



- 1. Qu'est-ce qu'une donnée personnelle ?**
- 2. Le Règlement Général sur la Protection des Données**
- 3. Les grands principes de la mesure d'audience Internet**
- 4. Le RGPD : quels impacts pour Médiamétrie ?**

1

**Qu'est-ce qu'une donnée
personnelle ?**



Qu'est-ce qu'une donnée à caractère personnel ?



« Constitue une donnée à caractère personnel toute information qui permet d'identifier directement ou indirectement ou par recoupement, une personne physique identifiable ».

Il s'agit notamment de :

NOM, PRENOM

N° DE
TELEPHONE

ADRESSE
IP /
DEVICE
ID

COOKIES

ADRESSE POSTALE, EMAIL

ENREGISTREMENT
VOCAL

N° DE
SECURITE
SOCIALE

Que couvre le traitement des données à caractère personnel ?



« Constitue un traitement de données à caractère personnel toute opération ou tout ensemble d'opérations portant sur de telles données, quel que soit le procédé utilisé (...) »

Concrètement, il y a **traitement** de DCP dès lors qu'il y a :

- collecte ou enregistrement,
- adaptation ou modification,
- extraction,
- consultation,
- communication par transmission, diffusion ou toute autre forme de mise à disposition,
- interconnexion de fichiers,
- anonymisation, pseudonymisation,
- ...

2

Le Règlement Général sur la Protection des Données



Les objectifs



Harmoniser au niveau de l'Union européenne l'ensemble des règles nationales existantes relatives à la protection des données

Renforcer la responsabilité des organismes traitant des Données à Caractère Personnel

Rendre à l'individu la propriété de ces DCP

Les grands principes



Transparence

Objectif : renforcer le lien de confiance entre les individus et les organismes qui traitent des DCP en les engageant à être plus transparents sur l'usage de ces données.



Protection

Objectif : garantir aux individus la confidentialité, l'intégrité, la disponibilité et la traçabilité de leurs DCP pendant la durée du traitement.



Privacy by design

Objectif : intégrer les principes liés à la protection des DCP dans tous les traitements dès leur conception et pendant toute la durée du traitement.

3

Les grands principes de la mesure d'audience Internet



Deux types de dispositifs de mesure



Dispositifs « user-centric »



Suivi du comportement d'audience des individus sur l'ensemble de leurs appareils

Basés sur des panels d'individus

Connexions mesurées à l'aide de logiciels installés sur les ordinateurs, téléphones mobiles ou tablettes des panélistes et qui renvoient l'information sur les serveurs de Médiamétrie

Dispositifs « site-centric »



Insertion de tags sur les sites et applications des clients souscripteurs

Comptage exhaustif du nombre de visites, de pages vues et de la durée de connexion

Dispositifs « user-centric »



La participation aux dispositifs de mesure user-centric se matérialise par la signature d'une convention entre Médiamétrie et ses panélistes.

Engagements de Médiamétrie :

- collecter les données d'usage des panélistes à des fins purement statistiques,
- ne jamais divulguer l'identité de ses panélistes à un tiers à des fins publicitaires ou commerciales,
- prendre toutes précautions utiles pour préserver la sécurité des données collectées et, notamment, empêcher qu'elles soient déformées, endommagées, ou que des tiers non autorisés y aient accès.

Dispositifs « user-centric »



Engagements des panélistes :

- préserver la confidentialité concernant leur participation à l'étude ainsi que les modalités de leur participation,
- installer le logiciel de mesure, à s'identifier le cas échéant, à informer Médiamétrie en cas de changement de situation et à accepter d'être contacté par Médiamétrie.

Une fois la convention signée, les panélistes autorisent Médiamétrie à avoir accès à l'ensemble de leurs données d'usage Internet, y compris leurs connexions en HTTPS et leur adresse IP.

Les dispositifs user-centric fournissent une vision globale des usages Internet, mais comme toute enquête par sondage, des marges d'erreur sont associées aux résultats.

Dispositifs « site-centric »



Qu'est-ce qu'un tag ?

Dans le domaine de l'analyse du Web, un tag, ou marqueur en français, est un élément introduit dans chacun des contenus à mesurer, afin d'en comptabiliser leur diffusion. Le contenu peut être une page, une application, un podcast ou même un contenu audio ou vidéo.

Il s'agit d'une ligne de programme insérée dans le code source du contenu. Il permet de générer un journal de connexions sur le serveur de l'outil de mesure tiers à chaque fois que le contenu est consulté.

Il permet donc un comptage exhaustif des connexions sur les contenus marqués.

Exemple :

```
<script language="javascript"><!--var _PJS=0/--></script><script language="javascript" src="http://prof.estat.com/js/08619.js"></script><SCRIPT LANGUAGE="JavaScript">
<!--
if(_PJS) {
    eStat_id.serial("08619");
    //eStat_id.master("");
    eStat_id.gp_pg_mq("accueil");
    eStat_id.pg_mq("accueil");
    eStat_tag.post("m");
}
//-->
</SCRIPT>
```

Dispositifs « site-centric »



Médiamétrie, Mesure d'...

Non sécurisé | www.mediametrie.fr

version mobile | english version

Rechercher

Espace membres

Espace journalistes

Mieux connaître Médiamétrie

Le fil d'infos

- 10/02 TV R600 RET CRE COOP (PROG) CORP ETV
- 15/02 Meet the Eurodata Team at Cannes!
- 12/02 L'audience de la télévision du 5 au 11 février 2018
- 08/02 Prochains résultats Médiamat Thématic
- 06/02 Le mobile de plus en plus sollicité pour préparer les achats, y compris en magasin.
- 05/02 L'audience de la télévision du 29 janvier au 4 février 2018
- 31/01 La Fiction Française plus en forme que jamais : 95 créations françaises dans le top 100 des fictions en 2017
- 31/01 Audience Internet Global en France
- 29/01 L'audience de la télévision du 22 au 28 janvier 2018

Tous les communiqués

Les solutions Médiamétrie

- NoTa Kids
- Audience TV en Côte d'Ivoire
- Public des Salles

L'agenda

- 13 FEV Kidscreen Summit 2018
- 20 FEV ENSAI: Statistical disclosure control for official statistics
- 26 FEV DISCOP Dubai
- 16 MAR Les rencontres de l'UDECAM: 11ème édition
- 09 AVR I-COM Data Science Hackathon
- 09 AVR I-COM Global Summit
- 22 MAR FNEGE : Management Week 2018

© 2009 Médiamétrie | Contact | Plan de site | Mentions légales | CGU | COV | Cookies | Crédits

Eurodata TV Audience MédiaLounge

Elements Console Sources Network Performance Memory Application Security Audits

Filter

50 ms 100 ms 150 ms 200 ms 250 ms

Name	Status	Type	Initiator	Size	Time	Waterfall	200.00 ms
menu.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
InfoBulle.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
swfobject.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
TitleToFlash.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
cufo.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
cufo_DIN.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
lib.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
jquery.min.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
jquery.cookie.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
jquery-1.3.2.min.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
jquery-1.7.1.trab.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
08619.js	200	script	(js:da)	(from me...)	0 ms		
http://prof.estat.com/js/08619.js							

12 / 73 requests | 0 B / 164 KB transferred | Finish: 520 ms | DOMContentLoaded: 519 ms | Load: 525 ms



Dispositifs « site-centric »

Quelles informations un tag enregistre-t-il ?

- Adresse IP et donc, par croisement avec des bases de données de géolocalisation, le pays, la région, la ville voire même la latitude/longitude
- User Agent et donc le type d'appareil utilisé (ordinateur, téléphone mobile, tablette, ...) et même la marque et le modèle
- Cookie (si accepté par le navigateur)

Les dispositifs de mesure site-centric fournissent un comptage exhaustif des visites et pages vues mais pour les seuls sites souscripteurs.

Ils offrent une vision technique plus qu'individuelle des usages, qui peut notamment inclure du trafic non humain (robots).

4

Le RGPD : quels impacts pour Médiamétrie ?



Impacts du RGPD pour la mesure d'audience d'Internet



Dispositifs « user-centric » :

- Quelques modifications de la convention sont nécessaires
- Taux de chute estimé à 5% du panel du fait de la nécessité de faire signer aux panélistes une nouvelle convention

Dispositifs « site-centric » :

- Création of d'une page web d'“opt-out” : possibilité pour tout individu de s'opposer au traitement de ses données
- Estimation du taux d'opt-out < 0,05% (source : GESTE, Groupement des éditeurs de contenus et de services en ligne)

Quelque soit le dispositif :

- La durée de conservation des DCP doit être spécifiée et limitée au strict besoin du traitement



Projet de Règlement européen relatif au respect de la vie privée et à la protection des données à caractère personnel dans les communications électroniques actuellement en cours de discussion au Parlement Européen

Principale disposition : possibilité pour les Internautes de centraliser leurs préférences en matière de cookies directement au niveau de leur navigateur

Une exception pour la mesure d'audience ?

Le RGPD à Médiamétrie : les grands chantiers



Traçabilité des DCP

Disposer d'une cartographie des DCP

Protection des DCP

Définir et mettre en œuvre les actions d'amélioration nécessaires à la protection des DCP

Gestion des DCP

Définir et harmoniser la durée de conservation, le mode de suppression,...

Communication

Sensibiliser les collaborateurs aux enjeux des DCP

Le RGPD à Médiamétrie



Environ **2 ans** de travail pour être prêts de 25 mai 2018

Coût global pour Médiamétrie estimé à **1 million d'euros** (soit 1% du CA)

Merci pour votre attention

