



VOS ACTIVITÉS • MARS 2021

# Un seul bouton de désinscription pour toutes mes communications marketing?

## Ce que vous devez savoir.

Si, en tant qu'entreprise, vous envoyez des communications marketing (direct) à des clients, ceux-ci ont le droit de s'opposer à tout moment au traitement de leurs données à caractère personnel à ces fins (article 21.2 di RGPD). Si un client exerce son droit d'opposition, vous devez immédiatement cesser les communications marketing (article 21.3 RGPD). Le RGPD accorde aux personnes concernées un droit de retrait absolu.

De nombreuses entreprises utilisent différents moyens de communication (courrier, e-mail, SMS, téléphone). Dans ce cas, il ne suffit pas que vous prévoyiez (uniquement) une possibilité de désinscription *granulaire* par moyen de communication (par exemple, un lien de désinscription au bas des mailings, un sms "STOP"). Les personnes concernées doivent toujours disposer d'une option de désinscription *consolidée* afin de pouvoir refuser toutes les communications marketing.

En outre, le moyen de communication mis à disposition à cette fin doit être proportionné aux moyens utilisés par votre entreprise pour communiquer avec les personnes concernées: si votre déclaration de confidentialité est communiquée via le site web et/ou si vous envoyez des communications marketing par voie numérique, les personnes concernées doivent également pouvoir se désinscrire en ligne. Vous ne pouvez donc pas imposer les personnes concernées à contacter le service clientèle ou exiger qu'ils se rendent dans l'un de vos points de vente à cet effet.

Tout cela découle de l'article 12.2 du RGPD qui stipule que vous devez, en tant qu'entreprise, faciliter l'exercice des droits conférés des personnes concernées ([APD](#) [*actuellement uniquement disponible en néerlandais – traduction en cours*]).

## Ce que vous devez faire.

Assurez-vous que *toutes* les communications marketing prévoient une option de désinscription. Cela vaut également pour les dépliants par courrier (qui peuvent faire référence à un lien ou à une adresse électronique) et les messages téléphoniques (lorsque la question peut être posée verbalement comme faisant partie du script).

Lorsqu'un client se désinscrit via un moyen de communication (par exemple les mailings), il/elle devrait en principe être désinscrit(e) de toutes les communications marketing. Si vous voulez éviter cela, il est recommandé de proposer une option de désinscription à la fois consolidée et granulaire, afin que le client ait toujours le choix. En plus de l'option de désinscription par type de marketing, vous pouvez également fournir un bouton de désinscription général via le portail client de votre site web. Vous pouvez aussi insérer dans les mailings une distinction entre un bouton général « Je me désinscris de toutes les communications » et un bouton « J'adapte mes préférences de communication ».

Dans tous les cas, assurez-vous qu'il soit suffisamment clair pour les personnes concernées comment elles peuvent se désinscrire. Détaillez cela dans votre déclaration de confidentialité et indiquez un lien dans toutes les communications marketing.