

Signataire de la charte de déontologie du DPO, Majorel poursuit une démarche volontariste de protection des données personnelles

Majorel est signataire de la charte de déontologie du DPO, matérialisant ainsi son engagement éthique fort en matière de traitement des données à caractère personnel. Créée à l'initiative de l'AFCDP (association française des correspondants à la protection des données à caractère personnel), la charte de déontologie du DPO formule des règles de conduite rigoureuses auxquelles Majorel adhère pleinement.

Paris, le 10 juin 2020 - Majorel, acteur global majeur de l'expérience client (CX) externalisée pour les plus grandes marques au monde, est signataire de la charte de déontologie du DPO. L'approche de Majorel est fondée sur des solutions combinant intelligemment l'humain, la data et la technologie, pour sans cesse améliorer les parcours et expériences des consommateurs et assurer une excellence opérationnelle homogène. Ainsi, par nature, alors que la gestion de la relation client est de plus en plus complexe à opérer, Majorel est au contact quotidien d'un volume important de données. Il s'agit non seulement de ses propres données, mais également des données de ses clients et des clients de ses clients. Ces données personnelles relèvent d'un cadre réglementaire spécifique, le règlement général sur la protection des données (RGPD).

Une garantie de qualité des actions de conformité RGPD

Au sein des entreprises, une fonction clé est chargée de veiller aux règles énoncées par le RGPD : le DPO (Data Protection Officer), désigné auprès de la CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés), il coordonne l'ensemble des actions de mise en conformité avec le RGPD encadrées par les préconisations de l'organisme de contrôle. La CNIL cite notamment trois conditions nécessaires au plein exercice de sa mission : disposer de compétences spécifiques, de moyens d'action suffisants et être en capacité d'agir en toute indépendance.

En signant la [charte de déontologie du DPO de l'AFCDP](#), l'association de référence des professionnels de la protection des données personnelles, qui rassemble plus de 5000 adhérents, Majorel confirme et renforce son engagement en matière de pratiques de protection des données personnelles. « *C'est un signe fort que l'on envoie à la fois à nos équipes et à nos clients. C'est non seulement un acte déontologique, mais aussi une garantie de qualité quant aux actions de conformité RGPD que nous menons* », explique Amélie Saïdi, DPO de Majorel.

La déontologie au cœur de la conformité RGPD

Sur près d'une vingtaine de pages, la charte de déontologie du DPO formule les règles de conduite éthiques que le délégué à la protection des données personnelles doit respecter. Il s'engage notamment à agir, en toutes circonstances, de manière loyale, honnête, impartiale et indépendante. « *Il s'agit de s'assurer que le DPO est en mesure de réaliser sa mission en toute neutralité sans être soumis aux enjeux commerciaux de l'entreprise* », souligne Amélie Saïdi. Un article de la charte stipule

ainsi que « dans son rôle de délégué à la protection des données, le DPO n'a aucun compte à rendre à un supérieur hiérarchique. Il dispose d'une liberté organisationnelle et décisionnelle dans le cadre de sa mission. Il agit de manière indépendante, ne reçoit aucune instruction dans l'exercice de sa fonction et arrête seul les décisions s'y rapportant. » C'est certainement une des seules fonctions dans les entreprises où peut être affirmée cette indépendance organisationnelle. Le document précise qu'agir en toute liberté ne signifie pas agir sans concertation.

La charte est signée par le DPO, mais aussi par le représentant légal de l'entreprise. Elle engage ainsi toute l'organisation. Cette démarche volontaire souligne l'importance accordée par Majorel aux données personnelles de ses collaborateurs comme à celles de ses clients.

A propos de Majorel

Majorel conçoit et met en œuvre des expériences client personnalisées pour les plus grandes marques au monde et accompagne ainsi les consommateurs à chaque instant sur l'ensemble du cycle de vie du client et sur tous les canaux. Alors que la gestion de la relation client est de plus en plus complexe à opérer, Majorel est déterminé à combiner intelligemment le talent, la data et la technologie afin de répondre aux besoins de simplicité, de fluidité et de relations plus humaines exprimés par les consommateurs. Et ainsi leur permettre de vivre une véritable expérience de marque. Majorel réalise un chiffre d'affaires annuel de 1,2 milliard d'euros et compte plus de 500 clients dans le monde issus de nombreux secteurs. Nos 50 000 collaborateurs parlant 36 langues et présents dans 29 pays en Europe, au Moyen-Orient, en Afrique, en Amérique et en Asie sont déterminés à se dépasser.

Plus d'informations sur <https://fr.majorel.com/>

Contact Presse

Grégory KRUMM

Directeur de la communication

gregory.krumm@majorel.biz