



Convention de l'Alliance SwissPass (C500), annexe 16 :

Réglementation sur l'utilisation des données dans l'Alliance SwissPass (RUD)

Version 3.0, 01.07.2023

Table des matières

1	Dispositions d'exécution	8
1.1	Contenu et structure	8
1.2	Bases légales et promesse à la clientèle	9
1.3	Base de données commune et responsabilité en matière de protection des données	10
1.4	Objectif et fondement	10
1.5	Champ d'application	10
1.6	Responsabilité et suivi	11
1.7	Contrôles	11
2	Coresponsabilité des bases de données communes en matière de protection des données	11
2.1	Domaines de la coresponsabilité de la base de données commune	12
2.2	Compétences en matière de coresponsabilité de la base de données commune	13
Partie I : utilisation personnalisée des données		14
3	Champ d'application	14
3.1	Données concernées	14
4	Conditions fondamentales de l'utilisation des données	17
4.1	Respect de la DCPD	17
4.2	Autorisations et permission TP	17
4.2.1	Importance générale des états de fait d'autorisation et exigences en vigueur	17
4.2.2	Exigences liées à l'obtention de la permission TP	18
4.2.3	Désinscription / révocation	19
4.2.4	Livraison des données personnelles et des justificatifs de consentement dans la base de données	20
4.2.5	Permission de marketing d'ET et de communautés	21

4.2.6	Pas de révocation (justifiée) ni de retrait de la permission	21
5	Conditions d'utilisation : droits et restrictions	22
5.1	Premier pilier : utilisation des données par l'intermediare	24
5.1.1	Entreprises de transport	24
5.1.2	Communautés	25
5.1.3	Tiers	25
5.2	Deuxième pilier : utilisation des données par les communautés et les mandataires	26
5.2.1	Communautés	26
5.2.2	Mandataire du SDN	26
5.2.3	Organe de gestion de l'Alliance SwissPass	28
5.3	Troisième pilier : utilisation élargie des données	29
5.3.1	Utilisation élargie pour Entreprises de transport	29
5.3.2	Utilisation élargie des données pour les communautés et le mandataire du SDN	30
5.3.3	Exclusion des données d'abonnement du SDN pour les sélections de communautés	31
5.3.4	Demande d'utilisation élargie des données des assortiments du SDN	31
5.3.5	Dispositions particulières sur la désinscription (opt-out)	32
	Partie II: utilisation anonymisée/agrégée des données	33
6	Champ d'application	33
6.1	Données concernées	33
6.2	Définition des analyses anonymisées et agrégées	34
6.2.1	Anonymisation	34
6.2.2	Agrégation	35
7	Conditions fondamentales de l'utilisation des données	35
7.1	Respect de la DCPD	35
7.2	Transparence dans les CG relatives à la billetterie automatique	35

7.3	Livraison des données personnelles et des justificatifs de consentement dans les bases de données	35
8	Conditions d'utilisation : droits et restrictions	36
8.1	Processus de validation pour les analyses avec référence à l'intermédiaire	37
8.1.1	Propriétaire de données	38
8.2	Analyses sans référence à l'intermédiaire	39
8.3	Compétences et processus d'anonymisation des données	39
9	Annexes	40
9.1	Conditions pour les opérations de traitement de données effectuées sur mandat par le mandataire du SDN	40
9.2	Explication de la permission TP en six étapes	41
9.3	Contenus possibles du traitement de données selon le chapitre 4 (exemples d'application)	42
9.4	Contenus possibles du traitement des données selon le chapitre 8 de la partie II (exemples d'application)	45

Glossaire

ADT	Abonnement demi-tarif selon le Tarif 654.
AG	Abonnement général selon le Tarif 654.
Alliance SwissPass	Branche des transports publics (association regroupant 250 entreprises de transport et 18 communautés) qui s'engage en faveur de réglementations tarifaires harmonisées, compréhensibles et rentables, de solutions de vente modernes et attrayantes ainsi que d'assortiments et de systèmes d'information orientés clientèle.
Assortiment NOVA	Titres de transport (et produits) enregistrés et disponibles sur la plateforme NOVA.
Billetterie automatique	La billetterie automatique permet aux voyageurs d'emprunter les transports publics sans acheter de titre de transport au préalable. L'utilisation des moyens de transport est relevée par une procédure de d'enregistrement et de déconnexion avant et après chaque course (<i>check-in/check-out</i>). Sur cette base, le système de billetterie automatique peut déterminer les tronçons parcourus et calculer le prix correspondant, qui est finalement imputé au client par un canal de paiement prédéfini.
Branche (des transports publics)	Terme générique désignant les entreprises de transport, le Service direct national et les communautés tarifaires et de trafic suisses.
Communauté(s)	Service direct régional ; communautés tarifaires et de trafic selon Tarifs 651.xx.
CASA	CASA (Consulting and Sales Application) est l'application de conseil et de vente de la majorité des entreprises de transport pour les POS desservis. Certaines de ces entreprises utilisent d'autres applications de vente dans les centres voyageurs.
CAPRE	CAPRE (CAPacity and REservation) est l'outil de gestion de la branche des transports publics pour les voyages en groupe.
DCPD	Déclaration commune de protection des données de l'Alliance SwissPass (RW 801).
données (de) clients	Indications sur les clientes et clients (p. ex. nom, adresse, date de naissance) enregistrées dans les bases de données communes des transports publics lors de la vente de titres de transport nominatifs.

données de prestations	Indications sur les titres de transport nominatifs achetés par les clientes et clients, qui sont enregistrées dans les bases de données communes des transports publics (p. ex. type d'abonnement, date de vente, point de vente).
ET	Entreprise(s) de transport.
Intermédiaire	Organisation qui vend des assortiments NOVA pour le compte d'une ou de plusieurs entreprises de transport fournissant des prestations. Il peut s'agir des entreprises de transport au bénéfice d'une concession de l'OFT, des gestionnaires d'une infrastructure ferroviaire, des communautés tarifaires et de transport suisse ainsi que des tiers rattachés à NOVA.
KoM	Commission Marché de l'Alliance SwissPass.
LPD	Loi fédérale sur la protection des données (loi suisse sur la protection des données).
Mandataire	Organisation mandatée qui représente les intérêts du propriétaire du tarif vis-à-vis de tiers.
NOVA	Plateforme nationale de vente. Sigle allemand: «Netzweite ÖV-Anbindung».
Opt-in	Consentement de la clientèle (souvent à des fins de marketing) donné volontairement, uniquement dans un cas particulier (c.-à-d. pas de façon générale), de manière informée et ne laissant place à aucune confusion, prenant la forme d'une déclaration ou exprimée par une autre action univoque.
Permission TP	Consentement de la clientèle à être contactée par courrier ou par e-mail à des fins promotionnelles devant être recueilli par toutes les sociétés intermédiaires lors de la vente de titres de transport nominatifs du Service direct national et des communautés.
Propriétaire de tarif	Instance exerçant la souveraineté tarifaire (SDN, communautés, ET).
RGPD	Règlement général sur la protection des données de l'Union européenne.
RUD	Réglementation sur l'utilisation des données dans l'Alliance SwissPass (le présent document).
SAV	Le service après-vente (SAV) comprend des prestations telles que l'échange, l'annulation et le remboursement de titres de transport, le traitement de demandes des clients, la fourniture de renseignements et les droits des passagers.

Service direct	Service direct selon article 16 LTV et OTV.
Service direct national (SDN)	Relations au-delà des communautés et relations dans des régions sans communautés. Abréviations : SD national, SDN.
Tiers	Organisations rattachées à la plateforme NOVA et distribuant l'assortiment NOVA, mais qui ne sont ni des entreprises de transport au bénéfice d'une concession octroyée par l'Office fédéral des transports (OFT), ni des gestionnaires d'une infrastructure ferroviaire, ni des communautés tarifaires et/ou communautés de transport suisses.
TKID	Identification technique du client (<i>Technische Kunden-Identifikation</i>) servant à identifier les clients dans NOVA de façon univoque.
TP	Transports publics du trafic voyageurs dans le Service direct national et les communautés.
Vente « client non-enregistré »	Vente nominative de prestations n'étant pas reliées à un profil de client (données de clients enregistrées dans NOVA) sur un canal en ligne (vente sans connexion du client).
Données personnelles	Toutes les informations qui se rapportent à une personne physique identifiée ou identifiable. Les données de clients et de prestations sont généralement considérées comme des données personnelles.
ReSys	ReSys est le système d'inventaire pour les réservations dans les trains touristiques.
distributeur	Vente de l'assortiment NOVA par les entreprises de transport/communautés fournissant des prestations en leur propre nom et pour leur propre compte.

1 Dispositions d'exécution

1.1 Contenu et structure

Les dispositions de la réglementation sur l'utilisation des données dans l'Alliance SwissPass (RUD) comprennent des directives sur le traitement des données de la clientèle, enregistrées dans les bases de données communes des transports publics (cf. chapitre 2.1). La RUD s'applique aux entreprises de transports publics (ET) et aux communautés tarifaires et de transport (ci-après « communautés ») qui font partie de l'Alliance SwissPass, ainsi qu'aux tiers qui distribuent l'assortiment des transports publics.

Les deux premiers chapitres de la RUD constituent une entrée en matière. Ils décrivent notamment les bases juridiques, le champ d'application ainsi que la coresponsabilité en lien avec les bases de données communes. La partie principale s'articule autour de deux parties.

- La partie I porte sur l'utilisation des données de clients à des fins de marketing, d'études de marché et d'informations personnalisées.
- La partie II a pour objet la mise au point des tarifs et de l'offre des transports publics grâce à des analyses anonymisées et agrégées des données générées par la clientèle.

La première partie de la RUD se compose de cinq chapitres. Après l'introduction du chapitre 1, le chapitre 2 se consacre à la coresponsabilité de la protection des données quant aux bases de données communes des transports publics. Le chapitre 3 décrit le champ d'application et les données concernées par la partie I. Le chapitre 4 définit les conditions fondamentales de l'utilisation des données selon le chapitre 5. Ce dernier 5 se compose de trois piliers, chacun d'entre eux portant sur un domaine réglementé. L'ordre des trois piliers n'est pas hiérarchique, mais a été défini selon leur fréquence d'utilisation supposée.



Intermédiaire

- Traitement des données tirées de la vente des assortiments des TP (SDN, communautés) par l'intermédiaire (ET, communauté, tiers)

Communautés et mandataires

La partie II se compose également de trois chapitres et régit l'objectif de mise au point des tarifs et de l'offre des transports publics grâce à des analyses anonymisées et agrégées des données générées par la clientèle. Le chapitre 6 définit le champ d'application et le chapitre 7 expose les conditions fondamentales de l'utilisation des données. Enfin, les conditions d'utilisation sont décrites au chapitre 8. Les trois piliers susmentionnés sont également repris et appliqués dans la partie II.

1.2 Bases légales et promesse à la clientèle

Pour traiter des données personnelles, les entreprises suisses sont tenues d'observer diverses bases légales cantonales, nationales et européennes, qui s'appliquent différemment selon les opérations effectuées et les domaines d'activité. Le Règlement général sur la protection des données de l'Union européenne (RGPD) vaut par exemple pour de nombreuses entreprises suisses bien qu'elles n'aient pas de filiale dans l'UE. Le respect des différentes normes légales est fondamental afin d'éviter toute conséquence juridique préjudiciable. La présente réglementation se fonde sur ces prescriptions et fournit une large contribution à l'observation des exigences relatives à la protection des données.

En outre, dans ce domaine sensible, un autre élément indispensable pour les entreprises de transport (ET) et les communautés est d'avoir la confiance de la clientèle. Le potentiel économique des données ne peut être exploité de manière optimale sur le long terme que si les clients jugent les opérations de traitement de leurs données dignes de confiance. Afin de renforcer durablement cette confiance, la branche a convenu de faire une « promesse à la clientèle ». Celle-ci est apparue dans les déclarations de protection des données des ET, des communautés et des tiers par le biais de la « Déclaration commune de protection des données » (DCPD) de l'Alliance SwissPass (RW 801). Elle comporte les principes suivants adressés à la clientèle :

En tant qu'entreprises des transports publics, nous accordons la plus grande importance à la protection de votre personnalité et de votre sphère privée. Nous vous garantissons un traitement conforme à la loi de vos données personnelles en vertu des dispositions légales en vigueur. Les entreprises des transports publics affirment leur engagement pour la confidentialité de vos données en appliquant les principes ci-après.

Vous décidez vous-même du traitement de vos données personnelles.

Dans les limites autorisées par la loi, vous pouvez à tout moment choisir le traitement de vos données, retirer votre consentement ou faire supprimer vos données. Vous avez toujours la possibilité de voyager anonymement, c'est-à-dire sans saisir vos données personnelles.

En traitant vos données, nous vous offrons une valeur ajoutée.

Les entreprises des transports publics n'utilisent vos données personnelles que dans le cadre de la réalisation des prestations et pour vous offrir une valeur ajoutée le long de la chaîne de mobilité (p. ex. offres sur mesure, informations, assistance ou dédommagement en cas de perturbation). Ainsi, nous recourons à vos données exclusivement pour développer, fournir, optimiser et exploiter nos prestations ou pour gérer les relations clientèle.

Vos données ne sont pas vendues.

Vos données sont diffusées exclusivement auprès de tiers sélectionnés et mentionnés dans la présente déclaration de protection des données et ne le sont qu'aux fins explicitement citées. Si nous confions à des tiers le traitement des données, ceux-ci sont tenus de respecter nos exigences en matière de protection des données.

Nous vous garantissons la sécurité et la protection de vos données.

Les entreprises des transports publics s'engagent à prendre soin des données clients et à garantir la sécurité et la protection de celles-ci. Nous veillons aux mesures organisationnelles et techniques requises.

La promesse à la clientèle importe à la RUD dans la mesure où les principes qui en sont tirés s'y appliquent sans restriction et doivent être respectés lors du traitement des données personnelles.

1.3 Base de données commune et responsabilité en matière de protection des données

Les ET et les communautés sont légalement tenues de fournir les services directs. Afin qu'elles remplissent cette obligation et collaborent efficacement, des données issues de la vente nominative et non nominative de prestations sont enregistrées dans des bases de données communes.

L'utilisation et l'étendue de NOVA sont régies par différentes prescriptions élaborées conjointement par les ET et les communautés, à savoir par les conditions d'utilisation de NOVA (annexe 12 à la C500, version 2.6 du 1er janvier 2023).

En matière de protection des données, les ET et les communautés sont coresponsables dans une certaine mesure de ces bases de données et de l'utilisation des données qui y figurent. Il en résulte également une interdépendance. Les ET et les communautés dépendent dans une large mesure les unes des autres pour que le traitement des données personnelles de la clientèle soit légalement correct et digne de confiance. Les tiers ne constituent pas des coresponsables. Ils sont considérés comme des responsables indépendants en matière de protection des données.

1.4 Objectif et fondement

Dans ce contexte, il est indispensable, pour des raisons juridiques et économiques, de fixer des règles régissant l'utilisation des données de la clientèle issues des bases de données communes. La DCPD constitue un ensemble de règles essentielles permettant aux acteurs des transports publics de répondre à cette préoccupation. Elle vise à satisfaire aux obligations d'informer relatives à la protection des données et à garantir que les opérations de traitement des données personnelles soient transparentes pour la clientèle. Se fondant sur ce document, la « Réglementation sur l'utilisation des données dans l'Alliance SwissPass » (RUD) vient souligner la coresponsabilité relative aux bases de données communes, appuyer les principales opérations de traitement, comme le marketing et l'utilisation anonymisée des données, sur une base juridique sûre et clarifier les règles d'utilisation des bases de données communes, compte tenu de la présente réglementation, ou les adapte à l'évolution actuelle du droit.

1.5 Champ d'application

La RUD ne peut pas et ne cherche pas à réglementer toutes les opérations de traitement de données personnelles effectués par les ET et les communautés. Le champ d'application se fonde davantage sur la coresponsabilité relative aux données personnelles et aux bases de données. Les dispositions de la présente réglementation s'appliquent par conséquent uniquement aux opérations de traitement des données décrites aux chapitres correspondants et issues des bases de données communes des transports publics (voir chapitre 2.1). Elles se limitent aux domaines qui ne sont pas déjà réglementés par des tarifs ou des dispositions légales. Ainsi, par exemple, l'utilisation des données pour lutter contre les abus ne fait pas l'objet de la RUD, de même que les accès ponctuels aux données via des systèmes requis dans le contact direct avec la clientèle, tels que CASA.



1.6 Responsabilité et suivi

Le développement de la RUD fait partie du mandat partiel du SDN « Marketing ». Le titulaire de ce dernier en est donc responsable. Incombent à l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass les tâches définies dans le « Cahier des charges des mandats de l'Alliance SwissPass » (annexe 11 à la C500, version 2.6), soit le contrôle de gestion relatif aux coûts, à la qualité et à l'exercice des activités sur la RUD.

Les modifications de la RUD requièrent l'accord du Conseil stratégique de l'Alliance SwissPass. Les modifications acceptées, à l'exception des adaptations purement rédactionnelles, sont communiquées par écrit (p. ex. par courrier, par e-mail ou par newsletter) aux ET, aux communautés et aux tiers. Un délai raisonnable doit être accordé aux participants pour qu'ils mettent en œuvre les modifications. Le délai concret est indiqué aux participants dans la communication des modifications.

1.7 Contrôles

Le respect de la présente réglementation par les parties concernées, notamment la mise en œuvre des prescriptions relatives à la permission TP (voir glossaire), est contrôlé par le mandataire du SDN. En cas de contradiction, il convient d'exiger de l'entreprise concernée (ET, communauté ou tiers) qu'elle adapte son comportement. Si elle ne le fait pas, l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass décide en première instance des mesures à prendre. Si celles-ci ne conduisent pas au résultat souhaité, le Conseil stratégique de l'Alliance SwissPass est consulté.

2 Coresponsabilité des bases de données communes en matière de protection des données

La majorité des obligations relatives à la protection des données s'appliquent au « responsable du traitement des données ». Lorsque des entreprises définissent les finalités et les moyens d'opérations de traitement des données, elles sont légalement considérées comme « coresponsables », de sorte que la satisfaction des obligations leur incombe communément. De plus, la DCPD exige d'indiquer, dans la déclaration de protection des données, qui est responsable des différentes opérations de traitement des données.

Dans ce contexte, il est primordial pour les ET et communautés d'identifier les opérations de traitement desquelles elles sont coresponsables et de définir entre elles des règles quant au respect de leurs obligations. Conformément à son champ d'application et ses objectifs, la présente réglementation traite de la coresponsabilité (ou responsabilité commune) relative aux bases de données communes. Dès lors, les responsabilités de toutes les opérations de traitement de toutes les ET et communautés ne sont pas clarifiées. Les différentes ET et communautés doivent encore identifier et régler les (co)responsabilités allant au-delà des bases de données communes.

Il convient enfin de remarquer que bon nombre de questions sur la notion et les conséquences de la coresponsabilité n'ont pas (encore) été clarifiées par les tribunaux. Toute réflexion sur la responsabilité légale en matière de protection des données dans des processus de traitement complexes comporte une incertitude latente et peut devoir être adaptée en fonction de changements dans la pratique des autorités et des tribunaux. De ce fait, toutes les ET et communautés sont tenues de suivre ces évolutions de leur côté.

2.1 Domaines de la coresponsabilité de la base de données commune

De par leur obligation légale de fournir des services directs, les ET et les communautés sont appelées à entretenir une collaboration assidue et à échanger des données personnelles. Parvenues à la conclusion que cet échange et cette collaboration ne peuvent se faire efficacement que par le biais d'une ou plusieurs bases de données communes, les ET et les communautés gèrent ensemble les bases de données communes des transports publics. Les moyens et finalités des opérations de traitement des données personnelles figurant dans ces bases de données sont fixés conjointement par les ET et les communautés ; une coresponsabilité s'applique, comme pour la DCPD.

Particulièrement pertinentes pour la RUD, les « bases de données » suivantes sont désignées ci-après comme « bases de données communes des transports publics ». Le radar sectoriel de l'Alliance SwissPass (voir <https://allianceswisspass.live.itionicsit.de/de>) propose une vue d'ensemble complète des bases de données communes.

- NOVA (voir <https://confluence.sbb.ch/display/NOVAUG/NOVA+Services>)
- Systèmes d'inventaire (CAPRE, ReSys)

La coresponsabilité (ou responsabilité commune) ne porte toutefois pas sur toutes les opérations de traitement réalisées en quelque lieu que ce soit avec NOVA. Ainsi, la coresponsabilité ne s'applique pas aux données enregistrées dans les bases de données propres aux différentes ET et communautés uniquement parce que ces données figurent également dans la base de données commune NOVA. En revanche, toutes les étapes de traitement demandant une interaction avec la base de données commune relèvent par principe de la coresponsabilité des ET et communautés.

La coresponsabilité entre en ligne de compte dès la collecte et la transmission généralement concomitante de données personnelles ou d'autres données générées par la clientèle, qui doivent être enregistrées dans la base de données NOVA. La coresponsabilité portant sur l'enregistrement/la conservation des données dans les bases de données communes y est liée, de même que celle ayant trait à l'administration des données au sens large, soit à la suppression, au blocage et à la rectification des données dans la base de données commune. De même, la lecture, le recoupement ou la consultation et la communication/transmission à des tiers des données tirées de la base de données commune – pour utilisation par les ayants droit conformément au de la présente réglementation – relèvent de la coresponsabilité.

En revanche, selon l'évaluation actuelle de la situation juridique, on peut partir du principe qu'une fois les données transmises, le traitement (ultérieur), sans interaction avec la base de données commune, par les personnes autorisées ne tient plus de la coresponsabilité. Cela vaut au moins lorsque le traitement sert uniquement la finalité d'une seule ET ou communauté. Ainsi, l'envoi de courriers électroniques par le biais d'outils propres aux différentes ET et communautés (analyses de performances subséquentes comprises) ainsi que l'évaluation, l'analyse et l'utilisation de résultats sur les clients réalisées dans des logiciels de gestion de la relation client (GRC) propres aux différentes ET et communautés ne relèvent pas de la coresponsabilité. Dans ce cas, les ET et communautés décident a priori seules et librement des finalités et moyens des opérations de traitement dans le respect des principes de protection des données.

2.2 Compétences en matière de coresponsabilité de la base de données commune

En lien avec l'étendue définie de la responsabilité commune, il y a lieu de constater que, sous réserve de conventions écrites y dérogeant de façon explicite, chaque ET et chaque communauté doit s'assurer elle-même de remplir ses obligations de protection des données. Ni la responsabilité commune, ni la gestion de la base de données par le mandataire sur la base du mandat ne libèrent les différentes ET et communautés de leur responsabilité en matière de conformité à la protection des données.

Chaque ET et chaque communauté doit en particulier s'assurer du respect des obligations légales d'information, des dispositions de la DCPD et des exigences du principe de licéité (voir également chiffre 3.2) aux points de contact (« touch points ») qui sont sous son contrôle et dans lesquels des données client sont collectées (p. ex. site Internet, applications ou guichets).

De même, chaque ET et chaque communauté est seule compétente et responsable de répondre aux demandes qu'elle reçoit de la part de clients exerçant leurs droits (renseignement, suppression, correction, blocage, révocation, contestation, transmission, etc.) et de remplir les obligations légales qui en découlent. De plus amples informations sur le processus de renseignement et de suppression dans le cadre des transports publics suisses sont disponibles à l'adresse suivante : <https://www.allianceswisspass.ch/de/branchen-dienstleistungen/Datenmanagement>.

Les ET et communautés sont cependant tenues de se soutenir mutuellement en vue de remplir ces obligations en vertu de la responsabilité commune. Ceci vaut d'autant plus que la loi prévoit que les personnes concernées puissent en principe faire valoir leurs droits auprès de chacune des entreprises coresponsables. En outre, les dispositions d'utilisation ci-après sont édictées en tenant compte du fait que le non-respect des prescriptions du droit de protection des données par une ET ou une communauté relevant de la responsabilité commune peut conduire à ce que d'autres ET ou communautés soient également impliquées dans la procédure, voire sanctionnées. Même si, en fin de compte, l'étendue d'une telle sanction et d'autres conséquences juridiques devrait être la plus grande pour l'ET ou la communauté endossant la plus grande part de la faute, il est nécessaire et dans l'intérêt de tous que des règles soient définies pour l'utilisation des données de la base de données commune.

Partie I : utilisation personnalisée des données

3 Champ d'application

Les dispositions de la partie I de la RUD comprennent des directives sur le traitement des données personnelles enregistrées dans les bases de données communes des transports publics lors de la vente nominative de prestations. Elles portent en particulier sur les finalités de marketing, de prospection du marché et d'information à la clientèle, c'est-à-dire sur les opérations de traitement utilisant une sélection de données généralement grande. Les accès ponctuels aux données mentionnées p. ex. via des programmes comme CASA, utiles dans le contact direct avec la clientèle, ne sont ni réglementés ni limités par la RUD.

Les dispositions de la partie I de la RUD ne s'appliquent donc qu'aux traitements des données décrites ci-après, issues des bases de données communes des transports publics.

3.1 Données concernées

Les données concernées par la RUD sont les données de clients et de prestations générées par la vente nominative des assortiments du Service direct national (SDN) et des communautés, et enregistrées dans les bases de données communes des transports publics (voir détails ci-dessous).

Des dispositions particulières (chapitre 5) règlent les prestations qui ne sont pas reliées à un profil de client mais pour lesquelles des coordonnées (prénom, nom, date de naissance) sont relevées. Ces prestations sont appelées ventes « client non-enregistré ».

Toutes les parties ne sont pas habilitées à traiter les données indiquées ci-dessous. Les droits de traitement sont fixés en détail au chapitre 5.

Données de clients et de prestations

Les attributs suivants sont considérés comme données de clients dans la présente réglementation, bien que tous les attributs ne soient pas connus dans chaque cas :

- Numéro de carte de base
- Numéro de client (TKID, CKM etc.)
- Civilité
- Prénom
- Nom
- Titre
- Publicité (permission TP)
- Adresse privée
- Pays
- Adresse temporaire
- Numéro de téléphone (mobile)
- Adresse e-mail
- Rôle (partenaire contractuel, propriétaire de la prestation, etc.)
- Date de naissance
- Données géographiques (distances à pied, arrêt le plus proche, classe de desserte des transports publics)

- Segment de clientèle (9 segments selon la segmentation du SDN¹)
- Scores TP²
- Langue
- Métadonnées sur le client
 - Adresse vérifiée (valable pour les adresses en Suisse et au Liechtenstein selon les listes de La Poste)
 - Identité vérifiée
 - Date de naissance vérifiée
 - Adresse non valable, si du courrier ne peut pas y être délivré

Les attributs suivants sont considérés comme données de prestations dans la présente réglementation, bien que tous les attributs ne soient pas présentés de la même manière dans tous les assortiments :

- Numéro de produit
- Nom de produit
- Description détaillée de l'assortiment (classe, nombre et numéros de zones, durée de validité, niveau tarifaire, etc.)
- Lieu/zone de départ
- Lieu/zone d'arrivée
- Date de vente
- Canal et point de vente
- Segment de clientèle
- Classe
- Trajet (simple course, aller-retour, etc.)
- Support
- Début et fin de la validité
- Voyageur concerné, partenaire contractuel, commanditaire, personne accompagnante
- Cas particulier pour AG et demi-tarif: dépendances entre les AG (partenaire, enfant, etc.)/renouvellement automatique/informations de résiliation

Assortiments du Service direct national (SDN)

Les éléments suivants sont considérés comme assortiments du SDN (le nom se limite parfois à des catégories afin de réduire les charges de suivi) :

Abonnements :

- Abonnement général (AG)
- Abonnement demi-tarif (ADT)
- Surclassement mensuel (p. ex. de parcours ou pour l'AG)
- Abonnement de parcours du SDN
- Abonnement seven25
- Abonnement Évasion
- Abonnement modulable
- Cartes Junior et Enfant accompagné
- Passeport vélo

¹Les segments de clientèle TP ne sont pas directement enregistrés dans NOVA, mais peuvent être consultés auprès du mandataire du SDN.

²Les scores TP ne sont pas directement enregistrés dans NOVA, mais peuvent être consultés auprès du mandataire du SDN.



- Passeport chien
- Assortiments du Swiss Travel System (Mandat de marketing de Swiss Travel System SA)

Titres de transport unitaires :

- Billet de parcours national et international
- Carte multicourses du SDN
- Surclassement et surclassements en multipack du SDN
- Billet dégriffé
- Carte journalière et carte journalière dégriffée
- Billet de groupe
- City-Ticket
- Carte journalière vélo
- Billet de raccordement
- Réservation (p. ex. réservation de groupe)
- Assortiment de loisirs du SDN (RailAway)
- Produits bagages (bagages et bagages avion)

Assortiments de communautés :

Les éléments suivants sont considérés comme assortiments des communautés (le nom se limite parfois à des catégories afin de réduire les charges d'entretien) :

Abonnements :

- Abonnements mensuels et annuels
- Abonnement général grison (BÜGA)

Titres de transport unitaires :

- Billet unitaire
 - Carte journalière / carte 24 heures
 - Carte multicourses
 - Cartes journalières en multipack
 - Surclassement et surclassements en multipack
 - Billet de raccordement
- Assortiment de loisirs des communautés (RailAway)

Assortiments exclus :

- Services SwissPass Plus (services supplémentaires)

4 Conditions fondamentales de l'utilisation des données

Dans ce contexte, les conditions fondamentales définies dans le présent chapitre constituent des règles préalables. Les autorisations d'utilisation des données définies au chapitre 4 dans les bases de données communes citées ne sont valables que si ces conditions sont entièrement remplies.

4.1 Respect de la DCPD

La première condition fondamentale à l'utilisation des données selon le chapitre 4 est l'information transparente des clients quant au but de l'utilisation de leurs données personnelles. Par conséquent, l'utilisation des données est seulement autorisée si les ET, communautés ou tiers qui les traitent mettent à disposition une déclaration de protection des données qui remplisse les exigences de la DCPD en vigueur. Ceci vaut indépendamment du droit de protection des données applicable (RGPD, loi fédérale sur la protection des données ou lois cantonales sur la protection des données).

4.2 Autorisations et permission TP

Comme cela figure déjà dans la DCPD (standard minimal 2.4), chaque opération de traitement de données personnelles nécessite un état de fait d'autorisation (également nommé « base légale ») qui doit figurer dans la déclaration de protection des données (p. ex. consentement, intérêt prépondérant justifié ou exécution du contrat). Dans le domaine des contacts publicitaires avec la clientèle par e-mail et par courrier, la branche mise sur un consentement (« opt-in ») nommé ci-après « permission TP ». La permission TP est recueillie de manière globale pour toutes les ET et communautés. De cette manière, les communautés qui ne disposent pas elles-mêmes d'une interface de distribution avec la clientèle obtiennent elles aussi une autorisation pour les contacts publicitaires avec la clientèle par e-mail et par courrier. Les détails des autorisations et des restrictions sont décrits au chapitre 4.

4.2.1 Importance générale des états de fait d'autorisation et exigences en vigueur

Concernant la base de données commune, il est capital que tous les services impliqués dans la collecte des données personnelles définies plus haut (soit, outre-les ET et communautés, également les tiers qui vendent des assortiments des TP) mettent déjà en place lors de la collecte les conditions permettant d'obtenir les états de fait d'autorisation nécessaires et que ceux-ci s'appliquent également aux traitements effectués par toutes les autres ET et communautés. En conséquence, tous les intervenants doivent contribuer à ce que l'état de fait d'autorisation vaille pour l'ensemble des ET et communautés pour les traitements de données liées à la base de données commune.

Pour la mise en œuvre de cette disposition également, il est impératif qu'une information correcte soit livrée dans le respect de la version de la DCPD en vigueur lors de la collecte de données personnelles telles que décrites plus haut. Concernant les informations nécessaires, les dispositions de la DCPD forment la base de l'existence d'un état de fait d'autorisation lors de la collecte de données. Selon la DCPD, il s'agit notamment – en indiquant l'état de fait d'autorisation concerné – de signaler la responsabilité commune, la base de données commune et la transmission de données aux ET et communautés qui en découle.

Hormis la prescription décrite ci-dessus, le respect des standards minimaux de la DCPD et l'exception de la permission TP indiquée plus bas, les parties restent néanmoins en principe libres de choisir comment elles mettent en œuvre les exigences découlant du principe de licéité. Il est cependant capital qu'une ou plusieurs bases légales soient garanties pour l'ensemble des opérations de traitement de

données et buts d'utilisation. Comme indiqué dans les modèles de formulation de la version actuelle de la DCPD, les opérations de traitement relatives aux objets suivants doivent être couvertes par une base légale :

- Marketing
- Prospection du marché
- Information à la clientèle
- Service clientèle³
- Développement de produits (assortiment, canal, planification de l'offre)
- Répartition des recettes
- Statistiques et analyses

Pour les opérations de traitement qui concernent les contacts publicitaires avec la clientèle par e-mail et par courrier, il y a lieu de tenir compte des prescriptions particulières du chiffre suivant au sujet de la permission TP.

4.2.2 Exigences liées à l'obtention de la permission TP

Dans certaines configurations, le principe de licéité du droit de la protection des données et les dispositions du droit publicitaire induisent une obligation de recueillir le consentement (opt-in) du client pour les traitements de ses données personnelles. Une telle obligation peut notamment exister pour l'envoi d'e-mails publicitaires. Afin d'assurer à long terme la confiance de la clientèle, il y a désormais lieu de recueillir une permission TP sous forme d'opt-in pour le contact publicitaire avec la clientèle par e-mail et par courrier au plus tard lors de la vente des prestations nominatives définies plus haut.

De cette décision de principe découle pour tous les intermédiaires des prestations citées l'obligation de prévoir dans le cadre du processus de vente ou de commande une option permettant aux personnes concernées de donner par « opt-in » leur accord au contact publicitaire avec la clientèle par e-mail et par courrier. Dans le cas des formulaires en ligne ou imprimés, cela s'effectue au moyen d'une case qui n'est pas préalablement cochée. Hors ligne (p. ex. au POS), une question ouverte est posée à cette fin. La case à cocher ou la question doivent au minimum figurer dans le processus de vente, mais elles peuvent aussi être prévues à titre facultatif à d'autres emplacements (p. ex. lors de la création d'un compte client ou de l'inscription à une newsletter).

Le but du consentement doit être indiqué de manière claire et compréhensible afin que le client sache à quoi il correspond. Il doit clairement ressortir que le fait de cocher la case ou de donner son accord oral correspond à accepter du point de vue de la législation sur la protection des données le contact par e-mail et par courrier à des fins publicitaires de la part des ET et communautés et que ce consentement peut être retiré en tout temps. Il doit également être indiqué que des informations détaillées peuvent être obtenues dans la déclaration de protection des données fournie au moyen d'un lien ou livrée physiquement. Le texte de la case à cocher ou la communication fournie et les informations de la déclaration de protection des données doivent garantir que le consentement s'étende à toutes les données définies plus haut et à toutes les étapes du traitement des données par l'ensemble des ET et communautés concernant les contacts publicitaires avec la clientèle par e-mail et par courrier. L'exigence de recueillir le consentement du client doit être comprise pour les contacts publicitaires par e-mail et par courrier au sens large : peuvent également en faire partie des e-mails et des envois de courrier considérés comme « prospection du marché » ou « information à la clientèle » dans la terminologie interne des ET et communautés.

Lors de la mise en œuvre de ces obligations, il est recommandé de s'inspirer du modèle suivant, notamment pour ce qui est de la possibilité de consentement (soit, en ligne, de la case à cocher): les informations devraient être données d'abord par un bref texte suivant immédiatement la case, puis par un texte plus détaillé légèrement en dessous. Les contenus indiqués entre crochets doivent être complétés par la société compétente. Les prescriptions de la DCPD s'appliquent par ailleurs.

Je souhaite recevoir des informations et offres (p. ex. nouveautés, bons, actions) de [entreprise] et d'autres entreprises de transports publics par e-mail, par courrier ou par SMS.

En cochant la case ci-dessus, vous autorisez notre entreprise et d'autres sociétés de transports publics à traiter vos données personnelles en vue de vous faire parvenir les contenus et de procéder aux opérations y relatives nécessaires. Les informations et offres comprennent notamment la promotion de prestations et de produits intéressants, mais aussi de bons ou d'actions dont vous pourrez profiter, ainsi que des invitations à participer à des enquêtes auprès de la clientèle. Vous pouvez retirer votre consentement à tout moment. Les entreprises de transports publics concernées constituent une union de plus de 240 entreprises de transport (ET) et communautés de transports publics. Celles-ci sont listées en détail ici [lien vers : <https://www.allianceswisspass.ch/fr/Themes/Protection-des-donnees/liste-entreprises-communautes>]. Vous trouverez de plus amples informations dans notre déclaration de protection des données [LIEN].

4.2.3 Désinscription / révocation

Les clients qui ont donné leur consentement doivent pouvoir le révoquer en tout temps. Une possibilité centralisée de se désinscrire de la permission TP doit être créée dans ce but. Il y a lieu d'intégrer à la déclaration de protection des données au minimum une information indiquant cette possibilité de désinscription. Les prescriptions de la DCPD s'appliquent. En sus, une option de désinscription peut être prévue dans un éventuel compte client.

En outre, lors de chaque contact publicitaire, les personnes concernées doivent avoir la possibilité de refuser de futurs contacts par e-mail ou par courrier. La désinscription doit pouvoir s'effectuer simplement et gratuitement (p. ex. en permettant au client de cliquer sur un lien de désinscription dans les e-mails ou en indiquant une adresse e-mail auprès de laquelle se désinscrire des envois postaux). La possibilité de désinscription figurant dans les e-mails ou les envois postaux doit être conçue de façon que la révocation standard ne soit valable qu'en tant que retrait de la permission marketing de l'ET ou de la communauté expéditrice. Cela doit être clairement signalé. La possibilité de désinscription de la permission TP pour toutes les ET et communautés doit également être donnée. Sur la page-cible d'un lien de désinscription, il est ensuite autorisé de proposer des possibilités différenciées pour certaines formes d'e-mails publicitaires de l'ET ou de la communauté concernée, tout en maintenant une possibilité de désinscription simple et transparente.

Lors de la mise en œuvre de ces obligations, il est recommandé de s'inspirer du modèle suivant. Les deux variantes de désinscription doivent être décrites au moins comme ci-dessous. Les contenus indiqués entre crochets doivent être complétés par la société compétente. Le modèle se rapporte aux possibilités de désinscription données dans un e-mail. Pour ce qui est du courrier postal, la possibilité de désinscription doit être donnée de manière sensée. Les clients peuvent par exemple se désinscrire en envoyant un e-mail :

E-mail	Imprimés
<p>Si vous ne souhaitez plus recevoir d'informations et d'offres de la part de [nom de l'ET/de la communauté], cliquez ici [lien].</p> <p>Si vous ne souhaitez plus recevoir de manière générale d'informations ni d'offres de la part d'entreprises de transports publics, contactez-nous via le lien suivant [Un lien unique sera inséré pour l'ensemble des ET/communautés/responsables commerciaux/tiers].</p>	<p>Si vous ne souhaitez plus recevoir d'informations et d'offres de la part de [nom de l'ET/de la communauté], notre Contact Center prendra note de votre désinscription par téléphone au [numéro de téléphone] ou via le formulaire web [lien].</p> <p>Si vous ne souhaitez plus recevoir de manière générale d'informations ni d'offres de la part d'entreprises de transports publics, notre Contact Center prendra note de votre désinscription par téléphone au [numéro de téléphone] ou via le formulaire web [lien].</p>

4.2.4 Livraison des données personnelles et des justificatifs de consentement dans la base de données

La livraison des données nécessaires est une condition fondamentale de l'utilisation de la base de données commune conformément aux autorisations décrites au chapitre 4. Cette obligation figure dans la présente réglementation et dans les conditions d'utilisation de NOVA (annexe 12 à la C500, version 2.6, chiffre 5.4). Concrètement, les données définies plus haut issues de la vente nominative des prestations doivent être enregistrées dans la base de données commune. Concernant la livraison des données, la vue d'ensemble des différentes solutions de distribution et leur forme sont présentées ci-après :

	Livraison à NOVA pour la RUD	Exclusion de la livraison pour la RUD
Billetterie automatique	<p>Éléments à livrer dans tous les cas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Numéro de client NOVA (identification univoque via TKID) - Lors de nouvelles inscriptions à NOVA: <ul style="list-style-type: none"> o Données de base (au minimum prénom, nom et date de naissance) o Données de contact (au minimum e-mail ou N° de tél. mobile) - Assortiment vendu (décompté à la fin de la journée (consommation journalière)) - Permission TP (oui/non) 	<ul style="list-style-type: none"> - Données de voyage («collier de perles») (remarque: la livraison des données de voyage aux fins de calcul du tarif ne fait pas partie de la RUD) - Données de localisation basées sur GPS
Online Tickets et Mobile Tickets nominatifs	Données de clients et de prestations selon chiffre 3.1	Ventes « client non-enregistré »
Abonnements nominatifs	Données de clients et de prestations selon chiffre 3.1	-



Il y a lieu de s'assurer en sus que le consentement recueilli auprès du client puisse être prouvé et soit livré dans la base de données de manière à pouvoir faire l'objet de contrôles.

4.2.5 Permission de marketing d'ET et de communautés

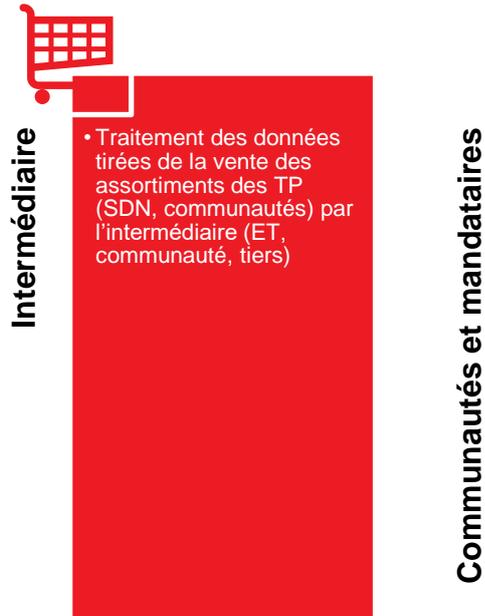
Outre la permission TP, les ET et communautés conservent la possibilité de recueillir des permissions spécifiques supplémentaires, soit des permissions pour des « intérêts particuliers » ou pour une saisie de données clients sans lien avec des prestations de TP vendues, p. ex. pour des concours. Par « intérêts particuliers », on entend des newsletters pour des groupes-cibles clairement délimités ayant des intérêts particuliers (p. ex. les courses d'écoles ou les courses en bateau). Les parties sont néanmoins appelées à faire preuve d'une certaine retenue dans les opérations de traitement de données correspondantes et la collecte de consentements afin de ne pas hypothéquer les objectifs poursuivis par la présente réglementation ni la confiance des clients envers les ET et communautés.

4.2.6 Pas de révocation (justifiée) ni de retrait de la permission

Une autre condition fondamentale aux autorisations selon le chapitre 4 est l'absence de révocation (justifiée) du traitement de données de la part du client et en particulier le non-retrait de son accord dans le dialogue publicitaire avec lui.

5 Conditions d'utilisation : droits et restrictions

L'illustration suivante montre les domaines réglementés par la RUD. On distingue trois piliers d'utilisation des données, spécifiés en détail ci-après.



De plus, le tableau suivant récapitule les droits d'utilisation des données des différentes parties. Le champ d'application du chapitre 1.5 et les conditions fondamentales de l'utilisation des données du chapitre 3 s'appliquent par ailleurs de manière inchangée.

	ET	Communauté	Mandataire du SDN	Organe de gestion	Tiers
Données tirées de la vente des assortiments du SDN	Dès que l'ET a été l'intermédiaire de la vente, ou dans le cadre de l'utilisation élargie des données	Dès que la communauté a été l'intermédiaire de la vente, ou dans le cadre de l'utilisation élargie des données (marketing croisé)	Traitement de toutes les données dans le cadre du mandat, peu importe l'intermédiaire	Traitement de toutes les données dans le cadre du mandat, peu importe l'intermédiaire	Dès que le tiers a été l'intermédiaire de la vente
Données tirées de la vente des assortiments d'une communauté	Dès que l'ET a été l'intermédiaire de la vente, ou dans le cadre de l'utilisation élargie des données	Traitement des données dans le cadre du mandat de la communauté, peu importe l'intermédiaire, ou dans le cadre de l'utilisation élargie des données	Uniquement dans le cadre de l'utilisation élargie des données (marketing croisé)	-	Dès que le tiers a été l'intermédiaire de la vente.
Utilisation élargie des données	Max. deux fois par an	Max. deux fois par an	À chaque fois en lien avec l'utilisation élargie des données d'une communauté (marketing croisé)	-	-

Remarque : une prestation de SAV est considérée comme une prestation distincte avec chaque intermédiaire.

5.1 Premier pilier : utilisation des données par l'intermédiaire



Ce chapitre régit l'utilisation des données par l'intermédiaire. Le rôle de l'intermédiaire est assumé par l'ET, la communauté ou le tiers qui distribue la prestation. Malgré une définition unique de la naissance du droit d'utilisation, différents droits et restrictions s'appliquent selon que l'intermédiaire soit une ET, une communauté ou un tiers, raison pour laquelle un sous-chapitre a été dressé par groupe.

5.1.1 Entreprises de transport

5.1.1.1 Droits

Toute entreprise de transport (ET) a le droit de traiter les données du champ d'application de la RUD (voir chapitre 3) qui ont été générées par la vente de prestations des assortiments nommés (SDN et communautés) réalisée par ses soins. L'ET est considérée comme « intermédiaire ».

En ce qui concerne les assortiments renouvelés automatiquement (p. ex. AG et ADT), est considérée intermédiaire l'ET (ou la communauté) qui a vendu le premier abonnement. Si l'abonnement est résilié, puis à nouveau émis ultérieurement par une autre ET/communauté, la nouvelle ET/communauté est considérée intermédiaire de la nouvelle prestation.

L'ET a le droit de traiter les données mentionnées aux finalités indiquées lors de la collecte des données. Restent réservées les prescriptions légales, les conditions fondamentales du chapitre 4 (en particulier l'octroi d'une permission TP valable) et les restrictions suivantes.

5.1.1.2 Restrictions et délais de traitement

Le droit d'utilisation selon le chapitre 5.1.1.1 pour contacter la clientèle s'éteint dès que la personne concernée n'a pas acheté de prestation des assortiments des transports publics pendant 730 jours (deux ans). Ce délai commence à courir le jour suivant le dernier jour de validité d'une prestation des transports publics. Ensuite, l'accès à ces données à ces finalités doit être bloqué.

L'utilisation des données générées par les ET en vendant des assortiments de communautés est soumise à la date limite du 1^{er} juillet 2021 concernant la date de vente de la prestation correspondante.

Lors d'une approche publicitaire de la clientèle, il faut exclure les personnes de moins de 16 ans.

Les ventes « client non-enregistré » selon chapitre 3.1 ne peuvent pas être utilisées pour les contacts publicitaires avec la clientèle.

La promotion des AG est soumise à la règle suivante concernant les abonnements communautaires, émise par la commission Marché (KoM) le 20 novembre 2020. La souveraineté de cette règle incombe toujours à la KoM.

Les titulaires d'abonnements communautaires qui valent au moins 2350 francs (2^e classe) ou 4175 francs (1^{re} classe) sont exclus des mesures d'upsell.

Lors de la promotion de nouveaux assortiments du SDN, il y a lieu d'examiner l'éventuelle cannibalisation d'autres tarifs et, le cas échéant, de définir des restrictions (analogues à celles de l'AG) en accord avec les propriétaires des tarifs.

La communication aux clients relative aux abonnements communautaires (soutien au renouvellement) incombe uniquement à la communauté concernée/au propriétaire du tarif.



5.1.2 Communautés

5.1.2.1 Droits

Toute communauté a le droit de traiter les données du champ d'application de la RUD (voir chapitre 3) qui ont été générées par la vente de prestations des assortiments nommés réalisée par ses soins. La communauté est considérée comme « intermédiaire ».

En ce qui concerne les assortiments renouvelés automatiquement (p. ex. AG et ADT), est considérée intermédiaire la communauté (ou l'ET) qui a vendu le premier abonnement. Si l'abonnement est résilié, puis à nouveau émis ultérieurement par une autre ET/communauté, la nouvelle ET/communauté est considérée intermédiaire.

La communauté a le droit de traiter les données de clients aux finalités indiquées lors de la collecte des données. Restent réservées les prescriptions légales, les conditions fondamentales du chapitre 4 (en particulier l'octroi d'une permission TP valable) et les restrictions suivantes.

5.1.2.2 Restrictions et délais de traitement

Le droit d'utilisation selon le chapitre 5.1.2.1 pour contacter la clientèle s'éteint dès que la personne concernée n'a pas acheté de prestation des assortiments des transports publics pendant 730 jours (deux ans). Ce délai commence à courir le jour suivant le dernier jour de validité d'une prestation des transports publics. Ensuite, l'accès à ces données à ces finalités doit être bloqué.

Lors d'une approche publicitaire de la clientèle, il faut exclure les personnes de moins de 16 ans.

Les ventes « client non enregistré » selon le chapitre 3.1 ne peuvent pas être utilisées pour les contacts publicitaires avec la clientèle.

5.1.3 Tiers

5.1.3.1 Droits

Tout tiers a le droit de traiter les données du champ d'application de la RUD (voir chapitre 3) qui ont été générées par la vente de prestations des assortiments nommés réalisée par ses soins. Le tiers est considéré comme « intermédiaire ».

Le tiers a le droit de traiter les données mentionnées aux finalités indiquées lors de la collecte des données. Restent réservées les prescriptions légales, les conditions fondamentales du chapitre 3 (en particulier l'octroi d'une permission TP valable) et les restrictions suivantes.

5.1.3.2 Restrictions et délais de traitement

Les ventes « clients non-enregistré » selon chapitre 3.1 ne peuvent pas être utilisées pour les contacts publicitaires avec la clientèle.

Chaque tiers est seul responsable de définir la durée pendant laquelle il pourra contacter la clientèle à des fins publicitaires après l'octroi de la permission. La durée définie doit respecter les prescriptions légales.

5.2 Deuxième pilier : utilisation des données par les communautés et les mandataires



Ce chapitre régit les possibilités d'utilisation des données qu'assument les communautés en tant que propriétaires de tarifs ou les ET mandatées (dans leur rôle de mandataires) ainsi que le mandataire du SDN. Le chapitre décrit également le rôle de l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass en lien avec la répartition des recettes.

5.2.1 Communautés

5.2.1.1 Droits

Dans le cadre de son mandat de communauté, toute communauté (ou ET mandatée par la communauté) a le droit de traiter les données du champ d'application de la RUD (voir chapitre 3) qui ont été générées par la vente de prestations de ses propres assortiments réalisée par ses soins, une ET ou un tiers.

La communauté a le droit de traiter les données mentionnées aux finalités indiquées lors de la collecte des données. Restent réservées les prescriptions légales, les conditions fondamentales du chapitre 3 et les restrictions suivantes.

La communication aux clients relative aux abonnements communautaires (soutien au renouvellement) incombe uniquement à la communauté concernée/au propriétaire du tarif.

5.2.1.2 Restrictions et délais de traitement

Les ventes « client non-enregistré » selon chapitre 3.1 ne peuvent pas être utilisées pour les contacts publicitaires avec la clientèle.

Le droit d'utilisation selon le chapitre 5.2.1.1 pour contacter la clientèle s'éteint dès que la personne concernée n'a pas acheté de prestation des assortiments des transports publics pendant 730 jours (deux ans). Ce délai commence à courir le jour suivant le dernier jour de validité d'une prestation des transports publics. Ensuite, l'accès à ces données à ces finalités doit être bloqué.

Lors d'une approche publicitaire de la clientèle, il faut exclure les personnes de moins de 16 ans.

5.2.2 Mandataire du SDN

5.2.2.1 Droits

Le mandataire du SDN a le droit de traiter les données selon le champ d'application de la RUD (voir chapitre 3), qui ont été générées par la vente de prestations des assortiments du SDN, réalisée par les ET, les communautés et les tiers. Les précisions ci-après s'appliquent à la mise à disposition de la segmentation de la clientèle et des scores des transports publics.

Segmentation de la clientèle des transports publics

Les segments de clientèle sont constitués sur la base d'études de marché anonymes. Ils comprennent les aspects liés aux besoins de la clientèle (p. ex. le prix ou la prestation est au premier plan), ainsi qu'à la détention d'un abonnement ou à l'utilisation des transports publics. Le calcul des segments repose sur toutes les données du 2^e pilier (assortiments du SDN et des communautés). Il s'agit ici d'une segmentation des transports publics.



L'affectation aux segments s'effectue généralement sur la base des attributs suivants :

- Type d'abonnement actuel (AG, demi-tarif, etc.)
- Classe d'abonnement actuelle
- Historique de l'abonnement (durée de la détention d'un abonnement jusqu'à 5 ans)
- Âge de la personne

Les segments de clientèle des transports publics sont utilisés pour définir les groupes cibles des campagnes de marketing anonymes et nominatives. Ces segments peuvent être obtenus auprès du mandataire du SDN.

Scores des transports publics (affinités et scores)

Toutes les données du 2^e pilier (assortiments du SDN et des communautés) sont utilisées afin de déterminer les affinités par cliente ou client et d'en déduire les scores pour l'ensemble des transports publics. Ces scores sont attribués aux clientes et clients et peuvent être obtenus auprès du mandataire du SDN.

L'étendue de l'utilisation des données résulte du cahier des charges « Mandats de l'Alliance SwissPass » (annexe 11 à la C500, version 2.6, en particulier chapitre 6 Dispositions spécifiques au mandat de CFF SA) et se limite aux finalités qui y figurent. Outre les prescriptions légales, les conditions fondamentales énoncées au chapitre 4 ainsi que les restrictions ci-après demeurent réservées.

5.2.2.2 Restrictions et délais de traitement

Le droit d'utilisation selon chapitre 5.2.2.1 concernant la prise de contact avec des clients s'éteint dès que le client concerné n'a pas acheté de prestation des assortiments du SDN pendant 730 jours (deux ans). Ce délai commence à courir le jour suivant le dernier jour de validité d'une prestation du SDN. Ensuite, l'accès à ces données à ces finalités doit être bloqué.

Un droit d'utilisation maximal de cinq ans au total s'applique pour les fins analytiques (p. ex. détermination et attribution d'affinités et de valeurs de scoring). Il se compose de la période d'activité de deux ans décrits plus haut et d'un historique des données de trois ans, considération faite de la permission TP. La prise de contact avec la clientèle n'est permise que pendant la période d'activité de deux ans mentionnés.

La promotion des AG est soumise à la règle suivante concernant les abonnements communautaires, émise par la commission Marché (KoM) le 20 novembre 2020. La souveraineté de cette règle incombe toujours à la KoM.

Les titulaires d'abonnements communautaires qui valent au moins 2350 francs (2^e classe) ou 4175 francs (1^{re} classe) sont exclus des mesures d'upsell.

Lors de la promotion de nouveaux assortiments du SDN, il y a lieu d'examiner l'éventuelle cannibalisation d'autres tarifs et, le cas échéant, de définir des restrictions (analogues à celles de l'AG) en accord avec les propriétaires des tarifs.

S'agissant des campagnes du SDN sur les assortiments des transports publics, le mandataire définit le cercle des destinataires. Les mêmes clientes et clients ne peuvent pas être contactés par des ET/communautés non mandatées dans le cadre d'une campagne au contenu identique. Les



ET/communautés non mandatées ont la possibilité de s'adresser à leur propre clientèle – au titre du 1^{er} pilier (rôle d' « intermédiaire ») – au-delà de la sélection du SDN via un mailing supplémentaire. Ainsi, il est possible d'atteindre une plus grande clientèle avec le même contenu. En d'autres termes, les clientes et clients qui ont été contactés par le mandataire doivent être exclus des sélections des ET/communautés. Pour ce faire, les données de la clientèle (TKID) sont transmises au mandataire du SDN dans la sélection de l'ET/la communauté. Le mandataire communique à l'ET/la communauté les clientes et clients (TKID) qui doivent être supprimés de sa sélection, car ils font déjà partie de la sélection de la campagne SDN.

Lors d'une approche publicitaire de la clientèle, il faut exclure les personnes de moins de 16 ans.

5.2.3 Organe de gestion de l'Alliance SwissPass

5.2.3.1 Droits

L'organe de gestion de l'Alliance SwissPass a le droit de traiter les données qui ont été générées par la vente de prestations des assortiments du SDN selon le champ d'application de la RUD (voir chapitre 3) réalisée par les ET, les communautés et les tiers.

L'étendue des opérations de traitement des données résulte du cahier des charges de l'organe de gestion (annexe 9 à la C500, version 2.6, chap. 3.4.3 b) et se limite aux finalités qui y figurent.

5.2.3.2 Restrictions et délais de traitement

Le droit d'utilisation selon chapitre 4.2.3.1 s'éteint dès que le client concerné n'a pas acheté de prestation des assortiments du SDN pendant 730 jours (deux ans). Ce délai commence à courir le jour suivant le dernier jour de validité de la dernière prestation achetée. Ensuite, l'accès à ces données à ces finalités doit être bloqué.

5.3 Troisième pilier : utilisation élargie des données

Ce chapitre régit l'utilisation élargie des données. Une utilisation élargie des données caractérise l'utilisation des données par les ET et communautés qui répond aux principes suivants :

- Elle concerne les clients pour lesquels l'ET/la communauté requérante ne dispose pas d'autre droit de traitement selon la RUD ;
- Elle concerne les clients dont les données d'abonnement correspondent au champ d'application de la RUD (chapitre 1.5) et dont le jour suivant le dernier jour de validité ne remonte pas à plus de 730 jours (deux ans);
- Elle sert à contacter la clientèle par e-mail ou par courrier à des fins publicitaires ou de prospection du marché

L'utilisation élargie des données n'est pas permise aux tiers.

5.3.1 Utilisation élargie pour Entreprises de transport

5.3.1.1 Droits

Les ET peuvent bénéficier de l'utilisation élargie des données tant que les conditions du chapitre 4 sont remplies et en tenant compte des dispositions et restrictions suivantes, ainsi que de l'approbation de la demande.

5.3.1.2 Restrictions

Les clients s'étant désinscrits par le passé à la suite d'un courrier envoyé par le biais de l'utilisation élargie des données ne sont pas pris en compte dans les prises de contact possibles du fait de l'utilisation élargie des données. Les désinscriptions sont indiquées de manière centralisée dans NOVA.

Les données acquises du fait de l'utilisation élargie des données ne peuvent être traitées qu'en vue de courriers à la clientèle visant les finalités suivantes :

- Marketing
- Prospection du marché

L'utilisation élargie des données porte uniquement sur les données d'abonnement et exclut les données portant sur les titres de transport unitaires.

Une fois le mandat effectué (p. ex. envoi du courrier), les données doivent être supprimées. La suppression effective des données doit être attestée par écrit à chaque fois au mandataire et/ou à la communauté.

Les mandats d'utilisation élargie des données concernant les assortiments du SDN doivent être adressés au mandataire du SDN selon chapitre 5.3.4.

Les mandats d'utilisation élargie des données concernant les assortiments d'une communauté doivent être adressés à la direction de la communauté concernée. Les communautés définissent seules comment le processus d'autorisation interne s'organise.

Un client peut être contacté au maximum quatre fois par année par le biais de l'utilisation élargie des données. Cela signifie qu'il peut recevoir des courriers de quatre ET ou communautés différentes tout au plus par année.



Une ET peut mener un maximum de deux campagnes par année par le biais de l'utilisation élargie des données. Ces campagnes ne doivent pas se recouper, c'est-à-dire que leurs groupes-cibles ne doivent pas être les mêmes clients.

5.3.2 Utilisation élargie des données pour les communautés et le mandataire du SDN

5.3.2.1 Droits

Les communautés et le mandataire du SDN peuvent bénéficier de l'utilisation élargie des données pour autant que les conditions du chapitre 4 soient remplies.

5.3.2.2 Restrictions

Les données acquises du fait de l'utilisation élargie des données ne peuvent être traitées qu'en vue de courriers à la clientèle visant les finalités suivantes :

- Marketing
- Prospection du marché

L'utilisation élargie des données porte uniquement sur les données d'abonnement et exclut les données portant sur les titres de transport unitaires.

Une fois le mandat effectué (p. ex. envoi du courrier), les données doivent être supprimées. La suppression effective des données doit être attestée par écrit à chaque fois au mandataire et/ou à la communauté.

Pour qu'une communauté puisse bénéficier de l'utilisation élargie de données de la clientèle générées par la vente de données d'abonnements du SDN, elle doit en contrepartie donner le droit d'utiliser une seule fois ses données de clients issues de la vente de ses abonnements communautaires au mandataire du SDN.

Pour qu'une communauté puisse bénéficier de l'utilisation élargie de données de clients générées par la vente d'abonnements du SDN, elle doit en contrepartie donner le droit d'utiliser ses données de clients issues de la vente de ses abonnements communautaires au mandataire du SDN (Cross-Marketing).

Les mandats d'utilisation élargie des données de clients générées par la vente d'assortiments du SDN doivent être adressés au mandataire du SDN selon chapitre 5.3.4.

Les mandats d'utilisation élargie des données de clients générées par la vente d'assortiments communautaires doivent être adressés à la direction de la communauté concernée. Celle-ci définit librement comment organiser la procédure d'approbation interne.

Un client peut être contacté au maximum quatre fois par année par le biais de l'utilisation élargie des données. Cela signifie qu'il peut recevoir des courriers de quatre ET ou communautés différentes tout au plus par année.

Une communauté peut mener un maximum de deux campagnes par année par le biais de l'utilisation élargie des données. Ces campagnes ne doivent pas se recouper, c'est-à-dire que leurs groupes-cibles ne doivent pas être les mêmes clients.

5.3.3 Exclusion des données d'abonnement du SDN pour les sélections de communautés

L'exclusion des abonnés du SDN (p. ex. de titulaires d'AG) doit être considérée comme un cas particulier d'utilisation élargie des données. Les règles suivantes s'appliquent :

- L'utilisation des données pour la garantie exclusive de l'exclusion d'abonnés du SDN ne nécessite pas de soumettre une demande officielle d'utilisation élargie des données au groupe de travail Commercialisation.
- Le contingent de deux utilisations élargies des données par communauté/IT et par année n'est pas touché par ce type d'utilisation élargie des données.
- La communauté/IT doit informer le groupe de travail Commercialisation (tarife@allianceswisspass.ch) de l'utilisation des données ou de la campagne concernée (offre, groupe-cible et moment de l'envoi). Ces informations sont inscrites au procès-verbal de la séance ordinaire suivante du groupe de travail Commercialisation.

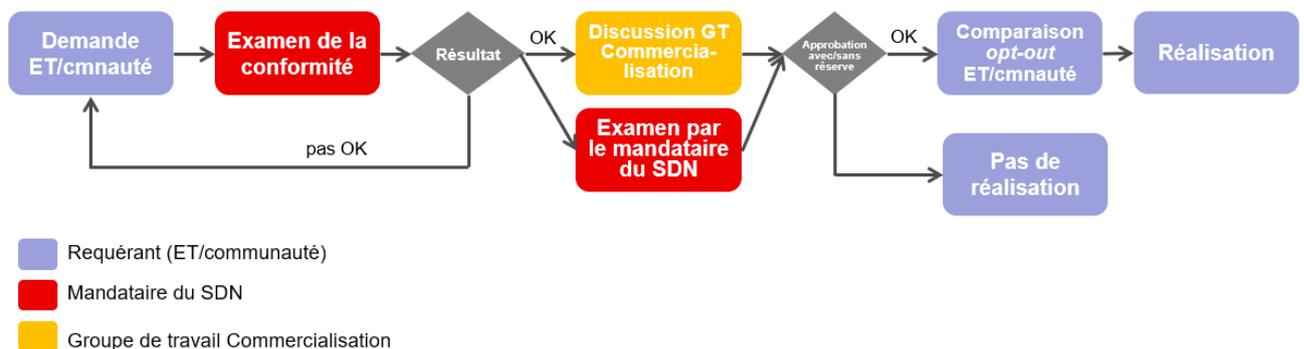
5.3.4 Demande d'utilisation élargie des données des assortiments du SDN

Toute ET ou communauté souhaitant traiter des données du SDN par le biais de l'utilisation élargie des données doit en faire la demande auprès du mandataire du SDN.

La demande comprend le formulaire de sélection, qui peut être obtenu [ici](#). Les questions concernant ce formulaire doivent être adressées à directmarketing@sbb.ch.

Le formulaire de sélection entièrement rempli doit être envoyé le plus tôt possible, au plus tard jusqu'à trois mois avant la transmission des données prévue, au mandataire du SDN (directmarketing@sbb.ch).

Le mandataire du SDN examine la conformité de la demande à la RUD et informe le requérant du résultat de cet examen. Le requérant propose ensuite l'utilisation élargie des données au groupe de travail Commercialisation. Dans ce dernier, le mandataire du SDN joue un rôle à part : il peut refuser une demande ou exiger qu'elle soit modifiée sur la base de critères qualitatifs (p. ex. plus-value offerte, taille du groupe-cible) indépendamment de la position du groupe de travail. Si le groupe de travail Commercialisation et le mandataire du SDN acceptent la proposition, l'ET ou la communauté peut mener la campagne prévue. Les éventuelles remarques et souhaits de modifications du groupe de travail doivent être observés. Généralement, les demandes sont traitées (et les décisions prises) lors des séances ordinaires du groupe de travail, mais elles peuvent aussi l'être par voie de circulaire.



Avant tout transfert de données au candidat, les parties concernées signent un accord de protection des données ([lien à suivre](#)).

5.3.5 Dispositions particulières sur la désinscription (opt-out)

Si une ET ou une communauté envoie des contenus publicitaires par e-mail ou par courrier dans le cadre de l'utilisation étendue des données, il convient d'ajouter une explication pour les clients sur la raison pour laquelle ils ont été contactés. La phrase suivante doit être intégrée dans le texte : "En tant que titulaire de [nom de l'abonnement TP], vous recevez des informations et des offres personnalisées sur les transports publics".

Les dispositions relatives à la désinscription et à la révocation du chapitre 4.2.3 s'appliquent. Dans le cadre de l'utilisation élargie des données, la révocation ne doit être conçue que comme retrait de la permission de marketing de l'ET ou de la communauté expéditrice. Cette règle doit être exprimée clairement dans la pratique (p. ex. par un lien de désinscription indiquant «Se désabonner des e-mails publicitaires de *nom de l'ET/de la communauté*»). Il y a également lieu d'indiquer la possibilité de désinscription centralisée de la permission TP pour toutes les ET et communautés (voir 4.2.3). Dans le cas de l'utilisation élargie des données, les désinscriptions doivent être recueillies à part et transmises au mandataire du SDN au plus tard quatre semaines après l'envoi. Il est impératif que cette liste comprenne les attributs de l'ID du client (TKID), ainsi que le nom et l'e-mail de la personne concernée. Le mandataire du SDN gère les désinscriptions relatives à l'utilisation élargie des données, qui doivent être prises en compte dans les sélections.

Partie II: utilisation anonymisée/agrégée des données

6 Champ d'application

La partie II de la réglementation sur l'utilisation des données dans l'Alliance SwissPass (RUD) comprend des directives sur le traitement anonymisé et agrégé des données de la clientèle enregistrées dans les bases de données communes des transports publics. La partie II a notamment pour objet la mise au point des tarifs et de l'offre des transports publics grâce à des analyses anonymisées et agrégées des données personnelles.

Les dispositions de la partie II ne s'appliquent donc qu'au traitement anonymisé et agrégé des données décrites ci-après, issues des bases de données communes des transports publics.

6.1 Données concernées

Toutes les données concernées ont été générées par des clientes ou des clients et peuvent, mais ne doivent pas nécessairement, présenter un caractère personnel. Il s'agit des données suivantes :

- Données clients (attributs selon la liste au chapitre 3.1 et directives d'anonymisation et d'agrégation au chapitre 6.2)
- Données de prestations (attributs et assortiments selon la liste au chapitre 3.1)
- Données de voyage issues de la billetterie automatique (niveau « collier de perle ») [selon la définition ci-dessous]
- Consultation de l'horaire (selon la définition ci-dessous)

Données de voyage issues de la billetterie automatique (niveau « collier de perle »)

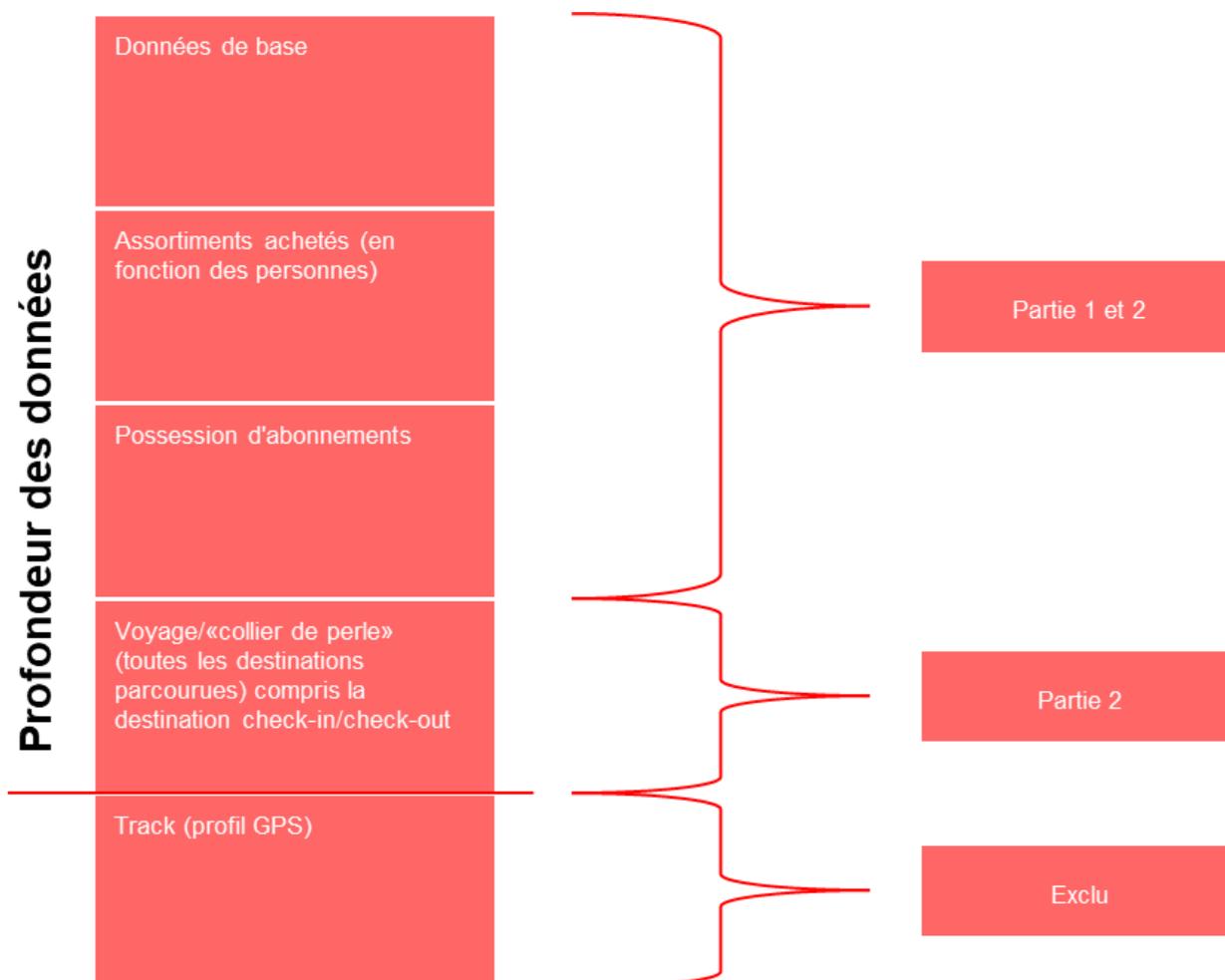
Les données issues de la billetterie automatique présentent un niveau différent (voir illustration et explications ci-dessous).

- Niveau Données de base (données clients): informations sur la personne (si identifiée), p. ex. date de naissance
- Niveau Assortiments achetés (données de prestations) : billets achetés, p. ex. billet de parcours SDN Zürich HB–Bern ou billet Libero pour les zones 100 et 101.
- Niveau Détention d'un abonnement (données de prestations): détention d'un abonnement par la personne qui voyage, p. ex. la personne possède un demi-tarif lui permettant de bénéficier d'une réduction.
- Niveau Voyage / « collier de perle » : toutes les destinations parcourues (y c. destination check-in/check-out), p. ex. voyage de la gare centrale de Zurich à Berne, Länggasse avec changement à la gare de Berne.
- Niveau Track (profil GPS) : toutes les destinations GPS saisies par la personne qui voyage

Considérés comme des données clients et de prestations, les niveaux Données de base, Assortiments achetés et Données d'abonnement sont traités dans les parties I et II au même titre que toutes les autres données clients et de prestations.

Le niveau Voyage / « collier de perle » est également pertinent dans la partie II.

Le niveau Track (profil GPS) est expressément exclu de la RDU.



Données de consultation de l'horaire

Toutes les consultations de l'horaire reçues de manière centralisée par NOVA sont pertinentes pour la partie II.

6.2 Définition des analyses anonymisées et agrégées

6.2.1 Anonymisation

L'anonymisation désigne les mesures de désidentification qui conduisent à une suppression du caractère personnel des données, de sorte que les prescriptions relatives à la protection des données ne sont plus applicables. En règle générale, il s'agit de l'anonymisation de fait. Nous nous appuyons par la suite sur la définition de l'anonymisation de fait ci-dessous (Bundesverband der Deutschen Industrie 2020, p. 10):

L'anonymisation de fait (...) décrit des processus de désidentification permettant de supprimer un nombre important d'identifiants et d'appliquer d'autres techniques pour réduire voire supprimer le caractère personnel de sorte qu'une ré-identification n'est plus possible au prix d'un effort raisonnable selon l'état actuel de la technique.

6.2.2 Agrégation

L'agrégation est une technique permettant de réduire le caractère personnel des données. Au lieu de considérer les ensembles de données individuels (p. ex. le client avec l'ID XY se rend de Berne à Zurich le jour Z), ceux-ci sont regroupés et assortis d'un nombre (p. ex. 438 clients se rendent de Berne à Zurich le jour Z). Lors d'une analyse, nous parlons d'agrégation si tous les nombres indiqués sont suffisamment importants, en fonction de la composition des informations disponibles, pour pouvoir considérer qu'ils sont (de fait) anonymes.

7 Conditions fondamentales de l'utilisation des données

Dans ce contexte, les conditions fondamentales définies dans le présent chapitre constituent des règles préalables. Les autorisations d'utilisation des données définies au chapitre 8 dans les bases de données communes citées ne sont valables que si ces conditions sont entièrement remplies.

7.1 Respect de la DCPD

La première condition fondamentale à l'utilisation des données selon le chapitre 8 est l'information transparente des clientes et clients quant au but de l'utilisation de leurs données personnelles. Par conséquent, l'utilisation des données est seulement autorisée si les ET, communautés ou tiers qui les traitent mettent à disposition une déclaration de protection des données qui remplisse les exigences de la DCPD en vigueur. Ceci vaut indépendamment du droit de protection des données applicable (RGPD, loi fédérale sur la protection des données ou lois cantonales sur la protection des données).

7.2 Transparence dans les CG relatives à la billetterie automatique

Afin d'utiliser les données de voyage de la billetterie automatique (niveau «collier de perle») conformément au chapitre 8, les exploitants de la billetterie automatique doivent créer des conditions supplémentaires de transparence dans les CG correspondantes. Il est recommandé de s'inspirer du texte type ci-dessous.

Finalités et modalités du traitement

Les données de voyage anonymisées sont utilisées pour améliorer l'offre et les tarifs des transports publics et à des fins d'analyse statistique.

7.3 Livraison des données personnelles et des justificatifs de consentement dans les bases de données

La livraison des données nécessaires est un préalable à l'utilisation des bases de données communes, conformément aux autorisations décrites au chapitre 5. Cette exigence figure dans la présente réglementation et dans les conditions d'utilisation de NOVA (annexe 12 à la C500, version 2.6, ch. 5.4). Concrètement, les données définies plus haut, issues de la vente nominative des prestations, doivent être enregistrées dans les bases de données communes. La vue d'ensemble des différentes variantes et formes de livraison des données sont présentées ci-après :

	Livraison à NOVA pour la RUD, partie II	Exclusion de la livraison pour la RUD, partie II
Billetterie automatique (AT)	<p>Éléments à livrer systématiquement:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Client NOVA (identification univoque via TKID) - Lors de nouvelles inscriptions dans NOVA: <ul style="list-style-type: none"> o Données de base (au moins prénom, nom, date de naissance) o Données de contact (au moins e-mail ou numéro de téléphone portable) - Assortiment vendu (décompté à la fin de la journée [consommation journalière]) - Données de voyage («collier de perle») [remarque: la livraison des données de voyage aux fins de calcul du tarif ne fait pas partie de la RUD] - Permission TP (oui/non) 	- Données de localisation basées sur GPS
Billets Online et Mobile nominatifs	Données clients et de prestations selon le ch. 3.1	Ventes «client non enregistré»
Abonnements nominatifs	Données clients et de prestations selon le ch. 3.1	-

8 Conditions d'utilisation : droits et restrictions

L'illustration suivante indique l'étendue des analyses anonymisées et agrégées des données mentionnées aux fins de mise au point des tarifs et de l'offre des transports publics :

	Possibilités de différentes analyses	Anonymisé/agrégé avec des caractéristiques personnelles	Anonymisé/agrégé
<p>Processus de validation des données selon la stratégie de données ASP (chapitre 8.1)</p>	<p>Avec référence à l'intermédiaire (exemples)</p>	<p>p. ex. comportement d'achat et d'utilisation de certains groupes de personnes (p. ex. les jeunes) en fonction de l'intermédiaire</p>	<p>par ex. parts de marché</p>
<p>Analyses possibles pour tous les participants à l'Alliance SwissPass (chapitre 8.2)</p>	<p>Sans référence à l'intermédiaire</p>	<p>p.ex. comportement d'utilisation de certains groupes de personnes (p.ex. retraités)</p>	<p>par ex. comportement d'utilisation</p>

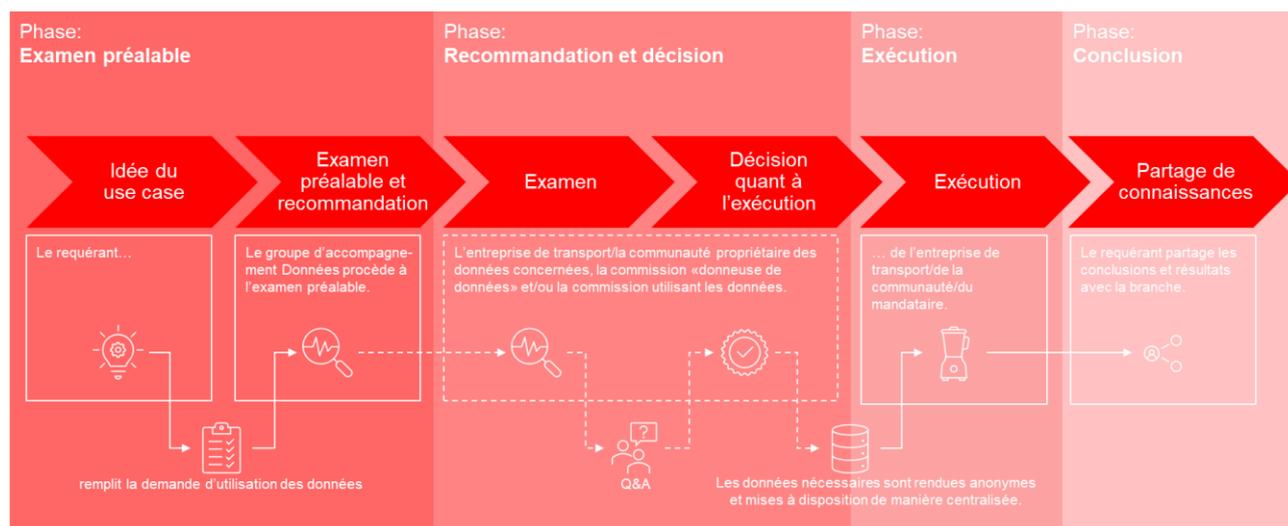
Dans le cas des analyses sans référence à l'intermédiaire, les données relatives à ce dernier sont supprimées. Pour ce faire, il convient d'exclure de l'analyse les informations suivantes :

- Intermédiaire de la prestation
- ET/communautés/responsables commerciaux/tiers ayant introduit les données dans les bases de données communes
- Guichet ou boutique en ligne où la prestation a été achetée
- Application utilisée pour une consultation d'horaire ou un voyage

Différentes combinaisons de l'étendue peuvent donner lieu à des analyses d'options diverses et donc à plusieurs dispositions d'utilisation. Celles-ci sont expliquées dans les sous-chapitres ci-après.

8.1 Processus de validation pour les analyses avec référence à l'intermédiaire

Le processus de validation défini dans la stratégie de données ASP doit être systématiquement respecté lors de l'utilisation de données avec référence à l'intermédiaire aux fins de mise au point des tarifs et de l'offre des transports publics.



Les requérants soumettent un cas d'usage au groupe de suivi Données, placé sous la direction de l'Alliance SwissPass. À cet effet s'applique un formulaire standardisé ad hoc pour décrire le cas d'usage. Un contrôle d'exhaustivité est effectué, puis il est vérifié qu'aucun cas similaire n'a été mis en œuvre dans le cadre de l'Alliance SwissPass. Ces opérations permettent de s'assurer que les questions déjà traitées dans d'autres cas d'usage ne doivent pas être à nouveau clarifiées. De plus, il est ainsi possible de garantir une certaine conformité avec d'autres cas d'usage. Le groupe de suivi Données apporte son soutien pour identifier correctement les propriétaires de données et demande à ces derniers de valider la mise à disposition des données.

À l'issue de cet examen préalable, les propriétaires de données (p. ex. les intermédiaires de prestations) décident si les données peuvent être mises à disposition pour l'objectif indiqué dans le cas d'usage. Les propriétaires de données (ET et communautés) définissent en toute autonomie l'organisation de leur processus d'autorisation interne.



Ensuite, le groupe de suivi Données se consacre à la commande et à la mise à disposition centralisée des données afin de garantir leur anonymisation et leur agrégation correctes.

À la fin du processus, un des éléments centraux de la stratégie des données s'applique : les requérants initiaux sont tenus de partager, avec l'Alliance SwissPass, les connaissances acquises. Seul le partage du savoir permet de développer la stratégie de données de l'Alliance SwissPass, d'exploiter des synergies et de garantir l'utilisation croissante du potentiel basé sur les données à l'échelle des transports publics.

De plus amples informations sur la stratégie de données et le processus de validation sont disponibles sur le site Internet de l'Alliance SwissPass : <https://www.allianceswisspass.ch/de/branchen-dienstleistungen/Datenmanagement/Gemeinsame-Datenstrategie>.

Afin de valider correctement un cas d'usage dans le cadre de la phase « Recommandation et décision », les propriétaires des données concernées par la partie II sont définis ci-après.

8.1.1 Propriétaire de données

Les propriétaires par types de données selon le chapitre 6.1 s'appuient sur le modèle à trois piliers de la partie I (voir p. ex. chapitre 1.1). Toutefois, seuls les deux premiers piliers sont nécessaires pour les déterminer. Il y a donc toujours deux propriétaires par type de données : l'intermédiaire et le propriétaire du tarif (communauté ou mandataire).

Intermédiaire

En principe, les types de données ont deux propriétaires (intermédiaire et propriétaire du tarif). Ceux-ci peuvent traiter les données indépendamment l'un de l'autre et décider du type de données (voir partie I). Des exemples explicatifs figurent au chapitre 9.4.

Selon le deuxième pilier, le propriétaire de données de l'assortiment du SDN est le SDN. En cas de demande de données appartenant au SDN, le mandataire du SDN peut, dans l'intérêt du SDN, octroyer l'autorisation correspondante.

L'organe de gestion de l'Alliance SwissPass n'est pas un propriétaire de données relevant du champ d'application de la RUD, mais il peut traiter des données anonymisées/agrégées avec ou sans caractère personnel et référence à l'intermédiaire (si nécessaire) au sens du champ d'application (voir chapitre 6) aux fins de mise au point des tarifs et de l'offre des transports publics. L'étendue de l'utilisation des données ressort du cahier des charges « Mandats de l'Alliance SwissPass » (annexe 9 à la C500, version 2.6, en particulier chapitre 3.2.2 Tâches opérationnelles de l'organe de gestion de l'Alliance SwissPass, let. k) et se limite aux finalités qui y figurent.

8.2 Analyses sans référence à l'intermédiaire

Les analyses sans référence à l'intermédiaire relevant du champ d'application sont ouvertes à tous les participants à l'Alliance SwissPass. Les demandes en ce sens devraient être adressées au groupe de suivi Données de l'Alliance SwissPass. Le groupe de suivi traite la commande de manière à garantir leur anonymisation et leur agrégation correctes. En principe, ces demandes sont ensuite exécutées par le mandataire du SDN, selon les conditions mentionnées au chapitre 9.1.

Des exemples explicatifs figurent au chapitre 9.4.

8.3 Compétences et processus d'anonymisation des données

Des fins d'analyse des données personnelles, les données destinées à une utilisation commune ne sont transmises à des services décentralisés (ET, communautés, tiers) que sous forme anonymisée par un service central dans l'environnement direct de NOVA. Il s'agit d'une condition impérative pour l'utilisation commune des données, conformément à la description au chapitre 8. L'anonymisation des données est effectuée par un service central dans l'environnement direct de NOVA (et non de manière décentralisée auprès des instances requérantes comme les ET, les communautés ou les tiers). Les tâches, les compétences et la responsabilité du service central chargé de l'anonymisation des données sont définies dans le cadre d'un mandat existant des transports publics, de même que le financement des travaux d'anonymisation de ce service central. Au terme d'un examen formel positif de la demande par le groupe de suivi Données et, dans le cas d'analyses liées à l'intermédiaire, après la validation par les propriétaires des données, ce service central met à disposition les données NOVA souhaitées sous une forme anonymisée. La procédure analytique et méthodique d'anonymisation des données est déterminée et appliquée spécifiquement à chaque demande/cas d'usage. Elle se fonde sur l'expertise du service central qui procède à l'anonymisation. En raison de l'éventail des cas d'usage et des questions auxquelles il faut répondre sur la base des données, aucune règle détaillée d'anonymisation n'est définie au préalable pour chaque type de données. Ces règles et procédures sont élaborées au cas par cas et se basent sur différentes approches méthodologiques, telles que la suppression d'attributs et d'identifiants, l'agrégation, le recodage, l'ajout de bruit, le shuffling.

Les procédures d'anonymisation appliquées par demande/cas d'usage sont documentées par le service central. Du point de vue de la gouvernance, il est essentiel que le service central traite de la même manière les demandes similaires et qu'il applique des procédures d'anonymisation



identiques/comparables (égalité de traitement de tous les requérants). Pour s'en assurer et garantir l'indépendance du service central, les travaux de ce dernier sont accompagnés et contrôlés par le groupe de suivi Données (stratégie des données ASP) en tant qu'organe indépendant.

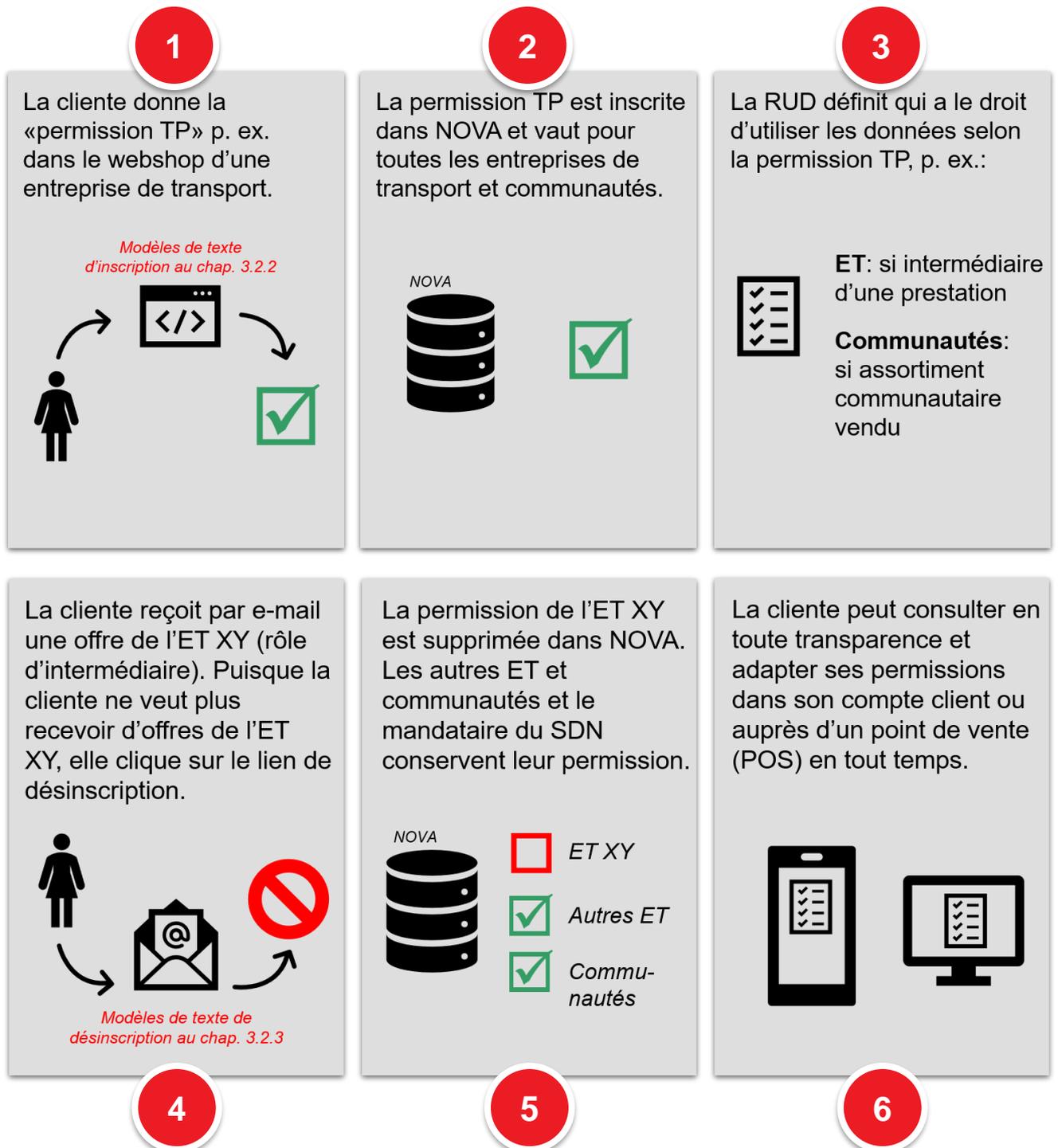
9 Annexes

9.1 Conditions pour les opérations de traitement de données effectuées sur mandat par le mandataire du SDN

Les coûts d'analyse et de gestion des données du mandataire du SDN (analyses de potentiel, sélection de données, comparaison de données, analyses de réponses, etc.) sont calculés sur la base du travail effectif. Conformément aux conditions actuelles pour les sélections de données, ils se montent à (charges de personnel et de système): CHF 160.– de l'heure (hors TVA)

9.2 Explication de la permission TP en six étapes

La permission TP est un élément central de la RUD, dont la mise en œuvre correcte et systématique par les ET, les communautés et les tiers revêt une grande importance. Les contenus décrits aux chapitres 4.2.2 et 4.2.3 sont concrétisés ci-après dans une illustration simplifiée à l'exemple d'une ET. L'Exemple s'applique aussi aux communautés.



9.3 Contenus possibles du traitement de données selon le chapitre 4 (exemples d'application)

Au chapitre 5, on réglemente trois domaines (« piliers ») avec des droits distincts relativement à l'utilisation des données. Ci-après, des **exemples d'application** illustrent les formes possibles de traitement des données par les ET et communautés.

Exemples d'application relatifs au chapitre 5.1 « Premier pilier : utilisation des données par l'intermédiaire »

Traitement des données tirées de la vente des assortiments des TP (SDN, communautés) par l'intermédiaire (ET, communauté, tiers)

Pour 5.1.1 ET intermédiaires

- Un client achète un ZVV-Netz-Pass (abonnement mensuel) à la gare CFF de Bülach. Les CFF (intermédiaire) lui envoient un code promotionnel à faire valoir à l'achat d'une carte journalière dégriffée sur cff.ch.
- Un client achète un abonnement Libero dans le webshop du BLS. Le BLS (intermédiaire) lui envoie un bon pour un surclassement gratuit à faire valoir sur les bateaux des lacs de Thoune et Brienz.
- Un client achète un BÜGA à la gare des RhB de Davos Platz. Les RhB (intermédiaire) lui envoient un bon pour un supplément gratuit pour le Bernina Express à faire valoir dans leur webshop.
- Une cliente achète une carte multicourses Libero sur l'application ÖV-Plus de Bernmobil. Bernmobil (intermédiaire) lui envoie un code promotionnel offrant 10 francs de rabais à l'achat d'un abonnement Libero dans le webshop Libero.
- Une cliente achète un abonnement Mobilis dans le webshop des TL. Les TL (intermédiaire) lui envoient un e-mail présentant des offres attrayantes de leur partenaire CGN.

Pour 5.1.2 Communautés intermédiaires

À l'heure actuelle, seuls le ZVV (Contact Center, webshop et application de billetterie) et Ostwind (webshop et application de billetterie) ont un rôle d'intermédiaire. Ce chiffre est uniquement d'intérêt pour ces deux communautés.

- Un client achète une carte multicourses sur l'application du ZVV. Le ZVV (intermédiaire) lui envoie un mailing comportant un bon déductible sur un abonnement (mensuel) ZVV-Netz-Pass.
- Une cliente achète un ZVV-Netz-Pass (abonnement mensuel) auprès du Contact Center du ZVV. Le ZVV (intermédiaire) lui envoie de la publicité pour un ZVV-Ferien-Pass (pour ses enfants).
- Une cliente achète un abonnement mensuel Ostwind dans le webshop d'Ostwind. Ostwind (intermédiaire) lui envoie un mailing soulignant les avantages de l'abonnement annuel.
- Un client achète régulièrement des billets unitaires et des cartes journalières dans l'application de billetterie d'Ostwind. Ostwind (intermédiaire) lui envoie un mailing offrant un rabais à l'achat d'un abonnement mensuel dans le webshop d'Ostwind.

Exemples d'application relatifs au chapitre 5.2 « Deuxième pilier : utilisation des données par les communautés et les mandataires »

Pour 5.2.1 Traitement des données tirées de la vente des assortiments communautaires par les **communautés**

Pour tous les exemples : indépendamment du canal sur lequel la prestation est vendue

- Frimobil envoie un mailing à une sélection de titulaires d'abonnements mensuels dans lequel la communauté vante les avantages de l'abonnement annuel (trois mois gratuits).
- Dans le cadre d'une campagne d'upsell, Ostwind envoie un bon pour un upgrade réduit en première classe à une sélection de titulaires d'abonnements mensuels.
- Passepartout envoie un mailing informant de la suppression du supplément de nuit et de l'intégration du réseau de nuit dans la communauté tarifaire à tous ses abonnés.
- A-Welle envoie une offre estivale pour les accompagnants (p. ex. pour 10 francs, voyage gratuit pour un accompagnant le soir et les week-ends) à tous les titulaires d'un abonnement annuel.
- Onde Verte envoie un mailing deux fois par an aux titulaires d'un abonnement annuel, lequel vante les mérites des abonnements et offre un bon à faire valoir auprès de partenaires (théâtres, discothèques, remontées mécaniques, fleuristes, etc.)
- Dans le cadre d'une action de mise en valeur, le TNW envoie un bon de 10 francs à tous les titulaires d'un abonnement annuel qui fêtent un anniversaire rond.

Pour 5.2.2 Traitement des données tirées de la vente des assortiments du SDN par le mandataire du SDN, indépendamment du canal sur lequel la prestation est vendue

- Mailings du mandataire du SDN aux titulaires d'un ADT pour un upgrade vers l'AG (dans le cadre d'un programme d'upsell du plan de marketing et compte tenu de la valeur limite définie pour les titulaires d'un abonnement communautaire du ZVV)
- Actions de fidélité pour les titulaires d'AG 1re et 2e classe par le mandataire du SDN (p. ex. carte d'accompagnant gratuite (AG 1re cl.) ou pour 30 francs (AG 2e cl.))
- Campagne de reconquête envers les clients AG et ADT perdus par le mandataire du SDN

Exemples d'application relatifs au chapitre 5.3 « Troisième pilier : utilisation élargie des données »

Pour 5.3.1 Utilisation élargie des données tirées de la vente des assortiments du SDN et des communautés par une **entreprise de transport** non intermédiaire

Assortiments du SDN : proposition au groupe de travail Commercialisation et approbation par celui-ci

- Le BLS envoie un mailing à tous les détenteurs d'un ADT domiciliés dans la région bernoise pour promouvoir les croisières culinaires sur le lac de Thoue.
- Les Chemins de fer de la Jungfrau envoient un mailing aux titulaires d'un ADT domiciliés dans le canton de Berne comprenant un bon pour monter au Jungfraujoch à des conditions spéciales.
- CarPostal envoie un mailing à une sélection de titulaires d'un ADT répartis dans toute la Suisse afin de promouvoir sa campagne d'automne sur les excursions régionales.

Assortiments communautaires: proposition à la communauté concernée et approbation par celle-ci

- Les TPF envoient un mailing aux abonnés de Frimobil pour promouvoir le train fondue/sushi.
- Les CFF envoient un mailing à tous les abonnés Unireso pour les informer de l'augmentation des cadences du Léman Express.
- Les VBSG envoient un mailing à tous les abonnés d'Ostwind ayant au moins la zone 210 (St-Gall) les informant du nouveau tracé des lignes de bus en ville.
- Les CFF envoient un mailing aux abonnés Mobilis comprenant un code promotionnel de 5 francs à faire valoir à l'achat sur Mobile CFF d'un billet dégriffé (du SDN) d'au moins 20 francs.
- CarPostal envoie un mailing aux titulaires d'un BÜGA pour les informer d'améliorations de l'horaire aux Grisons et leur offrir un bon de réduction pour le billet combiné transport – bains d'Alvaneu.

Pour 5.3.2 Utilisation élargie des données tirées de la vente des assortiments du SDN et des communautés par une **communauté** non intermédiaire

Assortiments du SDN: proposition au groupe de travail Commercialisation et approbation par celui-ci

- Le TNW fait un mailing aux titulaires d'un ADT domiciliés dans le périmètre du TNW et leur propose une offre pour un premier abonnement mensuel ou annuel du TNW. Dans le cadre d'un marketing croisé, le mandataire du SDN envoie un rabais de 25 francs à l'achat d'un premier ADT à une sélection d'abonnés du TNW sans ADT.
- Passepartout informe tous les titulaires d'un abonnement seven25 domiciliés dans le périmètre de Passepartout des améliorations effectuées dans l'horaire du réseau de nuit, de la suppression du supplément de nuit et de l'intégration du réseau de nuit dans le tarif de Passepartout.

Assortiments communautaires: proposition à la communauté concernée et approbation par celle-ci (devrait rester exceptionnel)

- Unireso envoie un mailing à tous les titulaires d'un abonnement Mobilis domiciliés vers Nyon pour les informer de nouvelles offres tarifaires du Léman Express.
- Le Z-Pass envoie un mailing à tous les titulaires d'un abonnement de la communauté tarifaire zougoise et leur offre un rabais à faire valoir sur un premier abonnement Z-Pass dans le corridor Zoug-Schwyz.
- Le BÜGA envoie un mailing à tous les titulaires d'un abonnement Arcobaleno leur offrant un rabais sur l'offre estivale de BÜGA.

9.4 Contenus possibles du traitement des données selon le chapitre 8 de la partie II (exemples d'application)

Conformément au chapitre 8, il est possible d'anonymiser et d'agréger des analyses de différentes manières. Ci-après, des **exemples d'application** illustrent les formes possibles de traitement des données par les ET et les communautés. Les exemples spécifiques ont été choisis au hasard. Toutes ces analyses sont ouvertes à l'ensemble des ET et des communautés participant à l'Alliance SwissPass.

Exemples d'application relatifs au chapitre 8.1 «Processus de validation des analyses avec référence à l'intermédiaires»

Traitement des données avec référence à l'intermédiaire d'autres propriétaires de données, y compris caractères personnels.

- La ZVV souhaite savoir quels voyages AT sont achetés par des seniors (= caractère personnel: âge) et via quelle application. Pour ce faire, elle soumet une demande au groupe de suivi Données. Les propriétaires de données (= intermédiaires des données de voyage provenant de l'AT, comme BLS, Fairtiq, CFF) peuvent dès lors décider de mettre leurs données à disposition pour ce cas d'usage. En pareil cas, les données du propriétaire concerné, avec référence à l'intermédiaire, peuvent être utilisées pour l'analyse. Il faut alors veiller de manière centralisée à la suppression du caractère personnel initial grâce à des méthodes d'anonymisation et d'agrégation appropriées.
- La gestion concluante des prix et des recettes de la branche des transports publics repose en particulier sur des analyses régulières (recettes, roulement, entrée et sortie) des abonnements (= caractère personnel via la consommation). À cet égard, il est important de pouvoir analyser une base de données globale sur les transports publics, indépendamment du système tarifaire (SDN et communautés). Une vue d'ensemble de tous les abonnements des transports publics favorise la pertinence des analyses de l'assortiment. Exemple: le mandataire du SDN souhaite savoir auprès de quelles ET et communautés le groupe cible des jeunes achète tels abonnements. Cette demande est soumise par le mandataire du SDN au groupe de suivi Données. Les propriétaires de données concernés, p. ex. tous les intermédiaires de l'assortiment des transports publics OU tous les propriétaires de tarifs (communautés et mandataire du SDN), peuvent dès lors décider de mettre leurs données à disposition pour ce cas d'usage. En pareil cas, les données du propriétaire concerné, avec référence à l'intermédiaire, peuvent être utilisées pour l'analyse.

Traitement des données avec référence à l'intermédiaire d'autres propriétaires de données, sans caractères personnels

- Le BLS souhaite savoir quelle application est utilisée pour les consultations d'horaire de la ligne Bern–Brig. Pour ce faire, elle soumet une demande au groupe de suivi Données. Les propriétaires de données concernés (= prestataires des consultations d'horaire comme ZVV, CFF, CarPostal) peuvent dès lors décider de mettre leurs données à disposition pour ce cas d'usage. En pareil cas, les données du propriétaire concerné, avec référence à l'intermédiaire, peuvent être utilisées pour l'analyse.

Exemples d'application relatifs au chapitre 8.2 « Analyses sans référence à l'intermédiaire »

Traitement des données sans référence à l'intermédiaire d'autres propriétaires de données, y c. caractères personnels

- Les CFF souhaitent examiner des problématiques concrètes, comme le comportement d'achat des clientes et clients avant l'utilisation de l'AT ou parallèlement à l'utilisation de l'AT (= caractère personnel via la consommation) et les analyses des remboursements pour identifier des approches permettant de les réduire ou déterminer l'impact de rabais spécifiques au niveau de l'AT sur le comportement d'achat et les recettes. Toutefois, ils ne s'intéressent pas à l'application ayant permis d'acheter les voyages et ne souhaitent pas recevoir cette information. Il s'agit d'une analyse sans référence à l'intermédiaire. Les CFF peuvent donc analyser de manière anonymisée et agrégée toutes les données de voyage conformément à leur objectif. Il est important ici de veiller à la suppression du caractère personnel initial grâce à des méthodes d'anonymisation et d'agrégation appropriées.
- La communauté tarifaire Libero souhaite savoir quels autres abonnements et billets individuels (= caractère personnel via la consommation) sont achetés par les titulaires d'un abonnement Libero. Toutefois, elle ne s'intéresse pas à l'ET ou à la communauté auprès de laquelle les prestations ont été achetées, et ne souhaite pas recevoir cette information. Il s'agit d'une analyse sans référence à l'intermédiaire.

Traitement des données sans référence à l'intermédiaire d'autres propriétaires de données, sans caractères personnels

- La MGB souhaite connaître les lignes pour lesquelles la clientèle effectue à Viège un changement pour telles correspondances. Elle entend le faire sur la base des données de voyage issues de la billetterie automatique. La MGB peut donc analyser de manière anonymisée et agrégée toutes les données de voyage qui traversent le nœud de Viège.

Des exemples complémentaires et les demandes actuelles figurent sur le [radar sectoriel](#).