

CLIENT :
Renault

SECTEUR :
Automobile

DEPUIS :
1898

GROUPE :
Renault-Nissan

La Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) publie en décembre 2013 sa recommandation sur l'application en France des directives européennes concernant le traitement des données à caractère personnel, adoptées en 2009.

La CNIL impose aux éditeurs de sites français de donner aux internautes les clés d'une gestion simple de leurs cookies, en mettant l'accent sur trois points :

- Afficher un bandeau d'information visible sur le rôle des cookies
- Donner à l'utilisateur la possibilité de désactiver certaines familles de cookies
- Attendre le consentement de l'utilisateur avant le dépôt de tout cookie

Comment déployer à l'échelle européenne un outil de gestion des cookies adaptable à toutes les réglementations locales ?

Groupe d'envergure internationale soucieux de respecter le droit de ses utilisateurs, Renault cherchait un outil répondant à deux exigences :

- L'établissement d'une relation de confiance avec les internautes, grâce à une stricte mise en conformité avec les législations française et européenne
- Un déploiement simple sur les quelque 60 sites-pays Renault et Dacia que le constructeur édite en Europe, ainsi que sur les déclinaisons mobiles et sites annexes

Cookie Consent, la solution fifty-five. Avec Cookie Consent, Renault donne réellement à ses utilisateurs le contrôle sur les données qu'ils partagent : suite à l'apparition du bandeau informatif, l'internaute peut choisir de désactiver certaines familles de cookies en un clic s'il le souhaite (cookies de webanalyse, publicitaires, sociaux). À l'inverse, de nombreux sites se contentent d'afficher des explications sur les façons de paramétrer les cookies dans chaque navigateur.



2

Marques :
Dacia et Renault

30

Pays
concernés

150+

Sites équipés
(desktop
& mobile)

Un déploiement rapide à grande échelle. Afin d'opérer un déploiement rapide à l'échelle européenne, tout en profitant des fonctionnalités de personnalisation avancée de Cookie Consent, deux modules de la solution ont été proposés aux équipes Renault :

- L'un faisant une interprétation stricte de la directive européenne, (ex. : CNIL) : dépôt des cookies conditionné au recueil préalable du consentement, cookies de webanalyse désactivables
- L'autre, appliquant une lecture plus souple de la directive, (ex. : ICO au Royaume Uni) : dépôt des cookies avant le recueil du consentement toléré, cookies de webanalyse assimilés aux cookies de fonctionnement, non désactivables

L'identité de marque respectée. Pour préserver l'expérience utilisateur, le design des deux modules a été adapté aux environnements graphiques des sites Dacia et Renault.

Pour faciliter le déploiement des modules, fifty-five a mis à disposition des équipes Renault divers supports de communication : vidéo informative, guides d'implémentation de la solution, etc.



En savoir plus
sur Cookie
Consent :
bit.ly/1sVLo3p

« En choisissant la solution Cookie Consent de fifty-five, Renault a pu établir une relation de confiance avec l'ensemble de ses utilisateurs européens, en parfaite conformité avec chaque législation nationale »

Laurent Aliphath

Head of Digital Performance
and Lead Management
Renault

Une mise en conformité totale avec la loi. Développé pour entrer en stricte conformité avec la réglementation édictée par la CNIL en France, Cookie Consent s'est néanmoins montré assez souple pour permettre à Renault d'adapter la solution aux conditions de récolte de données propres à chaque pays européen, en conservant la simplicité de déploiement du module à grande échelle.

Une navigation préservée. Les premiers sites équipés (renault.fr, dacia.fr, renault.co.uk...) ont prouvé l'efficacité de Cookie Consent : informer les utilisateurs sur la récolte de données en leur donnant des moyens simples de s'y opposer s'ils le souhaitent, sans perturber l'expérience de navigation.

55 the
data
company

fifty-five, the data company

fifty-five accompagne les entreprises dans l'exploitation de leurs données au service d'un marketing et un achat-média plus performants. Partenaire des annonceurs de la collecte à l'activation des données, l'agence aide les organisations à devenir de véritables entités omnicanales, maîtrisant l'efficacité de leur écosystème digital et ses synergies avec le monde physique.