

# Comment rendre une boutique WooCommerce conforme au RGPD ?

Parce qu'un site-vitrine ou un blog et un site e-commerce ne brassent pas le même type de données, il est essentiel de faire un point spécial sur ce qu'il advient des sites qui utilisent WooCommerce.

Vous découvrirez ici **quelques spécificités à ne pas négliger dans votre mise en conformité**. Bien sûr cela ne vous dispense pas de mettre en place tout ce dont nous venons de parler (une boutique en ligne sous WooCommerce reste un site WordPress).

## 1. Des Conditions Générales de Vente adaptées

Les Conditions Générales de Vente s'apparentent à des Conditions Générales d'Utilisation, à cela près qu'elles supposent un rapport marchand entre l'utilisateur et le site web. Il est absolument obligatoire de les apposer sur une page dédiée, dans le pied de page de votre site WordPress.

Si vous n'avez pas encore cette page, il est grand temps de la créer ! (Sérieusement, vous vendez sans CGV ?!)

Rendez-vous ensuite dans L'onglet "Réglages" de votre plugin WooCommerce, puis dans "Commande". Dans la partie "Page commande", vous trouverez un champ "Conditions générales de vente".

**Pages commande**

Ces pages doivent être définies pour que WooCommerce sache où envoyer les utilisateurs pour commander.

Page panier ?  ✕ ▼

Page commande ?  ✕ ▼

Conditions générales de vente ?  ▼

Terminaisons de commande ?

Les terminaisons sont des pages pour traiter des actions spécifiques pendant le processus de commande.

Si vous définissez une page « Conditions Générales de Vente » il sera demandé au client d'accepter ces CGV lors de la commande.

Comme l'indique bien WooCommerce, une fois cette page sélectionnée, une case supplémentaire apparaîtra lorsqu'un utilisateur atterrira sur votre page de commande. Il devra alors cocher cette case pour attester qu'il a bien lu ces Conditions Générales de Vente, et accepte de les suivre.

## 2. Une page de commande où apparaît votre Politique de Confidentialité

Dans le cas d'un site e-commerce, **votre Politique de Confidentialité doit apparaître clairement dans les formulaires de commande.**

Depuis la version 3.4 de WooCommerce, vous pouvez ajouter automatiquement la mention de transparence nécessaire pour être dans les clous du RGPD, avec la possibilité de personnaliser le texte à y apposer.

Tout se passe dans l'onglet Réglages > Comptes et Confidentialité du plugin.

**Politique de confidentialité**

Cette section contrôle l'affichage de la politique de confidentialité de votre site Web. Les remarques concernant la confidentialité ci-après ne s'afficheront pas à moins que [page de politique de confidentialité](#) soit défini.

Politique de confidentialité de l'inscription ?

Politique de confidentialité du paiement ?

### 3. Des formulaires WooCommerce d'inscription nickel

Vous le savez sans doute : dans les réglages de WooCommerce, il existe plusieurs moyens pour l'utilisateur de vous partager (ou non) ses données. Il peut...

- Créer un compte au cours de la validation de la commande
- Créer un compte depuis la page "Mon compte"
- Ne pas créer de compte pour commander sur votre site

Mais qu'en est-il côté RGPD ?

C'est simple : que votre visiteur crée un compte ou non, il devra entrer des informations liées à sa commande (adresse de livraison, nom et prénom...) ainsi que son adresse email pour lui permettre de suivre sa commande. Or, si vous avez bien suivi jusque-là, vous savez qu'il s'agit bien de données personnelles !

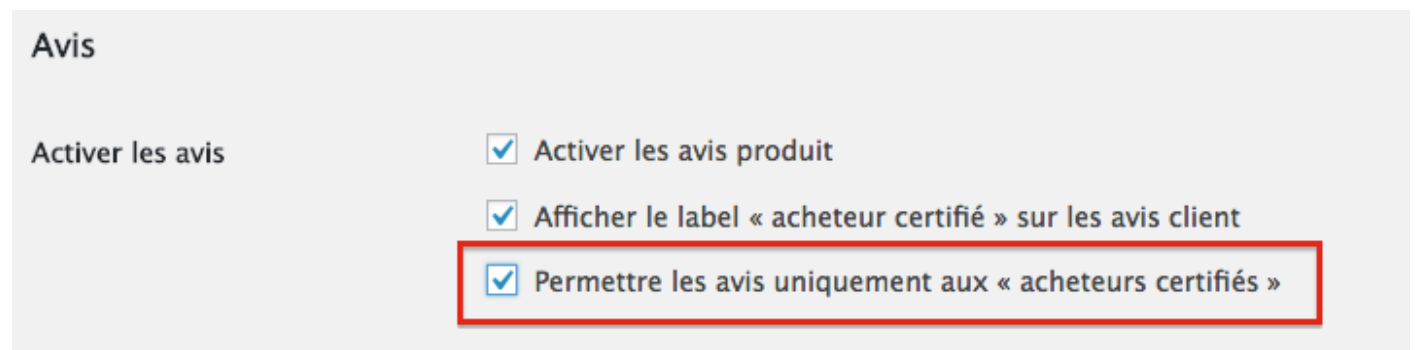
Là encore, **quels que soient les réglages que vous choisissez, il faudra donc assortir vos formulaires WooCommerce d'une mention de transparence** menant vers votre politique de confidentialité.

### 4. Des avis clients en conformité avec la législation

Sur les sites WooCommerce, rien de tel pour accroître la crédibilité de son produit que [les avis clients](#). Le RGPD vient également changer la donne sur ces éléments, qui demandent eux aussi une récolte préalable du consentement de l'utilisateur pour les publier.

Pour vous assurer que vous êtes en règle de ce point de vue, c'est simple : il vous suffit de **n'autoriser leur publication que lorsque le visiteur a acheté le produit** (et a donc préalablement accepté votre politique de confidentialité, et donné son consentement).

Rendez-vous dans l'onglet "Produits" de votre plugin WooCommerce, et cochez la case "Permettre les avis uniquement aux acheteurs certifiés".



**Avis**

Activer les avis

- ☒ Activer les avis produit
- ☒ Afficher le label « acheteur certifié » sur les avis client
- ☒ Permettre les avis uniquement aux « acheteurs certifiés »

Si les acheteurs sont certifiés, c'est qu'ils ont passé commande et ont accepté votre politique de confidentialité. CQFD.

## 5. Le souci avec votre plugin d'abandon de panier

Si vous avez un site WooCommerce, il y a fort à parier que vous utilisez **un plugin WooCommerce d'abandon de panier**, pour rattraper les petits étourdis qui n'auraient pas finalisé leur commande.

*Le problème, vous le voyez sans doute venir de loin, maintenant que vous êtes des experts du RGPD : eh oui, encore la récolte du consentement !*

La solution, qui contourne un peu le problème mais le résout temporairement : **rajouter un petit texte invitant l'utilisateur à consulter votre Politique de Confidentialité, juste en-dessous du champ où il doit laisser son adresse email.**

Pour ce faire, vous reprendrez bien un petit snippet de code, adapté à partir [de la documentation \(en Anglais\) de WooCommerce](#).

```
/* Notification RGPD Abandon de panier */
add_filter( 'woocommerce_checkout_fields' , 'wpm_override_checkout_fields' );

function wpm_override_checkout_fields( $fields ) {
    $fields['order']['billing_email']['label'] = 'Pour en savoir plus sur la manière dont
nous traitons vos données à caractère personnel, consultez notre Politique de
Confidentialité.';
    return $fields;
}
```

L'extension d'abandon de panier [Jilt](#) fait partie des bons élèves dans sa catégorie en ajoutant un message de transparence et un lien pour s'opposer à cette pratique.

L'exemple de Jilt sur le site de WP Rocket

## 6. Et pour l'effacement et la modification des données sur WooCommerce ?

Si vos clients vous demandent de supprimer ou d'avoir accès aux données personnelles qu'ils vous ont transmises par le passé, comment procéder ?

Là encore, WooCommerce pense à tout pour vous, dans l'onglet Réglages > Comptes & Confidentialité.

|                                  |                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Demandes d'effacement de données | <input checked="" type="checkbox"/> Supprimer les données personnelles des commandes sur demande                                                                                      |
|                                  | Lors du traitement d'une <a href="#">demande d'effacement de données</a> , les données personnelles dans les commandes doivent-elles être maintenues ou supprimées ?                  |
|                                  | <input checked="" type="checkbox"/> Retirer l'accès aux téléchargements sur demande                                                                                                   |
|                                  | Lors du traitement d'une <a href="#">demande d'effacement de données</a> , les accès aux fichiers téléchargeables doivent-ils être révoqués et les journaux de téléchargement vidés ? |

|                                  |                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Demandes d'effacement de données | <input checked="" type="checkbox"/> Supprimer les données personnelles des commandes sur demande                                                                                      |
|                                  | Lors du traitement d'une <a href="#">demande d'effacement de données</a> , les données personnelles dans les commandes doivent-elles être maintenues ou supprimées ?                  |
|                                  | <input checked="" type="checkbox"/> Retirer l'accès aux téléchargements sur demande                                                                                                   |
|                                  | Lors du traitement d'une <a href="#">demande d'effacement de données</a> , les accès aux fichiers téléchargeables doivent-ils être révoqués et les journaux de téléchargement vidés ? |

Celles-ci ajouteront aux réglages des comptes de vos utilisateurs les options liées à la suppression et la mobilité de leurs données, pour une boutique totalement en accord avec la législation.

Dès qu'une demande est faite, le plugin se charge de procéder aux manipulations demandées automatiquement. Les doigts dans le nez !

Je vous entends d'ici soupirer : *“C'est pas bientôt fini, ces histoires de consentement et de données” !?*

Si, si, rassurez-vous : reste à vérifier que vous ne fassiez pas de faux-pas marketing vis-à-vis du RGPD.

## Quelles pratiques marketing sont interdites par le RGPD ?

Dans votre quotidien pour trouver ou convertir des clients, vous maniez de la data, en veux-tu, en voilà.

Vous prospectez pour trouver de nouveaux clients, vous envoyez des emails pour fidéliser ceux qui vous suivent, vous faites du retargeting (reciblage) pour récupérer les visiteurs que vous n'avez pas convertis...

Bref, vous jonglez avec des données à caractère personnel.

*Mais bon nombre de ces pratiques sont désormais passées du côté obscur de la force... tout du moins si vous n'en informez pas au préalable vos utilisateurs, dans votre Politique de Confidentialité.*

Voici donc une rapide checklist des leviers marketing pour lesquels vous devez récolter le consentement de vos utilisateurs :

- **L'envoi d'emails** (newsletters marketing ou emails de prospection : même combat)
- **Le profilage** (soit le suivi des comportements de vos utilisateurs sur votre site web, comme leur historique d'achat ou le temps qu'ils passent sur une page)
- **Le reciblage** (soit le fait de re-présenter une publicité à un prospect)

Bon, question profilage et retargeting, la marketeuse que je suis se gratte la tête devant cette obligation de récolte de consentement...

Pour l'heure, l'objectif premier est de montrer sa bonne volonté à la CNIL face au RGPD, malgré le flou artistique qui règne toujours autour de ces pratiques. [La législation e-Privacy](#) (qui devait venir augmenter les directives RGPD à l'horizon 2021, mais dont la date de mise en application a été décalée), nous en dira sans doute plus, notamment sur l'utilisation des cookies...

Mais non, séchez vos larmes, chers lecteurs. De mon point de vue de webmarketeuse, le RGPD est **une belle occasion de repenser sa stratégie marketing**, pour laisser plus de liberté aux clients dans les choix qu'ils peuvent faire.

Finis les push mails débilissants, les bannières publicitaires qui ne convertissent pas, et les propositions de produits annexes peu pertinentes. Place à la toute-puissance du [SEO](#) et du bon contenu bien ficelé !

## Que doit-on penser du RGPD ?

Si le RGPD semble être une législation contraignante, j'avais envie de finir cet article sur une tonalité un peu critique, et surtout positive. Restez branchés, vous allez voir qu'il y a du bon dans toute cette pagaille législative !

## Les points de vigilance

- **Notons le côté assez peu limpide de la législation.** Dans le texte du RGPD, il y a de nombreux renvois aux lois nationales de chacun des pays... En France, la loi informatique et libertés a été revue courant 2019 pour intégrer les dispositions sur le RGPD : il vous faut donc lire le texte européen sur le RGPD en association avec le texte de loi national français. Pas évident, n'est-ce pas ? N'oubliez donc pas, si vous traitez les données d'utilisateurs résidant dans d'autres pays de l'UE, de vous renseigner sur l'application de la législation là-bas. Vous pouvez notamment [trouver des informations à ce sujet sur le site de CNIL](#).

## Les points positifs

- **Les entreprises, ainsi que les agences et développeurs WordPress, qui adaptent leurs pratiques au RGPD bénéficient désormais d'une véritable image d'expert, et d'une crédibilité accrue.** En mettant en place des Conditions Générales d'Utilisation claires, et en montrant vos efforts à même votre site web, vous créez une véritable relation de confiance avec vos utilisateurs.
- **Le RGPD a également été l'occasion de vous pencher un peu plus sur l'expérience que vous proposez à vos utilisateurs sur votre site web**, ainsi que sur la sécurité de votre site et des données qu'il récolte.
- Au-delà de toute considération d'ordre professionnel, **on peut être heureux qu'une législation nous permette de reprendre enfin la main sur les données personnelles** que nous égrainons sur Internet (nous sommes tous des internautes après tout).