

Communiqué de presse

La CNDP signe une convention tripartite avec le GAM et l'UACC pour leur adhésion à son programme « DATA-TIKA »

Casablanca, le 17 février 2026

La Commission Nationale de contrôle de la protection des Données à caractère Personnel (CNDP), le Groupement des Annonceurs du Maroc (GAM) et l'Union des Agences Conseil en Communication (UACC), ont signé, ce mardi 17 février 2026, à Casablanca, une convention tripartite marquant l'adhésion des deux partenaires au programme « DATA-TIKA ».

Cette convention marque une étape structurante pour l'écosystème marocain de la communication, de la publicité et du marketing digital, en inscrivant la protection des données personnelles au cœur des pratiques professionnelles du secteur.

À travers cette convention, les trois parties affirment leur volonté commune de :

- Renforcer la conformité des annonceurs et des agences à la loi 09-08 relative à la protection des données à caractère personnel ;
- Développer une culture sectorielle de la gouvernance responsable des données ;
- Faire de la protection des données un levier de confiance, de compétitivité et d'innovation.

Le programme DATA-TIKA, initié par la CNDP, vise ainsi à accompagner les annonceurs et agences membres respectifs du GAM et de l'UACC dans leur mise en conformité à travers des actions de sensibilisation, de formation, d'audit et la mise à disposition d'outils opérationnels

À ce titre, la CNDP a mis en place un pôle dédié d'assurer un accompagnement de proximité, de répondre aux problématiques spécifiques du secteur et de faciliter les démarches de conformité à la loi n°09-08, en tenant compte des particularités des métiers de la communication et de la publicité.

À travers ce partenariat, la CNDP, le GAM et l'UACC réaffirment leur engagement commun en faveur d'un écosystème de communication et publicité responsable et respectueux des droits fondamentaux en matière de protection des données à caractère personnel.

“Ce partenariat sectoriel constitue un levier stratégique pour diffuser une culture de conformité proactive Value-Driven et adaptée aux spécificités des métiers de la communication, du marketing et de la publicité.” déclare M. Omar SEGHROUCHNI - Président de la CNDP

“Cette convention traduit une responsabilité collective : celle d'accompagner l'évolution des pratiques à l'ère de l'hyper-personnalisation et de la transformation digitale, tout en consolidant la confiance des consommateurs.” déclare M. Hassan Rouissi - Président de l'UACC

“Le GAM réaffirme avec force l’engagement des annonceurs marocains pour une utilisation responsable, éthique et transparente des données personnelles. Plus qu’une obligation réglementaire, nous en faisons un choix stratégique et un gage de crédibilité et d’exemplarité pour notre profession.” déclare M. Mehdi Yaroub - Président du GAM

La convention est conclue pour une durée de quatre ans, renouvelable, et prévoit la mise en place d'un comité de suivi dédié à la coordination et à l'évaluation des actions engagées.

A propos de la CNDP

La protection de la vie privée, au Maroc, est consacrée par l'article 24 de la Constitution du Royaume : « Toute personne a droit à la protection de sa vie privée. ... »

La CNDP (Commission Nationale de contrôle de la protection des Données à caractère Personnel) a été créée par le Dahir n° 1-09-15 du 22 safar 1430 (18 février 2009) portant promulgation de la loi n° 09-08 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel (BO n° 5714 du 05/03/2009).

A propos du GAM

Créé en 1984, le Groupement des Annonceurs du Maroc (GAM) est aujourd’hui l’unique représentant des annonceurs du Maroc. Face au développement de la concurrence et des nouveaux défis de la mondialisation, le Groupement des Annonceurs du Maroc (GAM) élabore et met en œuvre tous les moyens susceptibles de promouvoir une pratique libre et professionnelle de la publicité et de jeter les bases d’une croissance durable de ce secteur vital de l’économie, notamment grâce à l’adhésion et l’implication de ses membres.

A propos de l’UACC

L’Union des Agences Conseil en Communication (UACC) est l’organisation professionnelle de référence au Maroc dans le domaine de la communication. Crée en 1998, elle regroupe aujourd’hui 52 agences membres, qui concentrent plus de 85 % de l’activité publicitaire nationale. L’UACC a pour mission de promouvoir la valeur stratégique des métiers de la communication en tant que levier essentiel de création de valeur et de croissance économique. Elle se positionne également comme un interlocuteur légitime et structurant auprès des pouvoirs publics, des institutions et des partenaires de l’écosystème, en participant activement aux concertations professionnelles et aux réformes législatives.

L’action de l’UACC vise à accompagner la montée en compétences du secteur, en s’appuyant sur une veille active des tendances et une dynamique d’inspiration continue au service de la profession. Elle s’attache à structurer les pratiques et à défendre des principes fondamentaux d’éthique, de responsabilité et de juste rémunération, dans un souci d’équilibre entre les attentes des marques et les impératifs des agences. Elle œuvre enfin à renforcer les synergies entre les différents acteurs de la chaîne de valeur – annonceurs, agences, médias, instances publiques – pour bâtir un secteur plus cohérent, plus transparent et plus performant.