**L’obtention du consentement avant la collecte de données personnelles :**

Les entreprises de réseaux sociaux doivent avoir le consentement des utilisateurs avant de pouvoir collecter et utiliser leurs données personnelles. C’est-à-dire qu’ils doivent être clairement informés des types de données qui seront collectées (comme par ex : leur géolocalisation, le type contenu qu’ils visionnent etc).

**La transparence sur l’utilisation des données collectées :**

Les entreprises doivent également indiquer de manière claire comment les données collectées seront utilisées, ça pourrait être par exemple pour la publicité ciblée ou l’amélioration des services.

**La responsabilité des entreprises en cas de traitement illégal des données**

En cas de violation, d’après le RGPD, les entreprises risquent d’avoir des sanctions sévères telles que des amendes pouvant atteindre jusqu’à 4% de leur chiffre d’affaires mondial. Elles peuvent aussi être tenues responsables devant les utilisateurs affectés qui ont le droit de réclamer des dédommagements.