

Veille juridique

Le domaine de l'informatique ne cessant d'évoluer et la récente digitalisation des entreprises, exposent la population mondiale à des risques nouveaux. C'est pour les protéger que des règles sont établies et les entreprises se doivent de les respecter. Une veille juridique est donc à tenir tout au long de leur existence afin de se tenir au courant de l'évolution de la législation ainsi que des risques encourus si celle-ci n'est pas respectée.

La CNIL

La CNIL – Commission Nationale de l'Informatique et des Liberté – est une autorité administrative indépendante française qui a pour mission la protection des données et des particuliers. Elle accompagne les entreprises dans le but de réguler l'utilisation des données personnelles d'autrui et donc de veiller à ce qu'elles soient en conformité avec la législation. Elle est également chargée d'informer les particuliers sur l'utilisation de leurs données à caractères personnelles et comment les protéger. Elle les aide également à exercer leurs droits lorsqu'une infraction à leur encontre a été commise. Lorsqu'une entreprise est victime d'une fuite de donnée, celle-ci doit en informer la CNIL dans les 72 heures ainsi que les personnes concernées par cette fuite.

Google Analytics

Récemment, la CNIL a reçu plusieurs plaintes de l'association NOYB (None of Your Business) qui est spécialisée dans la protection des droits numériques, concernant Google Analytics.

Ce dernier est un outil qui se présente sous forme d'un tableau de bord. Il permet d'analyser l'audience d'un site web en indiquant à son utilisateur combien de temps est resté le visiteur, quelles pages il a visité, d'où il vient géographiquement mais également sur Internet (quel moteur de recherche, ...) ainsi que les actions effectuées.

NOYB accuse Google Analytics de transférer les données des visiteurs aux Etats-Unis et a donc déposé au total, 101 réclamations. Celles-ci visant des sites web hébergés dans les 27 pays européens, qui utilisent Google Analytics, qui transfère à l'insu des visiteurs, leurs données personnelle aux Etats-Unis. En effet, l'outil d'analyse de site web attribue un identifiant unique à chaque visiteur, ce qui constitue une donnée personnelle puisqu'il permet d'identifier une personne sur Internet. Cet identifiant et les données qui y sont associées sont envoyés aux Etats-Unis.

La CNIL et ses homologues européens, ont ensemble, procédé à l'analyse des conditions des transferts des données par Google Analytics. C'est ainsi qu'ils ont déclaré ce dernier, coupable de transférer illégalement les données des européens hors de leurs territoires. Le risque pointé du doigt par la CNIL étant le fait que les services de renseignements américains puissent accéder aux données transférée, puisque ce transfert n'est pas assez encadré selon elle.

L'autorité administrative indépendante française a mis en demeure un gestionnaire de sites web qui utilisait l'outil d'analyse, lui accordant un délai d'un mois pour se mettre en conformité. Si l'entreprise ne cesse pas d'utiliser Google Analytics dans le délai prévu, elle encourt la pénalité indiquée dans l'article 20 de la loi informatique et liberté du 6 janvier 1978 modifiée. Cet article définit que si une entreprise ne respecte pas les obligations prévues par le règlement 2016/679 du 27 avril 2016, le président de la Commission nationale de l'informatique et des libertés peut décider de prendre certaines mesures ; un rappel à l'ordre, une injonction de mise en conformité pouvant être

accompagné d'une amende pouvant atteindre 100 000 euros par jour de retard, il peut également décider de retirer une certification ou d'imposer à l'organisation qui les lui délivre, de refuser ou de retirer l'une d'elles Une amende administrative peut également être imposée. Celle-ci ne pouvant dépasser les 10 millions d'euros, ou 2% du chiffre d'affaires annuel mondial total de l'année précédente s'il s'agit d'une entreprise.

LE RGPD

La CNIL aide également les entreprises à respecter le Règlement Général de la Protection des Données (RGPD). Celui-ci est un texte de réglementation européen, qui a pour but d'encadrer l'utilisation et le traitement des données sur le territoire européen de façon égalitaire. Toutes les entreprises traitant des données personnelles provenant du territoire européen doit se soumettre au RGPD qu'elles soient elles-mêmes européennes ou non, comme Google, Apple ou encore Amazon. Le règlement a été voté le 27 avril 2016 et est rentré en vigueur en Europe le 25 mai 2018.

Le RGPD est revu continuellement dans le but de l'adapter à l'évolution rapide de l'informatique. La CNIL quant à elle, expose des lignes directrices qui coïncident avec le règlement général.

Les cookies

L'une des dernières annonces de la CNIL concerne l'utilisation des cookies par les entreprises.

Mais qu'est-ce qu'un cookie ?

Un cookie se présente sous la forme d'un fichier texte. Celui-ci est stocké par le navigateur et échangé avec le serveur web. Il s'agit d'un traceur qui permet de récolter les données des utilisateurs.

Nous pouvons distinguer deux types de cookies : le cookie interne et le cookie tiers.

Le cookie interne, aussi appelé « Cookie HTTP » ou « First Party Cookie » récolte les préférences de l'internaute dans le but d'améliorer sa navigation. Seul l'opérateur du site web a accès à ces cookies. Les données récoltées par les cookies internes sont principalement les paramètres du site web comme la langue ou les informations saisies dans les formulaires Web. Les recherches de l'utilisateur sur le site sont également enregistrées. Cela lui permet d'accéder plus rapidement aux pages visitées lorsqu'il reviendra dessus.

En revanche, le cookie tiers, est quant à lui généré par les annonceurs, et sont utilisés à des fins publicitaires. Celui-ci n'est pas sauvegardé sur le site web mais sur le poste de l'utilisateur. Il récolte non seulement les données personnelles de l'internaute, mais lit également celles récoltées par le cookie interne.

Les données récupérées peuvent être très sensible comme l'orientation sexuelle, la religion, l'état de santé de la personne ou encore ses habitudes de vie.

La publicité ciblée est la finalité du cookie tiers. L'internaute verra apparaître des pubs sur les pages qu'il visitera ou sur les réseaux sociaux, qui auront un lien avec ses recherches sur Google par exemple, ou ses visites des sites web.

La CNIL et le RGPD régissent l'utilisation des cookies dans le but de protéger les internautes. En 2019, l'autorité administrative publie de nouvelles lignes directrices à la suite des concertations avec des professionnels de la publicité qui rappellent aux opérateurs de site web comment utiliser les cookies. La loi leur impose non seulement d'informer les internautes de l'utilisation de cookie, de leur finalités mais également de leur permettre d'accepter et de refuser leur utilisation. Ils doivent être en mesure de refuser et que cela soit aussi facile que d'accepter et ce, pour qu'il ne se sente pas obligé d'accepter pour accéder plus rapidement au contenu du site web. Les opérateurs de site web doivent donc se mettre en conformité avec la loi.

En septembre 2020, la CNIL ajuste ces lignes directrices et en octobre 2020, elle publie des recommandations sur l'utilisation des cookies mais définit que six mois plus tard donc fin mars 2021, la période de tolérance prendra fin. Les sanctions tomberont donc pour les opérateurs n'ayant pas appliqué la loi.

Les condamnations

Or, entretemps des condamnations ont été prononcées pour mauvais usage des cookies. En effet, le 7 décembre 2020 la CNIL condamnait les sociétés GOOGLE LLC et GOOGLE IRELAND LIMITED à s'acquitter d'amendes s'élevant respectivement de 60 millions d'euros et de 40 millions d'euros.

En effet, lors d'un contrôle du site google.fr le 16 mars 2020, la CNIL constate que GOOGLE ne respecte pas la loi en omettant d'informer les internautes sur l'utilisation de leur données récoltées par leurs cookies. Il ne leur était pas possible d'accepter ou de refuser l'utilisation des cookies, et lorsqu'ils désactivaient les cookies personnalisés, un cookie publicitaire restait stocké sur les postes des utilisateurs continuant de récolter des informations et de les envoyer au serveur auquel il était lié.

Après GOOGLE, le géant du web américain, FACEBOOK, le réseau social américain est condamné à son tour par la CNIL. En effet, cette dernière attribue une amende de 60 millions d'euros à FACEBOOK IRELAND LIMITED car cette dernière ne permettait pas à ses utilisateurs d'exprimer leur consentement sur l'utilisation des cookies de manière simple. Effectivement, il était plus compliqué de trouver comment refuser leur utilisation que de l'accepter, ce qui est contraire à la loi et aux lignes directrices de la CNIL.

Le montant de l'amende a été établi en fonction du nombre de personnes impactés ainsi que du montant des bénéfices des revenus publicitaires qui ont été jugés comme considérables.

FACEBOOK IRELAND LIMITED s'est également vu attribué une injonction de mise en conformité et ce dans un délai de trois mois à compter de la notification de la décision. Tant que la société n'aura pas mis en place un moyen pour les internautes de refuser aussi simplement que d'accepter l'utilisation des cookies, celle-ci devra payer une astreinte de 100 000 euros par jour de retard.

Aujourd'hui les deux sociétés semblent s'être mise en conformité au regard de la loi.