

Protection des données

Le bouton « j'aime » de Facebook et la nécessité de mettre à jour la politique de communication sur le traitement des données personnelles

Condensé

Dans un arrêt du 29 juillet 2019¹, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) a retenu qu'une entreprise qui exploite un site Internet pour vendre ses produits et qui y insère le bouton « j'aime » de Facebook pour améliorer sa visibilité sur le réseau social est responsable de la collecte et de la transmission à Facebook.

Cette responsabilité impose à l'entreprise d'informer les visiteurs du site internet de ce traitement par la **publication de la politique de traitement** convenue avec le média social et d'**obtenir le consentement préalable des utilisateurs du site internet**.

Ces obligations, qui découlent du droit européen de la protection des données, **sont applicables aux sociétés suisses**, même sans siège dans l'Union européenne, **si leur site est visité par des personnes se trouvant dans l'UE** et que des marchandises ou des services leur sont proposés.

Les faits

Fashion ID est une société allemande de vente de vêtements en ligne. Elle insère sur son site Internet le bouton « j'aime » de Facebook. Par le biais de ce dernier, Facebook récolte des données à caractère personnel des visiteurs du site Internet de Fashion ID sans que ceux-ci en soient informés ou qu'ils aient cliqué sur le bouton « j'aime » et indépendamment du fait qu'ils soient ou non des utilisateurs de Facebook. La Verbraucherzentrale NRW, association allemande de défense des consommateurs, reproche à Fashion ID de transmettre ces données à Facebook sans le consentement des visiteurs du site, en violation du devoir d'information prévu par le droit de la protection des données (art. 2 let. h de l'ancienne directive UE 95/46/CE, désormais remplacé par l'art. 7 ch. 11 RGPD²). L'association intente une action en cessation de l'atteinte contre Fashion ID devant le Landgericht de Düsseldorf, qui admet la demande de l'association.

Saisie d'un appel de Fashion ID, la juridiction de renvoi demande à la CJUE de clarifier si le gestionnaire d'un site Internet qui insère un module social permettant la collecte de données à caractère personnel, est coresponsable avec Facebook du traitement des données des visiteurs du site et si, le cas échéant, le gestionnaire doit préalablement en informer ces derniers et obtenir leur consentement.

Le droit

La CJUE rappelle que la notion de « responsable » doit être interprétée largement. En vertu de l'art. 2 let. d de la Directive 95/46/CE³ (actuel art. 4 ch. 7 RGPD), toute personne physique ou morale ou organisme qui, seul ou conjointement avec d'autres, détermine les finalités et les moyens du traitement des données personnelles est responsable du traitement pour chaque étape du traitement qui le concerne.

En l'espèce, l'insertion sur le site de Fashion ID du module (plug-in) social « j'aime » de Facebook permet au navigateur du visiteur du site de Fashion ID de solliciter des données personnelles et de les transmettre à Facebook. En contrepartie, Fashion ID bénéficie d'une meilleure visibilité sur le réseau social. Le traitement des données des visiteurs du site de Fashion ID vise donc pour les deux entités un avantage commercial.

Par conséquent, la CJUE retient qu'il appartient au gestionnaire du site internet d'informer les visiteurs du site du traitement des données et de solliciter leur consentement, sans quoi leurs droits ne seraient pas efficacement protégés, après un transfert de données au média social.

¹ CJUE, arrêt C-40/17 du 29 juillet 2019 (Fashion ID GmbH & Co. KG c. Verbraucherzentrale NRW eV).

² Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (Règlement général sur la protection des données).

Commentaire

Cet arrêt de la CJUE confirme la définition très large de responsable de traitement voulue par le droit européen de la protection des données. Il s'aligne à sa jurisprudence récente dans laquelle elle avait considéré l'auteur d'une page hébergée par Facebook coresponsable avec celle-ci du traitement des données de cette page⁴. Aussi, bien que Fashion ID et Facebook ne traitent pas les données dans le même but, le fait que la CJUE reconnaisse l'avantage commercial comme finalité commune élargit le champ d'application de la protection des données.

La société exploitant un site internet doit par conséquent conclure avec le média social (par exemple Facebook) un accord définissant de manière transparente leurs obligations respectives afin de respecter les exigences du RGPD (art. 26 RGPD) avant d'insérer des modules du média social sur son site internet.

En outre, une société exploitant un site internet doit communiquer aux utilisateurs de son site le traitement des données personnelles relatif au module social dont il détermine les finalités et les moyens, en rendant publique sa politique de traitement pour les utilisateurs du site. Une simple rubrique « Disclaimer » sur ce dernier n'est pas suffisante si les données sont récoltées dès l'accès au site. Dans ce cas, un message d'avertissement présentant la politique de traitement des données du site, que l'utilisateur peut accepter et accéder au site ou refuser et ne pas accéder au site, est de rigueur.

Cet arrêt revêt une grande portée pratique pour toute société, également suisse, désireuse d'utiliser les réseaux sociaux pour inciter un plus grand nombre de clients potentiels (consommateurs européens) à visiter les sites sur lesquels sont décrits leurs produits ou leurs services.

Nos avocats spécialisés sont volontiers à votre disposition pour répondre à vos questions particulières en relation avec cette Newsletter.

Michèle Wassmer,
Associée
Droit bancaire
michele.wassmer@borel-barbey.ch

Pierre Bydzovsky, LL.M., CAS MAP
Associé
Contentieux, droit de la protection des données
pierre.bydzovsky@borel-barbey.ch

Borel & Barbey
2 rue de Jargonant
CH - 1207 Genève

T 022 707 18 00
F 022 707 18 11
www.borel-barbey.ch

³ Directive 95/46/CE (abrogée) du Parlement européen et du Conseil du 24 octobre 1995 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données.

⁴ CJUE, arrêt C-210/16 du 5 juin 2018 (Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein).