

## **CONDAMNATION DE GOOGLE PAR LA CNIL**

**Condamnation de Google par la CNIL à une amende record de 50 millions d'euros pour manquement à ses obligations de transparence, d'information et de disposer d'un consentement valable pour les traitements de personnalisation de la publicité**

Dans cette affaire, la CNIL est saisie par deux plaintes collectives déposées par deux associations, regroupant au total 9 974 personnes, qui reprochaient, notamment, à Google de ne pas disposer d'une base juridique valable pour traiter les données personnelles des personnes concernées à des fins d'analyse comportementale et de ciblage publicitaire.

**En premier lieu**, la formation restreinte se prononce sur les manquements reprochés à Google aux obligations de transparence et d'information visées aux articles 12 et 13 du Règlement général sur la protection des données (RGPD).

A titre liminaire, elle estime que les informations qui doivent être communiquées aux personnes concernées mentionnées à l'article 13 du RGPD ne sont en l'espèce globalement pas aisément accessibles. En effet, cinq actions sont nécessaires pour accéder aux informations relatives au traitement de personnalisation de la publicité, six pour le traitement des données de géolocalisation et quatre pour les durées de conservation desdites données.

Puis, s'agissant des finalités des traitements en cause, elle relève que leur description est trop générique et ne permet pas aux personnes concernées de mesurer l'ampleur des traitements ainsi que le degré d'intrusion dans leur vie privée. Aussi, la description des données collectées est particulièrement imprécise et incomplète et ne permet pas d'éclairer les personnes concernées sur la portée desdites finalités.

Ensuite, le défaut de caractère « *clair* » et « *compréhensible* » porte également sur la base juridique du traitement de personnalisation de la publicité. La politique de confidentialité, telle que rédigée par Google lors du contrôle opéré par la CNIL, ne permet pas aux personnes concernées de mesurer la distinction entre la publicité proprement personnalisée (qui consiste en la combinaison de données relatives à la personne concernée), dont la base juridique est le consentement, et les autres formes de ciblage (fondés, notamment, sur des données relatives au contexte de navigation), dont la base juridique est l'intérêt légitime.

S'agissant des informations relatives aux durées de conservation, aucune durée précise n'est indiquée, ni les critères utilisés pour déterminer cette durée concernant une des catégories de données traitées par Google.

Enfin, les outils d'information mis à disposition par Google ne participent pas de manière suffisante à l'obligation d'information prévue par l'article 13 du RGPD, ces derniers auraient dû intervenir plus en amont, dès le début des traitements des données personnelles en cause.

**En second lieu**, Google ne dispose pas d'un consentement valable pour effectuer les traitements relatifs à la personnalisation de la publicité.

Tout d'abord, le consentement obtenu n'est pas éclairé, en ce que l'information communiquée, au titre de l'article 13 du RGPD, n'est pas aisément accessible (elle est disséminée dans plusieurs documents distincts) et qu'il est difficile pour la personne concernée d'avoir une appréhension globale des traitements mis en œuvre.

Puis, le consentement n'a pas un caractère spécifique et univoque, puisque l'accord de la personne concernée est présumé sauf à exercer une action positive contraire (les paramètres de personnalisation du compte sont pré-cochés par défaut) et la personne concernée ne donne pas son consentement de manière spécifique et distincte pour chaque traitement de ses données personnelles, notamment, à des fins de personnalisation de la publicité ; elle accepte « *en bloc* » l'ensemble des traitements portant sur ses données personnelles.

Au regard de l'ensemble de ces éléments, la formation restreinte décide de condamner Google à une amende pécuniaire de 50 millions d'euros et de rendre publique sa décision.

Il faut noter l'importance de cette décision, argumentée et riche d'enseignements, qui constitue assurément une mise en garde sévère non seulement à l'égard des géants du numérique, mais aussi, plus généralement, à l'ensemble des entreprises qui traitent des données personnelles sans être conformes aux exigences du RGPD et de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 dite « *informatique et libertés* ».

Si, le cas échéant, Google décide d'interjeter appel, elle devra le faire devant le Conseil d'état dans un délai de deux mois à compter de la publication ou de la notification de ladite décision (cf. art. R 311-1 4° et R 421-1 du Code de la justice administrative).

Prochainement, un second article détaillant les conséquences opérationnelles de cette décision emblématique sera publié sur le blog Fidal.