

Cour de Justice de l'UNION EUROPÉENNE, 2È CH. ARRÊT du 29 juillet 2019, AFF. C-40/17, Fashion ID GmbH & Co. KG C/ Verbraucherzentrale NRW eV, Facebook Ireland Ltd et autre

Mots Clefs : absence de consentement - données à caractère personnel - responsable du traitement

Par un arrêt du 29 juillet 2019, la Cour de justice de l'Union Européenne estime que les tribunaux allemands peuvent déclarer l'administrateur d'un site internet doté du bouton « j'aime » de Facebook conjointement responsable de traitement de la collecte et de la transmission au réseau social des données à caractère personnel des visiteurs du site. Toutefois cette responsabilité est limitée aux opérations de traitement de données dont l'administrateur du site internet détermine effectivement les finalités et les moyens, à savoir la collecte et la communication par transmission des données en cause.

FAITS : Un site de e-commerce de vente de vêtements (Fashion ID) a inséré sur son site le bouton « j'aime » du réseau social Facebook. Par conséquent, dès le chargement de la page du site de e-commerce par l'utilisateur, ses données personnelles telles que son adresse IP et la chaîne de caractères de son navigateur sont transmises au réseau social de manière automatique, et indépendamment du fait que celui-ci ait cliqué ou non sur le bouton « j'aime » et qu'il dispose ou non d'un compte Facebook.

PROCEDURE : Une association allemande de protection des consommateurs, Verbraucherzentrale NRW, a alors intenté une action en cessation de cette transmission de donnée à l'encontre du site de e-commerce au motif que celui-ci est responsable de traitement au sens de l'article 2 d) de l'ancienne directive de 1995 sur la protection des données (qui demeure applicable à cette affaire et qui a été remplacée par le règlement général de 2016 sur la protection des données applicable depuis le 25 mai 2018) et doit donc respecter les obligations d'information et d'obtention du consentement du consommateur prévues par cette même directive.

Par une décision du 9 mars 2016, le Landgericht Düsseldorf (tribunal régional de Düsseldorf) a partiellement fait droit aux demandes de l'association. Saisi sur appel du litige par le site de e-commerce auquel s'est joint le réseau social, l'Oberlandesgericht Düsseldorf (tribunal régional supérieur de Düsseldorf, Allemagne) a alors posé des questions préjudicielles à la Cour de justice de l'Union Européenne qui y a répondu dans cet arrêt du 29 juillet 2019.

PROBLEME DE DROIT : La personne qui insère dans son site un code programme tel qu'un bouton « j'aime » permettant au navigateur de l'utilisateur de solliciter des contenus d'un tiers et de transmettre à cet effet au tiers des données à caractère personnel est-elle "responsable du traitement" lorsqu'elle ne peut avoir elle-même aucune influence sur ce processus de traitement des données ?

SOLUTION : La cour de justice dans cet arrêt entend offrir une protection efficace et complète aux e-consommateurs concernant leurs données personnelles en estimant que si le site de e-commerce ne peut être considérée comme responsable des opérations de traitement de données effectuées par le réseau social après leur transmission à ce dernier puisqu'il apparaît exclu que le site de vente en ligne détermine les finalités et les moyens des opérations effectuées par le réseau social après cette transmission. En revanche ce site de e-commerce est responsable conjointement avec le réseau social des opérations de collecte et de communication par transmission à ce dernier des données en cause, dès lors qu'il peut être considéré que les deux entités en déterminent, conjointement, les moyens et les finalités.

Note :

Dans cet arrêt la Cour de Justice de l'Union européenne est venue préciser la notion de responsable de traitement en l'interprétant de manière extensive comme elle l'avait déjà fait auparavant. Ainsi la Cour entend protéger de manière efficace la vie privée des personnes physiques sur internet notamment des e-consommateurs vis-à-vis de leurs données personnelles.

Une interprétation jurisprudentielle extensive et classique de la notion de responsable de traitement

La Cour pour interpréter la notion de responsable de traitement pose plusieurs critères. Tout d'abord elle rappelle que l'éditeur du site ne sera responsable que si a « seul ou conjointement avec d'autres, déterminé les finalités et les moyens du traitement de données à caractère personnel ». Ensuite pour vérifier que l'éditeur participe à cette détermination, la cour tient compte aussi de l'influence exercée par celui-ci sur le traitement de données à caractère personnel. C'est sur la base de ces critères que la CJUE avait déjà eu l'occasion de juger le 5 juin 2018 que la qualification de responsable de traitement pouvait être reconnue à l'éditeur d'une page fan sur le réseau social Facebook.

Or en l'espèce en intégrant le bouton j'aime de Facebook a « offert la possibilité au réseau social de détenir des données personnelles des visiteurs de son site internet » puisque l'insertion de ce bouton déclenche la transmission automatique des données concernant les internautes dès l'instant où ces derniers se rendent sur le site internet de Fashion ID. Donc la cour en conclut que le site exerce une telle influence.

Une responsabilité limitée de l'éditeur du site

La cour a cependant limité la responsabilité de l'éditeur « aux opérations de traitement de données dont il détermine effectivement les finalités et les moyens, à savoir la collecte et la communication par transmission des données en cause ». Donc la cour exclut la responsabilité de l'éditeur du site pour les traitements ultérieurs effectués sur les données personnelles récoltés au moyen du « bouton j'aime ». En effet la responsabilité conjointe ne signifie pas une égalité de responsabilité puisque comme la Cour l'avait déjà mis en avant dans l'arrêt « Jehovan todistajat » du 10 juillet 2018 chacun est responsable de ses propres agissements.

Une extension de la notion conséquente pour les sites intégrant des contenus de tiers

En interprétant de manière extensive la notion de responsable de traitement, la Cour a entendu assurer une large portée à la protection des données personnelles sur internet. En effet la coresponsabilité ne se limite pas aux boutons « J'aime » dénommés les plugiciels sociaux, mais vise tout éditeur de site Internet permettant à un tiers non nécessairement un réseau social type Facebook, de collecter les données et d'obtenir le transfert des données des visiteurs du site de l'éditeur via des contenus intégrés sur ce site.

C'est ainsi que le Conseil d'Etat dans un arrêt du 6 juin 2018 (société Éditions Croque Futur C/ CNIL) estimait que le placement de cookies entraînait la responsabilité conjointe des éditeurs et des agences de ciblage sur internet.

Ainsi les éditeurs de site se voit donc désormais appliquer le régime de coresponsabilité dès lors qu'ils permettent à un tiers de collecter et de se d'obtenir communication par transmission les données des visiteurs du site.

Sources :

- METALLINOS N., « Responsabilité conjointe sur un traitement de données - Boutons « J'aime » Facebook : qui est responsable de quoi ? », Communication Commerce électronique n° 4, avril 2019
- BOUNEDJOUR A., « Le cybercommerçant qui intègre un bouton « j'aime » de Facebook sur internet est un responsable conjoint de traitement », La Lettre du Numérique, 13 septembre 2019
- LARRIEU J., LE STANC C. et TREFIGNY P., « Droit du numérique », Recueil Dalloz 2019, novembre 2018 - octobre 2019, P. 2266

Arrêt :

CJUE, 2^È CH., 29 juillet 2019, aff C-40/17, Fashion ID GmbH & Co. KG C/ Verbraucherzentrale NRW eV, Facebook Ireland Ltd et autre

[...]

Sur la deuxième question

64/ Par sa deuxième question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si le gestionnaire d'un site Internet, tel que Fashion ID, qui insère sur ledit site un module social permettant au navigateur du visiteur de ce site de solliciter des contenus du fournisseur dudit module et de transmettre à cet effet à ce fournisseur des données à caractère personnel du visiteur peut être considéré comme étant responsable du traitement, au sens de l'article 2, sous d), de la directive 95/46, alors que ce gestionnaire n'a aucune influence sur le traitement des données ainsi transmises audit fournisseur.

[...]

76/ Compte tenu de ces informations, il convient de constater que les opérations de traitement de données à caractère personnel dont Fashion ID est susceptible de déterminer, conjointement avec Facebook Ireland, les finalités et les moyens sont, au regard de la définition de la notion de « traitement à caractère personnel » figurant à l'article 2, sous b), de la directive 95/46, la collecte et la communication par transmission des données à caractère personnel des visiteurs de son site Internet. En revanche, au regard desdites informations, il apparaît, de prime abord, exclu que Fashion ID détermine les finalités et les moyens des opérations de traitement de données à caractère personnel ultérieures, effectuées par Facebook Ireland après leur transmission à cette dernière, de sorte que Fashion ID ne saurait être considérée comme étant responsable de ces opérations, au sens de cet article 2, sous d).

77/ S'agissant des moyens utilisés aux fins de la collecte et de la communication par transmission de certaines données à caractère personnel des visiteurs de son site Internet, il ressort du point 75 du présent arrêt que Fashion ID semble avoir inséré sur son site Internet le bouton « j'aime » de Facebook mis à la disposition des gestionnaires de sites Internet par Facebook Ireland, tout en étant conscient que celui-ci sert d'outil de collecte et de transmission de données à caractère personnel des visiteurs de ce site, que ceux-ci soient membres ou non du réseau social Facebook.

78/ En insérant un tel module social sur son site Internet, Fashion ID influe, par ailleurs, de manière déterminante sur la collecte et la transmission des données à caractère personnel des visiteurs dudit site au profit du fournisseur dudit module, en l'occurrence Facebook Ireland, qui, en l'absence de l'insertion dudit module, n'auraient pas lieu.

[...]

82/ De surcroît, ainsi qu'il ressort de la jurisprudence rappelée au point 69 du présent arrêt, la circonstance que le gestionnaire d'un site Internet, tel que Fashion ID, n'a pas lui-même accès aux données à caractère personnel collectées et transmises au fournisseur du module social avec lequel il détermine, conjointement, les moyens et les finalités du traitement des données à caractère personnel ne fait pas obstacle à ce qu'il puisse présenter la qualité de responsable du traitement, au sens de l'article 2, sous d), de la directive 95/46.

[...]

84/ Par conséquent, il apparaît que Fashion ID peut être considérée comme étant responsable, au sens de l'article 2, sous d), de la directive 95/46, conjointement avec Facebook Ireland, des opérations de collecte et de communication par transmission des données à caractère personnel des visiteurs de son site Internet.

85/ Eu égard à l'ensemble des considérations qui précèdent, il convient de répondre à la deuxième question que le gestionnaire d'un site Internet, tel que Fashion ID, qui insère sur ledit site un module social permettant au navigateur du visiteur de ce site de solliciter des contenus du fournisseur dudit module et de transmettre à cet effet à ce fournisseur des données à caractère personnel du visiteur, peut être considéré comme étant responsable du traitement, au sens de l'article 2, sous d), de la directive 95/46. Cette responsabilité est cependant limitée à l'opération ou à l'ensemble des opérations de traitement des données à caractère personnel dont il détermine effectivement les finalités et les moyens, à savoir la collecte et la communication par transmission des données en cause.

[...]