

## Archivage des données personnelles : de nouvelles règles du jeu pour les moteurs de recherche

[Retour au sommaire de la lettre](#)

*Début avril, le groupe de l'Article 29 a rendu son verdict au sujet de la conservation des données personnelles par les moteurs de recherche et préconise entre autres un stockage de ces données pendant un maximum de 6 mois. cet article résume les autres préconisations rendues par cet organisme relevant de la Commission Européenne et analyse les retombées et implications qu'elles peuvent avoir dans les mois qui viennent sur le fonctionnement des moteurs de recherche. Selon l'auteur de cet article, la décision rendue par le Groupe 29 est peut-être l'un des textes les plus importants de ces dernières années pour le monde de la recherche d'information sur le Web...*

L'avis rendu par le "Groupe de l'article 29", le 4 avril 2008, sur les moteurs de recherche (<http://actu.abondance.com/2008/04/lue-limite-6-mois-le-stockage-des.html>) est d'une importance réelle pour les activités de recherche d'information en ligne, peut-être même l'un des textes les plus importants de ces dernières années. Cet avis a été rendu à la suite d'un questionnaire envoyé à tous les moteurs de recherche (y compris ceux qui ne sont physiquement pas présents en Europe).

Le Groupe de l'Article 29 est un comité indépendant mais relevant de la Commission européenne. Ce groupe peut émettre des avis ou recommandations qui n'ont aucun pouvoir contraignant, mais ces avis synthétisent l'opinion des autorités nationales (par exemple en France, la CNIL) qui, elles, ont un pouvoir coercitif et de sanction.

Malgré certaines oppositions de doctrine, le Groupe de l'article 29 a estimé que les dispositions de la directive sur les données personnelles (équivalente européenne de notre loi "Informatique et Libertés") s'appliquaient au service de recherche naturelle.

### ***1. Les moteurs de recherche sont soumis aux dispositions de la directive "données personnelles"***

Le Groupe de l'article 29 a synthétisé les réponses des moteurs de recherche en regroupant les données traitées par ceux-ci.

#### **- Les fichiers "log"**

Selon le Groupe de l'article 29, les fichiers logs sont les données les plus collectées et traitées par les moteurs de recherche. Ils comprennent notamment les logs de requête et les clics effectués par l'utilisateur, ou encore toute donnée relative à l'utilisateur et à ce qu'il effectue s'il s'est enregistré ou s'il a ouvert une session.

#### **- L'adresse IP**

Les moteurs de recherche traitent de manière systématique les adresses IP des utilisateurs. Cette adresse peut effectivement servir à afficher une publicité plus précise en fonction de la localisation de l'utilisateur, voire des services plus personnalisés (par ex, la météo). En outre, le Groupe de l'article 29 rappelle que certains moteurs de recherche implémentent des ID cookies afin d'optimiser l'exploitation de l'adresse IP.

#### **- Web cookies et flash cookies**

Selon le Groupe de l'article 29, les moteurs de recherche implémentent des Web et des Flash cookies au sein des ordinateurs des utilisateurs, permettant par exemple, de tracer un ordinateur qui a une IP dynamique. D'après le Groupe de l'article 29, ces cookies permettent d'optimiser le profiling de leurs utilisateurs en stockant les préférences de ceux-ci.

Cette liste de données traitées a été dressée par le Groupe de l'article 29 à partir du questionnaire (peut-être rempli sans avis juridique par certains moteurs...). Mais, le Groupe de l'article 29 a considéré que ces données sont en fait des données à caractère personnel collectées et traitées par les moteurs de recherche. L'intérêt recherché est clairement l'application des principes de la directive

qui induit, pour les moteurs de recherche, une réelle modification de leur *business* à l'égard des utilisateurs.

A ce stade, plusieurs points nous semblent importants:

- **D'une part**, le Groupe de l'article 29 **considère toutes ces données comme personnelles**.

Nous avons déjà eu l'occasion de rappeler notre opposition à la qualification de données personnelles pour l'adresse IP (voir article du mois de mars dans la lettre Recherche & Référencement : <http://www.abondance.com/recherche-referencement/2008/03/ladresse-ip-est-elle-une-donnee.html>). D'ailleurs, plusieurs tribunaux et cours français ont manifesté également leur opposition.

En effet, il nous semble que la définition juridique de donnée personnelle ne s'applique ni aux adresses IP, ni aux cookies qui ne permettent que d'identifier, avec "l'ensemble des moyens susceptibles d'être raisonnablement mis en œuvre" (texte de la directive), un ordinateur ou une session d'un ordinateur et aucunement un individu.

Au demeurant, il convient de noter que les logs sont, pour le Groupe de l'article 29, des données personnelles parce qu'ils intègrent l'adresse IP. Le raisonnement pour l'adresse IP s'applique donc pour les logs.

- **D'autre part**, il est assez étonnant que le Groupe de l'article 29 **mélange**, pour étayer le caractère personnel des données collectées (adresse IP, logs et cookies), **indifféremment les données collectées dans le cadre d'une recherche effectuée par un utilisateur non-enregistré et un utilisateur qui a ouvert préalablement une session**.

En effet, la nature de la donnée d'un utilisateur qui a ouvert une session nous semble, cette fois-ci, indiscutablement personnelle dans la mesure où le moteur de recherche sait à qui il a affaire et peut aisément traiter les données qu'il collecte en vue d'optimiser les services proposés.

## **2. De lourdes conséquences pour les moteurs de recherche**

Dès lors que le Groupe de l'article 29 a estimé que tous les services offerts par les moteurs de recherche entrent dans le cadre de la directive, tous les principes de celle-ci s'appliquent. Les conséquences sont importantes.

### **- Obtention de l'autorisation préalable pour faire du *profiling***

Le texte de l'avis du Groupe de l'article 29 est clair : toute opération de *profiling* doit faire l'objet d'une autorisation préalable de la part de l'utilisateur. Ce principe a déjà été posé en 2000, mais n'a pas été transposé dans les faits.

Si le principe semble acceptable de prime abord, se pose quand même la question : qu'est que le *profiling* pour le Groupe de l'article 29 ?

L'analyse des différents textes de travail, notamment ceux du Groupe de travail international sur les données personnelles dans le monde des télécoms (1998) et la Conférence internationale des Commissaires aux données personnelles (2006) souligne que le *profiling* peut être considéré comme l'exploitation de plusieurs données sur un "utilisateur" (ou plutôt l'utilisation faite d'un ordinateur) permettant l'optimisation des services proposés.

En d'autres termes et de manière théorique, mon adresse IP a été reconnue par Google qui sait que j'ai récemment fait plusieurs recherches naturelles sur des crédits immobiliers et qui va donc me proposer des liens sponsorisés de crédits immobiliers.

En conséquence, si les moteurs de recherche décident de poursuivre cette politique de personnalisation, ils devront intégrer un *process* de collecte d'autorisation "libre et expresse" (termes de la directive) et permettre aux utilisateurs concernés de pouvoir retirer cette autorisation et d'avoir accès aux données stockées par le moteur de recherche les concernant (principes de la directive). En termes de *process* et de coûts, cette obligation peut avoir de réels impacts.

D'un point de vue concret, il est possible d'imaginer un système où le moteur de recherche demande à toute nouvelle adresse IP ou ordinateur qu'il ne connaît pas, l'autorisation, dans une fenêtre conviviale (en flash par exemple) et renvoie à des Conditions Générales pour le détail des droits et obligations imposées par le Groupe de l'article 29.

La question se pose alors de savoir si, *in fine*, l'utilisateur qui est aujourd'hui anonyme (dans la mesure où il ne donne pas son nom par exemple), ne va pas être obligé de donner son identité pour octroyer son autorisation...

#### **- Un délai de conservation de 6 mois maximum**

La question du délai de conservation a été longuement débattue. Google a accepté il y a peu de ramener son délai de conservation de 24 mois à 18 mois, ce qu'il pratique aujourd'hui. Le Groupe de l'article 29 a, lui, estimé que le délai 6 mois est un maximum.

Dès lors que la directive s'applique, le principe de conservation uniquement pour le délai strictement nécessaire à la finalité s'applique. Les requêtes, les adresses IP et autres cookies et logs doivent donc être soit supprimés soit anonymisés entièrement au bout de 6 mois.

Ce délai est un obstacle supplémentaire au *profiling* d'un utilisateur dans la mesure où les informations pouvant être prises en compte seront, au maximum, vieilles de 6 mois.

Pour éviter toute confusion, rappelons que le délai de conservation des données de connexion (de 1 an pour la France) évoqué par de nombreux journaux vise les opérateurs téléphoniques (par exemple SFR), les FAI (par exemple Free) et autres prestataires qui fournissent un accès à Internet ou au téléphone. Les moteurs de recherche n'ont donc pas d'obligation de conserver les données et le délai de 1 an ne s'applique donc pas.

#### **- Modification des Conditions Générales**

Les Conditions Générales des moteurs de recherche doivent être modifiées pour respecter les termes de la directive. En effet, dès lors que la directive est applicable, les utilisateurs doivent être informés de leurs droits et de renseignements sur la manière dont sont utilisées leurs données.

Ainsi, dans la lignée des principes de la directive, le Groupe de l'article 29 rappelle notamment que :

- Toutes les finalités (au-delà de la finalité de donner un résultat à une requête) du traitement doivent être expliquées à l'utilisateur,

- L'identité et la localisation du moteur de recherche doivent être clairement indiquées, ainsi que les contacts (notamment pour ce qui concerne le domaine de la protection des données privées) permettant de rentrer en relation avec eux,

- En cas de transfert de données / cession de données, toutes les informations sur l'identité et la localisation des récipiendaires des données personnelles ainsi que leur utilisation future dans ce cadre doivent être indiquées,

- Les droits des utilisateurs doivent être listés : le droit d'opposition, d'accès et de rectification doit comprendre un contact et des détails sur la manière dont un utilisateur peut exercer son droit (voir article du mois de septembre 2007 dans la lettre Recherche & Référencement : <http://lettres.abondance.com/sommaire-RR-092007.html>),

- Les cookies peuvent être installés, à condition qu'il soit clairement précisé leur finalité et comment les supprimer.

Malgré certaines réserves possibles, les principes posés par le Groupe de l'article 29 s'appliqueront dans le futur. La seule question est désormais de savoir comment, notamment pour ce qui concerne l'autorisation de *profiling* de la part d'un utilisateur non-enregistré.

Les moteurs de recherche vont donc devoir intégrer un élément "données personnelles" dans leur *business* qui peut se révéler être une opportunité si cet élément est correctement appréhendé...

**Alexandre Diehl**  
*Avocat à la Cour*  
*alexandre.diehl@lawint.com*

Réagissez à cet article sur le blog des abonnés d'Abondance :  
<http://abonnes.abondance.com/blogpro/2008/05/archivage-des-donnes-personnelles-de.html>