



## Tracking publicitaire : la CNIL accorde un sursis



Avec l'entrée en vigueur du RGPD, les entreprises ne savent plus trop sur quel pied danser. Le texte européen est en effet volontairement assez vague sur la façon dont le règlement doit s'appliquer et c'est aux autorités de régulation européennes (en France, la CNIL) de donner le ton en expliquant comment ils comptent appliquer les dispositions prévues. La CNIL a publié vendredi un premier document sur son site web détaillant son plan d'action en la matière pour les deux années à venir.

Le sujet sur lequel la CNIL est attendue est l'application des dispositions relatives au recueil du consentement de l'internaute pour le pistage de celui-ci à des fins publicitaires. Depuis l'entrée en vigueur du RGPD, on observe en effet un certain flou : la CNIL avait publié en 2013 une première recommandation sur le dépôt de cookies, qui spécifiait que les sites devaient simplement se contenter d'informer l'utilisateur du dépôt de cookies via un bandeau sur la page d'accueil, la poursuite de la navigation faisant alors office de consentement tacite.

Cette règle a été remise en cause par le RGPD, qui prévoit que les sites doivent disposer d'un consentement exprès pour pouvoir déposer des cookies de tracking publicitaire. Simplement les contours de ce « consentement exprès » ne sont pas clairement définis.

Pour la CNIL, il s'agira donc d'opérer en deux temps : la Commission commencera par publier de nouvelles « lignes directrices » pendant le mois de juillet 2019 qui viendront remplacer celles en vigueur depuis 2013. « Ces lignes directrices se fonderont sur les éléments ayant déjà fait l'objet d'une interprétation harmonisée au niveau européen » : la Commission fait ici référence aux travaux du G29, le regroupement des différentes autorités de protection des données européennes, qui a pour tâche d'harmoniser l'application des législations en matière de protection des données. La CNIL accordera une période transitoire de 12 mois aux sociétés afin qu'elles se mettent en règle avec les nouvelles recommandations. Elle précise néanmoins qu'elle continuera à instruire et à sanctionner les violations relatives aux recommandations actuellement en vigueur.

### La valse a mis le temps

Pendant cette période de douze mois, « la poursuite de la navigation comme expression du consentement sera donc considérée par la CNIL comme acceptable. » Dans un second temps à partir du second semestre 2019, la CNIL planchera sur une recommandation opérationnelle et finale, en concertation avec les différents secteurs, afin de « décliner les modalités pratiques de recueil du consentement. » L'objectif : la publication d'une nouvelle recommandation fin 2019/début 2020.

Pour les entreprises, l'approche retenue par la CNIL est donc plutôt rassurante : si de nouvelles recommandations seront effectivement publiées, celles-ci ne provoqueront pas de sanction ou de contrôle avant 12 mois. Un délai supplémentaire, alors que la date du 25 mai 2018 avait déjà été présentée comme étant le dernier ultimatum pour la mise en conformité des sites web. En revanche, l'approche n'est pas vraiment du goût de la Quadrature du net. L'organisation de défense des libertés a en effet publié un communiqué critique à l'égard de la position de la CNIL. Pour la Quadrature en effet, l'approche retenue par l'autorité française « violerait de plein front le droit européen et justifierait un recours en manquement contre la France par la Commission européenne. »

L'association rappelle ainsi que Google a été condamné à 50 millions d'euros d'amende au titre du RGPD en début d'année pour un recueil du consentement jugé insuffisant sur Android, et soutient que la même règle doit s'appliquer à l'ensemble des acteurs du web. La Quadrature dénonce notamment l'implication du GESTE, un groupement d'éditeurs français, qui serait entré en négociation avec la CNIL sur ce sujet au cours des derniers mois. Si la CNIL confirme vouloir

suivre son plan d'action, la Quadrature indique son intention d'attaquer la Commission devant le Conseil d'État.