

# Réclamation contre Google

Réclamation introduite :

Par **La Quadrature du Net**, située au 60 rue des Orteaux, 75020 Paris, France ;

Contre **Google LLC** (ci-après désigné « Google »), Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, États-Unis, en tant que responsable des services Google Search, YouTube et Gmail.

Une copie de la présente réclamation est accessible en ligne sur :

<https://gafam.laquadrature.net/wp-content/uploads/sites/9/2018/05/google.pdf>

## 1. Procédure

1. L'article 77, §1, du règlement 2016/679 du Parlement européen et du Conseil de l'Union Européenne, 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, ci-après désigné « règlement général sur la protection des données » ou « RGPD », prévoit que « toute personne concernée a le droit **d'introduire une réclamation auprès d'une autorité de contrôle**, en particulier dans l'État membre dans lequel se trouve sa résidence habituelle, son lieu de travail ou le lieu où la violation aurait été commise, si elle considère que le traitement de données à caractère personnel la concernant constitue une violation du présent règlement ».
2. L'article 80, §1, du RGPD prévoit que « la personne concernée a le droit de **mandater un organisme, une organisation ou une associa-**

**tion** à but non lucratif, qui a été valablement constitué conformément au droit d'un État membre, dont les objectifs statutaires sont d'intérêt public et est actif dans le domaine de la protection des droits et libertés des personnes concernées dans le cadre de la protection des données à caractère personnel les concernant, pour qu'il introduise une réclamation en son nom, exerce en son nom les droits visés aux articles 77, 78 et 79 et exerce en son nom le droit d'obtenir réparation visé à l'article 82 lorsque le droit d'un État membre le prévoit ».

3. **La Quadrature du Net** est une association de loi 1901 déclarée en préfecture le 5 février 2013. Elle prévoit dans ses statuts que « l'Association a pour objet désintéressé et non lucratif », notamment, « l'encouragement de l'autonomie des usagers et leur **prise de contrôle sur les données les concernant** » ainsi que « la défense des intérêts sociaux, culturels, d'innovation et de développement humain des citoyens »<sup>1</sup>.
4. Du 16 avril au 27 mai 2018, en application de l'article 80 du RGPD, La Quadrature du Net a invité tout individu **résidant en France** à la mandater *via* son site <https://gafam.laquadrature.net> pour qu'elle exerce, en son nom, les droits que lui confère l'article 77 du RGPD, afin d'**introduire la présente réclamation devant la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL)**.
5. **9 973** personnes, se déclarant utiliser l'ensemble des services visés par la présente réclamation (Google Search, YouTube et Gmail), ont mandaté La Quadrature du Net pour ce faire (la liste de leur nom est jointe en Annexe II).

1 les statuts de La Quadrature du Net sont joints en Annexe I ainsi qu'accessibles sur <https://www.laquadrature.net/files/nouveauxstatuts-vf-pourAG03042017.pdf>

## 2. Griefs

6. Il est fait grief à Google d'annoncer réaliser certains **traitements de données personnelles** concernant les personnes au nom desquelles la présente réclamation est introduite (2.2) sans toutefois fonder ces traitements sur l'une des **bases légales** exigées par la loi (2.1), rendant dès lors ceux-ci **illicites** (2.3).

### 2.1. Bases légales exigées par le RGPD

7. L'article 6, §1, du RGPD liste les six cas dans lesquels des données personnelles peuvent être légalement traitées. Trois de ces six cas sont : le **consentement** de la personne concernée (2.1.1), l'exécution d'un **contrat** avec la personne concernée (2.1.2) ; l'**intérêt légitime** du responsable de traitement ou d'un tiers (2.1.3).

#### 2.1.1. Consentement

8. L'article 6, §1, a, du RGPD prévoit qu'un traitement peut être licite si « la personne concernée a consenti au traitement de ses données à caractère personnel pour une ou plusieurs finalités spécifiques ».
9. Pour être valide, ce consentement doit être donné de façon **explicite** et **libre** et demandé de façon **loyale**.

##### 2.1.1.1. Consentement explicite

10. L'article 4, §11, du RGPD exige que, pour être valide, le consentement soit une « manifestation de volonté » exprimée « par une déclaration ou par un **acte positif** clair ».
11. Le considérant 32 du RGPD précise que, le consentement étant un « acte positif », « il ne saurait dès lors y avoir de consentement en cas de silence, de **cases cochées par défaut** ou d'inactivité ».

12. Le « **groupe de l'article 29** » (G29) a précisé le sens de ces dispositions dans ses lignes directrices sur la notion de consentement dans le RGPD, adoptées le 10 avril 2018 (lignes directrices WP259<sup>2</sup>).
13. Il indique que « le RGPD n'autorise pas les responsables de traitement à prévoir des cases pré-cochées ou des **mécanismes d'opt-out** qui demandent à la personne concernée d'intervenir pour empêcher l'accord »<sup>3</sup>.
14. Le G29 ajoute que « le simple fait de poursuivre l'**utilisation ordinaire d'un site internet** n'est pas un comportement dont on peut déduire une manifestation de volonté exprimant un accord au traitement proposé »<sup>4</sup>.

#### 2.1.1.2. Consentement libre

15. L'article 4, §11, du RGPD exige que, pour être valide, le consentement soit une « manifestation de volonté, **libre**, spécifique, éclairée et univoque ».
16. L'article 7, §4, du RGPD précise que, « au moment de déterminer si le consentement est donné librement, il y a lieu de tenir le plus grand compte de la question de savoir, entre autres, si l'exécution d'un contrat, y compris la fourniture d'un service, est **subordonnée au consentement** au traitement de données à caractère personnel qui n'est pas nécessaire à l'exécution dudit contrat ».
17. Le considérant 42 du RGPD précise que « le consentement ne devrait pas être considéré comme ayant été donné librement si la personne

2 Les lignes directrices WP259 du G29 son disponibles sur : [http://ec.europa.eu/newsroom/article29/document.cfm?action=display&doc\\_id=51030](http://ec.europa.eu/newsroom/article29/document.cfm?action=display&doc_id=51030)

3 p. 16, traduction libre de « *the GDPR does not allow controllers to offer pre-ticked boxes or opt-out constructions that require an intervention from the data subject to prevent agreement* ».

4 p. 17, traduction libre de « *merely continuing the ordinary use of a website is not conduct from which one can infer an indication of wishes by the data subject to signify his or her agreement to a proposed processing operation* ».

concernée ne dispose pas d'une véritable liberté de choix ou n'est pas en mesure de refuser ou de retirer son consentement **sans subir de préjudice** ».

18. Dans le même sens, le considérant 43 du RGPD prévoit que « le consentement est présumé ne pas avoir été donné librement si un consentement distinct ne peut pas être donné à différentes opérations de traitement des données à caractère personnel bien que cela soit approprié dans le cas d'espèce, ou si l'exécution d'un contrat, y compris la prestation d'un service, est **subordonnée au consentement** même si celui-ci n'est pas nécessaire à une telle exécution ».
19. Le **G29** a clairement précisé le sens de ces dispositions dans ses lignes directrices (WP259, précitées), expliquant que « le RGPD prévoit que si la personne concernée n'a pas un véritable choix, se sent contrainte de consentir ou subira des **conséquences négatives** si elle ne consent pas, alors son consentement n'est pas valide »<sup>5</sup>.
20. Parmi les conséquences négatives que le refus de consentir ne doit pas causer, le G29 vise le cas où « **l'utilisation d'un service serait détériorée** au détriment de l'utilisateur »<sup>6</sup>. Il donne comme exemple concret une application mobile à laquelle l'utilisateur refuserait de donner accès à l'accéléromètre du téléphone (pour des raisons d'analyse comportementale) et qui, pour cette raison, ne fonctionnerait plus que de façon limitée (voir l'exemple 8, donné p.11). Pour le G29, il s'agirait d'une conséquence négative incompatible avec l'obtention d'un consentement libre.
21. De façon générale, le G29 résume ces exigences en expliquant que « le RGPD garantit que le traitement de données personnelles pour lequel

5 p.5, traduction libre de « *the GDPR prescribes that if the data subject has no real choice, feels compelled to consent or will endure negative consequences if they do not consent, then consent will not be valid* »

6 p. 11, traduction libre de « *the performance of the service being downgraded to the detriment of the user* »

le consentement est demandé ne peut pas devenir, directement ou indirectement, la **contrepartie d'un contrat** »<sup>7</sup>.

22. Cette interprétation est d'ailleurs conforme à la volonté que le **Parlement européen** a clairement exprimée récemment, par deux fois :

- « Nul utilisateur ne peut **se voir refuser l'accès à un service** [...] au motif qu'il n'a pas consenti [...] à un traitement de ses données à caractère personnel [...] non nécessaire à la fourniture du service. » (article 8, §1 bis, de la version du règlement « ePrivacy » adoptée le 23 octobre 2017) ;
- Il ne faut pas que le droit européen « légitimise ou encourage une pratique consistant à monétiser les données à caractère personnel, celles-ci ne pouvant être comparées à un prix, ni considérées comme une **marchandise** » (considérant 13 de la version de la directive « contenus numériques » adoptée le 21 novembre 2017).

23. Enfin, il doit être souligné que ces exigences existaient déjà dans le droit antérieur au RGPD, ce dernier s'étant ici contenté de codifier. Par exemple, en France, **le 18 décembre 2017, la CNIL** a annoncé mettre Whatsapp en demeure d'arrêter de transmettre à Facebook diverses données sur ses utilisateurs, au motif que cette transmission se fondait sur un consentement non-libre des utilisateurs, car « le refus de la personne concernée de donner son consentement à la transmission de ses données s'accompagne nécessairement d'une conséquence négative importante puisqu'elle sera contrainte de supprimer son compte et ne pourra utiliser l'application WhatsApp »<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> p. 8, traduction libre de « *the GDPR ensures that the processing of personal data for which consent is sought cannot become directly or indirectly the counter-performance of a contract* ».

<sup>8</sup> Décision n° MED-2017- 075 du 27 novembre 2017 mettant en demeure la société WHATSAPP

### 2.1.1.3. Loyauté de la demande de consentement

24. L'article 5, §1, a, du RGPD prévoit que « les données à caractère personnel doivent être [...] traitées de manière licite, **loyale et transparente** au regard de la personne concernée ».
25. Le considérant 39 du RGPD précise que « le principe de transparence exige que toute information et communication relatives au traitement de ces données à caractère personnel soient aisément accessibles, faciles à comprendre, et formulées en des termes clairs et simples » et que « les personnes physiques devraient être informées des risques, règles, garanties et **droits liés au traitement** des données à caractère personnel et des modalités d'exercice de leurs droits en ce qui concerne ce traitement ».
26. L'article 7, §3, du RGPD prévoit que « la personne concernée a le droit de **retirer son consentement** à tout moment » et, en application du principe de loyauté et de transparence, que « la personne concernée en est informée avant de donner son consentement ».
27. Dès lors, un traitement ne serait ni loyal ni transparent (ni donc licite) s'il se fondait sur le consentement de la personne concernée alors que, dans le même temps, le responsable de traitement se laisserait l'opportunité de fonder le traitement sur une autre base légale (par exemple, pour anticiper le cas où la personne concernée retirerait son consentement). En effet, dans de telles circonstances, l'information donnée à la personne concernée quant au droit qu'elle aurait de retirer son consentement serait parfaitement **trompeuse** : ce « droit » ne produirait juridiquement aucun effet, le traitement pouvant se fonder sur une autre base légale.
28. Ainsi, un traitement de données personnelles ne peut jamais être licite s'il se fonde à **la fois sur le consentement de la personne concernée et sur une autre base légale**, car ceci rendrait systématiquement trompeuse l'information obligatoirement donnée à la personne quant au droit de retirer son consentement.

29. C'est bien la conclusion à laquelle est parvenu le **G29**, expliquant que, « si un responsable de traitement choisit de fonder une partie du traitement sur le consentement, il doit être prêt à respecter ce choix et à mettre fin à cette partie du traitement si un individu retire son consentement. Donner l'impression que des données seront traitées sur la base du consentement, alors qu'elles le seront en fait sur une autre base légale, serait fondamentalement déloyal pour les individus. Autrement dit, le responsable de traitement ne peut **pas échanger le consentement avec d'autres bases légales**. Par exemple, il n'est pas permis d'utiliser rétrospectivement l'intérêt légitime afin de justifier un traitement lorsque des difficultés sont apparues concernant la validité du consentement »<sup>9</sup> (p.23 des lignes directrices WP259 précitées).

### 2.1.2. Contrat

30. L'article 6, §1, b, du RGPD prévoit qu'un traitement peut être licite s'il « est nécessaire à **l'exécution d'un contrat** auquel la personne concernée est partie ».
31. Cette disposition reprend à l'identique celle déjà prévue à l'article 7, b, de la directive 95/46/CE, que le RGPD a remplacée. Elle a ainsi déjà été détaillée par le **G29** dans son avis 06/2014, rendu le 25 novembre 2014<sup>10</sup>, comme « devant être interprétée strictement et ne couvrant pas des cas où le traitement ne serait pas véritablement nécessaire à l'exécution d'un contrat, mais plutôt **imposé unilatéralement** à la personne concernée par le responsable de traitement »<sup>11</sup>.

9 Traduction libre de « *if a controller chooses to rely on consent for any part of the processing, they must be prepared to respect that choice and stop that part of the processing if an individual withdraws consent. Sending out the message that data will be processed on the basis of consent, while actually some other lawful basis is relied on, would be fundamentally unfair to individuals. In other words, the controller cannot swap from consent to other lawful bases. For example, it is not allowed to retrospectively utilise the legitimate interest basis in order to justify processing, where problems have been encountered with the validity of consent* ».

10 L'avis 06/2014 du G29 est accessible sur : [http://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp224\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp224_en.pdf)



32. Le G29 rajoutait que « le fait que certains traitements de données soient couverts par un contrat ne signifie pas automatiquement que ces traitements soient nécessaires à son exécution. Par exemple, l'article 7, b, n'est pas une base légale adaptée pour faire un **profil des goûts et modes de vie** d'un utilisateur à partir de son parcours de navigation sur un site internet et des produits qu'il a achetés. En effet, le contrat n'a pas été conclu pour réaliser un profil, mais pour fournir certains biens ou certains services, par exemple. Quand bien même ces traitements seraient spécifiquement mentionnés dans les détails du contrat, ce seul fait ne les rendrait pas 'nécessaires' à l'exécution du contrat »<sup>12</sup>.
33. Ces exigences reflètent parfaitement celles imposées en matière de **consentement libre**, pour atteindre le même résultat : la finalité que poursuit la personne concernée en entrant en relation avec le responsable de traitement ne doit pas conduire à autoriser une autre finalité, indépendante, que la personne concernée ne souhaite pas poursuivre. En effet, ne pas refléter ces exigences en matière de contrat reviendrait à vider de toute portée les conditions de validité du consentement (vues plus tôt), puisque celles-ci pourraient être entièrement contournées en se basant sur cette autre base légale (le contrat).
34. Ce reflet entre « contrat » et « consentement » se retrouve dans les récentes lignes directrices WP259 dédiées au consentement (citées plus tôt), où le G29 intègre sa position de 2014 au RGPD : « Conformément à l'avis 06/2014 du G29, l'expression "nécessaire à l'exécution

11 p. 16, traduction libre de « *the provision must be interpreted strictly and does not cover situations where the processing is not genuinely necessary for the performance of a contract, but rather unilaterally imposed on the data subject by the controller* »

12 p. 17, traduction libre de « *also the fact that some data processing is covered by a contract does not automatically mean that the processing is necessary for its performance. For example, Article 7(b) is not a suitable legal ground for building a profile of the user's tastes and lifestyle choices based on his click-stream on a website and the items purchased. This is because the data controller has not been contracted to carry out profiling, but rather to deliver particular goods and services, for example. Even if these processing activities are specifically mentioned in the small print of the contract, this fact alone does not make them 'necessary' for the performance of the contract* »

d'un contrat" doit être interprétée strictement. Le traitement doit être nécessaire pour satisfaire le contrat individuellement avec chacune des personnes concernées [...] Il doit y avoir un **lien direct et objectif** entre le traitement de données et la finalité de l'exécution du contrat »

13

35. En pratique, ces exigences ont par exemple trouvé application dans la sanction rendue, en France, par la **CNIL contre Facebook**, le 27 avril 2017<sup>14</sup>. La CNIL considère alors que « **l'objet principal du service est la fourniture d'un réseau social** [...], que la combinaison des données des utilisateurs à des fins de ciblage publicitaire ne correspond ni à l'objet principal du contrat ni aux attentes raisonnables des utilisateurs [et, ainsi,] que les sociétés ne peuvent [pas] se prévaloir de la nécessité liée à l'exécution d'un contrat ».

### 2.1.3. Intérêt légitime

36. L'article 6, §1, f du RGPD prévoit qu'un traitement peut être licite s'il « est nécessaire aux fins des **intérêts légitimes** poursuivis par le responsable du traitement ou par un tiers, à moins que ne prévalent les intérêts ou les libertés et droits fondamentaux de la personne concernée ».
37. Le considérant 47 du RGPD prévoit que « le traitement de données à caractère personnel à des fins de **prospection** peut être considéré comme étant réalisé pour répondre à un intérêt légitime ».
38. Sans directement définir les critères faisant que la prospection puisse ou non répondre à un intérêt légitime, le RGPD fait ici écho à l'enca-

13 p. 8, traduction libre de « *According to Opinion 06/2014 of WP29, the term "necessary for the performance of a contract" needs to be interpreted strictly. The processing must be necessary to fulfil the contract with each individual data subject. (...) There needs to be a direct and objective link between the processing of the data and the purpose of the execution of the contract* ».

14 Délibération de la formation restreinte SAN-2017-006 du 27 Avril 2017 prononçant une sanction pécuniaire à l'encontre des sociétés FACEBOOK INC. et FACEBOOK IRELAND

drement spécifique qu'a reçu la prospection commerciale en droit européen au cours des différentes évolutions technologiques. Le **G29**, dans son avis 06/2014 dédié à la notion d'intérêt légitime<sup>15</sup> prend précisément l'évolution de cet encadrement comme exemple pédagogique illustrant l'équilibre à rechercher pour fonder un traitement sur cette base légale (p. 51 et suivantes).

39. En **1995**, la directive 95/46/CE prévoyait, *via* son article 14, b, qu'un traitement à des fins de **prospection** était licite si la personne concernée était informée et pouvait s'y opposer. Au regard de ces deux seules conditions, le G29 comprend que la base légale donnée à ce traitement était l'**intérêt légitime** (aucun consentement préalable n'étant requis).
40. En **2002**, le G29 explique que, « pour tenir compte des nouvelles avancées technologiques, cette disposition a été complétée ultérieurement par des dispositions spécifiques de la directive "vie privée et communications électroniques" ». L'article 13, §1, de cette directive (directive 2002/58/CE) prévoit désormais que, par principe, l'utilisation « de **courrier électronique** à des fins de prospection directe ne peut être autorisée que si elle vise des abonnés ayant donné leur consentement préalable ». Le droit d'opposition ne suffit plus : la base légale de la prospection est ici passée de l'intérêt légitime au **consentement**.
41. Ce n'est plus que par exception que l'article 13, §2, de la directive 2002/58/CE prévoit encore un cas précis où l'intérêt légitime reste valide (et où le simple droit d'opposition, sans consentement préalable, suffit) : s'agissant de la « prospection directe pour des produits ou services analogues qu'elle-même fournit ».
42. Dans le même temps, cette même directive a d'abord prévu, à son article 5, §3, que **le stockage et l'accès** à des informations sur le termi-

15 L'avis 06/2014 du G29 est accessible sur : [http://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp217\\_fr.pdf](http://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2014/wp217_fr.pdf)

nal d'un utilisateur étaient autorisés si la personne concernée en était informée et pouvait s'y opposer. Encore une fois, c'est ici l'**intérêt légitime** qui a été initialement choisi comme base légale.

43. Le G29 retrace l'évolution qui a suivi : « Les technologies ont évolué, nécessitant des solutions similaires, relativement simples, qui obéissent à une logique analogue pour les nouvelles pratiques de prospection. Premièrement, la façon dont le matériel de prospection est diffusé a évolué: au lieu de simples courriers électroniques arrivant dans les boîtes aux lettres, des **publicités comportementales ciblées** apparaissent aussi désormais sur les écrans de smartphones et d'ordinateurs. Dans un proche avenir, la publicité pourrait être intégrée dans des objets intelligents connectés à l'internet des objets. Deuxièmement, les publicités deviennent toujours plus spécifiquement ciblées: au lieu de se fonder sur de simples profils de clients, elles tirent parti du **traçage des activités** des consommateurs qui sont de plus en plus souvent conservées en ligne et hors ligne et analysées au moyen de méthodes automatisées plus élaborées. »
44. Le G29 conclut ainsi que « ce changement de modèle d'entreprise dominant et la valorisation des données à caractère personnel en tant qu'actif pour les sociétés commerciales expliquent l'exigence récente d'un consentement dans ce contexte ».
45. En **2009**, en effet, l'article 5, §3, de la directive 2002/58/CE a été modifiée par la directive 2009/136/CE de sorte que **l'accès et le dépôt** d'information sur le terminal de l'utilisateur ne peuvent désormais plus se fonder sur l'intérêt légitime, mais uniquement sur le consentement. Une fois encore, pour encadrer l'évolution de la prospection commerciale, la base légale est passée de l'intérêt légitime au **consentement**.
46. Au regard de ces évolutions, il apparaît manifeste qu'aucune autre forme d'analyse comportementale à des fins publicitaires ne saurait connaître un sort différent de celui des « cookies » : n'être licite qu'avec le consentement préalable des personnes concernées.

47. C'est la voie que prend le G29 dans l'annexe II de son avis 03/2013<sup>16</sup>, sur le Big Data et l'Open Data : « un **consentement préalable** libre, spécifique, informé et indubitable devrait presque toujours être requis » dès lors qu'une « organisation souhaite spécifiquement **analyser ou prédire** les préférences personnelles, le comportement et les attitudes de clients individuels, qui serviront ensuite à guider des « mesures ou décisions » prises à l'égard de ces clients »<sup>17</sup>.
48. Le G29 précise que ces « 'mesures ou décisions' ne couvrent pas que des décisions formelles et des mesures prises dans une procédure formelle. En d'autres mots : n'importe quel effet pertinent sur des individus en particuliers – qu'il soit positif ou négatif – devrait être évité »<sup>18</sup>.
49. Il donne comme exemple de telles « mesures et décisions » la diffusion « de réductions personnalisées, d'offres spéciales et de **publicités ciblées** à partir du profil du client »<sup>19</sup>.
50. Le G29 conclut clairement que le « **consentement** devrait surtout être requis, par exemple, pour le **traçage et le profilage à des fins de prospection directe, de publicité comportementale**, de courtage en informations, de publicités fondées sur la localisation ou d'étude de marché numérique fondée sur le traçage »<sup>20</sup>.

16 L'avis 03/2013 du G29 est accessible sur : accessible sur [http://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2013/wp203\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/justice/article-29/documentation/opinion-recommendation/files/2013/wp203_en.pdf)

17 p. 46, traduction donnée dans l'avis 06/2014 du G29, p. 52

18 p. 28, traduction libre de « 'measures or decisions' do not only cover formal decisions and measures in a formal procedure. In other words: any relevant impact on particular individuals - either negative or positive - should be avoided »

19 p. 45, traduction libre de « personalised discounts, special offers and targeted advertisements based on the customer's profile »

20 p. 46, traduction donnée dans l'avis 06/2014 du G29, p. 52

## 2.2. Traitements réalisés

### 2.2.1. Données traitées

51. Google décrit dans ses « Règles de confidentialité<sup>21</sup> » les données qu'il traite lorsqu'il fournit ses services, au titre desquels Google Search, YouTube et Gmail.
52. Sans être exhaustif quant aux données traitées, qui sont toutes pertinentes pour établir les griefs invoqués, il est utile de souligner que Google déclare traiter, au sujet de ses utilisateurs :
  - le nom, mot de passe et **numéro de téléphone** fournis au moment de l'inscription ;
  - les **contenus créés** par l'utilisateur ou **reçus** de la part d'autres personnes via les services Google, ce qui inclut les **e-mails envoyés et reçus** sur Gmail, les photos et vidéos enregistrées, les documents créés, ainsi que les commentaires rédigés sur YouTube ;
  - des informations relatives aux applications, aux navigateurs et aux **appareils** utilisés pour accéder aux services Google, ce qui comprend :
    - les **identifiants uniques**, le type et les paramètres du navigateur, le type et les paramètres de l'appareil, le système d'exploitation, des données relatives au réseau mobile (telles que le nom de l'opérateur et le numéro de téléphone) et le numéro de version de l'application ;
    - des informations relatives aux interactions entre les applications, les navigateurs, les appareils et les services Google, telles que l'**adresse IP**, les rapports d'erreur, l'activité du système,

21 Les Règles de confidentialité de Google sont publiées sur <https://policies.google.com/privacy/update?gl=FR&hl=fr> ainsi que jointes en Annexe III de la présente réclamation, où elles sont décrites en date du 28 mai 2018

ainsi que la date, l'heure et l'URL de provenance des requêtes faites aux services Google ;

- les **termes recherchés** ;
- les **vidéos regardées** ;
- la **consultation** de contenus et d'annonces ainsi que les interactions avec ces derniers ;
- les **personnes** avec lesquelles l'utilisateur communique ou partage du contenu ;
- en cas d'utilisation des services **d'appels** et de **messages**, les informations relatives aux communications téléphoniques, comme le numéro de téléphone de l'émetteur et du destinataire, les numéros de transfert, l'heure et la date des appels et des messages, la durée des appels, les données de routage et les types d'appels ;
- des informations auprès de **tiers**, dont des partenaires de marketing et des annonceurs.

## 2.2.2. Traitements réalisés

53. Dans ses Règles de confidentialité, Google indique traiter ces données pour « proposer des services personnalisés, notamment en matière de **contenu** et d'annonces ». Google ajoute : « Nous utilisons les informations que nous collectons pour personnaliser nos services en fonction de vous, notamment pour vous proposer **des recommandations, du contenu personnalisé** et des résultats de recherche personnalisés. »
54. Sur une page explicative dédiée à la publicité<sup>22</sup>, Google explique : « Les annonceurs qui ont recours à nos services pour leurs campagnes publicitaires nous rémunèrent en fonction des **performances** de leurs annonces ».
55. De ces différentes informations, il apparaît que Google traite des **données personnelles** afin de réaliser des **analyses comportementales** et un **ciblage publicitaire**. Google est le **responsable de traitement**

<sup>22</sup> Google a publié une page expliquant son modèle publicitaire, sur : <https://privacy.google.com/intl/fr/how-ads-work.html>

de ces opérations, dont la **finalité** est de permettre aux publicités de ses clients d'être affichées aux utilisateurs les plus susceptibles d'y être réceptifs.

## 2.2.3. Bases légales invoquées

### 2.2.3.1 Consentement lors de l'utilisation des services

56. Les Conditions d'utilisation<sup>23</sup> de Google prévoient que « les Règles de confidentialité de Google expliquent comment nous traitons vos données à caractère personnel et protégeons votre vie privée lors de votre utilisation de nos Services. En utilisant nos Services, **vous acceptez** que Google puisse utiliser ces données conformément à ces Règles de confidentialité de Google ».
57. Dans ces Règles de confidentialité, il établit clairement le lien entre cet « accord » et ses traitements publicitaires : « nous vous demandons l'autorisation de vous fournir des services personnalisés, tels que des annonces ».
58. Google indique donc considérer que toute personne utilisant ses services manifeste, du simple fait de son **utilisation ordinaire des sites Internet** en question (Google Search ou YouTube), sa volonté de donner son consentement à l'analyse de ses activités à des fins de ciblage publicitaire.
59. Ceci s'oppose aux exigences d'un consentement exprimé par un acte positif, telles que prévues par le RGPD et précisées par le G29.

<sup>23</sup> Les Conditions d'utilisation des services Google sont publiées sur <https://policies.google.com/terms> ainsi que jointes en Annexe IV de la présente réclamation, où elles sont décrites en date du 28 mai 2018



### 2.2.3.2. Consentement lors de la création d'un compte

60. Pour utiliser les services de Gmail et des fonctionnalités supplémentaires des autres services fournis par Google (dont YouTube et Google Search), les utilisateurs peuvent ouvrir un « compte Google » sur <https://accounts.google.com/signin>. Au moment de créer ce compte, il est offert à l'utilisateur la possibilité de s'opposer à certains traitements en décochant les cases suivantes, pré-cochées par défaut :
- Enregistrer mes **activités sur le Web** et les applications dans mon compte Google (Enregistre vos recherches, votre historique de navigation Chrome et vos activités sur les sites et les applications qui utilisent les services Google afin de vous fournir des recommandations et des résultats de recherche plus pertinents, ainsi que des services Google personnalisés) ;
  - Afficher des **annonces personnalisées** (Google peut vous présenter des annonces en fonction de votre activité au sein des services Google - dans la recherche ou sur YouTube par exemple -, ainsi que sur les sites Web et les applications partenaires de Google) ;
  - Enregistrer mon historique des **recherches YouTube** dans mon compte Google (Enregistre ce que vous recherchez sur YouTube afin d'accélérer vos futures recherches et de vous fournir de meilleures recommandations sur YouTube et d'autres services Google) ;
  - Enregistrer mon historique des **vidéos regardées** sur YouTube dans mon compte Google (Enregistre ce que vous regardez sur YouTube afin de vous fournir des recommandations plus pertinentes sur YouTube et d'autres services Google).
61. En étant autorisés par défaut, au moyen de cases pré-cochées, ces traitements ne sauraient être considérés comme ayant été accepté par les personnes concernées au moyen d'un **acte positif** à même de constituer un consentement valide sur lequel ils pourraient se fonder.

62. De plus, ces possibilités d'opposition spécifiques ne couvrent qu'une partie des traitements que Google déclare réaliser dans ses Règles de confidentialité. Or, afin de créer un compte Google, il est impossible de terminer l'inscription (en cliquant sur le bouton « créer un compte ») tant que n'a pas été cochée la case « **j'accepte** que mes informations soient utilisées tel que décrit ci-dessus et détaillé dans les règles de confidentialité ».
63. L'accès au service est donc **conditionné au fait de consentir** à certains traitements de données personnelles. La question se pose donc de savoir, en creux, quels sont les traitements que l'utilisateur est contraint d'accepter pour accéder au service (qu'il ne peut pas refuser *via* l'une des options d'opposition offertes).
64. En refusant que Google « affiche des **annonces personnalisées** », l'utilisateur peut seulement refuser de consentir à la situation ainsi décrite par l'entreprise (dans le formulaire de création de compte) : « Des annonces pertinentes sont affichées en fonction de données recueillies sur vos appareils, y compris vos recherches et votre position, les applications et les sites Web que vous avez utilisés, les vidéos et les annonces que vous avez consultées, ainsi que les informations que vous avez ajoutées à votre compte Google, comme votre tranche d'âge, votre sexe et vos centres d'intérêt ».
65. De même, en refusant que Google « enregistre les **activités sur le Web** et les applications », l'utilisateur peut uniquement refuser que l'entreprise, telle qu'elle le décrit, enregistre les recherches réalisées ainsi que l'historique de navigation Web et d'applications utilisées<sup>24</sup>.
66. Les traitements auxquels l'utilisateur peut s'opposer ne couvrent donc manifestement pas l'analyse comportementale et le ciblage publicitaire réalisés à partir notamment du traitement :

<sup>24</sup> Voir les détails donnés par Google sur le champ de ce que couvre « les activités sur le Web et les applications », sur :  
[https://support.google.com/websearch/answer/54068?p=web\\_app\\_activity&hl=fr&visit\\_id=1-636625081749952639-1438292159&rd=1](https://support.google.com/websearch/answer/54068?p=web_app_activity&hl=fr&visit_id=1-636625081749952639-1438292159&rd=1)

- des **contenus créés** par l'utilisateur ou **reçus** de la part d'autres personnes via les services Google, ce qui inclut les **e-mails** envoyés et reçus sur Gmail, les photos et vidéos enregistrées, les documents créés, ainsi que les commentaires rédigés sur YouTube ;
- de la consultation de contenus (autres que vidéos et annonces) ainsi que les **interactions** avec ces derniers ;
- des **personnes** avec lesquelles l'utilisateur **communique** ou partage du contenu ;
- en cas d'utilisation des services d'**appels** et de **messages**, des informations relatives aux communications téléphoniques, comme le numéro de téléphone de l'émetteur et du destinataire, les numéros de transfert, l'heure et la date des appels et des messages, la durée des appels, les données de routage et les types d'appels ;
- des informations auprès de **tiers**, dont des partenaires de marketing et des annonceurs.

67. Or, l'analyse de ces données à des fins publicitaires n'est **nullement nécessaire** à l'exécution des services (Gmail et fonctionnalités supplémentaires de YouTube et Google Search) demandés par les personnes concernées, qui n'ont pourtant pas le choix d'y consentir pour y accéder.
68. Ainsi, Google fonde le traitement de ces données sur un consentement obtenu de façon **non-libre** au regard des exigences du RGPD et de l'interprétation qu'en donne le G29.

### 2.2.3.3. Intérêt légitime

69. Dans ses Règles de confidentialité, Google indique aussi traiter les données de ses utilisateurs « conformément à [ses] **intérêts légitimes**, ainsi qu'à ceux de tiers [...] notamment pour [...] personnaliser [ses] services [et] avoir recours à la publicité ».
70. Ce faisant, dans les mêmes Règles de confidentialité, Google donne comme base légale à l'analyse comportementale et au ciblage publicitaire à la fois le consentement des personnes concernées (tel que vu ci-avant) et l'intérêt légitime. Dès lors, lorsque, dans ses Règles de confi-

dentialité, Google annonce que « vous êtes libre de **revenir sur votre consentement** à tout moment », ceci est parfaitement trompeur : le retrait de ce consentement serait sans effet sur la mise en œuvre du traitement qui, d'après Google, pourrait continuer de se fonder sur l'intérêt légitime.

71. Une telle tromperie rend ces traitements manifestement **déloyaux** et, ainsi, illicites.
72. Par ailleurs, quand bien même Google n'aurait jamais demandé le consentement des personnes concernées, il n'aurait pas pu valablement fonder sur un quelconque intérêt légitime ses traitements réalisés à des fins d'analyse comportementale et de ciblage publicitaire, tel qu'exposé ci-avant dans la partie 2.1.3.

#### **2.2.3.4. Correspondants tiers**

73. Dans ses Conditions d'utilisation, Google déclare : « Nos systèmes automatisés analysent vos contenus (y compris les **e-mails**) afin de vous proposer des fonctionnalités pertinentes sur les produits, telles que des résultats de recherche personnalisés, des **publicités sur mesure** et la détection des spams et des logiciels malveillants. Cette analyse a lieu lors de l'envoi, de la réception et du stockage des contenus. ». Dans ses Règles de confidentialité, il déclare aussi : « Nous collectons également le contenu que vous créez, importez ou recevez de la part d'autres personnes via nos services. Cela inclut par exemple **les e-mails que vous écrivez ou recevez** ».
74. En analysant les e-mails, Google ne se contente pas de traiter des courriels produits par l'utilisateur mais analyse également, à des fins publicitaires et à travers son service Gmail, des courriels rédigés par des **personnes tierces** pouvant utiliser des services externes à Google afin de communiquer avec l'utilisateur de Gmail, ainsi que les métadonnées concernant ces courriels.
75. Un tel traitement n'est fondé sur aucune relation (consentement ou contrat) entre Google et ces personnes tierces et ne saurait pas plus se fonder sur un quelconque intérêt légitime.

## 2.3. Illicéité des traitements

76. Les traitements réalisés à des fins d'analyse comportementale et de ciblage publicitaire mis en œuvre par Google sur Google Search, YouTube et Gmail, tels que décrits ci-avant, ne sont pas fondés sur un **consentement** valide des personnes concernées, ce consentement ayant été obtenu de façon **non libre** ou ayant été déduit de **l'inaction** des utilisateurs.
77. Ils ne sauraient non plus se fonder sur un **intérêt légitime**, car leur objet est d'analyser le comportement et d'établir un profil des utilisateurs à des fins de ciblage publicitaire ce qui, pas plus que le ciblage au moyen de « cookies », ne saurait être autorisé sans consentement préalable de la personne concernée.
78. À défaut de base légale, ces traitements sont donc **illicites**, mettant Google en violation du RGPD, notamment de son article 6.
79. De plus, ces traitements sont **déloyaux** car Google les présente comme étant fondés deux bases légales simultanées : le consentement et l'intérêt légitime. Google viole par là l'article 5 du RGPD.

### 3. Demandes

80. La Quadrature du Net, au nom des personnes qu'elle représente, demande à ce que les mesures suivantes soient prononcées à l'encontre de Google :

- l'**interdiction** des traitements d'analyse comportementale et de ciblage publicitaire ci-avant décrits sur les services Google Search, Gmail et YouTube, en application de l'article 58, §2, f, du RGPD ;
- une **amende administrative** qui, de par le caractère massif, durable et manifestement délibéré de la violation constatée, doit être la plus élevée possible, en application de l'article 83, §§2 et 5, du RGPD.

Réclamation introduite à Paris le 28 mai 2018,

Félix Tréguer, Président de La Quadrature du Net,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'F. Tréguer', with a long horizontal line extending to the right.

# Annexes

**Annexe I** : Statuts de La Quadrature du Net

**Annexe II** : Liste des personnes ayant mandaté La Quadrature du Net pour introduire la présente réclamation contre Google

**Annexe III** : Règles de confidentialité de Google publiées sur <https://policies.google.com/privacy/update?gl=FR&hl=fr>, copie en date du 28 mai 2018

**Annexe IV** : Conditions d'utilisation des services Google publiées sur <https://policies.google.com/terms> copie en date du 28 mai 2018