



Chambre Contentieuse

Décision quant au fond 19/2021 du 12 février 2021

Numéro de dossier : AH-2018-0124

Objet : Droit d'opposition au marketing direct et aux traitements sur la base de l'intérêt légitime auprès de l'opérateur télécom Telenet SA

La Chambre Contentieuse de l'Autorité de protection des données, constituée de Monsieur Hielke Hijmans, président, et de Messieurs Jelle Stassijns et Frank De Smet, membres ;

Vu le Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 *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, et abrogeant la directive 95/46/CE (Règlement général sur la protection des données, ci-après le "RGPD")* ;

Vu la loi du 3 décembre 2017 *portant création de l'Autorité de protection des données, ci-après la "LCA"* ;

Vu le règlement d'ordre intérieur tel qu'approuvé par la Chambre des représentants le 20 décembre 2018 et publié au *Moniteur belge* le 15 janvier 2019 ;

Vu les pièces du dossier ;

a pris la décision suivante concernant :

- Telenet SA, dont le siège est situé à Liersesteenweg, 4, 2800 Mechelen ; n° BCE 0652.615.604, ci-après le "défendeur", représenté par Maître Tim Van Canneyt et Maître Louis Vanderdonckt.

I. FAITS ET PROCÉDURE

1. Le défendeur fournit des services de télécommunication et de télévision. Entre le 17 avril 2018 et le 8 février 2019, l'Autorité de protection des données (APD) et le défendeur ont échangé plusieurs courriers et e-mails concernant le traitement de fuites de données par le défendeur et la manière dont ce dernier proposait le droit d'opposition au marketing direct [NdT : prospection au sens du RGPD]. La communication sur le droit d'opposition trouve sa source dans un e-mail que l'APD a reçu d'un client du défendeur indiquant que cette personne rencontrait des difficultés pour trouver des informations sur le site Internet du défendeur concernant son droit d'opposition au marketing direct et la manière d'exercer ce droit.
2. L'APD était en effet mise en copie d'un échange d'e-mails dans lequel un client interrogeait le défendeur sur la manière dont il pouvait exercer son "opt-out" (c'est-à-dire son droit d'opposition) au marketing direct. Le 12 mars 2019, le défendeur a répondu au client : "*Nous vous remercions pour votre demande. Vous ne pouvez exercer vos droits en matière de vie privée que via My Telenet. Si vous avez des questions, vous pouvez vous rendre dans un point de vente Telenet.*" [NdT : tous les passages cités du dossier sont des traductions libres réalisées par le Secrétariat Général de l'APD, en l'absence de traduction officielle] Le client a répondu peu après : "*Merci pour votre réponse. Je me suis rendu sur My Telenet mais je ne trouve pas directement l'option d'opt-out.*"
3. Compte tenu de cet échange et des notifications concernant des fuites de données, le Comité de direction de l'APD a décidé le 27 février 2019 de saisir le Service d'Inspection de l'APD de l'affaire, sur la base de l'article 63, 1° de la LCA. Le Comité de direction a demandé de vérifier si le droit d'opposition était respecté et, en ce qui concerne les fuites de données, si l'approche basée sur les risques (art. 32-36 du RGPD) était respectée.
4. Les motifs de cette demande étaient notamment (1) d'éventuels manquements dans la manière dont le droit d'opposition au marketing direct (art. 21.2 du RGPD¹) pouvait être exercé et (2) la question de savoir si le défendeur respectait les articles 32 à 36 inclus du RGPD. Dans l'enquête du Service d'Inspection, au sujet du deuxième point, des constatations ont également été établies concernant le rôle du DPO (art. 37-39 du RGPD).
5. Le Service d'Inspection a fait ses observations concernant la suppression/l'absence de facilités à exercer le droit d'opposition dans la période entre le 10 mai et le 6 juin 2019.

¹ La mission du Comité de direction concernait l'article 21.3 du RGPD. Le Service d'Inspection - qui est évidemment libre d'examiner de nouveaux griefs - a également examiné le respect de l'article 21.2 du RGPD.

6. Quant à l'approche basée sur les risques, le Service d'Inspection a adressé un courrier avec des questions au délégué à la protection des données du défendeur le 9 juillet 2019. Le défendeur a répondu le 9 août 2019. Le 17 septembre 2019, le Service d'Inspection a clôturé son rapport d'enquête ainsi qu'un rapport technique (ci-après ensemble : Rapport d'inspection).
7. Le Rapport d'inspection formule notamment les sept constatations suivantes :
 1. *L'utilisation d'un grand nombre de documents, ce qui rend la communication d'informations complexe, peu claire et difficile à comprendre ;*
 2. *La présence d'informations erronées ;*
 3. *L'utilisation de techniques pouvant avoir un impact sur les choix de la personne concernée, dont l'octroi d'un consentement libre et la prise de connaissance ou non des informations ou l'exercice de droits ;*
 4. *La structuration de l'information sous la forme d'un dédale dans lequel la personne concernée ne peut pas accéder aisément aux informations ;*
 5. *Les choix par défaut paramétrés par Telenet qui ne sont pas les plus respectueux de la vie privée et qui permettent toujours le profilage ;*
 6. *L'acceptation obligatoire quasi automatique de la communication de données via des cookies ;*
 7. *Combinés à l'absence de possibilité d'exercer le droit d'opposition de manière simple.*
8. Le Rapport d'inspection précise à cet égard que les constatations finales ne concernent pas uniquement le respect et la facilitation du droit d'opposition mais également l'obligation d'information (art. 13 et 14 du RGPD), l'obligation de faciliter l'exercice des droits (art. 12.2 du RGPD) et l'octroi d'une protection par défaut et dès la conception (art. 25 du RGPD).
9. Le 23 mars 2020, la Chambre Contentieuse a décidé que le dossier pouvait être traité sur le fond. Vu le nombre important de griefs énumérés dans le Rapport d'inspection, dont certains devaient encore être étayés d'un point de vue juridique ou factuel, la Chambre Contentieuse a décidé de concentrer sa décision sur certains griefs :
 - le respect du droit d'opposition au marketing direct, combiné aux obligations d'information et de transparence (art. 21.2 du RGPD *juncto* art. 12 et 13-14 du RGPD) : la Chambre Contentieuse a précisé les dispositions du RGPD contre lesquelles le défendeur pouvait se défendre et a notamment indiqué que le Titre 1 du Rapport d'inspection concernait le droit d'opposition au marketing direct en vertu de l'article 21.2 du RGPD. La Chambre Contentieuse a également posé des questions visant à préciser le grief du Service d'Inspection concernant

l'absence de possibilité d'exercer le droit d'opposition de manière simple. La Chambre Contentieuse a notamment demandé sur quelles plateformes la personne concernée avait la possibilité d'exprimer son droit d'opposition en vertu de l'article 21 du RGPD en ce qui concerne le traitement de ses habitudes télévisuelles et/ou ses habitudes de navigation par Telenet qui propose aussi bien des services Internet que des services de télévision ;

- la manière dont le consentement - s'il est obligatoire - était obtenu sur le site Internet du défendeur, via des cookies et/ou via les paramètres en matière de respect de la vie privée (art. 7 *juncto* art. 12 et 13 du RGPD) ;
- l'obligation de notification : la Chambre Contentieuse a demandé au défendeur de communiquer son point de vue concernant les constatations du Service d'Inspection sur l'approche basée sur les risques (accent sur l'obligation de notification) et l'obligation de sécurité (art. 32 du RGPD), en lien avec la notification de fuites de données.

10. Dans un courrier au défendeur, la Chambre Contentieuse a posé plusieurs questions complémentaires et a offert au défendeur la possibilité de limiter sa réponse aux points d'attention relevés par la Chambre Contentieuse.
11. Le 22 mai, le défendeur a déposé ses conclusions et a demandé à être entendu dans le cadre d'une audition. Le défendeur a préféré ne pas limiter ses conclusions aux questions de la Chambre Contentieuse et a répondu à toutes les constatations du Service d'Inspection. Le 12 août 2020, la Chambre Contentieuse a informé le défendeur de la date de l'audition, qui a été fixée au 23 septembre. Dans le même courrier, la Chambre Contentieuse demandait que lui soit fournie pour le 9 septembre une brève réponse aux questions complémentaires concernant l'exercice du droit d'opposition.
12. Le 9 septembre, le défendeur a transmis sa réponse à ces questions. Après en avoir pris connaissance, la Chambre Contentieuse a décidé, le 21 septembre, de rouvrir les débats et a envoyé un courrier au défendeur avec des questions complémentaires sur la manière dont le défendeur proposait le droit d'opposition au marketing direct. La Chambre Contentieuse demandait également comment les personnes concernées qui ne sont pas clients auprès du défendeur pouvaient exercer leur droit d'opposition. À la demande du défendeur, la Chambre Contentieuse a ensuite fixé une date ultérieure pour l'audition, date qui a été communiquée par courrier du 23 septembre 2020.
13. L'audition a eu lieu le 7 octobre 2020. Le procès-verbal de l'audition a été envoyé le 23 décembre 2020 et a pris acte du fait que les plaidoyers se sont limités à expliquer les arguments tels qu'exposés dans les conclusions et les courriers ultérieurs adressés par le défendeur à la Chambre Contentieuse. Le procès-verbal résume quelques éléments précisant ces arguments déposés précédemment.

14. Dans la présente décision, la Chambre Contentieuse examine les griefs et les faits retenus par le Service d'Inspection tels que complétés par les réponses du défendeur aux questions posées par la Chambre Contentieuse dans ses courriers des 12 août, 9 et 21 septembre 2020.

II. APPRÉCIATION EN DROIT

1. Objectif et structure de la décision

15. La présente décision concerne un secteur prioritaire tel que désigné dans le Plan Stratégique 2020 de l'APD, à savoir les télécommunications et les médias.
16. Par la présente décision, la Chambre Contentieuse entend surtout apporter de la clarté sur la signification des exigences de transparence du RGPD pour les fournisseurs de services à des personnes physiques. Les considérations de la présente décision présentent dès lors un intérêt plus large pour d'autres fournisseurs. Les fournisseurs dans le secteur ont une fonction d'exemple, notamment parce que le traitement de données à caractère personnel constitue une activité principale pour eux.
17. La présente décision contient des remarques sur la compétence de la Chambre Contentieuse, compte tenu de la législation applicable et des traitements de données à caractère personnel concernés (Titre 2). Au Titre 3, la Chambre Contentieuse se prononce sur le droit d'opposition aux traitements à des fins de marketing direct (art. 21.2 du RGPD) dans le cadre des obligations de transparence (art. 12.1 du RGPD) et des obligations d'information (art. 13 et 14 du RGPD) ainsi que de l'obligation de faciliter l'exercice des droits en vertu du RGPD (art. 12.2 du RGPD).
18. Au Titre 4, la Chambre Contentieuse traite de l'absence du droit d'opposition aux traitements basés sur l'intérêt légitime et ne constituant pas un traitement à des fins de marketing direct, ainsi que de l'absence d'informations sur la manière d'exercer ce droit d'opposition (art. 21.1 du RGPD *juncto* art. 12.1, 13 et 14 du RGPD).
19. La Chambre Contentieuse répond ensuite aux griefs en matière de cookies (Titre 5) et de notification de fuites de données (Titre 6). Au Titre 7, la Chambre Contentieuse réagit aux arguments du défendeur concernant le droit à un procès équitable et les principes de bonne gouvernance. Enfin, la Chambre Contentieuse motive les sanctions et les mesures.

2. Compétence de la Chambre Contentieuse - précision concernant la législation applicable par rapport aux données à caractère personnel traitées

2.1. Les données à caractère personnel traitées

20. Les constatations du Service d'Inspection concernent les traitements du défendeur entre le 10 et le 14 mai 2019. À ce moment, la Politique de protection de la vie privée du 25 mai 2018 était d'application. Selon cette politique de protection de la vie privée, le défendeur traite des données relatives au trafic, des données d'utilisateur et des données relatives à l'utilisation de ses clients².
21. La Chambre Contentieuse prend note du fait que le défendeur collecte des données sur les habitudes télévisuelles, y compris des données sur l'opt-out pour des recommandations de programmes TV. La Chambre Contentieuse prend également acte du fait que les "*données d'utilisation*" des produits du défendeur sont définies de manière non limitative dans la Politique de protection de la vie privée et peuvent donc³ contenir aussi des données d'utilisation des produits Internet ou, autrement dit, les habitudes de navigation. Le défendeur crée des profils sur la base des habitudes de navigation, comme indiqué à l'article 7 de la Politique de protection de la vie privée. Le défendeur agit de la sorte dans les cas où le client concerné choisit "*unique*" dans les paramètres de confidentialité proposés par le défendeur (général - ciblé - personnel - unique)⁴.
22. Il ressort en effet du Rapport d'Inspection que le défendeur propose aussi bien des services de télévision que des services Internet. Le défendeur a donc la possibilité de traiter des données aussi bien sur les habitudes télévisuelles que sur les habitudes de navigation de ses clients, comme cela transparaît dans un article de presse du 24 avril 2018 paru dans le Standaard "*Proficiat u koos voor TV-reclame op maat*", cité dans le Rapport d'inspection. Selon cet article, le défendeur a informé ses clients à l'époque au moyen d'une vaste campagne publicitaire par e-mail qu'ils recevraient à l'avenir de la publicité télévisée sur mesure. Les téléspectateurs du défendeur disposant d'un décodeur

² Les différentes catégories de données traitées - en ce qui concerne les clients du défendeur - sont définies dans la Politique de protection de la vie privée. Il s'agit notamment de :

- données relatives au trafic : "*nous avons besoin de ces données techniques particulières pour régler votre trafic sur les réseaux de communication électronique, comme votre adresse IP ou votre adresse MAC*"
- données d'utilisateur ("*données à caractère personnel qui nous permettent de vous identifier en tant qu'utilisateur de nos produits et services, par ex. votre nom*") et les choix que le client effectue lors de l'utilisation des produits du défendeur ("*par exemple votre opt-out pour les recommandations de programmes TV*");
- données relatives à votre utilisation : "*les données que nous recevons lorsque vous utilisez nos produits et services. Par exemple : les numéros de téléphone (mobile) appelés, la date, l'heure, la durée et la localisation d'une conversation ou d'une connexion Internet, la manière dont vous utilisez nos lettres d'information ou nos sites Internet ou les données relatives à l'utilisation de nos services TV (par exemple, quels films vous regardez et commandez dans notre TV-thèque, ce que vous enregistrez, ce que vous mettez en pause, avancez ou reculez ou visionnez ultérieurement, quels sont vos canaux télévisés favoris ou quelles applis vous avez utilisées récemment sur notre décodeur).*" [...]

En ce qui concerne les non-clients du défendeur, les données traitées sont limitées, comme expliqué par le défendeur dans son courrier du 6 octobre 2020 adressé à la Chambre Contentieuse.

³ Art. 3.C de la Politique de protection de la vie privée du défendeur "*En outre, nos systèmes enregistrent des données à caractère personnel qui sont générées lors de votre utilisation de nos produits et services (par exemple [...])*".

⁴ Pour les paramètres de confidentialité, voir le Titre 3.4.3, point 80 de la présente décision.

recevraient de la publicité télévisée personnalisée basée sur les habitudes télévisuelles et, le cas échéant, également sur la base de données de navigation, en ce qui concerne les clients qui opteraient pour le niveau de confidentialité "*unique*".

2.2 La législation applicable

23. Il règne un manque de clarté quant à l'applicabilité des règles de la Directive e-Privacy⁵, telle que mise en œuvre dans la Loi du 13 juin 2005 *relative aux communications électroniques* (ci-après la "LCE"), au traitement de données relatives aux habitudes de navigation et télévisuelles par des opérateurs télécom. En vue de transposer la Directive e-Privacy, l'article 122 de la LCE prévoit des obligations spécifiques en matière de transparence préalables au traitement de données relatives au trafic (comme des données relatives aux habitudes de navigation) ainsi que des obligations de consentement.

Selon l'avis n° 01/2017 du Groupe de travail "Article 29" sur la protection des données (Groupe 29) (NdT : prédécesseur en droit du Comité européen de protection des données (European Data Protection Board - EDPB)), la Directive e-Privacy s'applique en principe au traitement de données collectées dans le contexte de la fourniture de services de radiotélévision numérique (comme des données relatives aux habitudes de navigation), même si la Directive e-Privacy exclut les services de radiotélévision de son champ d'application⁶.

24. Étant donné que selon sa Politique de protection de la vie privée et la presse, le défendeur traite aussi bien des données sur les habitudes télévisuelles que sur les habitudes de navigation, la Chambre Contentieuse a demandé au défendeur de donner son point de vue motivé sur la législation applicable.
25. Le défendeur a précisé que pour personnaliser la publicité télévisée, il ne traitait que des données relatives au trafic, des données sur les habitudes télévisuelles et des profils de vente et qu'il a finalement décidé de ne pas traiter de données relatives aux habitudes de navigation pour la personnalisation de la publicité télévisée⁷. La Chambre Contentieuse en prend acte et ne doit pas examiner sa compétence concernant le traitement de données relatives aux habitudes de navigation.
26. En ce qui concerne les données relatives aux habitudes télévisuelles, la Chambre Contentieuse est compétente pour contrôler le respect des règles du RGPD en matière de droit d'opposition (art. 21.1 et 21.2 du RGPD) et d'obligations de transparence (art. 12 et 13-14 du RGPD).

⁵ Directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil du 12 juillet 2002 *concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques* (Directive vie privée et communications électroniques), JO L 201/37, telle que modifiée par la Directive 2009/136/CE.

⁶ WP247, disponible via le lien suivant : https://ec.europa.eu/newsroom/article29/item-detail.cfm?item_id=610140.

⁷ Conclusions du défendeur, p. 38 ; courrier du défendeur à la Chambre Contentieuse du 6 octobre 2020, p. 6.

27. Pour éviter tout malentendu, la Chambre Contentieuse constate que le fait que le droit d'opposition et les règles de transparence soient régis en partie dans la LCE (droit de retirer le consentement) ne porte pas préjudice à sa compétence de contrôler l'application du RGPD en ce qui concerne les obligations de transparence et le droit d'opposition, même dans le cas où la LCE s'applique également. Comme l'explique l'EDPB, les autorités de protection des données restent compétentes pour statuer sur les - éléments de - traitements pour lesquels la Directive e-Privacy ne définit aucune règle spécifique. Le seul fait qu'un élément du traitement relève du champ d'application de la Directive e-Privacy ne limite pas la compétence de l'APD⁸.

3. Le droit d'opposition dans le cadre d'actions de marketing direct et la transparence

3.1 Les griefs examinés

28. La Chambre Contentieuse a examiné les griefs du Service d'Inspection concernant :

- le droit d'opposition aux traitements à des fins de marketing direct (art. 21.2 du RGPD et pas l'art. 21.3 du RGPD, comme mentionné initialement dans la mission du Comité de direction telle que transmise à l'Inspection en ce qui concerne le Rapport d'inspection à réaliser⁹) ;
- la transparence des informations sur la base de l'article 12.1 du RGPD ;
- les obligations d'information sur la base des articles 13 et 14 du RGPD.

29. En outre, la Chambre Contentieuse a examiné le droit d'opposition aux traitements basés sur l'intérêt légitime (art. 21.1 du RGPD). En ce qui concerne le droit d'opposition au marketing direct, la Chambre Contentieuse a également examiné les obligations du défendeur de faciliter les droits des personnes concernées en vertu de l'article 12.2 du RGPD, et plus précisément le droit d'opposition sur la base de l'article 13.2.b) du RGPD.

3.2 Qualification des traitements en question et compétence de la Chambre Contentieuse

30. En vertu de l'article 21.2 du RGPD, la personne concernée dont des données à caractère personnel sont traitées à des fins de marketing direct a le droit de s'opposer à tout moment au traitement des

⁸ Groupe 29, WP 29, Avis 5/2019 *relatif aux interactions entre la directive "vie privée et communications électroniques" et le RGPD, en particulier en ce qui concerne la compétence, les missions et les pouvoirs des autorités de protection des données*, paragraphe 69.

⁹ La Chambre Contentieuse a précisé les dispositions qu'elle estime pertinentes dans son courrier adressé au défendeur le 23 mars 2020.

données à caractère personnel la concernant , y compris au profilage dans la mesure où il est lié à un tel marketing direct.

31. Le RGPD ne définit pas ce qu'il y a lieu d'entendre par "*marketing direct*" (prospection). Jusqu'à présent, il n'existe pas de définition légale officielle ou généralement acceptée de cette notion au niveau européen. L'APD a précisé son interprétation de cette notion légale dans la recommandation n° 01/2020¹⁰ : "*Toute communication, sollicitée ou non sollicitée, visant la promotion d'une organisation ou d'une personne, de services, de produits, que ceux-ci soient payants ou gratuits, ainsi que de marques ou d'idées, adressée par une organisation ou une personne agissant dans un cadre commercial ou non commercial, directement à une ou plusieurs personnes physiques dans un cadre privé ou professionnel, par n'importe quel moyen, impliquant le traitement de données à caractère personnel.*" Par "*marketing direct*", on entend donc plusieurs formes de promotion, comme des bulletins d'information par e-mail, des appels téléphoniques, des SMS ou des e-mails commerciaux ou de la publicité en ligne et ce, dans un contexte commercial ou non.
32. Le défendeur ne conteste pas qu'il traite des données de clients à des fins de marketing direct et doit dès lors proposer un droit d'opposition à ces traitements en vertu de l'article 21.2 du RGPD.
33. En vertu de l'article 4.B de sa Politique de protection de la vie privée du 25 mai 2018, le défendeur annonce que les données traitées pour les finalités de marketing direct (promotion) suivantes sont utilisées :
 - pour proposer au client des (nouveaux) produits et services du défendeur et d'autres sociétés au sein du groupe du défendeur.

Exemple de promotion pour des propres produits et services et des actions spéciales : "*vous pouvez recevoir un SMS au moment où votre pack est épuisé avec une proposition pour passer à un nouveau plan tarifaire.*"
 - et pour proposer de la publicité télévisée personnalisée.

Exemple de publicité télévisée personnalisé : "*À l'aide de votre profil, nous pouvons adapter la publicité télévisée standard en fonction de vos intérêts et préférences sur certaines des chaînes de télévision avec lesquelles nous collaborons. La combinaison des données d'utilisateur (par exemple, votre âge, votre langue, votre code postal, votre gamme de produits et vos données sociodémographiques telles que la composition de votre ménage et des statistiques au niveau de la rue) et de vos*

¹⁰ APD, Recommandation n° 01/2020 du 17 janvier 2020 *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, p. 8, disponible sur le site Internet de l'APD.

données d'utilisation (c'est-à-dire vos habitudes télévisuelles) nous permet de personnaliser votre expérience télévisuelle."

34. La Chambre Contentieuse juge la manière dont le droit d'opposition en vertu du RGPD doit être proposé concernant ces traitements à des fins de marketing direct via plusieurs canaux, même si le marketing direct par voie électronique (par ex. des e-mails) est régi à l'article VI.111 du *Code de droit économique* qui met en œuvre l'article 5.3 de la Directive e-Privacy dans la législation belge¹¹.
35. La Chambre Contentieuse est en particulier compétente pour juger si l'exercice du droit d'opposition au marketing direct est proposé par le défendeur de manière conforme ou non à l'article 12.2 du RGPD (obligation de faciliter le droit) et conforme ou non aux obligations en matière d'informations transparentes (art. 13.2.b) du RGPD).

3.3 Violations du droit d'opposition au marketing direct en tant que tel (art. 12.2 et 21.2 du RGPD) - Absence de possibilité d'opposition consolidée ("opt-out") dans la période entre l'entrée en vigueur du RGPD et le 18 mars 2019

36. La Chambre Contentieuse constate que l'article 7.C de la Politique de protection de la vie privée du 25 mai 2018¹² offrait au client la possibilité de s'opposer à toutes les formes possibles de marketing énumérées dans la Politique de protection de la vie privée, c'est-à-dire SMS, e-mail, téléphone, courrier, bulletin d'information par e-mail. Pour ce faire, le client devait exprimer son opposition par forme de marketing : sur le site Internet d'un fournisseur externe (liste Robinson pour les courriers commerciaux, liste "Ne m'appellez plus !" pour les appels téléphoniques), dans le message de marketing proprement dit pour les SMS et les bulletins d'information (réagir en envoyant "STOP" au numéro qui a envoyé le SMS ou utiliser la possibilité de désabonnement dans les e-mails commerciaux)¹³.
37. Si le client ne souhaitait recevoir aucune forme de communication commerciale, l'article 7.C de la Politique de protection de la vie privée invitait le client à contacter le service clientèle du défendeur ou à se rendre dans un des points de vente du défendeur¹⁴.
38. La Chambre Contentieuse estime qu'en l'espèce, le droit d'opposition n'est pas suffisamment facilité car les personnes concernées doivent s'opposer à toutes les formes de marketing direct de manière distincte (par ex. par e-mail, téléphone, etc.) sans avoir la possibilité de le faire en même temps et

¹¹ Voir le Titre 2.2 ci-dessus.

¹² Rapport technique du Service d'Inspection, p. 22.

¹³ Pièce 1 du défendeur, p. 12.

¹⁴ Idem.

aisément (par ex. en cochant une case) et sans pouvoir exprimer cette opposition par le biais d'un canal de communication approprié.

39. Le droit d'opposition doit en effet être proposé au moyen de canaux de communication appropriés, compte tenu des canaux utilisés par le responsable du traitement et la personne concernée dans le cadre des services proposés. Dans la recommandation n° 01/2020 sur le marketing direct, l'APD affirme également que la personne concernée doit pouvoir exercer facilement son droit d'opposition au marketing direct, compte tenu des moyens utilisés par le responsable du traitement pour communiquer avec la personne concernée : *"si l'information obligatoire est fournie de manière digitale ou que vous contactez la personne via des canaux digitaux, un seul clic doit suffire"*¹⁵.
40. La Chambre Contentieuse constate que conformément au RGPD, le droit d'opposition doit être facilité de manière loyale, via des canaux de communication appropriés. Il existe un parallèle avec l'article 7.3 du RGPD qui prescrit qu'il doit être aussi simple de retirer le consentement que de le donner. La Chambre Contentieuse considère qu'il doit être aussi simple d'exprimer son opposition que de communiquer ses données ou de contacter le responsable du traitement dans le cadre de ses produits et services. La Chambre Contentieuse estime que le moyen de communication mis à disposition pour l'exercice du droit d'opposition doit être proportionné au moyen par lequel le responsable du traitement communique avec la personne concernée : si le responsable du traitement communique les informations obligatoires en vertu des articles 13 et 14 du RGPD via son site Internet et/ou si la personne concernée reçoit des messages de marketing du responsable du traitement par voie numérique, le droit d'opposition doit également pouvoir être exprimé en ligne.
41. En l'occurrence, la Chambre Contentieuse constate donc que le défendeur doit offrir la possibilité d'exprimer en ligne une opposition au marketing direct, vu que les données à caractère personnel ont été communiquées en ligne et que la communication de marketing direct a lieu en ligne : il ne suffit pas de demander au client concerné de se rendre dans un magasin du défendeur ou de contacter par téléphone un service clientèle du défendeur, si ses données à caractère personnel ont été collectées en ligne et/ou si les messages de marketing direct sont envoyés en ligne.
42. En résumé, vu les faits exposés ci-dessus et l'obligation de faciliter le droit d'opposition aux communications de marketing direct, conformément à l'article 12.2 du RGPD, la Chambre Contentieuse estime que le responsable du traitement doit non seulement prévoir la possibilité de proposer l'opposition de manière fine par canal de communication (e-mail, SMS, etc.) mais qu'il doit également fournir une manière simple de refuser facilement toutes les formes de communication commerciale,

¹⁵ APD, Recommandation n° 01/2020 du 17 janvier 2020 *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, point 162, p. 53.

et ce via des canaux de communication appropriés, compte tenu des canaux utilisés par le défendeur pour envoyer ses messages de marketing direct et/ou collecter les données à caractère personnel.

43. Sur la base des constatations du Rapport d'inspection, la Chambre Contentieuse constate qu'une telle possibilité consolidée de désabonnement en ligne n'existait pas entre le 25 mai 2018 et au moins le 17 mars 2019¹⁶. Dès lors, au cours de cette période, une violation de l'article 21.2 du RGPD *juncto* l'article 12.2 du RGPD a été commise.
44. Cette violation est d'autant plus importante que la CPVP (NdT : Commission de la protection de la vie privée, prédécesseur en droit de l'APD) avait pourtant averti le défendeur dans son courrier du 4 mai 2018 : "*Selon le RGPD, le droit d'opposition doit être facilité, ce qui signifie qu'il doit y avoir une possibilité de désabonnement facile à trouver. D'autres responsables appliquent systématiquement ce principe au moyen d'outils simples comme un formulaire de désabonnement en ligne, un hyperlien ordinaire d'opt-out dans des courriers, par GSM ou via une ligne d'aide. [...] Le renvoi à de nombreuses listes externes (liste Robinson, liste "Ne m'appellez plus !") constitue une complication supplémentaire du droit, qui est manifestement disséminé dans des sous-catégories selon la forme de marketing utilisée par ou au nom du groupe Telenet.*" [NdT : traduction libre réalisée par le Secrétariat Général de l'APD en l'absence de traduction officielle].
45. Le défendeur aurait dû mettre en œuvre cette possibilité consolidée de désabonnement d'initiative, conformément à la responsabilité du responsable du traitement en vertu de l'article 24 du RGPD. Cependant, le défendeur a attendu les remarques du Service d'Inspection, c'est-à-dire jusqu'au 18 mars 2019, avant de remédier à ce manquement. La Chambre Contentieuse constate par conséquent pour la période jusqu'au 18 mars 2019 inclus une violation de l'obligation de faciliter le droit d'opposition au marketing direct, conformément à l'article 12.2 du RGPD *juncto* l'article 21.2 du RGPD.
46. Le défendeur explique que depuis le 18 mars 2019, il a prévu un bouton de désabonnement et que ce bouton est disponible au départ de plusieurs parties de son site Internet¹⁷ : "*Afin que les utilisateurs puissent trouver encore plus facilement le formulaire de désabonnement en ligne, Telenet a élaboré plusieurs moyens sur le site Internet permettant à la personne concernée d'exercer son droit d'opposition. Ainsi, la personne concernée peut exercer son droit d'opposition (i) via les paramètres de confidentialité, (ii) via la page 'Que signifie RGPD pour moi ?' et (iii) via le bouton de désabonnement distinct que les personnes concernées voient apparaître sur la Page de contact pour le service clientèle*

¹⁶ Voir la décision de la Chambre Contentieuse 72/2020, paragraphes 23-26.

¹⁷ Conclusions du défendeur, p. 45.

de Telenet." Ce bouton de désabonnement offre en effet la possibilité de demander "un désabonnement complet de toutes les communications commerciales"¹⁸.

47. Sur la base des pièces du défendeur, la Chambre Contentieuse constate que ce bouton de désabonnement est proposé comme suit dans la partie "Gérer vos données personnelles" : plusieurs demandes en matière de données à caractère personnel sont proposées (par ex. la suppression ou l'adaptation de données à caractère personnel), y compris le droit d'opposition à tous les canaux de communication.

JE PERSOONSgegevens BEHEREN

Dit gaat over: [voorwaarden](#)

Onze klanten verdienen de Telenet-ervaring die het best bij hen past. Om dat te bieden, leren we jullie graag beter kennen, via jullie data. Natuurlijk blijf je zelf baas over je data. Zo kan je, wanneer je maar wil, je persoonlijke gegevens ontvangen, aanpassen, wissen of doorsturen via onderstaand formulier. Lees meer over je privacyrechten in [ons privacybeleid](#)

Wat wil je aanvragen?

- Een overzicht van mijn persoonlijke gegevens
- Het verwijderen van mijn persoonlijke gegevens
- Een aanpassing van mijn persoonlijke gegevens
- Mijn persoonlijke gegevens doorsturen
- Een volledige uitschrijving voor alle commerciële communicatie

Klantennummer

Familienaam

Graag ontvang ik mijn gegevens

Gérer vos données à caractère personnel

Thème : [conditions](#)

Nos clients méritent une expérience Telenet qui leur convient au mieux. Afin d'offrir cela, nous aimerions mieux vous connaître à l'aide de vos données. Il va de soi que vous restez maître de vos données. Ainsi, lorsque vous le souhaitez, vous pouvez recevoir, adapter, effacer ou transférer vos données personnelles au moyen du formulaire ci-dessous. Découvrez-en plus au sujet de vos droits relatifs à la protection de la vie privée dans notre politique de confidentialité.

Que souhaitez-vous demander ?

- Un relevé de mes données personnelles
- La suppression de mes données personnelles
- Une adaptation de mes données personnelles

¹⁸ Courrier du défendeur du 9 septembre 2020, p. 7.

- Transférer mes données personnelles
- Un désabonnement complet pour toutes les communications commerciales

Numéro de client :

Nom de famille :

J'aimerais recevoir mes données : par e-mail (menu déroulant)

[NdT : traduction libre réalisée par le Secrétariat Général de l'APD, en l'absence de traduction officielle]

3.4 Violations des obligations d'information et de transparence

3.4.1 Contexte

48. Le Service d'Inspection estime que l'architecture de l'information sur le site Internet du défendeur ressemble à un "dédale" vu la surabondance d'informations et les multiples répétitions¹⁹. Le Service d'Inspection souligne que la personne concernée doit cliquer 14 fois pour pouvoir consulter la Politique de protection de la vie privée dans son intégralité, ce qui, selon le Service d'Inspection, constitue une violation des articles 13 et 14 du RGPD, ainsi qu'une violation de l'article 12 du RGPD, dans la mesure où ces informations ne facilitent pas l'exercice des droits, y compris le droit d'opposition.
49. Les articles 13 et 14 du RGPD fournissent une liste des informations à communiquer, selon les circonstances (lorsque les données à caractère personnel ont été collectées auprès de la personne concernée ou, à titre d'alternative, lorsqu'elles ne sont pas obtenues directement auprès d'elle). Les articles 13.2.b) et 14.2.b) (NdT : il convient de lire 14.2.c)) du RGPD prescrivent que le responsable du traitement doit fournir à la personne concernée, au moment où les données à caractère personnel sont obtenues, ou, lorsque les données n'ont pas été obtenues directement auprès d'elle, dans un délai raisonnable et au plus tard lorsque les données à caractère personnel sont communiquées pour la première fois, des informations relatives au droit de s'opposer au traitement, et ce afin de garantir un traitement équitable et transparent.
50. L'article 12.1 du RGPD prescrit que le responsable du traitement "*prend des mesures appropriées pour fournir toute information visée aux articles 13 et 14 [...] en ce qui concerne le traitement à la personne concernée d'une façon concise, transparente, compréhensible et aisément accessible, en des termes clairs et simples, en particulier pour toute information destinée spécifiquement à un enfant*". L'article 12.2 du RGPD prescrit que le responsable du traitement doit faciliter l'exercice des droits conférés à la personne concernée, dont le droit d'opposition. Selon le considérant 39 du RGPD, l'obligation de transparence signifie que les personnes doivent être informées sous une forme

¹⁹ Constatations 1 et 4 du Rapport d'inspection.

accessible et facile à comprendre, notamment concernant la manière dont leurs droits peuvent être exercés.

51. La Chambre Contentieuse doit juger si le contenu et la structure des informations liées à la protection de la vie privée sur le site Internet du défendeur sont suffisamment accessibles au lecteur et claires pour répondre aux exigences des articles 13, 14 et 12.2 du RGPD.
52. À la lecture du Rapport d'inspection, du rapport technique et des arguments du défendeur, la Chambre Contentieuse comprend que les informations opérationnelles pertinentes sur le droit d'opposition ne se trouvent pas dans la Politique de protection de la vie privée du défendeur mais essentiellement dans le portail clients My Telenet. La Chambre Contentieuse ne dispose pas de constatations du Service d'Inspection concernant l'application My Telenet. La Chambre Contentieuse souligne qu'en fournissant les informations principalement dans l'espace clients privé de son site Internet, le défendeur ne respecte pas suffisamment ses obligations de faciliter l'exercice des droits, y compris le droit d'opposition. Avant de conclure un contrat avec le défendeur, les non-clients doivent également pouvoir obtenir sur l'espace public du site Internet du défendeur une image claire de la manière dont le défendeur, en tant que futur prestataire de services, traitera leurs données à caractère personnel. Conformément aux lignes directrices du Groupe 29²⁰, le responsable du traitement doit porter explicitement à l'attention de la personne concernée les détails du droit d'opposition prévu à l'article 21, paragraphe 2 du RGPD, et ce au plus tard au moment de la première communication à ladite personne. Dans ce cadre, ces informations doivent être présentées clairement et séparément de toute autre information (art. 21, paragraphe 4 du RGPD). Les informations sur le droit d'opposition et la manière d'exercer ce droit doivent donc pouvoir être trouvées facilement sur l'espace public du site Internet du défendeur et pas uniquement sur My Telenet.

3.4.2 Structure du site Internet en couches d'informations et absence d'une page de synthèse claire en première couche

53. Le défendeur affirme que son architecture de documentation a été bien conçue, avec pour premières informations proposées (première couche d'informations) sa Politique de protection de la vie privée se composant de titres de chapitre en hyperlien, conformément aux exigences du RGPD telles qu'interprétées par l'EDPB²¹. Le défendeur donne pour exemple le fait que l'Autorité de protection des données propose aussi sa propre Politique de protection de la vie privée en titres de chapitre en hyperlien comme première couche d'informations²².

²⁰ Groupe 29, WP251, *Lignes directrices relatives à la prise de décision individuelle automatisée et au profilage aux fins du règlement (UE) 2016/679*, 3 octobre 2017, p. 20.

²¹ Conclusions du défendeur du 22 mai 2020, p. 15 et 34.

²² Conclusions du défendeur du 22 mai 2020, p. 20.

54. La Chambre Contentieuse estime que le défendeur peut utiliser sa Politique de protection de la vie privée comme premier document pour remplir les obligations d'information des articles 13 et 14 du RGPD, pour autant que ce document de première couche soit suffisamment clair (pas trop détaillé) et structuré pour un internaute moyen.
55. Le Groupe 29 aussi estime qu'une information de première couche doit être claire, structurée et pas trop détaillée : "*La mise en page et l'organisation du premier niveau de l'avis ou de la déclaration sur la protection de la vie privée devraient être telles que la personne concernée bénéficie d'un aperçu clair des informations qui lui sont accessibles sur le traitement de ses données à caractère personnel et du lieu ainsi que de la façon de trouver ces informations détaillées parmi les niveaux de l'avis ou de la déclaration sur la protection de la vie privée*"²³.
56. La Chambre Contentieuse considère ensuite que le défendeur peut proposer sa Politique de protection de la vie privée en titres de chapitre en hyperlien à condition que ces informations soient suffisamment claires (simples) et accessibles. Le considérant 39 du RGPD dispose en effet 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.*" Le fait qu'au moment du Rapport d'inspection, l'internaute devait cliquer 14 fois pour obtenir un aperçu complet de la Politique de protection de la vie privée proposée sous la forme de chapitres comportant des hyperliens n'est pas considéré par la Chambre Contentieuse comme problématique, dans la mesure où le défendeur mettait aussi à disposition sur son site Internet - via un hyperlien sur chaque page Internet du site - une version consolidée de la Politique de protection de la vie privée avec un aperçu des titres pertinents²⁴.
57. La Chambre Contentieuse dispose de trois versions de cette Politique de protection de la vie privée, du 25 mai 2018, du 17 mars 2019 et du 19 mai 2020, qui ne diffèrent pas en ce qui concerne les points abordés ici.
58. La Chambre Contentieuse estime toutefois qu'en l'espèce, la Politique de protection de la vie privée du défendeur n'est pas suffisamment claire pour faire office de première couche d'informations. La Politique de protection de la vie privée contient un niveau très détaillé d'informations, ce qui est illustré par les multiples renvois internes qui compliquent l'exercice concret d'un droit, comme le droit d'opposition. Au lieu de fournir un lien direct vers la page opérationnelle sur laquelle le droit d'opposition peut être exercé, le lecteur voit s'afficher une explication descriptive de la manière

²³ EDPB, *Lignes directrices sur la transparence au sens du règlement (UE) 2016/679 (WP260rev01)*, § 35.

²⁴ Conclusions du défendeur, p. 17.

d'exercer le droit d'opposition. Cette description ne suffit pas pour faciliter concrètement l'exercice du droit d'opposition par la personne concernée.

59. Un exemple en est le chapitre 8 de cette Politique de protection de la vie privée qui renvoie au chapitre 7, alors que le chapitre 7 renvoie à nouveau au chapitre 8 de la Politique de protection de la vie privée.
60. En ce qui concerne la convivialité de ce document pour le lecteur, la Chambre Contentieuse constate que les renvois internes dans la Politique de protection de la vie privée correspondent aux numéros des titres de chapitres en hyperlien, ce qui facilite quelque peu la navigation dans la Politique de protection de la vie privée à l'aide de ces numéros. Néanmoins, la Chambre Contentieuse fait remarquer que la Politique de protection de la vie privée contient des renvois internes sans possibilité de cliquer sur un lien (pas d'hyperliens ajoutés).
61. La Chambre Contentieuse constate également que la présentation des paramètres de confidentialité contient des erreurs. Le défendeur donne le choix entre 4 niveaux de confidentialité qui correspondent à différentes gradations de marketing direct. La classification "général", "personnel", "ciblé" et "unique" n'était pas toujours appliquée de manière cohérente au moment du Rapport d'inspection²⁵. Il relève pourtant de la responsabilité du défendeur de garantir l'exactitude de ces informations relatives à la protection de la vie privée.
62. Quant à la structure du site Internet, la Chambre Contentieuse fait remarquer que le document Politique de protection de la vie privée contient des informations dont la structure hiérarchique n'est pas claire, concernant la protection des données à caractère personnel sur le site Internet du défendeur. Au moment des constatations du Service d'Inspection, une même page Internet du site Internet du défendeur contenait plusieurs fenêtres avec des hyperliens vers des informations liées à la vie privée qui étaient proposées distinctement et de manière non intégrée, rendant les informations superflues et mal structurées, étant donné que de nombreuses communications plus ou moins mais pas complètement identiques étaient reprises, comme "Première aide avec le RGPD : notions importantes" ; "Que signifie RGPD pour moi ?" "Premiers soins GDPR" [NdT : il convient de lire "Première aide avec le RGPD"]; "votre vie privée est importante pour nous" ; "Vie privée" ; "J'ai l'abonnement WIGO et plusieurs niveaux de confidentialité" ; "Gestion du réseau : comment Telenet respecte ma vie privée"²⁶. Le fait que la Politique de protection de la vie privée du défendeur se retrouve en bas de chaque page Internet du défendeur dans un hyperlien n'empêche en effet pas que

²⁵ Rapport d'inspection, p. 15.

²⁶ Rapport de constats et d'analyse technique, p. 7, capture d'écran 9.

les informations accessibles publiquement, notamment concernant le droit d'opposition, ne sont pas clairement structurées.

63. Plus fondamentalement, la Chambre Contentieuse constate que le niveau d'information et les multiples renvois internes dans la Politique de protection de la vie privée sont difficilement compatibles avec une première couche d'informations accessible pour le lecteur qui peut faciliter l'exercice des droits au sens des articles 12.1, 12.2, 13 et 14 du RGPD. Dans l'espace public du site Internet, (1) il n'y a pas d'informations opérationnelles facilement accessibles pour l'exercice du droit d'opposition dans la première couche d'informations, compte tenu (2) d'une interaction complexe et peu transparente entre les paramètres de confidentialité et le droit d'opposition à toutes les formes de marketing direct.
64. La Chambre Contentieuse constate qu'il existe des exemples d'une politique de protection de la vie privée avec des chapitres en hyperlien qui offre une transparence appropriée, avec une communication accessible et opérationnelle sur la manière d'exercer les droits, comme le site Internet du contrôleur français, la CNIL²⁷. La première page de la Politique de protection de la vie privée de la CNIL contient, en-dessous d'une brève description du contenu de la politique, un lien clair vers un formulaire en ligne permettant d'exercer ses droits, et ce sous un titre clair "*exercer vos droits*" qui attire suffisamment l'attention.

²⁷ Conclusions du défendeur, p. 19.

Politique de protection des données

Chaque service en ligne limite la collecte des données personnelles au strict nécessaire (minimisation des données) et s'accompagne d'une information sur :

- le responsable du traitement et les objectifs du recueil de ces données (finalités) ;
- la base juridique du traitement de données ;
- le caractère obligatoire ou facultatif du recueil des données pour la gestion de votre demande et le rappel des catégories de données traitées ;
- la source des données (lorsque d'autres données que celles fournies via le service en ligne sont utilisées pour le traitement de votre demande) ;
- les catégories de personnes concernées ;
- les destinataires des données (uniquement la CNIL en principe, sauf précision lorsqu'une transmission à un tiers est nécessaire) ;
- la durée de conservation des données ;
- les mesures de sécurité (description générale) ;
- l'existence éventuelle de transferts de données hors de l'Union européenne ou de prises de décision automatisées ;
- vos droits [Informatique et Libertés](#) et la façon de les exercer auprès de la CNIL.

Les données personnelles recueillies dans le cadre des services proposés sur [cnil.fr](#) sont traitées selon des protocoles sécurisés et permettent à la CNIL de gérer les demandes reçues dans ses applications informatiques.

[En savoir plus sur la gestion des sites web administrés par la CNIL](#)

[Accéder au registre RGPD de la CNIL](#)

[En savoir plus sur le registre RGPD de la CNIL](#)

Exercer vos droits

Pour toute information ou exercice de vos droits Informatique et Libertés sur les traitements de données personnelles gérés par la CNIL, vous pouvez contacter son délégué à la protection des données (DPO) :

- [par ce formulaire](#)
- ou par courrier (avec copie de votre pièce d'identité en cas d'exercice de vos droits) à l'adresse suivante :

Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés
A l'attention du délégué à la protection des données (DPO)

Dans ce cadre, la Chambre Contentieuse souhaiterait formuler plusieurs recommandations :

(a) *En ce qui concerne le renvoi à la manière d'exercer les droits, dont le droit d'opposition au marketing direct*

65. Certes, le défendeur doit gérer une complexité spécifique : les données des utilisateurs du site Internet et des clients du défendeur ne sont pas traitées de la même façon et les clients du défendeur ont accès à une application consacrée spécifique "My Telenet" qui n'est accessible qu'en se connectant²⁸.
66. En guise de bonne pratique, la Chambre Contentieuse formule la suggestion suivante : Le défendeur pourrait proposer au départ de sa page publique un lien vers l'espace de son site Internet (l'application clients My Telenet) où les droits peuvent être gérés par les clients. Afin de faciliter le droit d'opposition,

²⁸ Conclusions du défendeur, p. 33.

on peut par exemple proposer un lien vers My Telenet où le client (après identification et authentification) se retrouve directement sur la page où il peut exercer son droit d'opposition. Il ne s'agit donc pas de la page d'accueil de My Telenet mais bien de la page où le droit d'opposition au marketing direct peut être exercé d'une manière consolidée ou détaillée.

67. Le défendeur peut concevoir cette page Internet sur My Telenet concernant le droit d'opposition (et éventuellement d'autres droits) de manière à ce que le client puisse correctement exercer son droit d'opposition (voir Titre 3.3.1). Il va de soi que le défendeur n'est pas obligé de proposer uniquement un droit consolidé d'opposition à toutes les formes de marketing direct : le défendeur est également libre de proposer en outre un droit d'opposition par type de marketing (par ex. les e-mails).

(b) En ce qui concerne le niveau de détail dans la première couche d'informations et l'absence d'une page de synthèse concernant les informations relatives à la protection de la vie privée disponibles

68. La Chambre Contentieuse comprend que le défendeur ait proposé sa Politique de protection de la vie privée en première couche d'informations dans l'espoir de fournir ainsi des informations obligatoires complètes en vertu des articles 13 et 14 du RGPD. La Chambre Contentieuse comprend que le choix des informations appropriées soit un exercice difficile, vu l'obligation de fournir des informations complètes d'une part, et l'obligation de fournir des informations suffisamment claires d'autre part, et que ce choix soit une question d'appréciation. Lors de l'évaluation de la question de savoir si l'article 12.1 du RGPD est respecté, plus particulièrement l'obligation de fournir des informations concises, transparentes, compréhensibles et aisément accessibles, en des termes clairs, la Chambre Contentieuse considère la question du point de vue d'un internaute moyen.

69. À titre de recommandation ou de bonne pratique, la Chambre Contentieuse attire l'attention sur la page "*Que signifie RGPD pour moi ?*" citée par le défendeur dans son plaidoyer. Celle-ci peut servir d'exemple d'un bon début de première couche d'informations (pour autant que toutes les informations soient évidemment proposées de manière intégrée, voir également le point 62). Sur cette page figure une présentation claire et conviviale d'un point de vue du lay-out sur laquelle l'utilisateur peut trouver toutes les informations nécessaires pour gérer concrètement ses droits, outre les paramètres de confidentialité et (ajoutées depuis lors) les préférences en matière de cookies²⁹.

²⁹ Capture d'écran de l'espace public du site Internet du défendeur le 09/12/2020 (<https://www2.telenet.be/fr/serviceclient/que-signifie-gdpr-pour-moi>), qui correspond aux constatations du Service d'Inspection formulées dans son Rapport d'inspection.

QU'EST-CE QUE LE RGPD ?

Le règlement général sur la protection des données (RGPD) est en vigueur depuis le 25 mai 2018. Il s'agit d'une **réglementation en matière de vie privée** qui vise à mieux protéger les données personnelles des citoyens européens. Qu'est-ce que cela signifie pour vous ?

- Notre [politique de protection de la vie privée](#) est plus transparente et plus simple que jamais.
- Vous pouvez gérer simplement vos données personnelles et exercer vos droits.
- Vous déterminez la façon dont nous pouvons utiliser vos données personnelles. Ce choix se fait simplement via vos **paramètres de confidentialité**.
- Notre [politique en matière de cookies](#) a elle aussi été modifiée pour vous donner plus de contrôle.

Gérer vos données personnelles

Gérer vos paramètres de confidentialité

Gérer vos préférences en matière de cookies

70. Si le visiteur du site Internet clique sur la fenêtre "*Gérer vos données personnelles*", il se retrouve sur une page Internet où il peut gérer ses droits (décrits comme des "demandes") comme suit³⁰.

Gérer vos données personnelles

Gérer vos paramètres de confidentialité

Gérer vos préférences en matière de cookies

Vos données vous appartiennent. Un point c'est tout. Et pour vous donner plus de contrôle sur vos données personnelles, vous pouvez les gérer facilement en soumettant une demande d'exercice de vos droits en matière de protection de la vie privée.

IL EXISTE 5 TYPES DE DEMANDES

Droit de regard

Droit de modification

Droit de suppression

Droit de transmission

Droit d'opposition

71. En bas de ces fenêtres, le visiteur du site Internet trouve un lien vers la page où il peut compléter ces demandes, notamment le droit d'opposition³¹ :

Qui peut introduire une demande ?

Tout le monde possède des droits de confidentialité et peut introduire une demande. Que vous soyez client ou ex-client, même si vous n'avez jamais été client chez Telenet. Seule la procédure diffère. La façon de faire est expliquée ci-dessous.

Attention : vous ne pouvez faire une demande que pour vous ou vos enfants mineurs.

Comment demander ?

- Vous êtes **client chez Telenet** ? Connectez-vous via My Telenet et [remplissez la demande](#).
- Vous n'êtes plus client ou n'avez jamais été client ? Vous pouvez alors vous rendre dans un [point de vente Telenet](#). Veillez à vous munir de votre carte d'identité pour faire votre demande, de façon à ce que nous puissions vous identifier.

³⁰ Idem.

³¹ Idem.

72. Sur cette page, on trouve des liens directs vers des fonctionnalités opérationnelles concernant les droits. Toutefois, vu la structure du site Internet du défendeur, cette page n'est à ce moment-là pas la première couche d'informations que l'internaute peut visionner.
73. La Chambre Contentieuse a demandé au défendeur de quelle manière cette page Internet était accessible sur son site Internet pour vérifier si cette page Internet ne fait pas office *de facto* de première couche d'informations. Ceci pourrait en partie lever les griefs de la Chambre Contentieuse en matière de transparence du site Internet. Dans son courrier du 9 septembre 2020, le défendeur précise que la page "*Que signifie RGPD pour moi ?*" ne constitue pas des informations officielles en vertu des articles 13-14 du RGPD et que la pièce maîtresse des informations relatives à la protection de la vie privée qui fait office de première couche est la page Internet avec la Politique de protection de la vie privée du défendeur³². La réponse du défendeur ne conteste pas les arguments de la Chambre Contentieuse concernant la transparence.
74. Le défendeur ajoute à cela que toute la documentation liée à la vie privée fait l'objet d'une révision et que la disponibilité de toutes les informations liées à la vie privée fait partie de cette révision³³.
75. L'absence d'une première couche d'informations claire qui conduit aisément à l'exercice opérationnel des droits (dont le droit d'opposition au marketing direct) a donc une incidence négative sur la transparence des informations relatives au droit d'opposition qui doivent idéalement être fournies dans plusieurs couches. Le défendeur est évidemment libre de choisir la technique appropriée pour corriger cette situation : par exemple, rendre la Politique de protection de la vie privée plus accessible au lecteur et prévoir les liens directs nécessaires ou utiliser une page comme "*Que signifie RGPD pour moi ?*", qui comporte déjà des liens directs vers le droit d'opposition, comme première couche d'informations.

3.4.3 Risque de confusion en ce qui concerne la portée des paramètres de confidentialité

76. La Chambre Contentieuse prend note du fait que le client qui exerce son droit d'opposition à toutes les formes de marketing via le bouton de désabonnement consolidé est automatiquement classé par le défendeur en Niveau de confidentialité 1 ("Général")³⁴. La Chambre Contentieuse estime que l'interaction entre ce droit d'opposition consolidé et les paramètres de confidentialité, plus précisément le Niveau de confidentialité 1 du défendeur, n'est pas clairement décrite. Comme expliqué ci-dessous,

³² Courrier du défendeur du 9 septembre 2020, p. 8.

³³ Conclusions du défendeur, p. 8.

³⁴ Courrier du défendeur à la Chambre Contentieuse du 9 septembre 2020, p. 7.

la personne concernée qui ne connaît pas l'existence d'un droit d'opposition au marketing direct, vu la structure et le contenu des informations relatives à la protection de la vie privée disponibles sur le site Internet, peut avoir l'impression que le paramètre de confidentialité "Général" est le choix offrant la plus grande protection sur le site Internet du défendeur.

77. Les paramètres de confidentialité sont décrits comme étant la manière par excellence de définir l' "Expérience Telenet" et le paramètre de confidentialité "Général" est décrit comme étant l'expérience offrant la plus grande protection de la personne concernée en matière de vie privée, donnant une mauvaise impression à la personne concernée quant à la portée des paramètres de confidentialité et à leur rapport avec le droit d'opposition.
78. Sur la page Internet "Que signifie RGPD pour moi ?", on lit : "C'est vous qui choisissez la façon dont se présente votre expérience Telenet. De la plus protectrice de votre vie privée à 100 % personnalisée."³⁵, et ci-dessous, une liste des quatre niveaux de confidentialité disponibles, Général, Ciblé, Personnel et Unique³⁶.

Que sont les paramètres de confidentialité ?

Vous restez bien entendu seul **maître de vos données**. C'est donc vous qui choisissez à quel point votre expérience Telenet peut être personnelle et quelles données personnelles vous partagez avec nous pour nos fins commerciales. Ce choix se fait via vos **paramètres de confidentialité**. Il y a quatre niveaux : général, ciblé, personnalisé et unique.

C'est vous qui choisissez la façon dont se présente votre expérience Telenet. De la plus protectrice de votre vie privée à 100% personnalisée.

1. GÉNÉRAL	+
2. CIBLÉ	+
3. PERSONNEL	+
4. UNIQUE	+

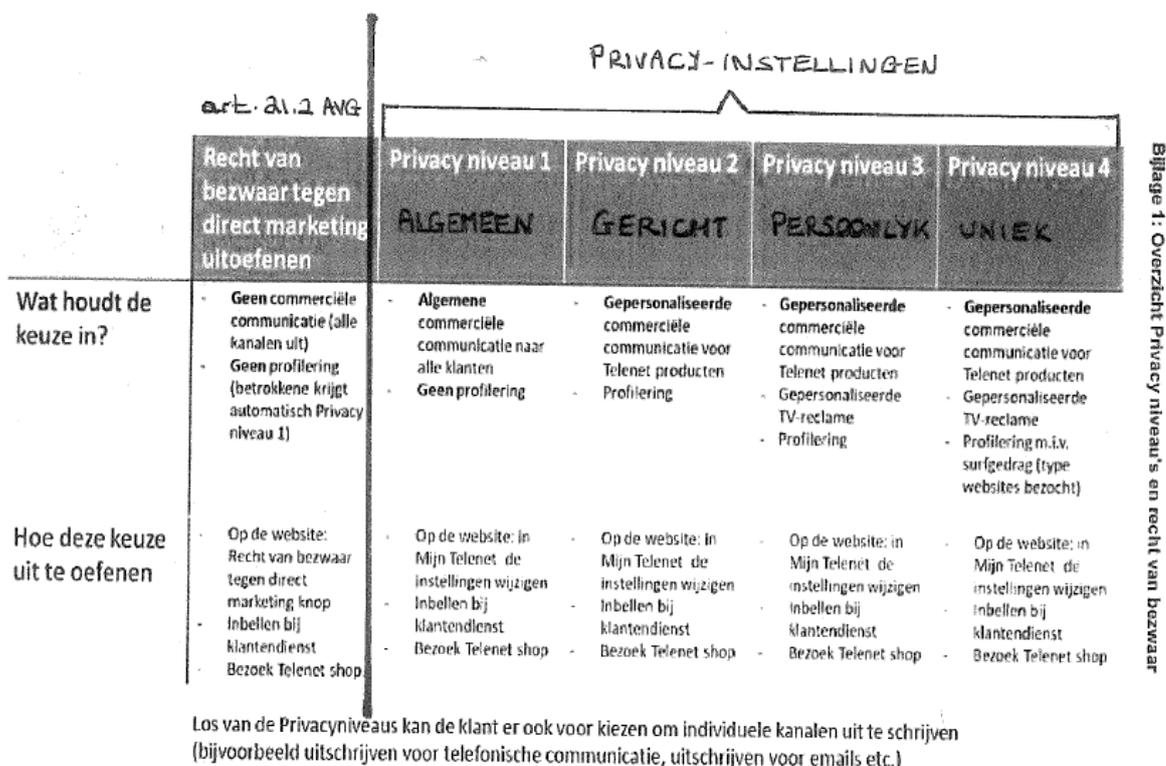
79. Le niveau 1 ("Général") est donc - à tort - décrit sur cette page comme s'il s'agissait du choix de confidentialité le plus favorable, alors qu'il existe encore la possibilité d'exprimer un droit d'opposition au marketing direct en vertu de l'article 21.2 du RGPD ainsi que - comme expliqué davantage ci-après³⁷ - un droit d'opposition aux traitements effectués en vertu de la base juridique intérêt légitime de l'article 21.1 du RGPD.

³⁵ Plaidoyer, pièce 2, p. 9.

³⁶ Idem.

³⁷ Voir au Titre 4.

80. Le défendeur explique que l'exercice du droit d'opposition à toutes les formes de marketing direct constitue une protection supplémentaire en plus des paramètres de confidentialité sur le site Internet du défendeur³⁸ :



		Paramètres de confidentialité			
Art. 21.2 RGPD					
	Exercer son droit d'opposition au marketing direct	Niveau de confidentialité 1 Général	Niveau de confidentialité 2 Ciblé	Niveau de confidentialité 3 Personnel	Niveau de confidentialité 4 Unique
Qu'implique ce choix ?	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de communications commerciales (tous les canaux) - Pas de profilage (la personne concernée reçoit automatiquement le niveau de confidentialité 1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Communications commerciales générales à tous les clients - Pas de profilage 	<ul style="list-style-type: none"> - Communications commerciales personnalisées pour les produits Telenet - Profilage 	<ul style="list-style-type: none"> - Communications commerciales personnalisées pour les produits Telenet - Publicité télévisée personnalisée - Profilage 	<ul style="list-style-type: none"> - Communications commerciales personnalisées pour les produits Telenet - Publicité télévisée personnalisée

³⁸ Plaidoyer, pièce 2, p. 7.

					- Profilage y compris des habitudes de navigation (type de sites Internet visités)
Comment exercer ces choix ?	- Sur le site Internet : bouton Droit d'opposition au marketing direct - En appelant le service clientèle - En se rendant dans un point de vente Telenet	- Sur le site Internet : dans My Telenet, modifier les paramètres - En appelant le service clientèle - En se rendant dans un point de vente Telenet	- Sur le site Internet : dans My Telenet, modifier les paramètres - En appelant le service clientèle - En se rendant dans un point de vente Telenet	- Sur le site Internet : dans My Telenet, modifier les paramètres - En appelant le service clientèle - En se rendant dans un point de vente Telenet	- Sur le site Internet : dans My Telenet, modifier les paramètres - En appelant le service clientèle - En se rendant dans un point de vente Telenet

Indépendamment des niveaux de confidentialité, le client peut également choisir de se désabonner de canaux individuels (par exemple se désabonner pour les communications téléphoniques, pour les e-mails, etc.)

Annexe 1 : Aperçu des niveaux de confidentialité et droit d'opposition

[NdT : traduction libre réalisée par le Secrétariat Général de l'APD, en l'absence de traduction officielle]

81. La Chambre Contentieuse comprend donc que le défendeur permet l'exercice du droit d'opposition à toutes les formes de marketing, sans communication commerciale, de sorte que le niveau de confidentialité "*Général*" n'est pas l'expérience offrant la plus grande protection en matière de vie privée. La description du Niveau de confidentialité "*Général*" comme étant le paramètre offrant la plus grande protection peut donc semer la confusion.

(a) Il n'y a pas d'information claire concernant l'existence et la manière d'exercer le droit d'opposition sur la page My Telenet où les niveaux de confidentialité sont choisis

82. Les paramètres de confidentialité de My Telenet ne semblent contenir aucune invitation claire à exercer le droit d'opposition. Selon la Chambre Contentieuse, une fois que la personne concernée sélectionne ses paramètres de confidentialité dans My Telenet, elle ne sait pas clairement qu'elle dispose également dans ce cadre d'un droit d'opposition³⁹. La bannière d'introduction au-dessus de la page contient une explication sur les paramètres de confidentialité, d'où il ressort que les paramètres de My

³⁹ Voir la pièce 30 *juncto* la pièce 21 du défendeur.

Telenet constituent la manière par excellence de définir quelles données à caractère personnel le client partage avec le défendeur⁴⁰.

83. Tout à fait en-dessous de la page, figure un bouton : "*Envoyer une demande concernant vos données à caractère personnel*". Il n'est toutefois pas mentionné directement que ce bouton donne la possibilité de nuancer le paramètre de confidentialité et de limiter le traitement par le défendeur des données à caractère personnel communiquées via une opposition au marketing direct. À titre d'exemple, la Chambre Contentieuse montre la capture d'écran pertinente.

⁴⁰ Cette bannière introductive est libellée comme suit : "*Tout comme vous, nous pensons chez Telenet que vous devez être prudent avec vos données personnelles. Vos données vous appartiennent. Point. Vous choisissez donc vous-même les données personnelles que vous voulez partager avec nous, et dans quelle mesure votre expérience Telenet peut être personnalisée. Pour cela, il y a 4 niveaux de confidentialité : "Général", "Ciblé", "Personnel" et "Unique". Mieux nous apprenons à vous connaître, plus nous pourrons vous offrir une expérience Telenet qui répond à vos attentes. C'est logique. [...]*" (pièce 21 du défendeur, p. 1).

Schermafdrucken recht van bezwaar via Privacy-instellingen¹**PRIVACY INSTELLINGEN**Dit gaat over: [Klantsgegevens](#)

Dat je voorzichtig omspringt met je persoonlijke gegevens vinden we bij Telenet logisch. Wij denken er niet zo over. Jouw data is van jou. Punt. Jij bepaalt dus zelf welke persoonsgegevens je met ons wil delen, en hoe persoonlijk je Telenet-ervaring mag zijn. Daarvoor zijn er 4 privacy-niveaus: 'Algemeen', 'Gericht', 'Persoonlijk' en 'Uniek'. Hoe beter we je leren kennen, hoe beter we kunnen zorgen voor een Telenet-ervaring die écht bij je past. Da's logisch. Dus: hoe méér je met ons deelt, hoe persoonlijker, interessanter (en straffer!) jouw Telenet wordt.

Mijn huidige instelling**GERICHT**

Telenet-ervaring op maat, behalve tv-reclame

Wat we met je (basis)gegevens, je productgegevens, je verkeergegevens, je commerciële profiel en je tv-voorkeuren om:

- jouw noden en wensen te leren begrijpen om te ontdekken wat jou écht boeit
- je een uitstekende dienstverlening te bezorgen
- op maat te communiceren over de Telenet-producten die je bij ons hebt en hoe je die optimaal kan gebruiken
- je gepersonaliseerde communicatie over onze Telenet-producten en -diensten te bezorgen
- je krijgt niet per se méér post van ons. Maar wél je krijgt, sluit wél beter aan bij je leefwereld (en die van je gezin).

Concreet?

- Als je modieuze voorkeuren hebt, laten we je dat weten, en we kunnen je een Helemaal Moe Bezoek aanbieden
- We houden je op de hoogte als we de mogelijkheden van je product uitbreiden
- We doen een voorstel voor een nieuw tariefplan als je (vaak) over je datalimiet gaat
- Je krijgt bijvoorbeeld een mail als er een nieuw seizoen van je lievelingsserie aankomt
- Ben je een echte sportfan? Wie weet verrassen we je dan wel met een interessant proefaanbod voor Play Sports

Wat mis je nog?

- Tv-reclame op basis van je voorkeuren of persoonlijke interesses

Wil je dat wél? Dan kan je makkelijk zelf je instelling wijzigen.

[Lees onze volledige databeleiding](#)

[Beijk of wijzig je instelling](#)

GOED OM WETEN

'Suggesties voor jou' (suggesties over andere programma's in de TV-gids en TV-check op basis van je kijkgedrag en beoordelingen) kun je uitzetten op je Digibox of Digicorder. Per toestel kun je dus bepalen of je 'Suggesties voor jou' wilt of niet.

[Meer weten](#)

[Een aanvraag over je persoonsgegevens stellen](#)

¹ <https://www2.telenet.be/content/www-telenet-be/nl/klantenservice/privacy-instellingen>

Captures d'écran droit d'opposition via les paramètres de confidentialité¹

¹ <https://www2.telenet.be/content/www-telenet.be/nl/klantenservice/privacy-intellingen>.

Paramètres de confidentialité

Thème : données client

Tout comme vous, nous pensons que vous devez être prudent avec vos données personnelles. Vos données vous appartiennent. Point. Vous choisissez donc vous-même les données personnelles que vous voulez partager avec nous ainsi que le niveau de personnalisation de votre expérience Telenet. Pour cela, il y a 4 niveaux de confidentialité : "Général", "Ciblé", "Personnel" et "Unique". Mieux nous apprenons à vous connaître, plus nous pourrons vous offrir une expérience Telenet qui répond à vos attentes. C'est logique. Donc, plus vous partagez avec nous, plus votre Telenet sera personnel, intéressant (et pertinent).

Mon niveau actuel

Ciblé

Une expérience Telenet sur mesure, à l'exception de la publicité télévisée.

Nous traitons vos données (de base), vos données relatives aux produits, vos données de trafic, votre profil commercial et vos préférences télévisuelles pour :

- mieux comprendre vos besoins et vos souhaits en vue de découvrir ce qui vous passionne vraiment ;
- vous fournir une excellente prestation de services ;
- vous proposer une communication sur mesure concernant les produits Telenet dont vous disposez chez nous et la manière optimale de les utiliser ;
- vous proposer une communication personnalisée sur nos produits et services Telenet ;
- que vous ne receviez pas forcément plus de courrier de notre part mais que ce que vous recevez soit le mieux adapté à votre environnement (et à celui de votre famille).

Concrètement, qu'est-ce que cela signifie ?

- Si votre modem est obsolète, faites-le nous savoir. Nous pourrons vous proposer une visite all in.
- Nous vous informons si nous étendons les possibilités de votre produit ;
- Nous vous faisons une proposition pour un nouveau plan tarifaire si vous allez (souvent) consulter vos crédits de données ;
- Vous recevez par exemple un e-mail si une nouvelle saison de votre série préférée est disponible ;
- Vous êtes un vrai fan de sports ? Nous saurons peut-être vous surprendre avec une offre d'essai intéressante pour Play Sports.

Que vous manque-t-il encore ?

- De la publicité télévisée sur la base de vos préférences ou de vos intérêts personnels.

Vous souhaitez en profiter ? Vous pouvez facilement modifier vos paramètres vous-même.

Lisez notre promesse "Données" dans son intégralité.

Bon à savoir

Les '*Suggestions pour vous*' (suggestions concernant d'autres programmes dans le guide TV et la TV-thèque sur la base de vos habitudes télévisuelles et de vos appréciations) peuvent être désactivées sur votre Digibox ou Digicorder. Par appareil, vous pouvez donc déterminer si vous souhaitez ou non les '*Suggestions pour vous*'.

En savoir plus

Envoyer une demande concernant vos données à caractère personnel

[NdT : traduction libre réalisée par le Secrétariat Général de l'APD, en l'absence de traduction officielle]

84. Il transparaît des pièces présentées par le défendeur que ce n'est que si la personne concernée clique sur le bouton "*Envoyer une demande concernant vos données à caractère personnel*" qu'elle se retrouve sur la page "*Gérer vos données personnelles*". À ce moment, elle a la possibilité de sélectionner une case lui permettant de demander "*un désabonnement complet de toutes les communications commerciales*", outre d'autres demandes possibles concernant les données à caractère personnel (un aperçu des données à caractère personnel traitées, la suppression de celles-ci, etc.).
85. Selon la Chambre Contentieuse, la structure de My Telenet est telle que pour le client moyen qui atterrit sur la page relative aux niveaux de confidentialité, il n'est pas directement clair que le bouton "*Envoyer une demande concernant vos données à caractère personnel*"⁴¹ lui offre une possibilité supplémentaire d'obtenir une plus grande protection de sa vie privée, à moins que le client clique sur ce bouton ou qu'il ait lu précisément la Politique de protection de la vie privée (première couche d'informations relatives à la protection de la vie privée proposée par le défendeur), ce qui, selon la Chambre Contentieuse, n'est pas vraiment attendu d'un client moyen.
86. Même pour des clients ayant connaissance de l'existence d'un droit d'opposition, il n'est pas toujours simple de trouver la page Internet pertinente sur laquelle ils peuvent concrètement exercer ce droit, étant donné que le défendeur les renvoie de la page Internet avec la Politique de protection de la vie privée vers "My Telenet" sans lien direct vers la page Internet pertinente. Il y a donc dans le chef de l'utilisateur du site Internet du défendeur un risque de ne pas trouver le droit d'opposition.

⁴¹ Pièce 21 du défendeur, p. 2.

(b) L'impression est donnée que les paramètres de confidentialité permettent de définir la publicité (marketing direct) qui sera reçue

87. L'article 4.B de la Politique de protection de la vie privée contient systématiquement le même message dans chaque niveau de confidentialité, tant en ce qui concerne la publicité pour les propres produits que pour de la publicité télévisée personnalisée : "*Votre paramètre de confidentialité (au sujet duquel vous trouverez de plus amples informations au point 7 de la présente Politique de protection de la vie privée) définit dans quelle mesure vous recevez ce type de publicité et comment vous pouvez vous abonner et vous désabonner*"⁴². Dans ses conclusions proprement dites, le défendeur présente les différentes options en matière de vie privée comme un "privacydashboard"⁴³.
88. La Chambre Contentieuse estime que cette manière de présenter les paramètres de confidentialité dans la Politique de protection de la vie privée comporte un risque de confusion, en raison de la dissimulation de l'interaction entre les paramètres de confidentialité et le droit d'opposition.
89. Il n'en reste pas moins que le défendeur affirme que les paramètres de confidentialité sur son site Internet n'ont en fait rien à voir avec le droit d'opposition. En réponse à la question de la Chambre Contentieuse de savoir si les paramètres de My Telenet ("*général*", "*ciblé*", etc.) constituaient ou non une manière d'exercer le droit d'opposition en vertu de l'article 21.2 ou 21.1 du RGPD, le défendeur a en effet affirmé que le choix entre plusieurs niveaux de confidentialité offerts par le défendeur ("*général*", "*ciblé*", "*personnel*" et "*unique*") ne visait pas à remplacer le droit d'opposition au marketing direct⁴⁴.
90. La Chambre Contentieuse estime que ces explications sont problématiques, dans la mesure où les paramètres de confidentialité selon la Politique de protection de la vie privée - comme cela est établi ci-dessus - sont déterminants pour les messages que le client recevra ou non et pour la manière dont il peut se désabonner, tant en ce qui concerne les messages relatifs aux produits et aux services au sein du groupe du défendeur qu'en ce qui concerne la publicité télévisée de tiers, qui sont réalisés à l'aide du profil du client.
91. Dans la page Internet "*Gérer vos paramètres*"⁴⁵ aussi, les paramètres sont décrits comme une manière de gérer les communications commerciales (certes en mettant l'accent sur les données fournies au défendeur).

⁴² Politique de protection de la vie privée, pièce 1 du défendeur.

⁴³ Voir les conclusions du défendeur, 22 mai 2020, p. 30 et 31.

⁴⁴ Courrier du défendeur à la Chambre Contentieuse du 6 octobre 2020, p. 3.

⁴⁵ Pièce 2 du plaidoyer du défendeur, p. 9.

Que sont les paramètres de confidentialité ?

Vous restez bien entendu seul **maître de vos données**. C'est donc vous qui choisissez à quel point votre expérience Telenet peut être personnelle et quelles données personnelles vous partagez avec nous pour nos fins commerciales. Ce choix se fait via vos **paramètres de confidentialité**. Il y a quatre niveaux : général, ciblé, personnalisé et unique.

92. Dans la page "*Gérer vos données personnelles*"⁴⁶, il est expliqué que le client qui a exercé son droit d'opposition et qui a changé d'avis peut adapter son niveau de confidentialité en "ciblé", "personnel" ou "unique". La Chambre Contentieuse constate par conséquent que les paramètres de confidentialité sont une manière de réactiver les communications commerciales mais pas de les désactiver. Selon la Chambre Contentieuse, en l'absence d'explications plus claires, cela peut conduire à des malentendus, dans la mesure où le niveau de confidentialité "*Général*" est décrit à plusieurs reprises comme étant le niveau de confidentialité "offrant la plus grande protection".
93. Le Chapitre 7 de la Politique de protection de la vie privée contient un renvoi vers le droit d'opposition ("*opt-out pour marketing direct*") par voie de réponse à la question "*Comment déterminez-vous quelles données à caractère personnel nous pouvons utiliser à des fins commerciales et comment ?*" La Chambre Contentieuse constate que la personne concernée qui consulterait la Politique de protection de la vie privée comme premier document est encouragée, dans ce document, au début des explications relatives au droit d'opposition, à choisir ses paramètres de confidentialité comme si elle pouvait y gérer tous les aspects de ses données à caractère personnel, de l'option de confidentialité offrant la plus grande protection à celle la moins protectrice.
94. La Chambre Contentieuse considère que l'interaction entre le droit d'opposition et le paramètre de confidentialité "*Général*" sème la confusion, étant donné que l'utilisateur peut avoir l'impression qu'il s'agit ici de l'option offrant la plus grande protection. Cette confusion est d'autant plus grande dans le cas où le client atterrit directement sur les paramètres de confidentialité via My Telenet⁴⁷. En outre, l'interaction entre le droit d'opposition à toutes les formes de marketing direct et le niveau de confidentialité "*Général*" est présentée d'une manière incohérente (le Niveau de confidentialité "*Général*" permet encore des "communications commerciales générales").

3.4.5 [NdT : il convient de lire 3.4.4] Violations de l'article 21.2 du RGPD *juncto* les articles 12.1 et 12.2, 13 et 14 du RGPD

95. La Chambre Contentieuse estime que le choix du défendeur de séparer le droit d'opposition des paramètres de confidentialité peut semer la confusion parmi les personnes concernées dans la mesure où le premier niveau de confidentialité ("*Général*") est décrit comme celui "*offrant la plus grande*

⁴⁶ Pièce 4 du défendeur, p. 2.

⁴⁷ Selon le schéma de navigation que le défendeur a soumis en pièce 21 *juncto* la pièce 30.

protection". Ce faisant, le défendeur n'est pas suffisamment transparent en ce qui concerne l'existence et la manière d'exercer le droit d'opposition en vertu de l'article 21.2 du RGPD *juncto* les articles 12.1, 12.2, 13 et 14 du RGPD.

96. La Chambre Contentieuse souligne que le défendeur est obligé de fournir une information accessible et compréhensible sur l'existence et l'exercice des droits, y compris le droit d'opposition, qui doit être intelligible et aisément visible et accessible au départ de tous les espaces du site Internet, quel que soit l'endroit au départ duquel le client navigue. Le responsable du traitement a le choix entre les moyens d'information appropriés qui rendent compréhensibles sur son site Internet l'existence, pour la personne concernée, de droits, dont le droit d'opposition au marketing direct, et la manière concrète de les exercer. Toutefois, il est obligé de faciliter l'exercice des droits de protection des données sur son site Internet au moyen des informations relatives à la protection de la vie privée.
97. La Chambre Contentieuse constate donc que la structure du site Internet et de My Telenet ne peut pas être qualifiée de bonne pratique et peut être améliorée, afin de mieux répondre à l'obligation de faciliter un droit d'opposition au marketing direct, conformément à l'article 21.2 *juncto* l'article 12.2 du RGPD et de fournir une information transparente conformément aux articles 12.1, 13.2.b) et 14.2.b) [NdT : il convient de lire 14.2.c] du RGPD.

4. Droit d'opposition aux traitements basés sur l'intérêt légitime

98. Dans son courrier du 9 juillet 2018 adressé à la Chambre Contentieuse, le défendeur fait une distinction entre l'octroi du droit d'opposition au marketing direct (art. 21.2 du RGPD) et l'octroi du droit d'opposition aux autres formes de traitements, pour lesquelles le défendeur - selon ses propres déclarations - était occupé à élaborer un formulaire Internet avec un champ de texte libre (art. 21.1 du RGPD). Concernant ces traitements sur la base d'un intérêt légitime, la Chambre Contentieuse a demandé des explications dans son courrier du 12 août 2020, en vertu de sa compétence de qualifier les pièces et faits qui lui sont soumis et de rouvrir les débats à ce sujet au besoin⁴⁸.
99. Le droit d'opposition peut en effet également être exercé en dehors du contexte des traitements à des fins de marketing, pour des traitements qui reposent sur les fondements du traitement 'intérêt public' et 'intérêts légitimes' (respectivement art. 6.1.e) et f) du RGPD). Pour invoquer valablement l'article 21.1 du RGPD, la personne concernée doit pouvoir justifier son opposition, sur la base de raisons tenant à sa situation spécifique.

⁴⁸ Voir la décision plus détaillée de la Chambre Contentieuse 17/2020 du 21 février 2020.

100. Le Rapport d'inspection n'a pas examiné le droit d'opposition en vertu de l'article 21.1 du RGPD mais le défendeur a lui-même expliqué cet aspect du droit d'opposition dans son courrier du 9 septembre 2020 : "*concernant la possibilité d'opposition aux traitements qui ont lieu sur la base de l'article 6.1.f) du RGPD (à l'exception des traitements à des fins de marketing direct), Telenet est dans la phase d'exécution de la mise en œuvre de ce formulaire Internet avec un champ de texte libre*"⁴⁹. La Chambre Contentieuse prend donc acte du fait que le défendeur ne propose encore aucune possibilité de s'opposer aux traitements effectués en vertu de l'article 6.1.f) du RGPD, ce qui est pourtant requis en vertu de l'article 21.1 du RGPD.
101. Sur la base des pièces figurant dans le dossier, la Chambre Contentieuse ne peut pas établir s'il y a effectivement des traitements qui ont lieu sur la base du fondement juridique "intérêt légitime". En l'absence de preuve, la Chambre Contentieuse ne constate aucune violation de l'obligation de proposer un droit d'opposition en vertu de l'article 21.1 du RGPD. Sur la base de la bonne foi, la Chambre Contentieuse part du principe que le défendeur a voulu prévoir cette possibilité pour éventuellement l'utiliser à l'avenir mais ne s'en sert pas actuellement.
102. La Chambre Contentieuse souligne également que le défendeur n'a pas répondu à sa question concernant "*la manière et l'endroit sur le site Internet de Telenet*" dont et où le client/l'internaute est informé de l'existence et des finalités des traitements réalisés sur la base de l'article 6.1.f) du RGPD. La Chambre Contentieuse recommande que si le défendeur devait encore traiter des données à caractère personnel sur la base de l'intérêt légitime, il doit prévoir une possibilité appropriée pour l'exercice du droit d'opposition à l'aide d'un formulaire en ligne comportant un champ de texte libre.

5. L'acceptation quasi-automatique obligatoire de la communication de données via des cookies

103. Au moment du Rapport d'inspection, le défendeur demandait le consentement de l'internaute pour le placement de cookies au moyen de la bannière de cookies suivante : "*En poursuivant l'utilisation de ce site Internet, vous consentez au placement de cookies.*"⁵⁰. Comme le décrit le Service d'Inspection, en guise de consentement, il suffisait que les personnes concernées ferment la fenêtre et poursuivent leur navigation. La Chambre Contentieuse estime qu'une telle manière d'obtenir le consentement ne répond pas aux exigences du RGPD. En effet, l'article 4.11) *juncto* l'article 7.1 du RGPD exigent un consentement univoque et spécifique⁵¹.

⁴⁹ Courrier du défendeur du 9 septembre 2020, p. 4.

⁵⁰ Rapport de constats et d'analyse technique, pièce 20, p. 20.

⁵¹ "*Dans ce contexte, on peut difficilement accepter que le terme "consentement" corresponde aux exigences du RGPD*", Rapport de constats et d'analyse technique, pièce 20, p. 20.

104. Comme expliqué par l'EDPB, l'exigence d'un consentement univoque et spécifique signifie que ni le silence, ni l'inactivité de la personne concernée, ou le simple fait qu'elle continue à utiliser un service, ne peuvent être considérés comme un consentement valable⁵². La Chambre Contentieuse attire également l'attention sur le considérant 32 du RGPD, selon lequel il ne peut être question d'un consentement implicite.
105. Dans l'arrêt Planet49⁵³, la Cour de justice a jugé que des cases cochées par défaut ne pouvaient pas être considérées comme un consentement actif : *"l'exigence d'une "manifestation" de volonté de la personne concernée évoque clairement un comportement actif et non pas passif." Or, un consentement donné au moyen d'une case cochée par défaut n'implique pas un comportement actif de la part de l'utilisateur d'un site Internet.*"⁵⁴. La Cour renvoie aussi dans ce cadre au considérant 32 du RGPD.
106. Dans cet arrêt, la Cour a interprété le fait que *"la manifestation de volonté visée à l'article 2, sous h) de la directive 95/46 doit, notamment, être "spécifique", en ce sens qu'elle doit porter précisément sur le traitement de données concerné et ne saurait être déduite d'une manifestation de volonté ayant un objet distinct."*
107. La Cour a également jugé que ces explications s'imposaient d'autant plus à la lumière du RGPD⁵⁵, *"en ce qu'il requiert une manifestation de volonté "libre, spécifique, éclairée et univoque" de la personne concernée, prenant la forme d'une déclaration ou d' "un acte positif clair" marquant son acceptation du traitement des données à caractère personnel la concernant."*
108. Conformément à cet arrêt et aux récentes décisions d'autres autorités de protection des données⁵⁶, la Chambre Contentieuse estime qu'au moment du Rapport d'inspection, le défendeur ne demandait pas un consentement valable pour la poursuite de la navigation sur le site Internet, dans les conditions décrites dans le Rapport d'inspection, car le consentement n'était pas spécifique, vu que l'utilisateur, au moyen d'un seul acte, donnait son consentement pour l'utilisation d'informations ou de services proposés sur le site Internet et pour que ses données à caractère personnel soient traitées via des cookies.

⁵² *"The use of pre-ticked opt-in boxes is invalid under the GDPR. Silence or inactivity on the part of the data subject, as well as merely proceeding with a service cannot be regarded as an active indication of choice."*, Guidelines 5/2020 on consent under Regulation 2016/679, 4 mai 2020, § 79.

⁵³ CJUE du 1^{er} octobre 2019, C-673/17, Planet49 ECLI:EU:C:2019:801, § 52.

⁵⁴ Idem, § 52.

⁵⁵ Idem, § 62.

⁵⁶ CNIL, Délibération 2020-091 du 17 septembre 2020, art. 2, § 27.

109. La Chambre Contentieuse constate dès lors une violation de l'article 7 *juncto* l'article 4.11) du RGPD mais décide de ne prononcer aucune sanction, compte tenu du fait que le défendeur a adapté d'initiative sa bannière de cookies depuis le 8 décembre 2019 - donc dans un délai raisonnable après l'arrêt Planet49. La nouvelle bannière de cookies ne part plus du principe d'un consentement implicite ("*en poursuivant l'utilisation de ce site Internet*") mais donne le choix entre "*accepter les cookies recommandés*" et "*modifier les préférences de cookies*"⁵⁷.

6. Le droit à un procès équitable et la violation présumée des principes généraux de bonne gouvernance

110. Le défendeur se plaint de négligences dans le Rapport d'inspection, ainsi que d'oppositions entre ce rapport et le courrier de la Chambre Contentieuse du 23 mars 2020 dans lequel la Chambre Contentieuse entendait préciser et compléter au besoin les griefs du Service d'Inspection à l'aide de questions complémentaires⁵⁸. Le défendeur conteste également le fait que la Chambre Contentieuse a effectué ses propres constatations. Selon le défendeur, la compétence d'effectuer des constatations appartient uniquement au Service d'Inspection.

111. Dans sa Décision 17/2020, la Chambre Contentieuse a expliqué l'essence de sa compétence⁵⁹. En tant qu'organe du contrôleur, sa mission inclut de pouvoir qualifier et examiner les faits qui lui sont soumis. La Chambre Contentieuse peut donc utiliser des informations disponibles publiquement ou des informations proposées à un grand nombre de clients pour poser des questions à ce sujet. La Chambre Contentieuse estime qu'une telle extension du débat aux droits de la défense est compatible pour autant que le droit à la contradiction soit assuré.

7. Sanctions et mesures

112. La Chambre Contentieuse est compétente pour imposer toutes les sanctions et mesures énumérées à l'article 100 de la LCA. Vu les violations constatées, la Chambre Contentieuse a tenu compte en l'espèce, au moment de déterminer la mesure et la sanction appropriée, des circonstances de l'affaire et a décidé, vu la gravité limitée des indices de violation et la bonne volonté du défendeur, de lever ces violations et de ne pas imposer d'amende.

113. La Chambre Contentieuse estime également qu'il est approprié d'infliger une réprimande pour violation du droit d'opposition à des traitements à des fins de marketing direct (art. 21.2 du RGPD) et de l'article 12.2 du RGPD, et plus précisément l'absence de possibilité d'opposition consolidée au cours

⁵⁷ Conclusions du défendeur, p. 41.

⁵⁸ Conclusions du défendeur.

⁵⁹ Chambre Contentieuse, Décision quant au fond 17/2020 du 28 avril 2020.

de la période entre l'entrée en vigueur du RGPD et le 18 mars 2019. Dans ce cadre, la Chambre Contentieuse estime important que le défendeur n'ait pas prévu d'initiative une possibilité de désabonnement en ligne consolidée et ait attendu l'injonction du Service d'Inspection. Toutefois, la Chambre Contentieuse tient compte du fait que cette violation a entre-temps été solutionnée au moyen d'un bouton de désabonnement consolidé, et ce avant que le Service d'Inspection ne transmette son Rapport d'inspection à la Chambre Contentieuse.

114. La Chambre Contentieuse constate également des violations limitées des obligations d'information et de transparence en vertu des articles 12.1, 12.2, 13 et 14 du RGPD avec un impact sur l'exercice des droits, y compris le droit d'opposition (art. 21.2 du RGPD) (Titre 3.4) et plus précisément, l'absence d'une page de synthèse claire en première couche concernant les informations disponibles relatives à la protection de la vie privée, qui offrirait un accès aisé à la manière concrète d'exercer les droits au départ de cette page, ainsi que le lien imprécis entre les paramètres de confidentialité et le droit d'opposition aux messages de marketing direct en raison du fait que les paramètres de confidentialité sur le site Internet du défendeur sont décrits d'une manière susceptible de semer la confusion.
115. La Chambre Contentieuse fait aussi des recommandations en ce qui concerne l'absence de droit d'opposition aux traitements basés sur l'intérêt légitime et qui ne constituent pas une action de marketing direct, l'absence d'information relative à la manière d'exercer ce droit d'opposition et la négligence à faciliter ce droit (l'article 21.1 du RGPD *juncto* les articles 12.1, 13 et 14 du RGPD) (Titre 4).
116. La Chambre Contentieuse estime toutefois que ces violations ne sont pas de nature à devoir imposer une sanction et ordonne le non-lieu (art. 100, § 1^{er}, 2^o de la LCA).
117. Dans ce cadre, la Chambre Contentieuse tient compte des efforts du défendeur sur le site Internet pour proposer des informations relatives à la protection de la vie privée, ainsi que de la bonne volonté du défendeur et de sa collaboration dans la procédure. À cet égard, la Chambre Contentieuse cite par exemple la présentation de pièces pertinentes en vue de compléter les constatations du Service d'Inspection et en réponse aux questions de la Chambre Contentieuse dans la mesure où le Service d'Inspection n'a fait aucune constatation concernant l'espace clients du site Internet.
118. La Chambre Contentieuse considère que cette affaire est surtout importante pour formuler des recommandations de bonnes pratiques concernant certaines actions à entreprendre afin d'augmenter la transparence, surtout dans le secteur des télécommunications. La Chambre Contentieuse contribue ainsi à la tâche explicite des autorités de contrôle consistant à apporter aux responsables du traitement et aux sous-traitants une meilleure connaissance de leurs obligations en vertu du RGPD, conformément à l'article 57.1.b) de ce règlement.

119. Vu l'importance de la transparence concernant le processus décisionnel de la Chambre Contentieuse, la présente décision est publiée sur le site Internet de l'Autorité de protection des données. Vu que la motivation dans la présente décision renvoie au contenu et aux caractéristiques du site Internet du défendeur, il est toutefois impossible d'éviter l'identification indirecte du défendeur, même si on ne publiait pas directement son nom. Par conséquent, la Chambre Contentieuse estime que l'identification directe du défendeur dans la présente décision ne lui porterait pas davantage préjudice que l'identification indirecte. Dès lors, la Chambre Contentieuse décide de communiquer les données d'identification du défendeur.

PAR CES MOTIFS,

la Chambre Contentieuse de l'Autorité de protection des données décide, après délibération :

- **en vertu de l'article 100, § 1^{er}, 5° de la LCA, de formuler une réprimande suite à la violation de l'article 21.2 du RGPD *juncto* l'article 12.2 du RGPD ;**
- **d'ordonner, pour le reste, un non-lieu, en vertu de l'article 100, § 2, 1° de la LCA.**

En vertu de l'article 108, § 1^{er} de la LCA, cette décision peut faire l'objet d'un recours dans un délai de trente jours, à compter de la notification, à la Cour des marchés, avec l'Autorité de protection des données comme défenderesse.

Hielke Hijmans

Président de la Chambre Contentieuse