



Chambre Contentieuse

Décision quant au fond 28/2020 du 29 mai 2020

Numéro de dossier : DOS-2019-04191

Objet : Plainte pour l'envoi de publicité par l'asbl Y

La Chambre Contentieuse de l'Autorité de protection des données, constituée de Monsieur Hielke Hijmans, président, et de Messieurs Frank De Smet et Yves Pouillet, 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 :

- X, "la plaignante" ; et
- Y, "le défendeur".

1. Faits et procédure

1. Le 8 août 2019, la plaignante a porté plainte auprès de l'Autorité de protection des données contre le défendeur.

2. L'objet de la plainte concerne la réception répétée par courrier par la plaignante de matériel promotionnel de la part du défendeur, et ce en dépit du fait que la plaignante ait demandé (à plusieurs reprises) au défendeur de ne plus lui envoyer ce genre de matériel promotionnel et d'effacer ses données à caractère personnel.

3. Le 27 août 2019, la plainte est déclarée recevable sur la base de l'article 58 de la LCA, la plaignante en est informée conformément à l'article 61 de la LCA et la plainte est transmise à la Chambre Contentieuse en vertu de l'article 62, § 1^{er} de la LCA.

4. Le 12 septembre 2019, la Chambre Contentieuse décide, en vertu de l'article 95, § 1^{er}, 1^o et de l'article 98 de la LCA, que la plainte peut être traitée sur le fond.

5. Par courrier recommandé du 12 septembre 2019, les parties sont informées du fait que la plainte peut être traitée sur le fond et, en vertu de l'article 99 de la LCA, elles sont également informées des délais pour introduire leurs conclusions.

6. Le 6 octobre 2019, la Chambre Contentieuse reçoit de la plaignante un e-mail contenant des photos de nouvelles publicités que le défendeur lui a envoyées par courrier.

7. Le 10 octobre 2019, la Chambre Contentieuse reçoit les conclusions du défendeur.

8. Par e-mail du 7 décembre 2019, la plaignante informe l'Autorité de protection des données du fait qu'elle a à nouveau reçu du matériel promotionnel du défendeur et joint des preuves de celui-ci.

9. Par e-mail du 27 avril 2020, la Chambre Contentieuse informe le défendeur de l'intention d'infliger une amende administrative ainsi que du montant de l'amende et de la possibilité du défendeur de transmettre ses conclusions en la matière.

10. La Chambre Contentieuse n'a toutefois reçu aucune réaction du défendeur concernant cette intention d'infliger une amende administrative.

2. Base juridique

Article 6.1 du RGPD

"1. Le traitement n'est licite que si, et dans la mesure où, au moins une des conditions suivantes est remplie :

a) la personne concernée a consenti au traitement de ses données à caractère personnel pour une ou plusieurs finalités spécifiques ;

b) le traitement est nécessaire à l'exécution d'un contrat auquel la personne concernée est partie ou à l'exécution de mesures précontractuelles prises à la demande de celle-ci ;

c) le traitement est nécessaire au respect d'une obligation légale à laquelle le responsable du traitement est soumis ;

d) le traitement est nécessaire à la sauvegarde des intérêts vitaux de la personne concernée ou d'une autre personne physique ;

e) le traitement est nécessaire à l'exécution d'une mission d'intérêt public ou relevant de l'exercice de l'autorité publique dont est investi le responsable du traitement ;

f) le traitement est nécessaire aux fins des intérêts légitimes poursuivis par le responsable du traitement ou par un tiers, à moins que ne prévalent les intérêts ou les libertés et droits fondamentaux de la personne concernée qui exigent une protection des données à caractère personnel, notamment lorsque la personne concernée est un enfant.

Le point f) du premier alinéa ne s'applique pas au traitement effectué par les autorités publiques dans l'exécution de leurs missions."

Article 17.1.c) du RGPD

"1. La personne concernée a le droit d'obtenir du responsable du traitement l'effacement, dans les meilleurs délais, de données à caractère personnel la concernant et le responsable du traitement a l'obligation d'effacer ces données à caractère personnel dans les meilleurs délais, lorsque l'un des motifs suivants s'applique : (...)

c) la personne concernée s'oppose au traitement en vertu de l'article 21, paragraphe 1, et il n'existe pas de motif légitime impérieux pour le traitement, ou la personne concernée s'oppose au traitement en vertu de l'article 21, paragraphe 2 ;"

Article 17.1.d) du RGPD

"1. La personne concernée a le droit d'obtenir du responsable du traitement l'effacement, dans les meilleurs délais, de données à caractère personnel la concernant et le responsable du traitement a l'obligation d'effacer ces données à caractère personnel dans les meilleurs délais, lorsque l'un des motifs suivants s'applique : (...)

d) les données à caractère personnel ont fait l'objet d'un traitement illicite ;"

Article 21.2 du RGPD

"2. Lorsque les données à caractère personnel sont traitées à des fins de prospection, la personne concernée a le droit de s'opposer à tout moment au traitement des données à caractère personnel la concernant à de telles fins de prospection, y compris au profilage dans la mesure où il est lié à une telle prospection."

Article 21.3 du RGPD

"3. Lorsque la personne concernée s'oppose au traitement à des fins de prospection, les données à caractère personnel ne sont plus traitées à ces fins."

Article 21.4 du RGPD

"4. Au plus tard au moment de la première communication avec la personne concernée, le droit visé aux paragraphes 1 et 2 est explicitement porté à l'attention de la personne concernée et est présenté clairement et séparément de toute autre information."

3. Motivation

3.1. En ce qui concerne la violation des articles 17.1.c), 21.2 et 21.3 du RGPD

11. Il ressort des pièces du dossier que concernant la réception répétée de matériel promotionnel de la part du défendeur, la plaignante lui a demandé par e-mail du 5 juillet 2019 de ne plus lui envoyer ce genre de matériel promotionnel et d'effacer ses données à caractère personnel :

"Monsieur,

Après vous l'avoir déjà demandé précédemment, demande malheureusement restée sans suite, je souhaite à nouveau vous prier avec insistance de ne plus utiliser mon adresse de manière inappropriée pour l'envoi de gadgets dans le but de collecter des fonds pour votre organisation. Veuillez immédiatement supprimer mon adresse. Je ne vous ai en effet jamais donné mon consentement dans le cadre du RGPD pour utiliser mon adresse. (...)" [NdT : tous les passages provenant des pièces du dossier sont des traductions libres réalisées par le Secrétariat de l'Autorité de protection des données, en l'absence de traduction officielle]

12. La plaignante adresse cette requête au défendeur concernant la réception de gadgets par courrier - à savoir un magazine bimestriel et un stylo-bille portant le logo du défendeur.

13. Le défendeur ne réserve toutefois aucune suite favorable à cette requête et continue à envoyer du matériel promotionnel similaire à la plaignante.

14. Même après la notification de la plainte par l'Autorité de protection des données au défendeur (par courrier du 12 septembre 2019), ce dernier poursuit le traitement de données à des fins de marketing direct (Ndt : prospection au sens du RGPD).

15. Par e-mail du 6 octobre 2019, la plaignante informe en effet l'Autorité de protection des données de la réception de nouveau matériel promotionnel de la part du défendeur - à savoir un magazine et une trousse de toilette - et joint des preuves de celui-ci.

16. Par e-mail du 10 octobre 2019, le défendeur transmet ses conclusions à la Chambre Contentieuse. En réponse à la plainte, le défendeur affirme que les données de la plaignante ont été enregistrées dans sa banque de données étant donné que la plaignante a fait un don en 2012 au profit du défendeur. Ce dernier affirme qu'ils "*ont négligé la demande de [la plaignante] visant à mettre fin à la correspondance de [le défendeur]*" et qu'entre-temps, ils ont veillé à ce que la plaignante ne reçoive plus de courrier émanant de leurs services.

17. Par ailleurs, le défendeur affirme dans sa défense ce qui suit :

"Nous conservons les données des donateurs encore 10 ans après leur dernier don, comme cela est précisé dans notre clause "vie privée" et communiqué à tous nos donateurs lors de l'instauration du nouveau RGPD.

Puisque [le défendeur] est toujours à la recherche de donateurs pour soutenir ses projets [...], nous contactons régulièrement nos anciens donateurs par écrit dans l'espoir qu'ils souhaitent réitérer leur aide financière du passé.

Pour ces activités destinées à collecter des fonds, nous invoquons l' "intérêt légitime" comme base légale pour le traitement de données à caractère personnel, pas le consentement explicite du donateur. [Le défendeur] ne peut en effet réaliser ses objectifs que moyennant les moyens nécessaires. Dès lors, il est important pour nous de (pouvoir) nous adresser à un public cible le plus large possible."

18. Par e-mail du 7 décembre 2019, la plaignante informe l'Autorité de protection des données du fait qu'elle a à nouveau reçu du matériel promotionnel du défendeur et joint des preuves de celui-ci. Il s'agit d'une lettre datée du 26 novembre 2019 demandant à la plaignante de faire un "don de Noël".

19. La Chambre Contentieuse estime que l'envoi de ce type de publicité doit être considéré comme de la "prospection" au sens de **l'article 21 du RGPD**. Elle utilise dans ce cadre la définition telle que reprise dans la Recommandation n° 1/2020 de l'Autorité de protection des données *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, libellée comme suit :

*"Toute communication sous quelque forme que ce soit, sollicitée ou non sollicitée, émanant d'une organisation ou d'une personne et visant la promotion ou la vente de services, de produits (payants ou non), ainsi que de marques ou d'idées, adressée par une organisation ou une personne agissant dans un cadre commercial ou non commercial, qui s'adresse directement à une ou plusieurs personnes physiques dans un cadre privé ou professionnel et impliquant le traitement de données à caractère personnel."*¹

Cette définition développe notamment la proposition de Règlement du Parlement européen et du Conseil concernant le respect de la vie privée et la protection des données à caractère personnel dans les communications électroniques et abrogeant la directive 2002/58/CE².

20. En l'occurrence, il s'agit d'une communication *non sollicitée*, envoyée par courrier à la personne concernée et visant la promotion des services du défendeur, d'une part, et la collecte de fonds par le défendeur, d'autre part. La communication requiert le traitement de données à caractère personnel, à savoir le nom et l'adresse de la personne concernée.

21. Conformément au **considérant 70 du RGPD**, en cas de traitement de données à caractère personnel à des fins de prospection, la personne concernée a le droit, à tout moment et sans frais, de s'opposer à ce traitement, et ce qu'il s'agisse ou non d'un traitement initial ou d'un traitement ultérieur.

¹ Recommandation de l'Autorité de protection des données n° 01/2020 du 17 janvier 2020 *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, p. 8.

² COM(2017) 10. L'article 4 de la proposition donne comme définition : " *communications de prospection directe* " : toute forme de publicité, tant écrite qu'orale, envoyée à un ou plusieurs utilisateurs finaux, identifiés ou identifiables, de services de communications électroniques, y compris au moyen de systèmes de communication et d'appel automatisés, avec ou sans intervention humaine, par courrier électronique, par SMS, etc."

22. **L'article 21.3 du RGPD** dispose à cet égard que "*Lorsque la personne concernée s'oppose au traitement à des fins de prospection, les données à caractère personnel ne sont plus traitées à ces fins*".

23. Dans le cadre du marketing direct, une telle opposition doit dès lors donner lieu immédiatement et sans examen supplémentaire à l'arrêt pur et simple de tout traitement de données de la personne concernée pour ces finalités de marketing direct³.

24. En l'occurrence, le défendeur ne donne toutefois aucune suite à l'opposition formulée par la personne concernée en vertu de l'article 21.2 du RGPD et poursuit le traitement de données à des fins de marketing direct, et ce au moins cinq mois après la dernière opposition de la plaignante et trois mois après la notification de la plainte au défendeur par l'Autorité de protection des données.

25. Le défendeur viole donc **les articles 21.2 et 21.3 du RGPD**.

26. La personne concernée formule non seulement une opposition au traitement de ses données à caractère personnel à des fins de marketing direct mais demande également au défendeur dans son e-mail du 5 juillet 2019 de supprimer ses données. La personne concernée invoque ainsi son droit en vertu de l'article 17 du RGPD.

27. Conformément à **l'article 17.1.c) du RGPD**, la personne concernée dispose en effet à l'égard du responsable du traitement du droit "*d'obtenir l'effacement, dans les meilleurs délais, de données à caractère personnel la concernant*" lorsqu'elle "*s'oppose au traitement en vertu de l'article 21, paragraphe 2*".

28. Le défendeur ne réserve toutefois aucune suite favorable à cette demande d'effacement des données de la plaignante et viole ainsi également **l'article 17.1.c) du RGPD**.

3.2. En ce qui concerne la violation des articles 6.1 et 21.4 du RGPD

29. Dans sa lettre de défense du 10 octobre 2019, le défendeur déclare que pour son marketing direct à l'égard d'anciens donateurs en vue de collecter des fonds, il invoque l' "intérêt légitime" (article 6.1.f) du RGPD) comme base légale pour le traitement de données à caractère personnel et pas le consentement explicite des personnes concernées (article 6.1.a) du RGPD), afin "*de (pouvoir) s'adresser à un public cible le plus large possible*".

³ Recommandation de l'Autorité de protection des données n° 01/2020 du 17 janvier 2020 *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, p. 53.

30. Bien que le RGPD n'exclue pas complètement l'utilisation de l'intérêt légitime comme fondement de licéité pour le traitement de données à caractère personnel à des fins de marketing direct, cela ne signifie nullement que *chaque* traitement à des fins de prospection peut être considéré comme légitime⁴.

31. Conformément à **l'article 6.1.f) du RGPD** et à la jurisprudence de la Cour de Justice de l'Union européenne (ci-après "la Cour"), trois conditions cumulatives doivent en effet être remplies pour qu'un responsable du traitement puisse valablement invoquer ce fondement de licéité, "*à savoir, premièrement, la poursuite d'un intérêt légitime par le responsable du traitement ou par le ou les tiers auxquels les données sont communiquées, deuxièmement, la nécessité du traitement des données à caractère personnel pour la réalisation de l'intérêt légitime poursuivi et, troisièmement, la condition que les droits et les libertés fondamentaux de la personne concernée par la protection des données ne prévalent*" (arrêt "Rigas"⁵).

32. En d'autres termes, afin de pouvoir invoquer le fondement de licéité de l' "intérêt légitime" conformément à l'article 6.1.f) du RGPD, le responsable du traitement doit démontrer que :

- 1) les intérêts qu'il poursuit avec le traitement peuvent être reconnus comme *légitimes* (le "test de finalité") ;
- 2) le traitement envisagé est *nécessaire* pour réaliser ces intérêts (le "test de nécessité") ; et
- 3) la *pondération* de ces intérêts par rapport aux intérêts, libertés et droits fondamentaux des personnes concernées pèse en faveur du responsable du traitement (le "test de pondération").

33. En ce qui concerne la première condition (ce qu'on appelle le "test de finalité"), le RGPD reconnaît que le traitement de données à caractère personnel à des fins de marketing direct peut en soi être considéré comme étant effectué en vue d'un intérêt légitime⁶.

34. En l'occurrence, il s'agit de messages de marketing direct adressés à d'anciens donateurs en vue de la promotion des services du défendeur et de la collecte de fonds par ce dernier auprès de ces anciens donateurs. Conformément au considérant 47 du RGPD, l'intérêt que le défendeur poursuivait en tant que responsable du traitement peut en soi être considéré comme légitime. La première condition reprise à l'article 6.1.f) du RGPD est donc remplie.

⁴ Recommandation de l'Autorité de protection des données n° 01/2020 du 17 janvier 2020 *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, p. 49.

⁵ CJUE, 4, C-13/16, Valsts policijas Rīgas reģiona pārvaldes Kārtības policijas pārvalde contre Rīgas pašvaldības SIA „Rīgas satiksme”, considérant 28. Voir également CJUE, 11 décembre 2019, C-708/18, TK c/ Asociația de Proprietari bloc M5A-ScaraA, considérant 40.

⁶ Considérant 47, *in fine*, du RGPD.

35. Afin de remplir la deuxième condition, il faut démontrer que le traitement est *nécessaire* pour la réalisation des finalités poursuivies. Cela signifie plus précisément qu'il faut se demander si le même résultat ne peut pas être atteint avec d'autres moyens, sans traitement de données à caractère personnel ou sans traitement substantiel inutile pour les personnes concernées⁷.

36. En l'occurrence, on peut considérer que le traitement de données à caractère personnel était nécessaire à la réalisation de la finalité définie par le responsable du traitement, à savoir l'envoi de messages de marketing direct par courrier à d'anciens donateurs en vue de collecter des fonds. Afin d'adresser ce marketing direct aux personnes concernées, leurs nom et adresse sont traitées. La finalité ainsi définie par le responsable du traitement ne pouvait effectivement pas être atteinte sans le traitement de données à caractère personnel susmentionné.

37. Le fait que l'intérêt poursuivi par le responsable du traitement soit *légitime* et que le traitement de données à caractère personnel soit *nécessaire* pour atteindre cette finalité ne suffit toutefois pas pour que le responsable du traitement puisse invoquer valablement l'article 6.1.f) du RGPD.

38. Afin de vérifier si la troisième condition de l'article 6.1.f) du RGPD - ce qu'on appelle le "test de pondération" entre les intérêts du responsable du traitement d'une part et les libertés et droits fondamentaux de la personne concernée d'autre part - peut être remplie, conformément au **considérant 47 du RGPD**, il faut d'abord tenir compte des attentes raisonnables de la personne concernée. Il faut plus spécialement évaluer si "*la personne concernée peut raisonnablement s'attendre, au moment et dans le cadre de la collecte des données à caractère personnel, à ce que celles-ci fassent l'objet d'un traitement à une fin donnée*"⁸.

39. Cet aspect est également souligné par la Cour dans son arrêt "TK c/ Asociația de Proprietari bloc M5A-ScaraA" du 11 décembre 2019⁹, qui précise ce qui suit :

"Sont également pertinentes aux fins de cette pondération les attentes raisonnables de la personne concernée à ce que ses données à caractère personnel ne seront pas traitées lorsque, dans les circonstances de l'espèce, cette personne ne peut raisonnablement s'attendre à un traitement ultérieur de celles-ci."

⁷ Recommandation de l'Autorité de protection des données n° 01/2020 du 17 janvier 2020 *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, p. 49.

⁸ Considérant 47 du RGPD.

⁹ CJUE, 11 décembre 2019, C-708/18, TK c/ Asociația de Proprietari bloc M5A-ScaraA, considérant 58.

40. En l'occurrence, la question se pose de savoir si la plaignante pouvait raisonnablement s'attendre à ce que ses données à caractère personnel soient utilisées à des fins de marketing direct en vue d'une collecte de fonds un peu plus de sept ans après la collecte de ces données.

41. Outre les attentes raisonnables de la personne concernée, un deuxième élément dont doit également tenir compte un responsable du traitement ayant l'intention d'utiliser l'intérêt légitime comme fondement de licéité est son obligation de prévoir des garanties supplémentaires en faveur de la personne concernée. Cet aspect est souligné par le Groupe 29 dans son avis 06/2014¹⁰ :

"Le critère suppose un examen complet de plusieurs facteurs, de façon à garantir que les intérêts et les droits fondamentaux des personnes concernées sont dûment pris en considération. Les facteurs à prendre en considération dans cette mise en balance sont notamment :

[...]

- *les garanties supplémentaires qui pourraient limiter toute incidence injustifiée sur la personne concernée, comme la minimisation des données, les technologies renforçant la protection de la vie privée ; une plus grande transparence, un droit général et inconditionnel de s'opposer au traitement et la portabilité des données."*

42. Prévoir un droit de s'opposer au traitement constitue dans ce cadre un élément essentiel. En l'absence d'un droit réel et efficace d'opposition, on ne peut en effet pas trouver d'équilibre entre les intérêts légitimes poursuivis par le responsable du traitement et les libertés et droits fondamentaux de la personne concernée.

43. Le caractère *inconditionnel* de ce droit d'opposition est spécifique aux traitements à des fins de marketing direct et est garanti par **l'article 21.3 du RGPD** (voir ci-dessus). Comme précisé ci-dessus, cette opposition dans le cadre du marketing direct doit donner lieu immédiatement et sans examen supplémentaire à l'arrêt pur et simple de tout traitement de données de la personne concernée pour des finalités de marketing direct¹¹.

44. Conformément au **considérant 70 du RGPD in fine**, et à **l'article 21.4 du RGPD**, le responsable du traitement doit en outre faciliter ce droit d'opposition dans le cadre du marketing direct:

"Lorsque des données à caractère personnel sont traitées à des fins de prospection, la personne concernée devrait avoir le droit, à tout moment et sans frais, de s'opposer à ce traitement, y compris le profilage dans la mesure où il est lié à une telle prospection, qu'il

¹⁰ Avis 06/2014 sur la notion d' "intérêt légitime poursuivi par le responsable du traitement des données", adopté le 9 avril 2014 par le Groupe 29, p. 3.

¹¹ Recommandation de l'Autorité de protection des données n° 01/2020 du 17 janvier 2020 *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, p. 53.

s'agisse d'un traitement initial ou ultérieur. Ce droit devrait être explicitement porté à l'attention de la personne concernée et présenté clairement et séparément de toute autre information."¹²

*"Au plus tard au moment de la première communication avec la personne concernée, le droit visé aux paragraphes 1 et 2 est explicitement porté à l'attention de la personne concernée et est présenté clairement et séparément de toute autre information."*¹³

45. Le responsable du traitement doit donc formuler clairement ce droit d'opposition, en des termes simples et sans ambiguïté, et ce dans tous les messages de marketing direct, dès le premier message¹⁴. Il ne suffit pas de reprendre la possibilité d'exercer ce droit dans la déclaration de confidentialité ; cette possibilité doit être proposée explicitement à la personne concernée¹⁵. Cette obligation n'est d'ailleurs pas nouvelle et existait déjà, avant l'entrée en vigueur du RGPD, en vertu de l'article 7 de la Directive 95/46/CE¹⁶.

46. En l'occurrence, le défendeur ne remplit pas cette obligation imposée par l'article 21.4 du RGPD et précisée par le considérant 70 du RGPD. Dans sa défense, le défendeur renvoie à sa déclaration de confidentialité mais ne démontre pas qu'il a efficacement facilité l'exercice du droit d'opposition, comme le requiert l'article 21.4 du RGPD. En effet, les messages de marketing transmis à titre de preuves par la plaignante ne mentionnent pas la possibilité d'exercer le droit d'opposition.

47. Le défendeur n'a dès lors pas garanti efficacement le droit général et inconditionnel d'opposition applicable au traitement de données à caractère personnel à des fins de marketing direct et n'a pas rempli son obligation consistant à prévoir dès le départ des garanties supplémentaires efficaces pouvant limiter les conséquences non souhaitées éventuelles pour la personne concernée.

48. Étant donné que cet élément est essentiel afin de pouvoir, en tant que responsable du traitement, invoquer valablement l'article 6.1.f) du RGPD (intérêt légitime) comme fondement de licéité pour le traitement de données à caractère personnel à des fins de marketing direct, il faut conclure dans ce

¹² Considérant 70 du RGPD.

¹³ Article 21.4 du RGPD.

¹⁴ ZANFIR-FORTUNA, G., "Article 21. Right to object" in KUNER, C., BYGRAVE, L.A. et DOCKSEY, C. (eds.), *The EU General Data Protection Regulation: A Commentary*, Oxford University Press, 2020, (508)516-517: "As explained by recitals 65 and 69 GDPR, the right to erasure applies where the retention of the personal data infringes the GDPR or Union or Member State law to which the controller is subject, while, on the contrary, the right to object applies when personal data is processed lawfully, but the data subject wants the processing to stop on the basis of his or her particular situation."

¹⁵ Recommandation de l'Autorité de protection des données n° 01/2020 du 17 janvier 2020 *relative aux traitements de données à caractère personnel à des fins de marketing direct*, p. 53.

¹⁶ Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, *relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données* (JO L 281 du 23.11.1995, p. 31).

cas que la troisième condition ("test de pondération") n'a pas été remplie et que le défendeur ne pouvait pas poursuivre valablement le traitement en vertu de l'article 6.1.f) du RGPD.

49. Le défendeur viole donc **les articles 6.1 et 21.4 du RGPD**.

50. Les violations des dispositions susmentionnées sont soumises aux amendes administratives mentionnées à **l'article 83.5 du RGPD**.

51. Compte tenu des critères repris à l'article 83.2 du RGPD ainsi que de la jurisprudence de la Cour des marchés¹⁷, la Chambre Contentieuse motive l'imposition d'une sanction administrative dans ce cas sur la base des circonstances suivantes :

- la nature, la gravité et la durée de la violation (**article 83.2.a) du RGPD**), à savoir le caractère continu de la violation des articles 6.1, 17.1.c) et d), 21.2, 21.3 et 21.4 du RGPD pendant au moins cinq mois après la dernière opposition et demande d'effacement des données de la part de la plaignante et trois mois après la notification de la plainte au défendeur par l'Autorité de protection des données ;
- le fait qu'il s'agisse de la première violation constatée dans le chef du responsable du traitement concerné (**article 83.2.d) du RGPD**) ;
- le degré de coopération établi avec l'autorité de contrôle en vue de remédier à la violation et d'en atténuer les éventuels effets négatifs (**article 83.2.f) du RGPD**) : contrairement à ce que le défendeur affirme dans sa défense en date du 10 octobre 2019, en dépit de l'opposition et de la demande d'effacement des données de la plaignante et de la notification de la plainte par l'Autorité de protection des données, ce dernier n'a pas pris les mesures nécessaires afin de mettre immédiatement un terme aux violations décrites ci-dessus ; il a poursuivi le traitement de données en vertu de l'article 6.1.f) du RGPD (intérêt légitime) à des fins de marketing direct ; et
- le fait que le défendeur soit une association sans but lucratif avec un chiffre d'affaires limité (article 83.2.k) du RGPD).

52. La Chambre Contentieuse souligne qu'en l'espèce, les autres critères de l'article 83.2 du RGPD ne sont pas de nature à donner lieu à une autre amende administrative que celle fixée par la Chambre Contentieuse dans le cadre de la présente décision.

¹⁷ Cour d'appel de Bruxelles (section Cour des Marchés), arrêt 2020/1471 du 19 février 2020.

53. La Chambre Contentieuse estime que cette amende est proportionnelle vu les comptes annuels publiés par le défendeur au Moniteur belge pour l'exercice 2018 (résultat positif entre 500.000 et 600.000 euros).

54. 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. Toutefois, il n'est pas nécessaire à cette fin que les données d'identification des parties soient directement communiquées.

PAR CES MOTIFS,

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

- en vertu de **l'article 58.2, c) et g) du RGPD** et de **l'article 95, § 1^{er}, 6° de la LCA** , d'ordonner au défendeur de réserver une suite favorable à la demande d'effacement des données de la plaignante conformément à l'article 17.1.c) du RGPD, dans le délai d'un mois après réception de la présente décision et d'en informer la plaignante ainsi que la Chambre Contentieuse dans ce même délai ; et
- en vertu de **l'article 83 du RGPD** et des **articles 100, § 1^{er}, 13° et 101 de la LCA**, d'infliger une amende administrative de 1000 euros au défendeur pour violation des articles 6.1, 17.1.c) et d), 21.2, 21.3 et 21.4 du RGPD.

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 défendeur.

(sé.) Hielke Hijmans
Président de la Chambre Contentieuse