

T. DEVERGRANNE
DOCTEUR EN DROIT

5 MANIÈRES INFALLIBLES DE SE FAIRE CONDAMNER PAR LA CNIL



DEVERGRANNE RDC
279 RUE LECOURBE
PARIS 15

01.45.57.68.83 – td@hstd.net

<http://www.donneespersonnelles.fr>

METHODE 1 : FAITES DU MARKETING SAUVAGE

Le marketing sauvage est une véritable aubaine pour quiconque tente de décrocher une condamnation pécuniaire. Ajoutez à cela l'affichage ouvert d'un mépris profond pour les agents de la CNIL, leurs recommandations, une exubérance manifeste de l'inutilité substantielle à s'astreindre au respect de la loi, et là, la magie peut vraiment jouer.

Objectif : 50.000 euros d'amende.



Méthode :

- Mettez en place une offre de coffrets cadeaux du type : A offre un coffret à B. Mais quand B veut profiter du cadeau, imposez-lui de se connecter sur votre site web pour en bénéficier, puis imposez-lui la saisie d'un maximum de données personnelles. Ensuite, ignorez les multiples plaintes de particuliers qui s'en offusqueront naturellement.



- Lorsque la CNIL vous mettra en demeure de cesser vos agissements, faites lui comprendre que le droit d'opposition au traitement des données personnelles existe, qu'il est bien prévu par la loi, qu'il s'applique bien légalement à la situation, mais que vous allez simplement l'ignorer. Concédez quand même une faveur, mais vraiment par excès de sociabilité, par exemple une mention sur le chèque cadeau indiquant qu'il n'est pas obligatoire d'entrer ses données pour en bénéficier.

- Mais une fois cette mention ajoutée, changez le formulaire d'accès et imposez une nouvelle collecte de données personnelles.

En effet : d'abord cela permet d'être dans l'illégalité la plus totale (contournement ostensible de l'injonction de la CNIL) mais surtout cela permet de donner le sentiment au fonctionnaire qui traite le dossier d'être vraiment pris pour une bille. Et comment mieux le motiver pour qu'il renvoie votre dossier à la formation contentieuse ?



L'inéluctable peut enfin arriver : 50.000 euros d'amende !

Leçon n°1 : sensibiliser les dirigeants aux risques juridiques liés à la protection des données personnelles...

METHODE 2 : MANQUER GRAVEMENT A LA SECURITE D'UN TRAITEMENT ET IGNORER LES INJONCTIONS DE LA CNIL

La lecture des délibérations de la CNIL prononçant des sanctions pécuniaires laisse parfois perplexe devant l'évidence des situations...

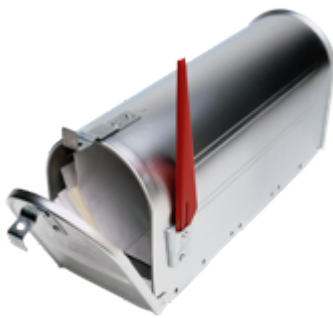
Imaginez tout d'abord que le site de votre entreprise ait une faille béante de sécurité qui permette à tout un chacun d'accéder aux commandes passées par n'importe quel client. Bon, le départ est déjà mauvais. Certes il est difficile d'accabler quiconque pour un défaut de sécurité car la critique est aisée, et l'art pour le moins complexe à assurer.



Mais un client s'aperçoit de la faille de sécurité et la contacte à ce sujet. Aucune réponse. Devant l'absence de réaction de la société, celui-ci finit par saisir la CNIL. Celle-ci constate la faille et adresse un rappel à l'ordre à l'entreprise.

Jusque là la situation était encore rattrapable. Une réponse aimable fustigeant les défaillances d'un prestataire quelconque suffisait à rassurer tout le monde. Mais à quoi bon répondre à la CNIL lorsqu'elle vous demande de vous conformer à vos obligations ?

La société ignore donc la CNIL ! Et sa demande reste lettre morte.



Mais tout cela est cependant sans compter sur la magnanimité de la Commission qui adresse un second rappel (également sans réponse). Puis une mise en demeure (complètement ignorée). A ce stade, il faut vraiment tenir bon. Car n'est pas condamné qui veut !

Il faut une certaine ténacité dans l'affront, et faire montre d'une totale détermination.

Mais à bien le tenter, l'inéluctable finit tout de même par arriver : condamnation de la société et publicité de la décision...

Leçon n°2 : répondre aux courriers de la CNIL !

METHODE 3 : REPONDEZ PARTIELLEMENT AUX DEMANDES DE LA CNIL

Il y a des idées fumeuses que même le bon sens le plus incertain devrait dissuader de réaliser. En témoigne cette délibération sanctionnant (15.000 euros) une entreprise qui avait constitué une liste noire, nationale, de locataires ayant eu des défauts de paiement (celle-ci était alimentée par des agences immobilières partenaires de par la France).



On n'a déjà guère besoin d'en savoir plus sur le projet pour déjà penser que l'affaire part mal, que la CNIL voudra s'impliquer dès qu'elle en aura vent, et que la complexité des relations entre les dizaines d'agences de location qui vont alimenter la liste avec les noms des locataires fautifs va rendre la pratique de la conformité parfaitement illusoire, que les locataires fichés finiront par avvertir la CNIL, et enfin que la rentabilité réelle de l'opération paraît pour le moins utopique.



Mais soit. Arrive ce qui devrait arriver, la CNIL se saisit du dossier et au terme d'une longue procédure finit par adresser une proposition de sanction pour des défaillances résiduelles.

En tout bonne foi, le responsable adresse une réponse à la CNIL, dans laquelle il s'engage à : "mettre son activité en veille commerciale et bloquer l'accès de ses clients à la liste noire de mauvais payeurs ; [et] préalablement à la reprise de toute activité commerciale, communiquer à ses clients de nouvelles conditions générales de vente stipulant l'information obligatoire du débiteur par l'agence immobilière [un des points essentiels du litige avec la CNIL]".

La réponse n'a pas convaincu la CNIL qui condamnait fermement la société. Mais pourquoi, en particulier, si l'intention était de mettre un terme à cette activité ?

Réponse de la Commission : aucune garantie offerte que les manquements réalisés ont bien été corrigés.

La loi, c'est la loi... et face à la CNIL les irrégularités c'est : corriger ou périr...



Leçon n°3 : au stade où la CNIL vous adresse une proposition de sanction, il vaut mieux être rigoureux et très précis dans la réponse qu'on lui adresse.

METHODE 4 : COLLECTEZ ET DIFFUSEZ DES DONNEES SENSIBLES !

Il n'y a guère de meilleure approche pour obtenir l'attention de la CNIL que de traiter illégalement des données sensibles.

Mieux encore : les diffuser sur Internet sans le consentement des personnes concernées. Voire, continuer à traiter ces données quand celles-ci se sont opposées à leur traitement. Une manière infallible d'obtenir l'écoute pleine et entière de votre interlocuteur de la CNIL et, si vous avez la chance de l'avoir au téléphone, probablement un très haut niveau de décibels en même temps.

La présente opposait la CNIL à une association qui avait entrepris de diffuser des décisions de justice sur Internet. On sait que ces décisions, prises en masse, touchent une part certaine d'intimité de la vie des hommes: leurs passions, leurs conflits, leurs histoires dont les traces appartiennent à la mémoire, que le temps finit normalement par emporter.

Sauf évidemment quand ils échouent sur Internet ; alors c'est une aubaine pour les données sensibles : données de santé, condamnations, mesures de sûreté, données syndicales, opinions politiques...

Le consentement préalable et exprès des personnes est évidemment impératif pour diffuser ces données.

Mais autant jouer franc jeu, et s'en passer complètement.



On passe évidemment les multiples tentatives de la CNIL de régulariser le traitement (3 demandes d'audition, toutes ignorées), on sait maintenant la délicatesse procédurale dont s'assure la Commission avant le prononcé des sanctions. Tout ceci était parfaitement rattrapable à condition encore de se soucier de répondre à la Commission.

10.000 euros de sanctions.

Leçon n°4 : attention aux données sensibles !

DEVERGRANNE RDC – SARL au capital de 4000€ - RCS Paris - 507 402 915 00015

Contact : 01.45.57.68.83 – td@hstd.net -
<http://www.donneespersonnelles.fr>

METHODE 5 : FAITES DE VERITABLES FICHES CLIENTS !

Quel meilleur potentiel de dérive que de laisser ses employés porter des appréciations sur vos clients ? La nature humaine veut, en effet, qu'une telle opération soit nécessairement cristallisée dans un tryptique : éloge, ignorance ou dédain.

Les deux premiers ne portent guère problème, mais la subjectivité du troisième rend les appréciations parfois difficiles à assumer, lorsqu'il s'agit de les communiquer à la CNIL ou aux clients, quand, finalement, ils en font la demande.



L'affaire concerne un cabinet de notaire qui opérât un fichier de gestion de ses débiteurs et dont les appréciations, qui dépassaient totalement l'objet initial du traitement, avaient suscité l'émoi de la CNIL.

Lors d'un contrôle celle-ci avait relevé, en effet, une diversité de remarques pour le moins déplacées : « son mari est drogué », « enfant trisomique de 35 ans », « deb serait alcoolique », « cancer rate et rein », « deb est incarcéré », « en instance de divorce car son mari est en prison » ou encore « vieil hystérique violent ». Rien de tel, en effet, que de collecter des données sensibles (santé, condamnations) pour se faire remarquer par la Commission.

Mais pour être condamné encore faut-il ajouter quelques ingrédients comme par exemple : lorsque la CNIL vous demande d'effacer les commentaires litigieux, ne remplacer que les mots clés sensibles comme "cancer" ou "prison" par "+++" plutôt que de supprimer les références illicites (ce qui donne logiquement « +++ du sein », ou encore « incarcéré à la +++ »).



Ou encore pousser la collecte déloyale de données jusqu'au bout comme en témoigne les extraits relevés par la CNIL : « est en instance de divorce car son mari est en ++++ pour avoir violé sa fille ».

Condamnation : 10.000 euros.

Leçon 5 : préférez les cases à cocher ("Débiteur sans ressources") aux libres appréciations dont il faudra un jour gérer les débordements...

NOTRE EXPERTISE

Le cabinet a été créé par Thiébaud Devergranne en 2008.

Docteur en droit et titulaire du Certificat d'Aptitude à la Profession d'Avocat, T. Devergranne a travaillé pendant 6 ans pour les **services du Premier Ministre** en qualité d'expert juridique, puis au sein d'un cabinet d'avocats international.

Fort d'une expertise de plus de 10 ans en droit des nouvelles technologies, le cabinet conseille aujourd'hui des grands comptes, des administrations comme des petites et moyennes entreprises.



Au cours de sa carrière, Thiébaud DEVERGRANNE a conseillé, formé et assisté des **grandes entreprises** et **administrations** telles que :

- De grandes banques ;
- un leader de l'aéronautique en France ;
- une entreprise leader du domaine des télécom ;
- des administrations centrales ;
- des conseils généraux.

Ainsi, qu'une diversité de **PME aux métiers variés** telles que :

- une PME spécialisée dans le domaine du droit de la retraite ;
- GIE bancaire ;
- de nombreuses entreprises spécialisées dans le domaine de la sécurité informatique ;
- des entreprises du domaine de la santé.

WWW.DONNEESPERSONNELLES.FR



Le cabinet a développé le site <http://www.donneespersonnelles.fr> qui est aujourd'hui une des ressources les plus complètes en France sur la protection des données personnelles, avec des commentaires très réguliers de l'actualité.

Paris - 507 402 915 00015

Contact : 01.45.57.68.83 – td@hstd.net -
<http://www.donneespersonnelles.fr>