

La Cnil inflige 100 et 35 millions d'euros d'amendes à Google et Amazon

Google et Amazon se voient reprocher de mal informer leurs utilisateurs sur la gestion et l'utilisation de leurs cookies. La Cnil se félicite que le cadre européen fixe des règles claires en la matière.

Temps de lecture : minute

10 décembre 2020

Le gardien de la vie privée des Français, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), a annoncé jeudi infliger des amendes de respectivement 100 millions et 35 millions d'euros à Google et Amazon pour non-respect de la législation sur les cookies, les traceurs publicitaires. La Cnil reproche notamment à Google.fr et Amazon.fr la pratique consistant à déposer des traceurs publicitaires sur l'ordinateur de l'internaute *"sans qu'il ait préalablement donné son accord"* . Par ailleurs, les bandeaux d'information affichés lors de la consultation de ces sites ne contenaient pas, au moment des contrôles de la Cnil, *"d'informations suffisamment claires pour que l'internaute sache ce à quoi servent ces cookies et la façon dont il peut les refuser"* , selon la Commission.

En complément des amendes, la Cnil *"a enjoint aux sociétés de modifier leur bandeau d'information, dans un délai de 3 mois"* , avec une astreinte de 100 000 euros par jour de retard après l'expiration de ce délai. En 2019, la Cnil avait déjà infligé une amende de 50 millions d'euros d'amende.

Les manquements constatés par la Cnil *"portent atteinte à la vie privée*

des internautes dans leur quotidien numérique" , puisqu'ils "permettent de collecter de nombreuses informations sur les personnes, sans leur consentement, afin de pouvoir par la suite leur proposer des publicités" ciblées, selon la Cnil.

Elle note qu'en septembre 2020, les deux entreprises ont cessé de déposer automatiquement les cookies chez les internautes. Mais dans les deux cas, le bandeau d'information ne permet toujours pas d'informer suffisamment clairement les internautes sur les finalités de ces cookies, et sur la possibilité qu'ils ont de les refuser, estime-t-elle.

Une amende à la hauteur du préjudice

Le montant des amendes est lié "*à la gravité des manquements*", et à l'impact de ces sites dans la population française. Le moteur de recherche de Google détient une part de marché supérieure à 90% en France, alors qu'Amazon détient plus de 20% du marché français du commerce en ligne. Les sanctions ont été prononcées sur la base de la législation datant d'avant le Règlement général européen sur la protection des données (RGPD), entré en vigueur en 2018.



À lire aussi

Le réel poids d'Amazon dans la vente en ligne en France pose question

Celui-ci a durci encore le régime du consentement pour les traceurs publicitaires. La nouvelle législation oblige les sites internet à afficher, en face du bouton "tout accepter" , un bouton "tout refuser" ou une solution équivalente. La Cnil commencera à sanctionner les entreprises qui ne satisfont pas aux nouvelles règles à partir du 1er avril 2021. Malgré ce délai, lié notamment aux concertations avec le secteur de la publicité et la crise sanitaire, *"nous sommes parmi les premiers en Europe à fixer un cadre très clair"* , s'était félicitée en octobre la présidente de la Cnil Marie-Laure Denis.

Maddyness avec AFP

Article écrit par Maddyness avec AFP