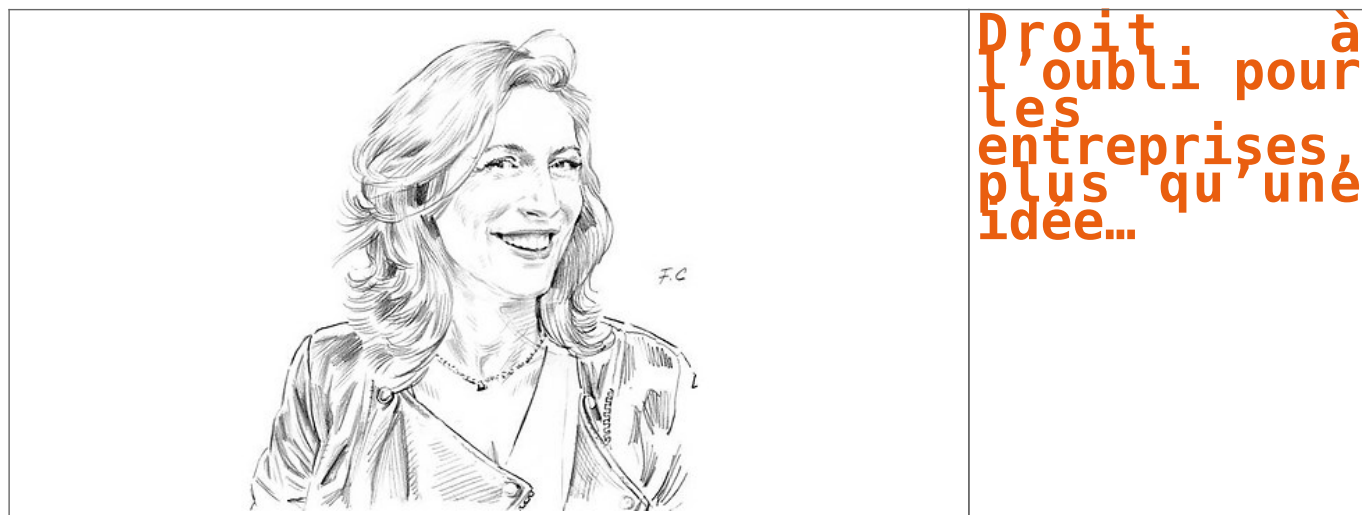


Droit à l'oubli pour les entreprises, plus qu'une idée...



Au nom du principe de la protection de la vie privée, une directive européenne confère aux ressortissants des pays membres des droits face aux responsables des traitements de leurs données personnelles.

Dis-moi comment te référence Google, je te dirai qui tu es... ou pas. Car parfois, la révélation est rude, humiliante, voire dégradante, de celle que l'on voudrait effacer. Mais Internet possède malheureusement une très bonne mémoire, vive et éternelle. Pourtant, le 13 mai 2014, la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) a joué les hypnotiseurs : « Oubliez ! Je le veux », a-t-elle dit en substance aux moteurs de recherche. Une décision historique – ont estimé les commentateurs –, instaurant un « droit à l'oubli ». Mais est-ce vraiment sûr ? A y regarder de près la décision n'a qu'une portée limitée. Entre le moteur de recherche et l'internaute, désormais, c'est un peu « je t'oublie, moi non plus ». Parce que ce « droit à l'oubli » existe depuis... 1995.

C'est au nom du principe de la protection de la vie privée qu'une directive européenne confère aux ressortissants des pays membres des droits face aux responsables des traitements de leurs données personnelles. La Cour de justice a souligné ce point au début de son arrêt, plaçant sa décision sous le signe de la sauvegarde des droits fondamentaux. « La CJUE a décidé que l'exploitant du moteur de recherche est tenu de supprimer, sur demande, les liens vers des pages Web, à condition que la démarche de l'internaute soit justifiée. L'arrêt n'instaure pas cependant un "droit à l'effacement des données", mais un "droit à la désindexation" : les liens perdurent, notamment à partir du site américain Google.com, accessible à un internaute européen », explique Olivier Cousi, avocat et associé du cabinet Gide, expert en droit de la propriété intellectuelle.

Zones grises

En outre, si la protection des données est encore imparfaite pour les particuliers, elle est inexistante pour l'entreprise. En effet, la protection comme l'entend l'arrêt de la CJUE ne concerne que les personnes physiques. Alors comment l'entreprise peut-elle gérer son e-réputation ? Quelle démarche pour contrer l'information fautive ou malveillante la concernant ? Autre sujet : cette absence d'intimité, renforcée en France par l'absence de secret des affaires, donne peu d'armes à l'entreprise pour contrer la diffusion de données confidentielles – procès-verbaux de conseil d'administration, chiffre d'affaires... C'est une des zones grises du droit à l'information qui protège également, c'est le bon côté de la médaille, d'une entreprise qui voudrait réécrire son histoire. Pour le reste, il faudra utiliser le bon vieux droit de la presse (diffamation) ou dénoncer la concurrence déloyale pour essayer de se défendre.

Un espoir quand même, un projet de règlement européen, qui doit être adopté « au plus tard en 2015 » par la France et l'Allemagne devrait venir réformer la directive de 1995. Il recommanderait un réel effacement des données et pourrait étendre la protection des données personnelles à certaines informations concernant les entreprises.

Après cette lecture, quel est votre avis ?

Cliquez et laissez-nous un commentaire...

Source :

<http://www.lesechos.fr/enjeux/les-plus-denjeux/idees/0203967538313-pas-encore-de-droit-a-loubli-pour-lentreprise-1074046.php>
par Valérie de Senneville

Droit à l'oubli : Où en sont les traitements des demandes à Google 6 mois plus tard...

Le Net Expert
INFORMATIQUE
Protection des données personnelles
Sécurité Informatique - Cybercriminalité



vous informe...

**Droit à l'oubli : Où en
sont les traitements des
demandes à Google 6 mois
plus tard...**

En juin, Google satisfaisait 57% des demandes de déréférencement (transmises par Reputation VIP). En octobre, c'est le non qui l'emporte désormais largement dans 71% des cas, ce en moyenne 26 jours après la demande.

Cela fait désormais plusieurs mois que Google a mis en ligne son formulaire permettant à un internaute européen de demander l'application de l'arrêt de la CUJE relatif au droit au déréférencement.

Spécialiste de l'e-réputation, la société Reputation VIP, au travers de Forget.me, joue ainsi le rôle d'intermédiaire entre ses clients et Google, le premier moteur de recherche en Europe et donc le plus concerné par ces requêtes.

De quoi ainsi établir des statistiques, différentes cependant de celles publiées officiellement par Google – Forget.me représente environ 5% des demandes Google selon l'éditeur. De ces données, il ressort que le moteur a manifestement industrialisé le processus de traitement des requêtes.

Plus rapide, mais plus de non au terme du traitement

La durée de traitement des demandes s'est nettement accélérée au cours des six mois écoulés. En juin, Google mettait en moyenne 56 jours pour traiter une demande de déréférencement d'URLs. En octobre selon Reputation VIP, la durée moyenne est de 26 jours.



Un autre paramètre a très significativement évolué : la nature des réponses de Google. Le rapport entre Oui et Non s'est même clairement inversé. En juin, Google apportait une réponse positive dans 57% des cas. La proportion de Oui a reculé de manière quasi continue pour tomber à 29% en octobre.

En clair sept demandes de déréférencement sur dix adressées à Google (dont 54% portent sur des atteintes à la vie privée) aboutissent à un refus de la part du moteur – qui n'est pas tenu de justifier sa décision.



Dans leur guide d'application du droit au déréférencement, les autorités de protection ont cependant demandé aux services concernés de publier « la liste des critères qu'ils utilisent », mais aussi les « statistiques détaillées sur leurs décisions. »

Par ailleurs, en cas de refus du moteur, les internautes disposent toujours de recours et peuvent notamment déposer plainte, en France, auprès de la CNIL. En fin de semaine dernière, l'autorité de protection faisait état de 110 plaintes.



Après cette lecture, quel est votre avis ?

Cliquez et laissez-nous un commentaire..

Source

<http://www.zdnet.fr/actualites/droit-a-l-oubli-google-dit-de-plus-en-plus-souvent-non-39810627.htm> :

Droit à l'oubli: Bing s'y met aussi



Après Google, Bing vient de mettre à disposition des internautes européens un formulaire en ligne qui leur permet de demander le retrait d'informations les concernant.

Bing a commencé à supprimer la liste des résultats de recherche des internautes européens ayant invoqué leur droit à l'oubli, a indiqué le service de suppression des requêtes Forget.me.

Suite à une décision de la Cour de justice de l'Union européenne rendue en mai dernier, le moteur de recherche de Microsoft a démarré ces suppressions en juillet en publiant un formulaire que les utilisateurs doivent remplir. Forget.me précise que ceux qui ont demandé à Bing de supprimer les résultats de leurs requêtes ont commencé à recevoir des réponses. 699 demandes de désindexation sur Bing ont été réalisées via Forget.me depuis le 23 juillet, ce qui représente 2 362 URLs. A ce jour, 79 demandes ont fait l'objet d'une réponse de Bing.

Bing représente 22% des demandes envoyées via Forget.me depuis le 23 juillet, 78% des demandes étant destinées à Google. En moyenne les utilisateurs soumettent moins d'URL par demande à Bing qu'à Google : 3,4 pour Bing contre 9,1 pour Google.

Accédez au formulaire de déférencement de Google

Après cette lecture, quel est votre avis ?
Cliquez et laissez-nous un commentaire...

Source :
http://www.lemondeinformatique.fr/actualites/lire-droit-a-l-oubli-bing-s-y-met-aussi-59438.html?utm_source=mail&utm_medium=email&utm_campaign=Newsletter

Technologie: Le numérique a la mort aux trousses



Aurore est décédée. C'était il y a cinq ans. Pourtant, son profil Facebook, lui, vit toujours. Ses proches l'ont transformé en mausolée. Untel poste une photo, un autre se fend d'un mot souvenir. Le tout ne serait pas choquant si le réseau social n'envoyait pas chaque année une alerte anniversaire à ses «amis». L'internaute ne meurt-il donc jamais?

Avec le développement des technologies digitales, la question de la mort numérique s'invite dans le débat, entraînant avec elle une foule de questions: que deviennent nos données numériques (mails, réseaux sociaux, photos...) lorsque l'on passe de vie à trépas? Peut-on hériter d'une bibliothèque iTunes comme on récupérait les vinyles de grand-père? Les morts du Web ont-ils le droit de reposer en paix? «Le sujet reste encore très peu encadré par la loi, souligne le conseiller national Jean Christophe Schwaab, c'est pourquoi j'ai décidé de déposer un objet parlementaire en septembre dernier, afin que le droit de succession s'intéresse enfin aux données numériques.» L'enjeu est de taille. Selon la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), un profil Facebook sur cent – soit 130 millions de pages – appartiendrait à un mort.

Et vous ? Vous en pensez quoi ?

Cliquez et laissez-nous votre avis...

Une députée propose que la

famille puisse supprimer les données d'un proche décédé



La suppression des données personnelles présentes en ligne, même après le décès d'une personne, reste actuellement dans le flou. Une députée demande à ce que les proches puissent faire retirer ces informations.

Afin d'aider les familles à gérer la mort d'un proche, des procédures permettant de supprimer les comptes en ligne existent. Parfois complexes, elles autorisent toutefois à ce que des membres d'une même famille puissent empêcher que les informations soient utilisées ou que le compte subsiste.

Lorsqu'un tel événement survient, la personne qui se charge de cette tâche doit donc généralement passer par des formulaires en ligne, tous différents, en fonction du service ciblé. Une tâche qui peut donc s'avérer fastidieuse, lorsque plusieurs plateformes (ou ensemble tels que la constellation Gmail, YouTube, Drive...) sont pris en compte.

Face à cette complexité, la députée socialiste Edith Gueugneau demande à ce que les règles en la matière soient plus précises. Dans une question adressée à Axelle Lemaire, secrétaire d'Etat chargée du numérique, l'élue estime que la loi est à ce jour « imprécise sur le devenir de ces données après le décès de l'utilisateur » et considère qu'il est : « particulièrement difficile pour les proches du défunt d'obtenir l'effacement de ces données. La loi ne prévoit pas non plus de délai d'exécution de la demande ».

C'est pourquoi elle demande que la loi puisse donner aux proches d'une personne décédée un droit, afin qu'ils puissent faire effacer ces données personnelles. La députée PS souhaite pour cela associer FAI, moteurs de recherche ainsi que les services de l'état civil.

Si l'idée d'un effacement complet du Web ne paraît pas réaliste, certaines pistes pourraient conduire à cette finalité. La procédure de « droit à l'oubli » mise en place par les moteurs de recherche pouvant par exemple être étendue à cet effet. Toujours est-il qu'il revient désormais à Axelle Lemaire de se pencher sur cette question.

Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire (Source de progrès)

Source :

http://pro.clubic.com/legislation-loi-internet/donnees-personnelles/actualite-739481-donnees-mort-flou.html?&svc_mode=M&svc_campaign=NL_ClubicPro_New_18/11/2014
par Olivier Robillart

Comité consultatif de Google. Les débats en replay...



Réunions publiques du comité consultatif

Les réunions publiques du comité consultatif sont une série de discussions sur l'équilibre à trouver entre le droit des personnes à l'oubli et le droit à l'information du public.

Comment trouver le juste équilibre entre le droit à l'oubli d'une personne et le droit à l'information du public ?

La Cour de Justice de l'Union européenne a récemment décidé que, conformément au droit européen, les utilisateurs peuvent demander aux moteurs de recherche tels que Google de supprimer les résultats des requêtes incluant leur nom.

Depuis, nous avons reçu des demandes de suppression concernant des contenus très variés : casiers judiciaires chargés, photos gênantes, harcèlement en ligne et injures, allégations datant de dizaines d'années, articles de presse négatifs, etc.

Pour chacune de ces demandes, nous devons évaluer au cas par cas le droit à l'oubli d'une personne et le droit à l'information du public.

Nous voulons trouver le juste milieu, car cette obligation constitue un nouveau défi de taille, et nous cherchons à définir les principes directifs qui vont nous permettre de nous prononcer sur chaque cas. C'est pourquoi nous avons convoqué un conseil d'experts. Nous souhaitons également recevoir vos commentaires dans le cadre de ce processus : il s'agit en effet de vos droits en ligne, et Internet constitue un excellent forum pour la discussion et le débat.

MADRID Enregistrée le 9 septembre 2014

<https://www.youtube.com/watch?v=QLcp0CxTIBQ>

ROME Enregistrée le 10 septembre 2014

<https://www.youtube.com/watch?v=WVMjvTsNfiY>

PARIS Recorded 25 September 2014

<https://www.youtube.com/watch?v=4kV3ws-QbIM#t=2520> In english

https://www.youtube.com/watch?v=HPZgA_BxKjk#t=2520 En français

VARSOVIE 30 septembre 2014

BERLIN 14 octobre 2014

LONDRES 16 octobre 2014

BRUXELLES 4 novembre 2014

Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire (Source de progrès)

Source :

<https://www.google.com/advisorycouncil/>

Le droit à l'oubli : une menace pour l'e-reputation ?



Comité consultatif de Google
sur le droit à l'oubli

Le droit
à l'oubli :
une
menace pour
l'e-
reputation ?

Le 13 mai 2014, la Cour de justice de l'Union européenne rendait un arrêt instaurant la notion de droit à l'oubli sur les réseaux numériques. Les internautes ont désormais la possibilité de demander aux moteurs de recherche le retrait de certains contenus qui apparaissent dans la liste de résultats. Si c'est une vraie aubaine pour la gestion de l'e-réputation des particuliers, les professionnels ne sont pas logés à la même enseigne.

En France, le « droit à l'oubli » n'est pas nouveau. On trouve les premières traces de ce principe dans la Loi informatique et libertés de 1978. Celle-ci précise que des données personnelles peuvent être collectées lorsqu'elles « sont conservées sous une forme permettant l'identification des personnes concernées pendant une durée qui n'excède pas la durée nécessaire aux finalités pour lesquelles elles sont collectées et traitées ».

Plus tard, en 2011, cette loi connaît une évolution fondamentale et étend le domaine de ce droit. Le texte ouvre ainsi à toute personne physique justifiant de son identité le droit d'exiger que soient « rectifiées, complétées, mises à jour, verrouillées ou effacées les données à caractère personnel la concernant, qui sont inexacts, incomplètes, équivoques, périmées, ou dont la collecte, l'utilisation, la communication ou la conservation est interdite ».

Alors que propose de nouveau l'arrêt de la CJUE du 13 mai 2014 ?

Une couverture élargie au niveau européen ? Oui, mais pas seulement. En fait, plutôt que de parler de droit à l'oubli, la notion de « droit au déréférencement » semble plus adéquate pour cet arrêt. Il n'est pas question de « supprimer » une information, mais de ne plus la référencer dans les moteurs de recherche. C'est justement le champ d'application de l'e-réputation : effacer les traces. Pour autant, ce nouvel arrêt aux contours très rigides a peu de chances de modifier la façon de travailler des professionnels de l'e-réputation.

Le cadre ne privilégie pas les professionnels

Si le cadre est plutôt rigide, la question de savoir si Google va accaparer une partie de l'activité des spécialistes de l'e-réputation pour des demandes de déréférencements simples (que ce soit pour les postes en interne dans les grands groupes, ou pour les prestataires de services spécialisés) se pose.

Dans le cadre actuel (qui est amené à évoluer), ce n'est pas encore le cas. Comme le souligne Raphaël Brun, spécialiste de la sécurité des données pour le cabinet de conseils Solucom « l'arrêt de la CJUE du 13 mai 2014 ne concerne ni les entreprises, ni les personnes morales, ni les personnes publiques ».

Pour autant, un chef d'entreprise peut faire une demande à titre personnel. Si elle a des chances de passer pour des structures de type TPE-PME, pour lesquelles il est souvent difficile de dissocier vie privée et vie professionnelle des dirigeants, il n'en va pas de même pour les grands comptes. De plus, un grand patron peut aussi être vu comme un personnage public, ce qui rendra une demande de déréférencement encore plus difficile.

Dans ce cas, les professionnels devront continuer de travailler de manière classique : avec des prestataires spécialisés dans la gestion de l'e-réputation, comme Reputation Squad ou Reputation VIP par exemple, qui ne voient pas dans le formulaire de Google, ni dans l'arrêt de la CJUE, une nouvelle forme de concurrence (pour l'instant).



Droit à l'information contre droit à l'oubli

Pour rappel, l'arrêt de la CJUE du 13 mai 2014 vise tous les moteurs de recherche. Et en premier lieu Google, qui accapare la grosse majorité des recherches en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord. Et c'est justement Google qui, en premier, a mis en œuvre un formulaire pour se mettre en conformité. Google permet toutefois de distinguer un élément important : la dualité entre le droit au respect de la vie privée d'un côté, et le droit à l'information de l'autre. Un difficile équilibre à trouver pour les spécialistes de l'e-réputation. Car le droit à la liberté d'expression est lui aussi très encadré.

L'article 10 de la Convention européenne des droits de l'homme l'affirme clairement : « Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de frontière ». En France, le Tribunal de Grande Instance (TGI) décidait en 2009 que « le principe constitutionnellement et conventionnellement garanti de la liberté d'expression interdit de retenir une atteinte distincte liée à une éventuelle violation des règles instituées par la loi du 6 janvier 1978 » (informatique et libertés, qui garantit l'encadrement de l'utilisation des données informatiques).

Une demande de déréférencement adressée à un moteur de recherche doit donc être très bien motivée, sachant que ce n'est pas un tribunal qui statue (du moins en premier lieu), mais une société privée, nord-américaine de surcroît (Google, Microsoft pour Bing, Yahoo...), pour qui le droit d'expression est extrêmement fort. « Le droit à l'oubli est désormais reconnu, mais il s'agit d'un droit pondéré, pas systématique. Il faut qu'il y ait matière à modifier ou effacer des données » précise Maître Gérard Haas, avocat à la cour d'appel de Paris, spécialiste du droit de l'Internet.

C'est un élément qu'il faut impérativement prendre en compte, car Google, par exemple, ne fait qu'un traitement par URL. Ce qui veut dire que son avis est définitif. Le cadre de l'arrêt est donc plus rigide que la marge de manœuvre proposée par les agences d'e-réputation.

Une faille à l'international

D'autres défauts viennent rendre moins efficace la tâche de Google, Microsoft et Yahoo. Si pour un particulier, un simple déréférencement en France peut suffire dans la plupart des cas, il n'en va pas de même pour un professionnel, à plus forte raison pour une multinationale : pas de gestion de l'e-réputation efficace sans déréférencement mondial. Pourtant, l'application de l'arrêt de la CJUE s'arrête à ses frontières.

Un lien déréférencé en France (Google.fr), ne le sera pas aux États Unis par exemple, ou sur une version internationale, en .com. « L'information reste accessible à partir du moment où une recherche se fait sur un nom de domaine hors Union européenne » précise Raphaël Brun de Solucom « A mon sens, c'est contraire à la loi, et contraire au futur règlement Européen. Quand une loi vise un citoyen Européen, elle est applicable partout dans le monde. On ne devrait pas retrouver une information le concernant sur Google.com. Je suis surpris que l'Union Européenne ne semble pas vouloir faire évoluer Google sur ce point ».

Dans ce contexte, l'arrêt de la CJUE n'intéressera pas une entreprise qui s'ouvre à l'international, ou une multinationale, dans sa gestion de l'e-réputation.

La décision de l'Europe comporte également un autre défaut majeur, l'effet Streisand pourrait bien s'appliquer en l'espèce. Bien connu des spécialistes de l'e-réputation, l'effet Streisand « est un phénomène médiatique au cours duquel la volonté d'empêcher la divulgation d'informations que l'on aimerait garder cachées, qu'il s'agisse de simples rumeurs ou de faits vérifiés, déclenche le résultat inverse. Par ses efforts, la victime encourage malgré elle l'exposition d'une publication qu'elle souhaitait voir ignorée ».

C'est justement le cas avec l'Espagnol Mario Costeja Gonzales, qui suite à une demande de déréférencement auprès de l'AEPD (l'équivalent de la CNIL espagnole), a déclenché une affaire avec Google qui a mené la CJUE à rendre l'arrêt du 13 mai 2014... et donc à sur-médiatiser son cas.

De plus, les liens déréférencés par Google sont « re »référencés par des sites hors Union Européenne, comme sur le site hiddenfromgoogle par exemple. Dans des cas sensibles de problématiques d'e-réputations, une requête « au grand jour » auprès d'un moteur de recherche (qui indique pourquoi un déréférencement a eu lieu) pourrait mettre en lumière l'affaire, et diriger les curieux vers ces sites de « re »référencements : un parfait cas d'effet Streisand.

Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire (Source de progrès)

Source :

http://pro.clubic.com/webmarketing/referencement-naturel/article-729049-1-droit-oubli-change-reputation.html?estat_svc=s%3D223023201608%26crmID%3D639453874_679296180

Le droit à l'oubli comment ça marche ?



Le droit à l'oubli comment ça marche ?

Suite à la mise en place du Droit à l'oubli Internet, nous vous proposons de revenir sur les points essentiels de cette mesure. Grâce à l'infographie ci-dessous, vous pourrez vérifier si vous êtes éligible à une demande de désindexation de résultats, consulter les étapes nécessaires pour soumettre votre demande ou encore connaître les recours qui existent si votre démarche n'aboutissait pas.

Droit à l'oubli mais pas droit à l'erreur

Prenez bien soin de rédiger votre demande correctement, vous avez le droit à l'oubli mais pas le droit à l'erreur. Une seule demande par URL sera acceptée, si vous vous trompez vous ne pourrez pas revenir en arrière (en tous les cas chez Google). Rédigez soigneusement votre texte de justification qui sera lu par les équipes juridiques des moteurs. Pour vous faciliter cette étape Forget.me vous propose des textes adaptés à de nombreux cas, rédigés par des avocats. Vous pouvez soumettre plusieurs demandes uniquement dans le cas où celles-ci concernent des URL différentes.

Frontière entre personne publique et personne privée

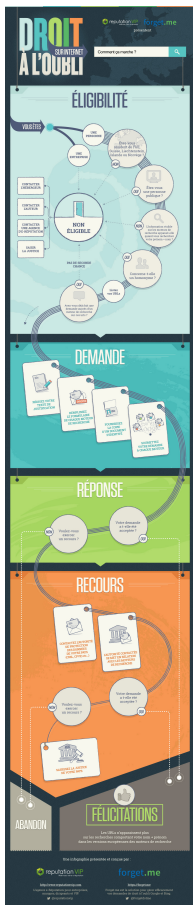
Si vous êtes une personne publique vous ne pouvez pas prétendre à une demande de droit à l'oubli. Cependant, la frontière entre personne publique et personne non publique est encore floue. Si vous êtes une star de cinéma, il est évident que vous serez considéré comme une personne publique. En revanche, si vous êtes le maire d'une petite commune ou encore le dirigeant d'une PME, la réponse est moins évidente. Cette question se précisera sans doute dans les prochains mois, grâce aux nombreux cas que les moteurs de recherche vont devoir traiter, le travail du G29 et d'éventuelles jurisprudences ou lois à venir.

Deux formulaires de droit à l'oubli Internet disponibles : Google et Bing

Pour le moment, seul Google et Bing ont mis en place un formulaire permettant de soumettre vos demandes de droit à l'oubli. Cependant, il est probable que les autres moteurs de recherche, comme Yahoo par exemple, prévoient de proposer leur propre formulaire. Forget.me vous fait gagner du temps en soumettant votre demande simultanément à Google et Bing.

Le formulaire de droit à l'oubli Internet : un premier niveau de recours

La demande via le formulaire d'un moteur de recherche n'est qu'un premier niveau de recours. Si vos demandes sont refusées vous pouvez également vous adresser à la CNIL ou encore saisir la justice de votre pays.



Le droit à l'oubli Internet se matérialise aujourd'hui par un processus pratique et facile d'accès. Ce qui permet à chacun d'entre nous de bénéficier du droit à l'oubli. Sachant que 75% des citoyens européens souhaitent pouvoir exercer un droit à l'oubli, c'est une démarche qui pourrait bien rentrer dans nos habitudes.

1 Enquête Eurobaromètre portant sur les attitudes des citoyens à l'égard de la protection des données et de l'identité électronique, publiée par la Commission européenne (http://europa.eu/rapid/press-release_IP-11-742_fr.htm?locale=en)

Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire (Source de progrès)

Source :

[Infographie] Le droit à l'oubli comment ça marche ?

<http://www.reputationvip.com/fr/blog/infographie-le-droit-a-loubli-comment-ca-marche>

Google « discrédite » le droit à l'oubli, selon la Cnil



Google
« discrédite »
le droit à
l'oubli, selon
la Cnil

Dans un entretien au Figaro, Isabelle Falque-Pierrotin, présidente de la Commission nationale informatique et libertés, juge sévèrement l'attitude de Google dans l'application du droit à l'oubli.

Si Google a l'obligation, suite à une décision de justice européenne, d'appliquer le droit à l'oubli pour les internautes qui en font la demande, ses méthodes ne font pas l'unanimité. Le moteur a d'ailleurs été récemment condamné par le Tribunal de Grande Instance de Paris à retirer les contenus diffamatoires de ses résultats de recherche.

Google fera probablement appel de cette décision, la question de la portée des déréférencements étant un sujet de débat entre l'entreprise et les différentes Cnil européennes.

La Cnil française justement juge assez sévèrement l'attitude de Google en la matière. Dans un entretien au Figaro, Isabelle Falque-Pierrotin, présidente de la Commission nationale informatique et libertés explique : « Les demandes d'effacement sont prévues par la loi depuis longtemps et sont appliquées par les possesseurs de sites. Google n'était pas considéré comme responsable du traitement de données personnelles ».

Replacer la Cnil au coeur du dispositif

Et d'asséner : « Il y a beaucoup d'habileté et de malice de la part de Google pour entretenir la confusion et discréditer ce droit à l'oubli. Il faut se positionner dans ce débat sans ouvrir le front des menaces de censure. Le droit au déréférencement est complexe. Il faut trouver un équilibre, avec finesse ».

Rappelons que jeudi 25 septembre 2014, s'est tenu à Paris une réunion organisée par Google sur cette question. La Cnil y a assisté en tant qu' »observateur ».

La Commission rappelle d'ailleurs qu' »en cas de refus de Google, les Français peuvent saisir la Cnil d'une plainte, en décrivant leur demande et la réponse qu'il ont obtenue. Nous avons reçu une soixantaine de plaintes, que nous allons examiner, avant d'ordonner ou non à Google de retirer ces liens. Nous avons toutefois demandé à ces personnes de patienter, car nous souhaitons nous coordonner avec les autres autorités européennes, pour définir des règles communes ».

Replacer la Cnil au centre de l'exercice du droit à l'oubli est aussi une volonté du gouvernement. Interrogée par ZDNet.fr, Axelle Lemaire, secrétaire d'Etat au Numérique souligne : « Le rôle de la CNIL doit être redéfini, le modèle proposé par Google ne me convient pas ».

Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire (Source de progrès)

Source :

<http://www.zdnet.fr/actualites/google-discredite-le-droit-a-l-oubli-selon-la-cnil-39806871.htm>

Droit à l'oubli : Google condamné par le TGI de Paris



Droit
l'oubli
Google
condamné
le TGI
Paris

à
:
par
de

Le Tribunal de Grande Instance de Paris a condamné Google dans le cadre d'une affaire ayant trait au droit à l'oubli, rapporte Nextinpact. Cette affaire opposait Google à deux victimes de diffamation qui avaient précédemment eu gain de cause mais souhaitaient faire retirer la page Facebook incriminée des résultats de recherche.

Le 13 mai, les victimes avaient demandé à Google de déréférencer la page jugée fautive, puis face à l'absence de réaction de la part de la firme, avaient opté pour un recours en justice.

Si Google a rappelé l'existence d'un formulaire en ligne pour ce type de demandes, Nextinpact rapporte que l'avocat des victimes a souhaité ne pas avoir recours à ce procédé, qualifié de « boîte noire » laissant à Google seul juge de la validité de la demande. Compte tenu du fait que les victimes étaient parvenues à obtenir une condamnation de la page fautive pour diffamation, on comprend les réticences de l'avocat à laisser le fin mot de l'affaire entre les mains de Google.

Le bal des jurisprudences peut commencer

Le jugement du TGI de Paris a donc finalement tranché en défaveur de Google, s'appuyant sur la décision rendue par la Cour de Justice de l'Union Européenne dans l'affaire ayant mis en place le droit à l'oubli. Le moteur de recherche a donc été condamné à retirer les contenus diffamatoires de ses résultats de recherche.

Si Google a dans un premier temps cherché à circonscrire cette décision aux seuls résultats de Google France, la magistrate a néanmoins préféré demander un déréférencement mondial, compte tenu du fait que les différentes versions de Google sont accessibles depuis n'importe quel pays.

Si en terme de volume de demandes, le droit à l'oubli semble se diriger lentement mais surement vers une stabilisation, sur le terrain du droit tout reste encore à faire.

Google fera probablement appel de cette décision, la question de la portée des déréférencements étant un sujet de débat entre l'entreprise et les différentes Cnil européennes. La polémique sur le principe même du droit à l'oubli n'est aujourd'hui plus la question : ce qui importe c'est de savoir comment appliquer ce droit et quelles en sont les limites. Et sur ce terrain, les jurisprudences issues d'affaires de ce type seront déterminantes.

Cet article vous à plu ? Laissez-nous un commentaire (Source de progrès)

Source :

<http://www.zdnet.fr/actualites/droit-a-l-oubli-google-condamne-par-le-tgi-39806739.htm>
Louis Adam