

RGPD : Ils ont inventé la mitrailleuse à demandes de droit d'accès

Par Bruno RASLE
bruno_rasle@halte-au-spam.com

Paris, le 24 juin 2024

Fin décembre 2023, quelques DPO ont reçu en une semaine plusieurs dizaines de milliers de demandes de droits RGPD (accès, suppression, opposition, etc.) à la suite d'une campagne menée par l'UFC Que Choisir. Impliqué de longue date dans la promotion des droits RGPD, je me suis emparé de ce sujet pour essayer de comprendre – entre autres – comment on en est-on arrivé là, quelles sont les conséquences pour les délégués à la protection des données visés et quels « bénéfices » ont pu en retirer les personnes concernées. En février 2024, dans le cadre de l'Université AFCDP des DPO, j'ai également interpellé la Présidente de la CNIL à ce sujet, notamment pour savoir si le CEPD ne pourrait pas mieux définir la notion de « demandes excessives » évoquées dans l'article 12 du RGPD ? Espérons que le comité européen de la protection des données se saisira de cette question dans le cadre de son action conjointe pour 2024.

At the end of December 2023, four french DPOs received several tens of thousands of requests for RGPD rights (access, erasure, object, etc.) in the space of a week, following a campaign led by a consumer protection association. As someone who has long been involved in promoting RGPD rights, I took up this subject to try and understand - among other things - how we got to this point, what the consequences are for the data protection officers involved and what 'benefits' data subjects have been able to derive from it. In February 2024, as part of the AFCDP University for DPOs, I also questioned the President of the CNIL on this subject, in particular to find out whether the EDPS could better define the notion of "manifestly unfounded or excessive requests" referred to in Article 12 of the RGPD. Let's hope that the European Data Protection Board will address this issue as part of its joint action for 2024.

Les « cibles » ont reçu 200.000 demandes de droits RGPD

Ayant appris qu'une déléguée à la protection des données a vu sa boîte aux lettres électronique submergée de trente-mille demandes de droits RGPD en quelques jours, je me suis rapproché d'elle pour en savoir plus. En mars 2024, les acteurs ciblés avait déjà reçu plusieurs dizaines de milliers de demandes de droits RGPD ! Cette avalanche d'emails est le fruit d'une campagne lancée fin 2023 par l'association UFC Que



Choisir qui vise spécifiquement quatre opérateurs téléphoniques. Leurs logos ont été ajoutés dans le site web de l'association, au sein de la section [RespecteMesDatas¹](#), avec une incitation à exercer auprès de ces responsables de traitement un ou plusieurs des droits prévus par le RGPD.

Si un menu déroulant liste bien plusieurs des droits RGPD², celui mis en exergue

¹ L'association a confié le développement de ce service à la société Aji Creative, comme en témoigne le témoignage qu'a publié son dirigeant : « Deux semaines que le projet #jenesuispasunedata a été lancé. Le lancement a été un succès aussi bien au niveau de la conception du projet que de la mise en ligne. Une très belle équipe a permis de réussir et de mettre cet outil qui permet de consulter la liste des données que vous stockez dans ce vaste monde du numérique et permet aussi de supprimer vos données. »

² Sont proposés les choix suivants : Obtenez une copie de vos données personnelles ; Opposez-vous à l'utilisation de vos données ; Supprimer vos données ; Corriger les informations détenues par un professionnel ; N'apparaître plus dans les résultats des moteurs de recherche ; Opposez-vous au transfert de vos coordonnées vers les annuaires.

est l'opposition au transfert de ses coordonnées. D'ailleurs la page annonce clairement la couleur : « *Dans sa lutte déterminée contre le fléau du démarchage téléphonique, l'UFC-Que Choisir met en place, grâce à son fonds de dotation financé par les dons des consommateurs, cet outil pour que chacun puisse exiger de son opérateur de téléphonie qu'il ne transfère pas ses données à l'annuaire public ni à ses partenaires, conformément au RGPD.* ». Et de fait, une majorité des demandes qui ont submergé nos confrères et confrères DPO concernent l'opposition à des transferts de leur numéro de téléphone.

En réalité, d'après les témoignages des DPO ciblés par cette campagne, la plupart des personnes qui ont utilisé le téléservice n'ont pas toujours bien compris ce qu'elles faisaient : « *Une part non négligeable des demandes émanent de personnes qui nous sont totalement inconnues³ Sans doute ont-elles compris qu'il leur fallait exercer leur droit auprès des quatre responsables de traitement ? Et les demandes de suppression sont-elles réellement le fait des personnes concernées ou bien d'un tiers qui veut leur nuire ? Malheureusement, quand nous appelons pour nous assurer de cela, nous avons droit à un accueil acide, agressif et quelques fois menaçant, voire insultant, l'UFC Que Choisir ayant choisi de nous faire apparaître comme des « ennemis » qui leur veulent du mal. Nous tenons également à contacter par téléphone les artisans qui exercent la totalité des droits : quand nous leur expliquons qu'ils ne vont donc désormais plus recevoir aucun appel d'éventuels futurs clients... ils se rendent compte de l'inanité de leur démarche et la retirent⁴.* ».

Débordés par cette avalanche de demandes, les délégués visés (et leur équipe) ont vu leurs congés de Noël 2023 raccourcis (voire reportés) pour faire face à ce qui ressemble fort à une attaque en déni de service (à titre de comparaison, le nombre de demandes reçues correspond au nombre de plaintes cumulées reçues par la CNIL sur une période de cinq ans). Ils ont également été contraints d'annoncer le recours aux délais de traitement prolongé de deux mois, compte tenu du nombre de demandes, [comme le prévoit l'article 12.3 du RGPD](#). Même en ayant recours à cette mesure, je ne suis pas sûr qu'il soit possible de répondre correctement à autant de demandes en si peu de temps. La CNIL doit-elle s'attendre à recevoir une vague de plaintes émanant de personnes « remontées à bloc » par l'UFC Que Choisir (la demande comporte le passage suivant : « *Faute de réponse de votre part dans le délai d'un mois ou en cas de réponse incomplète, je saisirai la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL)* »). Plus de 200.000 demandes de droits ayant été générées dans le cadre du service mis à disposition par l'association de consommateurs, il suffit que quelques pour cents des personnes concernées déposent une plainte auprès de la CNIL pour faire exploser les compteurs de l'Autorité⁵. On rappellera qu'elle reçoit en moyenne environ 14.000 plaintes par an et en a confié récemment le traitement à un sous-traitant pour tenter de rattraper son retard, comme elle l'indique [dans son rapport annuel 2022](#) (« *Pour la première fois depuis l'entrée en application du RGPD, la CNIL a traité autant, et même davantage de plaintes qu'elle en a reçues* »). Dans le dernier rapport, on relève également que le nombre de demandes de droit d'accès indirect qu'elle reçoit a explosé, passant de 6.555 en 2022 à 20.810.

1. IDENTIFIEZ L'ORGANISME À CONTACTER



Je me suis alors livré à l'exercice

Endossant les habits d'une personne concernée, je me suis rendu sur le site Web de l'association UFC Que Choisir et j'ai suivi à la lettre les indications fournies. Ne souhaitant pas accabler davantage les DPO déjà

³ On rappellera qu'il est nécessaire pour le responsable de traitement sollicité d'informer le demandeur qu'aucune donnée le concernant n'est traitée, ce qui mobilise des ressources et du temps (qui ne peuvent alors être affectés à des tâches plus pertinentes).

⁴ Sans compter les demandes du type « *Je ne veux plus rien recevoir de votre part ... mais je veux continuer à recevoir vos offres promotionnelles !* ».

⁵ J'ai eu récemment confirmation que les premières plaintes sont effectivement en cours de traitement par la CNIL. Parmi elles, des courriels de demande qui ne sont jamais parvenus aux DPO (restées dans les brouillons des personnes concernées ?). Le traitement des saisines est donc une charge supplémentaire pour les DPO visés...

visés, j'ai alors exercé mes droits auprès d'autres responsables de traitement. Un menu déroulant permet de le faire (qui indique « *Trouvez parmi plus de 90000 sociétés* », même s'il est possible de sélectionner des collectivités ou des administrations). J'ai commencé par sélectionner « *UNION FEDERALE CONSOMMATEURS (UFC-Que Choisir)* » puis j'ai formulé deux demandes de droits RGPD auprès d'elle.

Pour ce faire, je dois saisir mon adresse email, mon prénom et mon nom. Je suis ensuite invité à y ajouter un éventuel identifiant qui permettait au responsable de traitement sollicité de traiter plus facilement ma demande. À ce stade, on peut aussi cocher une case pour demander à l'UFC Que Choisir de suivre la demande et/ou accepter d'être sollicité par l'association pour la soutenir dans ses campagnes. Si, pour l'organisme visé, l'UFC a connaissance d'une URL qui aboutit sur un formulaire, seul le dernier choix est proposé (« *Vous allez être redirigé(e) vers le formulaire de la société* »). Dans le cas contraire, on peut choisir d'envoyer immédiatement la demande par email (à l'adresse électronique dont l'UFC a connaissance) ou à s'envoyer l'email de demande (pour éventuellement le modifier avant de l'envoyer au responsable de traitement concerné). Concernant ma démarche destinée au DPO de l'association, j'ai décidé de l'envoyer par moi-même. Le service m'a alors envoyé un email pour valider le fait que j'étais bien à l'origine de la demande.

Quelle est la base de données utilisée pour cibler les responsables de traitement ? Sans surprise, il s'agit de la liste des responsables de traitement ayant désigné un délégué à la protection des données, [librement accessible au titre du CRPA](#) (celle de janvier 2024 comptait plus de 96.000 organismes). Ce fichier est issu du formulaire de désignation des DPO et comprend cinq colonnes qui concernent les moyens de contacter le DPO : email, URL, téléphone, adresse postale et autre (on trouve dans cette dernière colonne quelques numéros de fax !). Après quelques tests ciblés, le manque de qualité du fichier apparaît rapidement (après avoir signalé à la Commission la présence de nombreuses adresses email de DPO en « cnil.fr », j'y trouve encore une adresse en « cnil.com » - et plusieurs URL qui sont annoncées par l'UFC Que Choisir comme donnant accès à des formulaires aboutissent en fait à des mentions d'information).

Dans la foulée, j'ai adressé de la même façon des demandes de droits RGPD auprès du DPO de la CNIL (puisque la Commission figure également dans la liste).

Le DPO de la CNIL a immédiatement réagi

À peine deux jours après lui avoir envoyé mes demandes, le délégué à la protection des données de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés m'a contacté afin d'y apporter les suites requises.

Il s'attendait à recevoir un « message d'accompagnement » lui permettant de mieux comprendre la demande, or ce n'est pas ce que prévoit le service mis à disposition par l'UFC Que Choisir dont j'ai suivi à la lettre les modalités d'utilisation (comme l'aurait fait un utilisateur « lambda »). Il me demandait également de confirmer qu'il s'agissait bien de demandes d'exercice de mes droits auprès de la CNIL considérée



UFC-Que Choisir Respectemesdatas.fr <noreply-transac@quechoisir-ftp.fr>
Aujourd'hui, 05:45
bruno_rasle

Vous avez transféré ce message le 12/01/2024 05:46.

Bonjour,
Vous venez d'utiliser l'outil « respectemesdatas.fr » pour exercer vos droits et reprendre le contrôle sur la diffusion de vos données personnelles et nous vous en remercions.
URL à utiliser pour communiquer le message ci-dessous : <https://www.cnil.fr/fr/webform/contactez-le-dpo-de-la-cnil>
L'Equipe « Respecte mes datas »



je ne suis pas une data

Bonjour,
Je suis Bruno RASLE, ayant comme identifiant: (non connu)
En application de l'article 15 du Règlement général sur la protection des données (RGPD) et de l'article 49 de la loi Informatique et libertés, Je souhaite que vous m'indiquiez si des données me concernant figurent dans vos fichiers.
Dans l'affirmative, je vous prie de me faire parvenir une copie de l'ensemble de ces données ainsi que toute information disponible sur leur origine et les finalités de leur traitement, dans un délai d'un mois suivant la réception de ce courrier, conformément à l'article 12-3 du RGPD.
Faute de réponse de votre part dans le délai d'un mois ou en cas de réponse incomplète, je saisirai la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL).
Cordialement,
Bruno RASLE

© Fonds de Dotation UFC-Que Choisir 2022 - Tous droits réservés

comme responsable de traitement : là encore, le texte généré par l'UFC Que Choisir est explicite à ce sujet (Une partie importante des personnes qui ont adressé leur demande se sont dites outrées que les DPO sollicités aient osé les recontacter pour leur demander plus de précisions ou des informations complémentaires ... et ont refusé de fournir la moindre information complémentaire, en menaçant de se plaindre à la CNIL si leurs demandes n'étaient pas satisfaites telles qu'exprimées). Le délégué a également estimé que la formulation des demandes est trop générale (ne lui facilitant pas la tâche pour les traiter) : dont acte (c'est ce que vivent tous les jours les DPO confrontés à de telles demandes) mais les DPO des opérateurs téléphoniques qui se trouvent à devoir traiter des dizaines de milliers de telles demandes font face à des personnes concernées qui – pour certaines – ont pour but de gêner les organismes sollicités (Nous sommes bien loin ici, il me semble, de ce que le législateur avait en tête lors de la création du droit d'accès).

Le délégué à la protection des données de la CNIL émettait également des doutes (légitimes à mes yeux) sur le fait que j'étais bien à l'origine de ces demandes : là aussi, les DPO actuellement concernés font face à des refus de la part de personnes ayant compris que les responsables de traitement ne pouvaient plus formuler de telles demandes (ce qui est problématique non seulement en cas de demande de droit d'accès – à cause du risque de communication de données personnelles à un tiers illégitime – mais surtout en cas de demande de suppression). Enfin le DPO aurait préféré que j'utilise [le téléservice dédié mis à ma disposition sur le site web de la Commission](#) : c'est justement l'une des remarques formulées par les DPO concernés, qui avaient pris soin de créer une telle facilité en mettant à disposition des espaces clients sécurisés et authentifiant.

Avant de vous dévoiler la suite qui a été donnée à ma demande de droits RGPD exercée auprès de l'association de défense des consommateurs (suspense...), je me suis intéressé à la conformité du traitement mis en œuvre par l'UFC Que Choisir.

Caractéristiques du traitement de l'UFC Que Choisir

Collectant des données personnelles via son site Web, l'UFC Que Choisir est responsable de traitement. Passons en revue les « règles d'or » du RGPD (au moins, celles dont on peut estimer le respect par une vision externe).

Quelles sont les finalités poursuivies par le traitement ? Le titre l'indique clairement, en lettres capitales : « *Nous vous accompagnons dans l'exercice de votre droit* ». On notera ici que l'association ne s'est pas positionnée en tant que *proxy* (mandataire exerçant la demande auprès d'un responsable de traitement pour le compte d'une personne concernée). Le traitement présente au moins deux finalités secondaires : celle qui est mise en œuvre si l'on donne suite à cette proposition : « *Pour le bon suivi de votre demande par l'UFC Que Choisir, veuillez cocher cette case* » et celle qui correspond à « *Vous avez également la possibilité de nous donner votre accord pour être informés des futures campagnes de l'UFC Que Choisir* ». L'éventuelle formalisation de statistiques (pour suivre la campagne et son « efficacité » n'est pas évoquée, ni son fondement qui devrait normalement être l'intérêt légitime du responsable de traitement.

On suppose au moment de la saisie que les finalités poursuivies par le traitement identifiées *supra* sont fondées sur le consentement, mais le formulaire n'est pas directement accompagné d'une mention d'information répondant aux exigences de l'article 13 du RGPD. Pour essayer d'en savoir plus, il faut aller dans le pied de page pour afficher le texte de la rubrique « *Données personnelles* ». Dans son chapitre 1.1, on trouve l'information attendue : « *Les données personnelles que l'UFC-Que Choisir collecte : L'adresse email de l'utilisateur avec son consentement. C'est le cas lorsque vous utilisez notre outil d'aide à l'exercice de vos droits et créez un courrier à cette fin. L'UFC Que-Choisir vous propose de vous accompagner dans le suivi de votre demande. Dans ce cadre, vous devez accepter de nous transmettre votre adresse email. Vous avez également la possibilité de nous donner votre accord pour être informé des futures campagnes de l'UFC Que Choisir* ». Dommage que l'information ne soit pas préalable, [comme le demande le RGPD](#) : « ... le responsable du traitement lui fournit, au moment où les données en question sont obtenues, toutes les informations suivantes... ». Je me souviens, lors des ateliers en présentiel que la CNIL

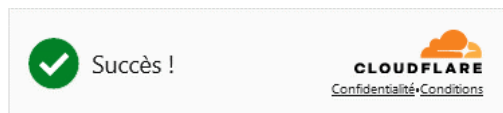
dispensait jadis, qu'il nous était demandé d'ajouter dans les formulaires un lien menant vers la mention d'information... et que ce lien devait être positionné avant le bouton permettant de valider la saisie.

C'est dans cette même page, dans son chapitre 4, qu'on prend connaissance des durées pendant lesquelles les informations vont être conservées : « *Les données relatives aux adresses email des utilisateurs à des fins de sollicitations pour les campagnes de l'UFC- Que Choisir sont conservées pour une durée de 5 ans. Les données relatives aux adresses email afin de suivre l'évolution des demandes d'exercice des droits seront conservées pendant 2 ans. Les données seront ensuite supprimées* ». Plusieurs réflexions à ce stade : tout d'abord, je n'ai pas trouvé la durée de conservation pour la finalité principale (l'accompagnement dans l'exercice du droit). Est-ce à dire que l'UFC Que Choisir purge immédiatement toutes les données saisies si nous n'avons ni choisi de leur confier le suivi des demandes ni d'être informés des campagnes de l'association ? On peut ensuite s'interroger sur la durée de deux ans destinée à suivre l'évolution des demandes d'exercice des droits. Mais il est vrai que le RGPD n'exige pas de mettre à disposition des personnes concernées une explication quant à la détermination des durées de conservation.

La page indique ensuite très clairement les destinataires (uniquement les personnels de l'UFC Que Choisir en charge de chaque finalité), les moyens de contacter le DPO (par courrier postal ou via un formulaire... mais pas par email – le DPO de l'association ne souhaitant sans doute pas subir le sort des DPO des « cibles » actuellement submergées par des demandes de droit), l'absence de flux transfrontières, l'absence de décision automatique, les moyens d'exercer ses droits RGPD (avec un rappel sur la possibilité de retirer le consentement à tout moment) et le droit d'introduire une réclamation auprès de la CNIL.

Une analyse très légère de la sécurité du site Web (qui ne dit rien de la sécurisation des données en interne une fois collectées) donne de bons résultats, aussi bien en termes de protocoles, de certificat, de méthode d'échange des clés ou de longueur de celles-ci.

Par ailleurs, on remarque la présence dans la première page du formulaire d'un test de Turing estampillé Cloudflare. Certains d'entre vous connaissent ma sensibilité concernant certains dispositifs de type Captcha (Cf. mon article « [Bien sûr que je ne suis pas un robot ! Quoi que...](#) »). [Dans sa politique Privacy](#), l'entreprise américaine indique traiter l'adresse IP des internautes et être éventuellement dans l'obligation de la partager notamment dans les cas où ils sont « *tenus de divulguer des informations personnelles pour répondre à des citations à comparaître, à des ordonnances judiciaires ou à des procédures légales* ». Se pose donc la question de la cohérence avec l'affirmation selon laquelle « *Les données collectées n'ont pas vocation à être transférées hors UE.* » (Mais je n'ai pas pu creuser plus avant cet aspect).



Une comparaison éclairante avec le téléservice de l'ICO

L'autorité de contrôle pour le Royaume-Uni (l'ICO, pour *Information Commissioner's Office*) propose depuis quelques mois sur son site web un téléservice intitulé « [Make a subject access request](#) ». Il est proposé au milieu d'informations didactiques visant à accompagner les personnes concernées dans leur démarche.

J'ai également testé ce service. Il m'a fallu saisir les informations suivantes : nom et adresse email de l'organisme (du responsable de traitement), détails des données personnelles souhaitées, indication de la période pour laquelle les données sont souhaitées, identifiant ou référence client, raison motivant la demande et tout autre détail pouvant aider l'organisme à retrouver les données attendues. Je suis ensuite invité à fournir mes nom et prénom, ma date de naissance, mon adresse email, mon adresse postale et mon numéro de téléphone.

Il est (très) intéressant de relever parmi toutes ces saisies celles qui sont requises. Ainsi l'ICO rend obligatoire la fourniture de précisions qui ne sont pas prévues par le RGPD mais qui aident grandement le responsable

de traitement sollicité, comme le détail des données personnelles souhaitées ou l'indication de la période pour laquelle les données ont été vraisemblablement traitées. On voit donc que l'autorité a pris soin « d'encadrer » son téléservice pour éviter qu'il ne soit utilisé pour générer des demandes de nuisance. D'autant que, techniquement (et contrairement à la pratique de l'UFC Que Choisir), l'email est envoyé du serveur de messagerie de l'autorité, qui agit donc en tant que *proxy*⁶. Se place-t-elle ainsi en tant que sous-traitant de chaque demandeur ? Il apparaît que non : selon l'information délivrée dans la page « [Purpose and lawful basis for processing](#) », l'ICO considère que « *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* ». En revanche, la réponse sera transmise du responsable de traitement au demandeur sans que l'ICO puisse en prendre connaissance.

How should I handle this request?

You must respond to a subject access request within one month of receiving it.

The ICO has not checked the identity of the requestor. You must be satisfied that you know the identity of the requestor, and that the data you hold relates to them. You may need to contact the requestor to check their identity. We've informed the requestor they need to provide you with ID if asked.

And, you may contact them to clarify their request.

See <https://ico.org.uk/for-organisations/uk-gdpr-guidance-and-resources/individual-rights/right-of-access/> for guidance about:

- * the right of access
- * what to consider when responding to a subject access request
- * how to find and retrieve the relevant information
- * how to supply the information to the requestor
- * when you can refuse a request
- * what exemptions there are.

L'analyse de l'email que reçoit le responsable de traitement est également très intéressante et montre les efforts déployés par l'autorité pour aider les organismes sollicités. Il est ainsi précisé que l'ICO n'a pas vérifié l'identité réelle du demandeur et qu'il est donc possible au responsable de traitement de contacter ce dernier pour procéder à toute vérification utile ou demander des précisions qui aideraient à traiter le droit de façon diligente. On voit donc qu'il existe plusieurs différences entre les approches de l'ICO et de l'UFC Que Choisir.

Voici les caractéristiques notables du service de l'autorité du Royaume-Uni :

- Un téléservice encadré par de nombreuses explications, d'aides et de précautions ;
- Un téléservice dédié au seul droit d'accès ;
- Un formulaire de demande dans lequel il est obligatoire de préciser les données souhaitées et une indication temporelle (alors que le RGPD n'y oblige pas) et qui incite fortement à indiquer la raison de la démarche ;
- Un formulaire qui insiste sur « l'aide » à apporter à l'organisme sollicité (le mot apparaît plusieurs fois) ;
- Un téléservice qui prend la précaution d'indiquer les exemptions (c'est-à-dire d'expliquer aux demandeurs les raisons pour lesquels leur demande pourrait être refusée) ;
- Un téléservice qui n'est branché sur aucun fichier ;
- Un téléservice agnostique, qui ne « vise » pas certains organismes en particulier.

Il est dès lors intéressant d'établir des parallèles avec l'approche retenue par l'association française :

- Un téléservice peu encadré, avec peu d'explications, d'aides et de précautions (pour que les demandeurs évitent de faire n'importe quoi) ;
- Un téléservice qui permet d'exercer tous les droits RGPD, sans que les personnes concernées comprennent vraiment à quoi ils correspondent ;
- Un téléservice qui ne prend pas la précaution d'indiquer les exemptions (les raisons pour lesquels la demande sera refusée) – À quoi sert, par exemple, de demander une suppression sur des données qui sont traitées sur le fondement d'un contrat ? À créer de la frustration chez la personne concernée ?
- Un téléservice « branché » sur le fichier des DPO ... et donc offrant une « prime » aux organismes n'en ayant pas désigné (ils ne seront jamais visés) !

⁶ On notera que, dans la page « [Adresser une plainte à la CNIL](#) » de son site Web, la Commission indique ce qu'elle ne peut pas faire, dont « *Exercer vos droits à votre place si vous ne l'avez pas fait. La CNIL ne peut pas être votre mandataire* ».

- Un téléservice qui donne la possibilité d'aiguiller les demandes vers les DPO même quand les organismes ont mis en place une modalité dédiée (formulaire) ;
- Un téléservice qui incite à exercer son droit vers quelques « cibles » choisies par UFC Que Choisir.

Quels sont les buts poursuivis par une telle campagne ?

J'ai essayé de comprendre les motivations qui ont poussé l'UFC Que Choisir à orchestrer une telle action, sachant que l'association peut se targuer par ailleurs d'initiatives notables concernant la protection des données personnelles (Je pense, par exemple, [à sa plainte contre Meta ou la condamnation de Twitter](#) que l'association avait obtenue par le TGI de Paris le 7 août 2018 concernant la présence de clauses abusives dans sa politique de confidentialité).

Dans son article « [Démarchage téléphonique : Un outil pour gagner en tranquillité](#) » publié le 19 décembre 2023, l'association l'indique clairement : « Dans le prolongement de sa campagne « Je ne suis pas une data », l'UFC-Que Choisir propose aux consommateurs, excédés par le fléau du démarchage téléphonique, d'utiliser la réglementation applicable en matière de protection des données personnelles (« RGPD ») pour exiger de leur opérateur de téléphonie qu'il supprime le transfert de leurs coordonnées téléphoniques à l'annuaire public et à leurs partenaires ».

L'association a fait de la lutte contre le démarchage téléphonique intempestif - qui suscite l'exaspération des Français – l'un de ses combats, et ceci de longue date. Ainsi, selon l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques), « [Les Français sont de plus en plus réticents à décrocher sur leur mobile lorsque le numéro ne figure pas dans leur répertoire](#) ». L'observatoire met en évidence une baisse progressive du taux de décrochés des utilisateurs aux appels d'origine inconnu. Ainsi 65 % des utilisateurs déclarent ne jamais décrocher ou rarement aux appels dont ils ne reconnaissent pas le numéro en 2023 contre 57 % en 2021. Une action qui traduit la crainte des appels malveillants et des arnaques en tous genres mais sans doute aussi la tentation d'éviter les campagnes de démarchage téléphonique.



La prospection non sollicitée

Des avancées notables ont été apportées par la loi dite Naegelen, [n° 2020-901 du 24 juillet 2020](#) : l'information de la personne appelée est renforcée (Le professionnel doit impérativement lui indiquer qu'elle peut s'inscrire gratuitement sur Bloctel), les horaires de prospection ont été limités (autorisé du lundi au vendredi, de 10 heures à 13 heures et de 14 heures à 20 heures et est interdite le samedi, le dimanche et les jours fériés⁷) et le quantum des sanctions a considérablement augmenté (une personne physique risque une amende pouvant aller jusqu'à de 75.000 € au lieu de 3.000 euros, une personne morale peut écoper de 375.000 € au lieu d'un maximum de 15.000 €). L'interdiction du démarchage téléphonique dans les secteurs de la rénovation énergétique et de la formation professionnelle ainsi que le renforcement du dispositif [Bloctel](#) ont également été obtenus⁸. On relève dans la publication de l'ARCEP que [la réception d'appels indésirables sur](#)

⁷ Cf. le [Décret n° 2022-1313 du 13 octobre 2022](#) relatif à l'encadrement des jours, horaires et fréquence des appels téléphoniques à des fins de prospection commerciale non-sollicitée

⁸ Cf. L'actualité intitulée « [Pourquoi Bloctel fait partie des meilleurs dispositifs dans le monde ?](#) » publiée en juin 2024. Extrait : « Le démarchage téléphonique est une pratique qui suscite des réactions mitigées à travers le monde. Utilisé par de nombreuses entreprises pour promouvoir leurs produits et services, il peut rapidement devenir envahissant pour les consommateurs. En réponse, plusieurs pays ont mis en place des régulations pour protéger leurs citoyens. En comparaison avec d'autres dispositifs internationaux, Bloctel se distingue par sa rigueur, son efficacité et son approche centrée sur le consommateur. Grâce à une application stricte des règles et à des sanctions dissuasives, il offre une protection optimale contre le démarchage téléphonique »

[ligne fixe a baissé](#) de 20 % en 2022 à 16 % en 2023 : un premier signe de l'efficacité de ces nouvelles dispositions ?

Il est intéressant de prendre connaissance [des débats qui se sont tenus en novembre 2018](#) au sein de la Commission des affaires économiques de l'Assemblée nationale sur la proposition de loi. On voit bien l'opposition entre deux visions : d'un côté le maintien de l'opt-out, de l'autre l'interdiction pure et simple du démarchage téléphonique, comme en témoigne l'amendement déposé par le député (LFI) François Ruffin, dont le témoignage est croquignolet : « *Pour ma part, je n'ai plus de ligne fixe : je l'ai supprimée parce que tous les jours, tous les midis, tous les soirs, je recevais des appels pour me vendre des portes, des fenêtres, des cuisines, des casseroles, des cheminées, des caisses de vin de Bourgogne, des abonnements téléphoniques, des abonnements télé, des abonnements internet, des chaussettes triple épaisseur, des doudounes auto-chauffées, des brosses à dents électriques, des peignes magiques et des trèfles à quatre feuilles... Au bout du fil, il y avait une voix, parfois une voix d'ici, parfois une voix aux rondeurs africaines, parfois même la voix métallique d'un robot. Le plus souvent, à peine le combiné décroché, je raccrochais. Je me sentais harcelé dans mon intimité, agressé dans ma tranquillité, et j'agressais à mon tour : au mieux, je dégainais un poli « non merci » et le plus souvent un « virez-moi de vos listes, arrêtez de m'emmerder ! », tout en éprouvant immédiatement du remords, parce que je connais l'envers et l'enfer du décor.* ». Sans surprise, le maintien de l'opt-out a été consacré afin de prendre en considération l'importance du démarchage téléphonique pour l'activité économique du pays : Au-delà du seul secteur de la relation client, le démarchage téléphonique est essentiel pour certaines entreprises, tous secteurs confondus, pour lesquelles près de 70 % des contacts se font par téléphone.

Ne pas tout confondre

On met trop rapidement sous l'appellation « prospection téléphonique » des actions qui n'en sont pas. C'est pour cela que la sémantique est importante. Ainsi, on doit distinguer différents types d'appels :

- Les appels tout à fait légitimes, mais ressentis à tort comme illégitimes par les personnes appelées en méconnaissance des textes. Il est ainsi fréquent d'entendre une personne se plaindre d'avoir été appelée par un artisan dans le cadre d'un contrat, pour un sondage officiel, par une association caritative, par une église ou un parti politique alors qu'elles sont inscrites sur Bloctel... alors que ces appels respectent bien les règles en vigueur⁹ ;
- Les appels illégitimes (mais sans relever d'une tentative d'escroquerie), initiés par des acteurs de bonne foi, en méconnaissance de la loi (on pense principalement à des artisans ou des TPE) ;
- Les appels illégitimes (mais sans relever d'une tentative d'escroquerie), initiés par des acteurs qui connaissent les règles mais tentent d'y échapper ;
- Enfin les tentatives d'escroqueries (n° surtaxé, vente forcée, abus de faiblesse, etc.). Ces fraudes ne rentrent pas dans le champ du dispositif Bloctel car elles ne constituent pas du démarchage commercial.

Le nouveau quantum des sanctions de la loi Naegelen devrait avoir un effet sur les appels illégitimes, mais quid de son efficacité à l'encontre des fraudeurs, souvent basés à l'étranger ?

Revenons sur la raison qui semble avoir poussé l'association UFC Que Choisir à focaliser son initiative [Respectemesdatas.fr](#) vers quatre opérateurs téléphoniques. Un passage d'un article paru dans le n° 632 (février 2024) du magazine édité par l'association et intitulé « *Gagner en tranquillité grâce à un outil gratuit* » apporte la réponse : « *Résolue à lutter contre le fléau du démarchage téléphonique, l'UFC-Que Choisir a mis en place l'outil*

non sollicité. La France peut donc se targuer de disposer d'un des meilleurs systèmes de régulation du démarchage téléphonique au monde, offrant un modèle à suivre pour d'autres pays. »

⁹ Rappel : Tout professionnel peut démarcher un consommateur inscrit sur la liste Bloctel dans les cas suivants : dans le cadre d'un contrat en cours, lorsqu'il s'agit d'un appel en vue de la fourniture de journaux, de périodiques ou de magazines, lors d'appels émanant d'instituts de sondage ou d'associations à but non-lucratif, dès lors qu'il ne s'agit pas de prospection commerciale.

*Respectemesdatas.fr. Il permet aux abonnés au fixe et au mobile d'écrire à leur opérateur afin de s'opposer au transfert de leur numéro à des annuaires publics et à leurs partenaires. L'objectif ? Juguler ce type de prospection commerciale, particulièrement intrusive. ». Pour l'association, tout semble être la faute des opérateurs téléphoniques qui revendraient les numéros de téléphone de leurs abonnés ou les mettraient à disposition des acteurs commerciaux. Cela m'a été confirmé par un représentant de l'association, lors d'un échange que j'avais sollicité auprès d'elle (voir *infra*).*

L'association continue d'appeler de ses vœux l'interdiction totale de la prospection téléphonique

Fort d'une introduction de la *Deputy Director General* du BEUC, et en l'absence des pilotes de la campagne analysée, j'ai été reçu fort aimablement au siège de l'UFC Que Choisir par un chargé de mission « Secteur numérique ». Après avoir expliqué ma démarche et ses objectifs (Mieux comprendre la campagne lancée par l'association visant quatre opérateurs téléphoniques, ses caractéristiques, ses suites possibles, etc.), j'ai pu aborder les points qui me tenaient à cœur. Le plus simple est d'intégrer ici les notes que j'ai prises à cette occasion (les erreurs de compréhension sont donc miennes).

Quel est l'objectif visé par l'UFC Que Choisir avec cette campagne qui vise les quatre opérateurs téléphoniques ?

Obtenir une loi qui interdise totalement le démarchage téléphonique et passer dans le régime de l'opt-in.

Mais pourquoi vouloir interdire le démarchage téléphonique légitime ?

C'est une plaie dont se plaignent de très nombreux consommateurs, ce qui n'est pas le cas – par exemple – chez nos voisins allemands.

N'aurait-il pas été plus logique de commencer par essayer de comprendre pourquoi on observe de telles différences entre états européens, d'identifier d'abord les vraies causes du problème et de prendre connaissance des solutions qui ont été déployées chez nos voisins pour le traiter ?

[...]

En quoi inciter les « gens » à faire pression sur les opérateurs téléphoniques peut réduire les appels commerciaux de nuisance ?

[Ici, je comprends que l'association est persuadée que ces acteurs transmettent les numéros de téléphone aux acteurs du marketing, en infraction avec leurs engagements et à l'insu de leurs clients.]

Savez-vous combien de personnes ont utilisé votre téléservice ?

Environ 200.000. Nous notons une alternance de pics quand nous en faisons la promotion, suivis de période d'inactivité.

Si vous êtes persuadés que ces opérateurs se livrent à des pratiques illégales, pourquoi ne les attaquez-vous pas en justice ?

[...]

Ne pensez-vous pas que les numéros de téléphone utilisés dans le cadre d'appels illégitimes se trouvent plutôt dans le Darkweb¹⁰ et que les acteurs qui sont à l'origine des appels de nuisance s'en servent ? Si tel est le cas, faire pression sur les opérateurs ne servirait à rien ?

[...]

[Visiblement, cela n'a pas été étudié. Pourtant, en juin 2023, l'UFC Que Choisir a publié un numéro spécial intitulé « *Numérique – Sécurisez vos données !* » dans lequel, en page 59, un escroc informatique explique qu'il trouve dans le darknet « *des numéros de téléphone* » et qu'il a « *toujours des acheteurs pour ce type de données*¹¹ ». Dès lors, par quel miracle les escrocs se sentiraient restreints pas une éventuelle nouvelle loi ? Il me semble que les spammeurs n'ont pas arrêté de diffuser leurs pourriels après l'entrée en application de la LCEN¹²...

Je me suis « amusé », à partir de [la liste des violations de données qui ont été notifiées à la CNIL](#), d'essayer d'estimer très (très) grossièrement combien de personnes pouvaient avoir vu leur numéro de téléphone fuiter à l'occasion d'un tel incident (numéros qui peuvent donc potentiellement se retrouver sur le Darkweb). En travaillant sur le fichier daté de décembre 2023, on constate que 2.295 violations ont touché plus de 5.000 personnes depuis l'entrée en application du RGPD. Si je ne conserve que celles qui présente une perte de confidentialité, il en reste 1.889. Si, parmi elles, je ne conserve que celles comportant des coordonnées : il en reste 1.546... ce qui m'amène à un minimum de 7.730.000 personnes concernées, hors doublons ! En y ajoutant les données de contact qui figuraient dans la violation dont France Travail a été victime en 2024 et celles qui ont frappé deux opérateurs de tiers payant, j'ai peur que l'intégralité de nos numéros de téléphone figurent déjà dans le Darkweb, à disposition des malfaisants.]

Ne croyez-vous pas qu'une part importante des appels de prospection ressenties comme « intrusives » soit le fait que, depuis des années, les internautes communiquent leur numéro de téléphone sur des sites Web, sans prendre connaissance des mentions d'information et sans se soucier des conséquences ?

[...]

Je suis surpris que l'UFC Que Choisir se fixe un objectif à la fois qui me semble impossible à atteindre (l'interdiction totale du démarchage téléphonique) et inutile (car, à mon sens, les opérateurs téléphoniques n'y sont pour rien).

Certes, mais c'est notre stratégie de négociation : demander beaucoup pour obtenir un peu.

Mais si le démarchage téléphonique devient totalement interdit, ne craigniez-vous pas que les ONG, les associations caritatives et les mouvements religieux perdent alors une part importante de leurs ressources ?

[...]

Comment allez-vous faire pour constater si votre campagne est efficace, c'est-à-dire que les personnes qui ont exercé leur droit de s'opposer à la communication de leur numéro de téléphone ne reçoivent plus (ou moins) d'appels de démarchage ?

¹⁰ Le *darkweb*, ou « web clandestin » (ou trouve aussi la sémantique « *deepweb* »), est le web non indexé et non accessible par des moyens standard. Ce terme est généralement utilisé pour désigner le web criminel au sens large.

¹¹ Ce même texte indique que, deux ans après la cyberattaque dont avait été victime en février 2021 vingt-huit laboratoires médicaux dans l'ouest de la France « *deux ans après, les victimes en subissent toujours les conséquences. Quotidiennement ciblées par des messages et appels louches, elles vivent désormais dans la crainte d'arnaques et de vols et sont obligées de se méfier de tout* ».

¹² Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique, qui a consacré le principe de l'opt-in pour les communications commerciales électroniques.

À part leur demander s'ils ont obtenu une réponse de la part de l'opérateur, nous n'allons pas plus loin. Nous ne saurons donc pas s'ils reçoivent ensuite moins d'appels de nuisance¹³.

Dans ce cas, comment l'UFC Que Choisir va-t-elle décider de l'arrêt de sa campagne qui vise les opérateurs téléphoniques, si elle est dans l'incapacité d'en constater le succès ou l'échec ?

[...]

Je reviens sur l'hypothèse selon laquelle les opérateurs partageraient les numéros de téléphone avec les acteurs du marketing. Je note que, concernant les numéros de téléphone fixe, ils sont obligés de les communiquer à l'annuaire universel, de par la loi¹⁴. Les clients en sont informés et peuvent s'y opposer.

Ce n'est pas normal que les personnes soient obligées de s'opposer. C'est de l'opt-out. Il faut que cela passe en opt-in !

Concernant les numéros de téléphone portables, les opérateurs ciblés par votre initiative précisent bien dans leurs CGU que, par défaut, ils ne les communiquent pas. Cela renforce l'hypothèse selon laquelle les acteurs qui réalisent des appels illégitimes se les procurent ailleurs. Qu'en pensez-vous ?

[...]

Savez-vous si, une fois la campagne actuelle visant les opérateurs terminée, d'autres cibles sont envisagées ?

Ne sait pas.

[À ce sujet, il est intéressant de se reporter à [l'interview radiophonique donnée par Matthieu Robin](#), responsable adjoint des Études chez l'UFC Que Choisir auprès de France Bleu Picardie en mars 2023. Regrettant que la nouvelle loi n'ait pas imposé l'opt-in, il citait deux secteurs qui l'inquiètent particulièrement : celui de l'assurance (« On relève 10 000 litiges chaque année dont 10 % sont en lien avec le démarchage téléphonique ») et celui des mutuelles. Les DPO concernés doivent-ils se préparer, eux-aussi, à être submergés par un déluge de demandes de droits RGPD ?]

Je suis en train d'analyser ce que fait l'ICO – la « CNIL » britannique, qui propose également un téléservice similaire au vôtre, mais avec bien plus d'encadrement et de précautions. Qu'en pensez-vous ?

Nous ne sommes pas au courant de cette initiative.

¹³ Dès lors, on se demande comment, concrètement, l'association se propose « de suivre la bonne exécution de cette initiative », comme elle l'indique dans son article « [Démarchage téléphonique : Un outil pour gagner en tranquillité](#) » publié le 19 décembre 2023. Je constate qu'à la suite de mon envoi à l'UFC Que Choisir de mon projet de publication, l'association a diffusé un questionnaire (sur SurveyMonkey) pour tenter de mesurer l'impact de sa campagne : « Bonjour, Vous avez utilisé l'outil [respectemesdatas.fr](#) pour limiter le démarchage téléphonique et avez souhaité que l'UFC-Que Choisir suive votre demande et nous vous en remercions. Afin de connaître les suites données à votre demande d'exercice de droit et mesurer l'impact de notre outil, nous avons préparé un rapide questionnaire que nous vous serions reconnaissants de bien vouloir compléter. Deux minutes suffisent. Ce questionnaire est entièrement anonyme, aucune donnée personnelle ne vous sera demandée. Il vous suffit d'utiliser ce lien. Nous vous remercions de votre intérêt pour notre action. Bien cordialement. L'Equipe Respecte Mes Datas ». Le questionnaire n'est resté ouvert que quelques jours. Problème technique ? Et l'association se montrera-t-elle transparente en publiant les résultats de sa campagne ? Par ailleurs, une éventuelle amélioration ne serait-elle pas simplement due à la loi Naegelen ?

¹⁴ L'annuaire universel est la liste répertoriant tous les abonnés au téléphone fixe et mobile en France. Tous les opérateurs téléphoniques doivent obligatoirement contribuer à la constitution de l'annuaire universel conformément au décret n° 2005-606 du 27 mai 2005 relatif aux annuaires et services de renseignements. Le code des postes et des communications électroniques prévoit que : pour les numéros fixes : par défaut, le numéro est intégré dans les listes de l'opérateur sauf si l'utilisateur en fait expressément la demande inverse ; pour les numéros mobiles : par défaut, le numéro ne sera pas intégré dans les listes de l'opérateur sauf si l'utilisateur en fait expressément la demande. L'annuaire universel regroupe donc l'ensemble des coordonnées et des numéros de téléphone de tous les abonnés aux services téléphoniques fixe et mobile, sous réserve du droit des consommateurs à protéger leurs données. Il permet ainsi à tous les abonnés de pouvoir être joignables via les services d'annuaires et de renseignements. Libre aux clients de demander, supprimer ou tout simplement restreindre la parution de leur numéro dans l'annuaire. Pour cela, il leur suffit de souscrire à une ou plusieurs options (gratuites) de protection ou de restrictions à la parution proposées par l'opérateur (dont le service Bloctel).

Votre téléservice semble « branché » sur la liste des responsables de traitement ayant désigné un DPO, publiée par la CNIL en données ouvertes : est-ce bien le cas ?

Oui.

Cela ne revient-il par en fait à « punir » les organismes qui ont (pour certains) fait l'effort de désigner un délégué à la protection des données, les entités qui sont dépourvues de DPO échappant ainsi à votre outil ?

[...]

Ne serait-il pas plus logique que ce soit la CNIL qui se charge de lutter contre une typologie particulière de prospection téléphonique illégitime, le contrôle et la sanction figurent dans ses missions ?

[...]

Ce dernier échange m'a amené à rechercher si la CNIL et ses homologues étaient également mobilisés sur cette thématique.

Que font les autorités de contrôle européennes sur ce sujet ?

Sans rechercher l'exhaustivité, j'ai rapidement trouvé plusieurs décisions¹⁵. Ainsi, en novembre 2019 (donc avant l'entrée en application de loi Naegelen), la formation restreinte de la CNIL a sanctionné à hauteur de 500.000 euros avec publicité une société qui installe des équipements d'isolation, des pompes à chaleur et des ouvrants ([Délibération SAN-2019-010 du 21 novembre 2019](#)). La commission avait été saisie par un particulier faisant état de démarchage téléphonique alors que ses demandes d'opposition n'étaient pas suivies d'effet. En mars 2018, la CNIL avait procédé à une mission de contrôle sur place. La délégation a été informée que la société traitait les données de clients et prospects obtenues soit directement auprès des personnes concernées soit collectées auprès de tiers dans le cadre d'un programme de parrainage. La prospection commerciale téléphonique de la société était réalisée par plusieurs centres d'appels agissant en qualité de sous-traitants. La société n'avait pas mis en place de mécanisme centralisé permettant que soient prises en compte les demandes d'opposition exprimées par les personnes démarchées.

Bien plus récemment (en avril 2024), la CNIL a infligé à la société Hubsid Store une sanction de 525.000 euros avec publicité de la décision pour avoir notamment utilisé à des fins de prospection commerciale téléphoniques des données fournies par des courtiers en données, sans s'assurer que les personnes concernées avaient valablement consenti à être démarchées ([Délibération SAN-2024-004 du 4 avril 2024](#)) – là encore, une sanction d'un montant supérieur à ce que prévoit la loi Naegelen.

En Italie, en avril 2024, le *Garante per la protezione dei dati personali* (la « CNIL » italienne) a infligé une amende de 100.000 euros à deux distributeurs d'énergie, notamment pour le traitement illicite de données à caractère personnel lors de prospection téléphonique ([Provvedimento dell'11 aprile 2024 \[10008076\]](#)). L'autorité s'était saisie du dossier à la suite de plaintes d'utilisateurs concernant la réception d'appels téléphoniques non désirés et de l'activation de contrats d'énergie non sollicités. Il est également question de prospection téléphonique abusive dans le cadre de la sanction qui a frappé Enel Energia. Des escrocs s'étaient entendus avec des sous-traitants du distributeur d'énergie pour utiliser leurs droits d'accès au système d'information d'Enel, récupérer les coordonnées des anciens clients ayant quitté l'opérateur national pour les harceler par téléphone et à leur domicile afin de leur faire signer un nouveau contrat. L'autorité a reproché à Enel de ne pas avoir pris ce risque au sérieux, de ne pas avoir surveillé les connexions à son infrastructure informatique

¹⁵ On remarquera qu'aucun opérateur téléphonique n'était impliqué dans ces dossiers,

et de ne pas avoir suffisamment encadré sa chaîne de sous-traitance. La sanction a dépassé 79 millions d'Euros ([Provvedimento dell'8 febbraio 2024 \[9988710\]](#)).

De l'autre côté de la Manche, l'ICO se saisit également régulièrement de cette thématique. Ainsi, en avril 2024, [elle a sanctionné deux entreprises pour un total de 340.000 £ pour « marketing agressif et prospection téléphonique non sollicitée »](#). En treize mois, plus d'un million de personnes avaient été démarchées – toutes inscrites à la liste nationale « *Do not call* ». L'enquête a montré que les personnes âgées étaient particulièrement ciblées. Sur une période d'un an (d'avril 2023 à avril 2024, l'ICO a infligé un total de 2.590.000 £ en sanction à l'encontre d'acteurs ayant réalisé des campagnes de « *nuisance calls* », de SMS et d'email non désirés.

On voit donc que les autorités de protection des données ne restent pas inactives¹⁶. Mais peut-être que cela ne suffit pas pour l'association UFC Que Choisir, qui semble ne pas avoir pris le soin d'informer la CNIL du lancement de sa campagne. Interpelée par mes soins publiquement à ce sujet lors de l'Université AFCDP des DPO, le 9 février dernier, la Présidente de la CNIL s'était montrée surprise et s'est engagée à demander à ses services d'investiguer. Cela montre un certain décalage avec les écrits de l'association, qui évoquent régulièrement « *l'appui de la CNIL* » dont elle bénéficierait¹⁷ (ce qui pourrait laisser entendre à tort que le service *RespecteMesDonnées* a reçu l'approbation – voire le soutien – de la commission).

Il serait souhaitable d'objectiver le caractère « excessif » de certaines demandes de droits RGPD

Lors de mon interpellation de la Présidente de la CNIL, j'avais ainsi formulé ma question : « *N'est-il pas dans le pouvoir du CEPD de mieux définir le caractère abusif des démarches similaires à celles d'UFC Que Choisir ?* ». Voilà un vrai sujet qui pourrait (devrait ?) être traité par le Comité Européen de la Protection des Données dans le cadre de [son action coordonnée pour 2024](#) (Il a choisi de se pencher sur le droit d'accès).

On rappellera que [l'article 12.5. du RGPD](#) dispose que « *Lorsque les demandes d'une personne concernée sont manifestement infondées ou excessives, notamment en raison de leur caractère répétitif, le responsable du traitement peut : a) exiger le paiement de frais raisonnables qui tiennent compte des coûts administratifs supportés pour fournir les informations, procéder aux communications ou prendre les mesures demandées ; ou b) refuser de donner suite à ces demandes* ». Je me rappelle de la première demande « de masse » de droits d'accès qu'avait été amené à traiter le Correspondant Informatique et Libertés d'une petite société (depuis disparue), Alcatel. Ayant reçu un millier de demandes de la part de salariés qui suivaient une « invitation » formulée par l'un des syndicats maison, ce CIL s'était rapproché de la CNIL dans l'espoir d'obtenir un blanc-seing pour ne pas y répondre, compte-tenu du nombre de demandes et du contexte. Las. Il lui avait été expliqué qu'il ne fallait pas tenir compte du nombre et que chaque personne concernée ne lui avait envoyé qu'une demande...

Poursuivant mes recherches sur ce point précis, j'ai identifié trois positions très intéressantes.

La première est celle du Ministère de l'Économie, de l'Industrie, de la Protection du Climat et de l'Énergie du Land de Rhénanie-du-Nord-Westphalie. Dans le cadre de l'appel à contributions lors de la deuxième

¹⁶ Et ceci sans compter [les amendes administratives infligées par la DGCCRF](#) au titre de l'article L.522-1 du code de la consommation (L'article L.522-6 du même code prévoit en sus la possibilité de publier la décision de sanction). En janvier 2024, [elle a infligé une amende administrative d'un montant total de 643.841 €](#) à l'encontre de la société S.A.S RENERGY : la société ne s'était pas assurée auprès de l'organisme gestionnaire du portail Bloctel de la conformité de ses fichiers de prospection commerciale avec la liste d'opposition au démarchage téléphonique, contrevenant ainsi aux obligations résultant de l'article L. 223-1 du Code de la consommation. Le 13 mai 2024, la Direction Départementale de la Protection des Populations de Gironde a prononcé une amende administrative de 70.680 € à l'encontre de la société MCE qui commercialise des compléments alimentaires par démarchage téléphonique. L'enquête, menée par les agents de la DGCCRF, a établi que la société a eu recours au démarchage téléphonique sans fournir des informations obligatoires en début d'appel ; procédé au démarchage téléphonique de personnes inscrites sur la liste Bloctel d'opposition au démarchage téléphonique et a procédé à du démarchage téléphonique non sollicité en dehors des horaires légaux.

¹⁷ Ainsi on relève dans le numéro d'avril 2024 du magazine Que Choisir, un article intitulé « *Données personnelles : Avec l'appui de la Cnil* ».

revue du RGPD, il a formulé la proposition d'amélioration du RGPD suivante¹⁸ : « Clarification de la notion d'abus : Il convient de clarifier dans quelle mesure les responsables de traitement qui, en raison d'incitation (par exemple sur les réseaux sociaux) à leur adresser simultanément des demandes d'accès conformément à l'article 15.1 du RGPD sont exposés à un grand nombre de demandes - au point de peser sur leur fonctionnement normal -, peuvent recourir à la notion d'abus. Les demandes massives sont susceptibles de nuire considérablement à l'activité des organismes. La Commission est priée d'examiner si la formulation de l'article 12.5. du RGPD permet à un responsable de traitement de qualifier d'excessive la démarche collusive d'un grand nombre de demandeurs. Il serait souhaitable d'introduire une règle selon laquelle, en cas d'accumulation exceptionnelle de demandes et l'existence d'un lien de causalité, l'intention de nuire permettrait de considérer les demandes comme excessive, l'intention de nuire étant présumée. ».

La deuxième est celle exprimée en mai 2024 par le *Center for Information Policy Leadership* (CIPL) dans son document intitulé « [The GDPR's First Six Years - Positive Impacts, Remaining Implementation Challenges, and Recommendations for Improvement](#) ». Dans la partie « *Challenges and Unfulfilled Promises of the GDPR* » (en page 11), le recours « impropre » au droit d'accès est regretté : « Les responsables de traitement observent une augmentation de l'utilisation abusive des droits de certaines personnes dans le cadre du RGPD et sont confrontées à certaines difficultés liées à l'interprétation de la limite ces droits. Disposant d'une marge de manœuvre très limitée pour considérer les demandes d'accès des personnes comme infondées ou vexatoires, ils peuvent être victimes de demandes utilisées de manière abusive à leur rencontre, comme la soumission en masse de demande d'accès n'ayant d'autre but que de gêner – voire paralyser – leur fonctionnement, une forme de « militarisation » des droits RGPD ».

La troisième se trouve dans le projet de loi britannique sur la protection des données et l'information numérique (DPDI pour [Data Protection & Digital Information Bill](#)), qui remplacerait le RGPD. On y trouve une disposition qui vise à « Faciliter le refus par les responsables de traitement de répondre aux demandes d'accès aux données lorsque celles-ci sont vexatoires ou excessives, compte tenu de l'ensemble des circonstances ». Cet éventuel article 12A du DPDI est ainsi rédigé : « *Vexatious or excessive requests by data subjects. Paragraph 2 applies where a request from a data subject under any of Articles 15 to 22 or 34 is vexatious or excessive. 2. The controller may — (a) charge a reasonable fee for dealing with the request, or (b) refuse to act on the request. 3. In any proceedings where there is an issue as to whether a request is vexatious or excessive, it is for the controller to show that it is. 4. Whether a request is vexatious or excessive must be determined having regard to the circumstances of the request, including (so far as relevant) — (a) the nature of the request, (b) the relationship between the data subject and the controller, (c) the resources available to the controller, (d) the extent to which the request repeats a previous request made by the data subject to the controller, (e) how long ago any previous request was made, and (f) whether the request overlaps with other requests made by the data subject to the controller. 5. Examples of requests that may be vexatious include requests that— (a) are intended to cause distress, (b) are not made in good faith, or (c) are an abuse of process.* ». Comme dans le RGPD, le projet laisse à la charge du responsable de traitement le soin de démontrer le caractère « vexatoire » ou excessif des demandes.

Enfin le groupe d'experts auprès de la Commission européenne a également abordé ce point dans son dernier rapport d'évaluation du RGPD. Dans le chapitre *On the exercise of data subjects' rights* du document *Contribution from the multistakeholder expert group to the commission 2024 - Evaluation of the General Data Protection Regulation (GDPR) - From the Multistakeholder Expert Group to support the application of Regulation (EU) 2016/679 - 10 June 2024*, on relève le passage suivant : « La plupart des membres du collège Entreprise relèvent que les responsables du traitement supportent une charge certaine de travail pour répondre aux demandes d'exercice des droits des personnes concernées et appellent à une sensibilisation accrue aux limitations des droits (qui ne sont pas absolus) afin de réduire cette charge et les frustrations éventuelles des personnes concernées. Une autre préoccupation exprimée est que le droit d'accès est souvent exercé de manière abusive, ce qui peut imposer une charge substantielle sur les ressources organisationnelles. Il est souhaité davantage d'orientations sur ce qui constitue une demande d'accès infondée ou excessive ».

¹⁸ [Stellungnahme des Ministeriums für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Beteiligungsverfahrens der Europäischen Kommission vom 11. Januar 2024 – 08. Februar 2024 zum Bericht über die Datenschutz-Grundverordnung](#)

Pour apprécier ces positions et ne pas déboucher sur une limitation du droit d'accès (ce qui irait à l'encontre de l'un des principes du RGPD), je pense qu'il faudrait clairement établir une différence entre une situation dans laquelle une personne concernée, sur son initiative, adresse une demande de droit RGPD dans le cadre d'une tension qui existe entre elle et un responsable de traitement¹⁹ et la situation créée par l'UFC Que Choisir dans laquelle des centaines de milliers de personnes – n'ayant *a priori* aucun grief envers les quatre opérateurs ciblés – ont été instrumentalisées par une association qui regrette que la loi Naegelen n'ait pas répondu à ses attentes et espère sa réécriture. C'est du billard à plusieurs bandes... mais qui a fait quelques victimes collatérales (les DPO des opérateurs mis au pilori) et de nombreuses personnes déçues (celles qui, pleines d'espoir, ont adressées des demandes qui avaient peu de sens et qui ont continué à recevoir des appels de prospection téléphonique illégitimes). On peut aussi ajouter parmi les victimes collatérales toutes les personnes qui avaient envoyé des messages légitimes aux DPO mais que ceux-ci n'ont pas pu traiter²⁰ (Je vous laisse imaginer votre perplexité à l'ouverture de votre boîte de messagerie, devant plusieurs milliers de messages reçus !).

Que pourrions-nous attendre du CEPD ?

Le Comité Européen de la Protection des Données n'a pas la latitude de modifier le RGPD (Et la consultation de la Commission montre que les parties prenantes n'envisagent pas de modification à court terme). En revanche, via sa doctrine, il peut apporter des précisions et proposer des bonnes pratiques. Dans le cas qui nous intéresse, il est attendu de sa part qu'il se prononce sur un « angle mort » du RGPD. Si le règlement a en effet tenté de traiter des demandes pouvant être jugées excessives de la part d'une seule personne concernée, il n'a visiblement pas prévu le cas étudié dans le présent document (un très grand nombre de demandes uniques émanant d'une multitude de personnes concernées « instrumentalisées » par un acteur qui n'est pas partie prenante dans les traitements de données considérés, demandes concentrées en un temps restreint et visant un responsable de traitement).

On pourrait imaginer les étapes suivantes :

1. Le responsable de traitement qui s'estime victime d'une tempête de demandes de droits RGPD et dont il a de bonnes raisons de penser qu'elle présente toutes les caractéristiques d'une *attaque de nuisance*, devrait en faire état sans attendre et formellement auprès de son autorité de contrôle, en fournissant tous les éléments en sa possession ;
2. L'autorité en question se rapprocherait alors de l'acteur à l'origine de cette tempête de demandes de droits RGPD²¹ (sous forme d'un contrôle sur place, si besoin) afin de procéder à sa propre analyse de l'opération (caractéristiques, motivation, objectifs, etc.). La conformité vis à vis du RGPD du traitement de données à caractère personnel mis en œuvre par l'acteur serait vérifiée à cette occasion ;
3. Dans le cas où l'autorité partage l'analyse du responsable de traitement victime de l'attaque de nuisance, et quand le responsable de traitement a fait préalablement l'effort de mettre à disposition des personnes concernées un téléservice sécurisé et authentifiant qui permet à ces dernières

¹⁹ Dans son arrêt C-307/22 (arrêt FT v DW, rendu le 26 octobre 2023, point 51), la CJUE a clarifié ce point : « *Etant donné l'importance qu'attribue le RGPD au droit d'accéder aux données à caractère personnel faisant l'objet d'un traitement, tel qu'il est garanti à l'article 15.1 du RGPD, l'exercice de ce droit ne saurait être soumis à des conditions qui n'ont pas été expressément prévues par le législateur de l'Union, telles que l'obligation d'invoquer l'un des motifs mentionnés au considérant 63, première phrase, du RGPD [C'est à dire « afin de prendre connaissance du traitement et d'en vérifier la licéité] ».*

²⁰ [Dans une sanction récente prononcée par l'APD](#) (Belgique), on relève que, « *Dans le cas où le responsable du traitement utiliserait une adresse e-mail générique pour répondre aux demandes des personnes concernées, il est de sa responsabilité de garantir que les courriels adressés à cette adresse soient régulièrement consultés et traités, même en cas de démission d'une personne ayant travaillé dans le service en cause et/ou du DPO, ou en cas de surcharge de travail du DPO.*

²¹ Sans aborder le cas où cet acteur serait situé à l'étranger (voire hors de l'Union européenne) ...

d'exercer leurs droits sans surcharger le responsable de traitement, l'autorité conseille au responsable de traitement d'inviter les demandeurs à reformuler leurs demandes qui peuvent être traitées automatiquement à travers le téléservice. Dans sa communication auprès des personnes concernées, le responsable de traitement peut utiliser des éléments de langage fournis par l'autorité de contrôle ;

4. Pour toutes les autres demandes impliquant une charge importante, le responsable de traitement peut légitimement bénéficier des deux mois supplémentaires prévus par l'article 12.3. du RGPD. Dans le message qu'il adresse aux demandeurs, il mentionne explicitement le « soutien » de l'autorité de contrôle sur ce point pour tenter de limiter le nombre de relances et de plaintes qui seraient formulées auprès de l'autorité ;
5. Si l'autorité de contrôle reçoit des plaintes visant le responsable de traitement concerné, elle commence par demander si la personne a fait usage du téléservice mis à sa disposition par le responsable de traitement. Si tel n'est pas le cas, elle ne se saisit pas de la plainte (et l'indique clairement au plaignant) ;
6. Pour les plaintes relatives à des demandes de droits générant une lourde charge de traitement, l'autorité indique au plaignant qu'elle a été informée de l'attaque de nuisance (qu'elle a analysée) et qu'il convient de se montrer patient afin de permettre au responsable de traitement visé de traiter le grand nombre de demandes ;
7. De cette façon, toutes les demandes sont traitées, dans le respect du RGPD ;
8. De cette façon, le risque pour l'autorité de contrôle d'être à son tour submergée (de plaintes de la part de personnes concernées) est réduit.

Je reste preneur de toute idée lumineuse (et pragmatique) permettant de mieux encadrer ce phénomène, dans le respect du RGPD actuel et sans restreindre le droit des personnes.

Quelques réflexions pour finir

À titre personnel, je suis engagé depuis de nombreuses années pour promouvoir le droit d'accès et en assurer un traitement adéquat, que ce soit au travers de mes enseignements, de [l'Index AFCDP du droit d'accès](#) (que j'ai créé en 2010), de mes publications²² ou interventions²³ sur ce sujet. Je ne vise donc pas par le présent document une quelconque sclérose de l'un des droits que confère le RGPD aux personnes.

Mais, après analyse, je trouve l'initiative de l'UFC Que Choisir contre-productive. Basée sur le principe du bouc émissaire, elle ne me semble pas avoir fait progresser l'appropriation saine du RGPD. On peut même aller plus loin en considérant qu'un tel déluge de demandes présente toutes les caractéristiques d'une attaque en déni de service – le dispositif pouvant être qualifié d'arme par destination. De plus, en l'absence d'assurance raisonnable de vérification de l'identité du demandeur, l'opération pourrait très bien être commanditée par un concurrent ... Pour un peu, dans le contexte international actuel, on aurait pu y voir une nouvelle action de déstabilisation téléguidée par un État étranger.

Confrère, consœur DPO : si vous avez fait l'erreur (ou choisi sciemment) de faire figurer votre adresse électronique dans votre formulaire de désignation, soyez conscient que vous pouvez vous aussi vous retrouver « ciblé » par la machine infernale décrite *supra*. En réaction à la demande de droit que je lui avais envoyé via le service de l'UFC Que Choisir, le DPO de la CNIL m'a indiqué à ce sujet que « *Comme mentionné dans la description de ce jeu de données, les données publiées (il s'agit d'une obligation pour la CNIL), notamment les coordonnées publiques des délégués, sont extraites des désignations de délégué(e) reçues via le téléservice dédié. Compte tenu des désagréments que vous décrivez, vous pouvez notamment demander la modification des coordonnées publiées directement au Service des délégués à la protection des données de la CNIL dont vous avez les coordonnées en tant que délégué* ». Il vous est

²² Voir, par exemple, « [Un droit RGPD en pleine lumière : le droit d'accès](#) » - 26 janvier 2024

²³ « *Gérons-nous correctement les demandes de droit d'accès ?* » - Université AFCDP des DPO 2021

donc tout à fait possible de n'indiquer qu'une adresse postale et une URL menant à un formulaire afin de réduire les nuisances de ce type.

Plutôt que de laisser en libre accès le fichier des désignations, la CNIL ne devrait-elle pas plutôt proposer une API accompagnée d'une licence lui permettant d'identifier les réutilisateurs et de leur rappeler leurs obligations²⁴ ? Cela permettrait également aux réutilisateurs d'avoir accès à des données à jour – ce qui éviterait des envois à des DPO qui ne sont plus en poste²⁵.

Et si vous êtes DPO externe, avez-vous prévu dans le contrat qui vous lie à vos clients une clause limitative ? Si vous vous êtes engagé sur une formule au forfait et qu'on vous demande de traiter plusieurs milliers de demandes de droits, je vous plains.

Enfin, à tout prendre, et pour éviter que ne fleurissent des dispositifs « sauvages » qui pourraient être instrumentalisés pour cibler tel ou tel, ne faudrait-il pas mieux que l'autorité de contrôle mette à disposition un téléservice soigneusement encadré, comme l'a fait l'ICO ? Mais j'ai été surpris de relever, dans la page « [Adresser une plainte à la CNIL](#) », que la Commission indique qu'elle ne peut « *exercer vos droits à votre place si vous ne l'avez pas fait* », en précisant que « *La CNIL ne peut pas être votre mandataire* », ce que l'ICO arrive à faire sans problème. La CNIL ne peut pas par manque de moyens ou par choix ? On pourrait aussi imaginer, s'agissant des consommateurs, qu'une mission soit confiée à l'INC (très connue pour son Magazine « 60 Millions de consommateurs » et son émission télévisée d'information du consommateur « ConsoMag »), qui est un établissement public, sous la tutelle de Bercy.

Ah ! J'allais oublier. Je vous ai promis de vous dire quelle suite avait été donnée à ma demande de droit RGPD que j'ai adressée à l'UFC Que Choisir en utilisant son propre service (Ce responsable de traitement possède bien des données personnelles qui me sont rattachées). Au bout de quelques jours, j'ai reçu un email du DPO qui, visiblement, était désarçonné par ma démarche (« *J'ai reçu plusieurs transferts de votre part concernant l'outil respectemesdatas.fr. Pourriez-vous me préciser votre demande ?* »). Me mettant dans la peau d'une personne concernée lambda, j'ai apporté la réponse suivante : « *J'ai utilisé pour formuler ma demande le téléservice mis à disposition par l'UFC Que Choisir. Il me semble qu'elle est assez claire.* ». Malheureusement, je n'ai ensuite plus rien reçu (mais je n'ai pas adressé de plainte à la CNIL... comme le suggérait l'association). Le plus drôle, c'est que j'ai reçu un email de l'association, trente et un jours après avoir formulé ma demande auprès d'elle, me demandant si j'avais reçu une réponse satisfaisante du responsable de traitement sollicité ! Cette situation ubuesque entre en parfaite résonance avec un proverbe selon lequel « *Quand on monte au cocotier, il faut avoir les fesses propres* ».

Comme je m'y suis engagé auprès d'elle, j'ai communiqué le projet de mon analyse à l'UFC Que Choisir. Sa Présidente m'a retourné un document dont j'intègre fidèlement le contenu en annexe (certaines réponses semblent montrer que ma curiosité pour l'initiative a incité l'association à mener quelques réflexions nouvelles – Ainsi, on découvre qu'elle s'est notamment rapprochée des responsables de traitement qui ont été victimes de la campagne). On relève également que l'association espère toujours qu'une nouvelle loi consacre le principe de l'opt-in et reste critique envers l'efficacité de Bloctel (dont le fonctionnement a pourtant été revu par la loi Naegelen). J'ai également transmis mon étude à la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés, qui m'indique se pencher sur le sujet, peut-être dans la crainte de se retrouver elle-même obligée de traiter un afflux de plaintes.

²⁴ Voir, par exemple, [l'une des API ouvertes proposées par France Travail](#), mais pour laquelle il faut établir une licence (comportant des obligations et même un pouvoir d'audit).

²⁵ Dans la réponse que m'a adressée l'association à la suite de l'envoi de mon projet (Cf. l'annexe), il est indiqué à ce sujet : « *Il y a néanmoins un sujet quant à cette base de données en open data* ».

L'auteur

Bruno Rasle se définit comme un « monomaniac » de la conformité au RGPD et pratique cet art martial sous trois formes : à titre professionnel, il a été délégué à la protection des données mutualisé pour l'une des branches de la Sécurité sociale ; à titre bénévole, il est l'un des tous premiers membres de l'AFCDP et a été son délégué général pendant une douzaine d'années ; en tant qu'enseignant enfin, en tant que chargé de cours au sein de la formation la plus ancienne et du niveau le plus élevé en Europe (il forme les professionnels de la *Privacy* depuis 2007). Il a également pris une part active dans la création du métier de Correspondant Informatique et Libertés (puis de délégué à la protection des données). Il est coauteur des ouvrages suivants : *Halte au Spam* (Eyrolles, 2003) ; *Correspondant Informatique et Libertés : bien plus qu'un métier* (AFCDP, 2015) ; *Droit à l'oubli* (Larcier, 2015) ; *Se préparer au RGPD* (Éditions législatives, 2017). Il a créé l'Université AFCDP des DPO (et a été son organisateur jusqu'en 2020), l'Index AFCDP du droit d'accès et le *Job board* des DPO (AFCDP). Bruno Rasle est le co-auteur du code de déontologie du DPO et de la version annotée, commentée et indexée du RGPD mise à disposition par l'association. Il a participé à la création de CEDPO (Confédération européenne des associations de professionnels de la protection de la vie privée) dont il a été *Board Member*.

Ses publications sont nombreuses (« *Il faut sauver le soldat DPO !* », « *La purge des données – Un effort qui en vaut la peine* », « *Pour une désignation idéale du DPO* », « *Courteline rend le sourire aux DPO* », « *Collègues DPO : le bilan annuel est un outil précieux ; faisons-en une bonne pratique* », « *PSSI : contrainte ou opportunité ?* »), de même que ses interventions en conférence (« *Cookie et Widget : peut-on vraiment surfer tranquille ?* », Université AFCDP 2011, « *Synergie entre RSSI et CIL* », Cesin 2012 ; « *Mise en conformité des Zones de Libre Commentaire* », Université AFCDP 2013 ; « *Privacy by Design : le rôle clé des développeurs* », AtoutFox 2013 ; « *CPO & CSO : Bridging the gap* », IAPP Bruxelles 2013 ; « *Les méthodes agiles sont-elles Privacy-compatibles ?* », Cloud Week Paris 2015 « *La Blockchain est-elle soluble dans le RGPD ?* », AG AFCDP 2017 ; « *Le RGPD, évolution ou révolution ?* », Journées JCAS 2017 ; « *Que sommes-nous ? Responsable de traitement ? Responsable conjoint ? Sous-traitant ?* », AG AFCDP 2019 ; « *Comment auditer sa gestion des droits d'accès ?* », Université AFCDP 2021 ; « *Créer et animer un réseau de RIL* », Université AFCDP 2022).

Outre son enseignement au sein du Mastère Spécialisé « *Management et Protection des Données Personnelles* » de l'ISEP, il propose des formations courtes pour le compte d'[Anaxia Conseil](#)²⁶ (« *L'informatique appliquée au RGPD* », « *Réaliser une Analyse d'Impact – De la théorie à la pratique* », « *Violations de données : pour ne pas subir* », « *Contrôle de la CNIL – S'y préparer, le gérer, y survivre* », « *Être un DPO efficace dès les premiers jours* »).

ANNEXE : Document communiqué par l'UFC Que Choisir après qu'elle a reçu mon projet de publication :

1°) Quel est l'objectif visé par l'UFC Que Choisir avec cette campagne qui vise les quatre opérateurs téléphoniques ?

Alors que l'UFC-Que Choisir milite, en raison de l'exaspération des consommateurs quant au démarchage téléphonique, pour une interdiction de celui-ci par défaut (opt in), et constate, enquête après enquête, l'inefficacité de Bloctel, l'association via son Fonds de dotation a lancé un outil d'exercice des droits permettant de purger les listes de diffusion des opérateurs afin de limiter le démarchage téléphonique.

²⁶ www.anaxia-conseil.fr

2) Mais pourquoi vouloir interdire le démarchage téléphonique légitime ?

9 consommateurs sur 10 se plaignent du démarchage téléphonique, ce qui pose la question de sa légitimité d'autant que c'est un canal de prospection particulièrement intrusif.

3) N'aurait-il pas été plus logique de commencer par essayer de comprendre pourquoi observe-t-on de telles différences entre états européens, d'identifier d'abord les vraies causes du problème et de prendre connaissance des solutions qui ont été déployées chez nos voisins pour le traiter ?

Ce travail a été effectué dans le cadre des enquêtes et études de l'UFC-Que Choisir mais aussi de la participation au groupe de travail du Conseil National de la Consommation. La mise en place de l'opt in est une demande unanime des associations des consommateurs, forte du retour d'expérience de nos homologues chez qui ce dispositif existe. Ce dispositif n'ayant jamais été mis en place, nous avons lancé l'outil en vue de limiter le démarchage téléphonique subi.

4) En quoi inciter les « gens » à faire pression sur les opérateurs téléphoniques peut réduire les appels commerciaux de nuisance ? [Ici, je comprends que l'association est persuadée que ces acteurs transmettent les numéros de téléphone aux acteurs du marketing, en infraction avec leurs engagements et à l'insu de leurs clients.]

Il ne s'agit pas de « faire pression », mais d'utiliser le RGPD pour permettre aux abonnés de demander aux opérateurs de ne plus transmettre leurs coordonnées téléphoniques à l'annuaire public et à leurs fichiers. Il ne s'agit pas de stigmatiser les opérateurs, ou de considérer qu'ils transmettent illégalement les coordonnées, mais de permettre aux abonnés de demander à leur opérateur de s'opposer au transfert de leurs coordonnées téléphoniques. C'est clairement mentionné dans notre communication.

5) Savez-vous combien de personnes ont utilisé votre téléservice ?

Environ 200.000

6) Si vous êtes persuadés que ces opérateurs se livrent à des pratiques illégales, pourquoi ne les attaquez-vous pas en justice ?

Il ne s'agit pas de dire que les opérateurs téléphoniques se livrent à des pratiques illégales, ce n'est pas vraiment le sujet, mais globalement du démarchage intempestif dont se plaignent les consommateurs.

7) Ne pensez-vous pas que les numéros de téléphone utilisés dans le cadre d'appels illégitimes se trouvent plutôt dans le Darkweb et que les acteurs qui sont à l'origine des appels de nuisance s'en servent ? Si tel est le cas, faire pression sur les opérateurs ne servirait à rien ?

Le fléau du démarchage téléphonique est multifactoriel et pour nous les appels « de nuisance » ne sont pas nécessairement des appels de nature frauduleuse. Il y a une distinction à faire entre ces derniers (basés sur des numéros de téléphone qui peuvent effectivement être trouvés sur le darkweb...) et le démarchage téléphonique simplement non sollicité et donc subi. Notre outil n'a pas la prétention de régler définitivement tous les problèmes du démarchage téléphonique, ni de l'interdire. Il s'agit simplement de permettre la non transmission des coordonnées téléphoniques à l'annuaire public (base très utilisée pour la prospection téléphonique) et aux partenaires des opérateurs pour limiter le démarchage téléphonique même légal qui exaspère les consommateurs. L'objectif est bien de permettre l'exercice des droits en le simplifiant - et ce sans qu'aucune « pression » ne soit, encore une fois, mise sur les opérateurs.

8) Ne croyez-vous pas qu'une part importante des appels de prospection ressenties comme « intrusives » soit le fait que, depuis des années, les internautes communiquent leur numéro de téléphone sur des sites Web, sans prendre connaissance des mentions d'information et sans se soucier des conséquences ?

S'agissant de sensibiliser les consommateurs aux bons réflexes, nous le faisons par ailleurs mais il importe également de permettre aux consommateurs de reprendre la main sur leurs données, et notamment leurs coordonnées téléphoniques à tout moment, ce que permet le RGPD, et c'est bel et bien l'objectif de cet outil.

9) Personnellement, je suis surpris que l'UFC Que Choisir se fixe un objectif à la fois qui me semble impossible à atteindre (l'interdiction totale du démarchage téléphonique) et inutile (car, à mon sens, les opérateurs téléphoniques n'y sont pour rien).

A nouveau l'objectif de l'outil n'est pas l'interdiction, mais la limitation du démarchage téléphonique intempestif, notamment via l'annuaire public. Il ne s'agit pas de stigmatiser les opérateurs, ce ne sont pas des « cibles » mais des vecteurs pour l'exercice des droits.

10) Mais si le démarchage téléphonique devient totalement interdit, ne craigniez-vous pas que les ONG, les associations caritatives et les mouvements religieux perdent alors une part importante de leurs ressources ?

Le périmètre d'une interdiction législative peut permettre de maintenir cette dérogation.

11) Comment allez-vous faire pour constater si votre campagne est efficace, c'est-à-dire que les personnes qui ont exercé leur droit de s'opposer à la communication de leur numéro de téléphone ne reçoivent plus (ou moins) d'appels de démarchage ?

Nous avons demandé aux utilisateurs s'ils souhaitaient que l'on suive leur demande afin de les interroger sur l'impact de l'outil. L'objectif est d'analyser si ce dernier a permis une baisse des appels de démarchage téléphonique et si oui dans quelle proportion.

12) Dans ce cas, comment l'UFC Que Choisir va-t-elle décider de l'arrêt de sa campagne qui vise les opérateurs téléphoniques, si elle est dans l'incapacité d'en constater le succès ou l'échec ?

Comme nous l'avons indiqué aux opérateurs (que nous ne « visons » pas mais qui sont les vecteurs de l'exercice des droits) que nous avons rencontrés pour échanger sur l'outil, nous allons faire le point sur les suites à lui donner au vu du résultat du questionnaire.

13) Je reviens dans l'hypothèse selon laquelle les opérateurs partageraient les numéros de téléphone avec les acteurs du marketing. Je note que, concernant les numéros de téléphone fixe, ils sont obligés de les communiquer à l'annuaire universel, de par la loi. Les clients en sont informés et peuvent s'y opposer.

En matière de téléphonie fixe, la loi française prévoit que ces numéros sont publiés par défaut dans les annuaires universels (système de "l'op-out") mais que les personnes peuvent tout à fait s'y opposer. Cependant le problème réside dans l'asymétrie de ce régime avec la téléphonie mobile où la loi française dispose que, par défaut ces numéros ne sont pas publiés sur les annuaires (système de "l'op-in"). En effet, l'arrêt de la CJUE (27 octobre 2022, C129-21) donne raison à notre point de vue en faisant prévaloir le consentement au sens du RGPD, notamment concernant l'annuaire public. Dès lors et, comme redouté, le consentement ne peut que résulter d'un acte positif de l'abonné et non d'un consentement par défaut. Il y a donc une dichotomie absurde entre téléphonie fixe et mobile et il semble que la pratique de collecte de données des abonnés établie par l'annuaire public et par les opérateurs de téléphonie basée sur la loi française est désormais en inadéquation avec la CJUE.

14) Concernant les numéros de téléphone portables, les opérateurs ciblés par votre initiative précisent bien dans leurs CGU que, par défaut, ils ne les communiquent pas. Cela renforce l'hypothèse selon laquelle les acteurs qui réalisent des appels illégitimes se les procurent ailleurs. Qu'en pensez-vous ?

A nouveau, nous ne « ciblons » pas les opérateurs. Nous sommes bien conscients que le problème du démarchage téléphonique est multifactoriel. Il n'en reste pas moins qu'au vu de plusieurs retours que nous avons eus, une limitation du démarchage téléphonique a bel et bien été constatée par des utilisateurs, notamment sur leur mobile. L'enquête que nous allons réaliser auprès des utilisateurs doit permettre de le quantifier.

15) Savez-vous si, une fois la campagne actuelle visant les opérateurs terminée, d'autres cibles sont envisagées ?

A nouveau, il ne s'agit pas de « cible ». Nous entendons faciliter l'exercice des droits RGPD dès lors que ceux-ci peuvent avoir un impact concret dans la vie quotidienne des consommateurs.

16) Je suis en train d'analyser ce que fait l'ICO – la « CNIL » britannique, qui propose également un téléservice similaire au vôtre, mais avec bien plus d'encadrement et de précautions. Qu'en pensez-vous ?

Nous ne sommes pas au courant de cette initiative.

17) Votre téléservice semble « branché » sur la liste des responsables de traitement ayant désigné un DPO, publiée par la CNIL en données ouvertes : est-ce bien le cas ?

Oui, nous utilisons la base des DPO disponible sur le site de la CNIL en open data.

18) Cela ne revient-il par en fait à « punir » les organismes qui ont (pour certains) fait l'effort de désigner un délégué à la protection des données, les entités qui sont dépourvues de DPO échappant ainsi à votre outil ?

Il s'agit de simplifier l'exercice des droits pas de « punir ». Il y a néanmoins un sujet quant à cette base de données en open data, et la transparence des contacts DPO des professionnels.

19) Ne serait-il pas plus logique que ce soit la CNIL qui se charge de lutter contre une typologie particulière de prospection téléphonique illégitime, le contrôle et la sanction figurent dans ses missions ?

Notre action n'est pas concurrente à d'autres actions des autorités (DGCCRF, CNIL, etc.) pour lutter contre le démarchage téléphonique illégitime. Contre le fléau du démarchage, il n'y a pas d'exclusivité, les actions doivent être complémentaires.

Marie Amandine STEVENIN, Présidente de l'UFC-Que Choisir et Présidente du Fonds de dotation UFC-Que Choisir