

Google, l'un des principaux juges du droit à l'oubli

INTERNET Un lien supprimé en Europe ne l'est pas forcément ailleurs dans le monde

- ▶ La notion de droit à l'oubli perd un peu de son flou mais laisse Google aux commandes.
- ▶ Depuis 2014, 700.000 personnes ont demandé au moteur de recherche de les déréférencer.

Ils sont plus de 700.000 à avoir demandé à Google de les « oublier » ou plutôt de les déréférencer, depuis 2014. Mais, en février dernier, le géant du web annonçait qu'il acceptait un peu moins de la moitié des demandes. Car pour savoir qui peut, ou non, voir son nom blanchi sur le moteur de recherche, Google reste l'un des principaux juges.

1 L'avocat général de l'UE pose des limites géographiques. C'est un coup dur qui a été porté aux partisans d'un droit à l'oubli international ce 10 janvier. L'avocat général de la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) a rendu son avis concernant le litige qui opposait la Commission française de l'informatique et des libertés (CNIL), un des plus grands gendarmes du respect de la vie privée européen, à Google. En 2016, la Commission avait infligé une amende de 100.000 euros au géant californien parce que le déréférencement qu'il appliquait n'était effectif que sur le territoire européen. En clair, si Google supprimait bien une page concernant un ressortissant européen sur le territoire européen, une simple recherche depuis New York laissait accéder à la page en question. Quelques manipulations suffisent par ailleurs pour simuler une connexion depuis l'étranger tout en restant dans un pays européen, rendant l'« oubli » inefficace selon la CNIL.

L'avocat général Maciej Szpunar s'est rangé derrière l'avis de Google qui agitait le spectre d'une censure internationale de la part de pays moins démocratiques. Si l'avis de l'avocat général est générale-

ment suivi par les juges de la CJUE, il n'est toutefois pas contraignant et l'institution devra donc encore se prononcer dans les mois à venir. « Cette décision permet de mieux préciser les limites du droit à l'oubli », note Alain Strowel, professeur à l'UCLouvain et à l'université Saint-Louis.

2 Effacer ? Pour quelles raisons ? Plusieurs éléments entrent en ligne de compte pour définir la validité de la demande. Ainsi, la personne qui demande la suppression de pages web la concernant doit démontrer le préjudice subi à la suite de la persistance de ces informations. « On peut prendre l'exemple d'un entrepreneur dont les premiers résultats après avoir recherché son nom renvoient à une condamnation pour accident de la route sous influence une dizaine d'années auparavant, analyse Matthieu Aladenise, avocat spécialisé dans les nouvelles technologies. Ces résultats risquent de porter atteinte à sa carrière mais ne présentent que peu d'intérêt pour le public. »

Effectivement, le droit à l'effacement entre en conflit avec celui du droit à l'information. « Il faut examiner l'importance de l'information pour le grand public. Mais cette notion est souvent très subjective. C'est pour éviter tout risque de censure que la notion d'« intérêt dominant » est utilisée. Est-ce que l'information mérite de rester accessible à tous ou, au contraire, ne présente-t-elle plus trop d'intérêt, est la question centrale. »

La temporalité a, elle aussi, toute son importance. On a plus de chance de faire disparaître un article d'un fait divers survenu en 1999 et nous impliquant qu'un même article datant de début janvier. « D'un autre côté, aujourd'hui, l'information circule très rapidement, et un fait en balaie rapidement un autre. Ainsi, une page vieille de plusieurs mois peut déjà présenter un intérêt moindre. »

3 Privilégier le dialogue. Souvent, quand on aimerait voir une info disparaître, le premier réflexe consiste à

contacter le responsable du site qui la diffuse pour supprimer la page en question.

Étant donné la subjectivité des notions évoquées plus haut, la voie diplomatique est souvent privilégiée. « Si un désaccord subsiste, les avocats des deux parties peuvent négocier entre eux, continue Matthieu Aladenise. Les responsables du site peuvent alors décider de déréférencer eux-mêmes leur page, ou bien de la supprimer. Mais dans les faits, la suppression est plutôt rare. Si aucun accord ne peut être trouvé, il faut alors saisir la justice. Mais on l'évite au maximum, les procédures peuvent être longues et sont susceptibles de remettre en lumière des faits que l'on voulait justement voir disparaître. »

4 Se déréférencer n'est pas disparaître. Il convient aussi de rappeler qu'une page web qui disparaît des pages de Google ne disparaît pas du Web. Ainsi, même une fois désindexée, la page reste accessible sur le site original. Si on tape l'adresse URL de la page, celle-ci sera donc toujours visible.

Par ailleurs, qu'il s'agisse de suppression pure et simple de contenu ou de simple déréférencement, il faut un certain temps avant que la disparition des pages soit effective. La faute aux caches de Google. « Pour accélérer la navigation sur internet, Google et les autres moteurs de recherche utilisent des caches qui enregistrent régulièrement les pages web. Cela signifie que si une page met trop de temps à se charger, Google renvoie vers une ancienne version du site qu'il a gardée sur ses serveurs. Il ne reste alors plus qu'à charger les différences entre les deux versions. Une désindexation qui devrait ne prendre que quelques jours voire une ou deux semaines prend en réalité bien plus longtemps, le temps que de nouveaux caches prennent en compte le fait que la page ne doit pas apparaître. » Et plus les renvois de liens sont nombreux à rediriger vers la page en question, plus ce temps continuera de s'allonger. ■

THOMAS CASAVECCHIA

EXEMPLE

Une chirurgienne obtient son déréférencement

En 2014, une chirurgienne néerlandaise avait été suspendue par l'Ordre des médecins des Pays-Bas pour de mauvais soins postopératoires. En appel, elle avait finalement obtenu gain de cause et ainsi conservé son droit de pratiquer. Toutefois, entre-temps, son nom était apparu et resté sur un site reprenant une « liste noire » de médecins à éviter. Evidemment, ce site était un des premiers à apparaître quand on « Googlait » son nom.

Armée de la décision de l'Ordre des médecins la blanchissant, elle demande alors, sans succès, son déréférencement à Google. Ce dernier considère que les informations contenues sur le site en question relèvent de l'intérêt public. La médecin saisit alors le régulateur de la vie privée des Pays-Bas, mais la décision de ce dernier va dans le même sens que Google. La justice néerlandaise a in fine donné raison à la plaignante estimant que son intérêt légitime à ce que « son nom ne soit pas instantanément associé à une liste noire de docteurs » était « supérieur à l'intérêt du public de pouvoir découvrir cette information de cette manière », note le *Guardian* qui a révélé l'affaire.

TH.CA.

pratiquement Comment exercer son droit à l'effacement ?

Pour demander la suppression d'une page, il est nécessaire de s'adresser à l'éditeur responsable d'un site. « *Il faut bien différencier les différents types de site. La politique de l'éditeur variera beaucoup selon qu'il s'agisse d'un blog de particulier ou du site d'un média, remarque l'avocat Matthieu Aladenise. En tout état de cause, le premier réflexe consiste à prendre contact avec les responsables du site, en leur envoyant une mise en demeure par exemple. En règle générale, si chaque partie se montre raisonnable, le pragmatisme est de rigueur et des solutions sont souvent trouvées.* »

En cas de litige, l'internaute

belge peut contacter l'Autorité de protection des données (APD)

L'Autorité de protection des données conseille par ailleurs d'introduire une demande par écrit, datée et à laquelle sont joints des documents qui prouvent son identité. Une copie de la carte d'identité permet ainsi aux gestionnaires du site de vérifier que la demande n'émane pas d'un tiers. La demande doit être, en outre, dûment justifiée. Une fois la demande introduite, le gestionnaire du site internet dispose d'un mois pour répondre. Cette réponse doit, elle aussi, être justifiée.

Si à la suite des négociations l'éditeur

d'un contenu refuse de supprimer lui-même les pages web qui concernent la personne qui veut faire valoir son droit à

l'oubli, cette dernière peut s'adresser directement aux moteurs de recherche. Les trois moteurs proposent chacun des formulaires en ligne pour faire disparaître un résultat qui apparaît après avoir recherché son nom. Google, Bing et Qwant se conforment ainsi à l'article 17 du RGPD (Règlement général sur la protection des données) entré en vigueur l'an dernier.

Encore une fois, ces derniers ne sont pas tenus de déréférencer ces pages s'ils estiment que le déréférencement est injustifié. En cas de litige, l'internaute euro-

péen peut alors contacter les autorités nationales chargées de la protection des données : l'Autorité de protection des données (APD) en Belgique. Comme le note l'organe de contrôle sur son site, il est nécessaire d'introduire une demande signée et justifiée soi-même avant de saisir l'APD ou la justice.

Mais même une fois ces contenus occultés des résultats de la recherche, ils restent accessibles par d'autres biais. Ainsi, si l'on prend l'exemple d'un article de presse diffusé sur un réseau social, même en cas de suppression sur le site d'origine, les miniatures et titrailles des posts restent visibles et continuent de

transmettre l'essentiel de l'information.

« Si l'on veut faire disparaître ces miniatures de Facebook, Instagram ou Twitter, il faut à nouveau effectuer la demande auprès des sites. Et cela peut prendre énormément de temps », note Matthieu Aladenise. ■

TH.CA.