

**Thèmes :** Publication sur Internet

**Métiers:** Citoyen-ne

**Types de données:** Privées, Publiques/non publiques

## A quelles conditions une entreprise peut-elle collecter puis vendre des données personnelles et des profils de la personnalité ?

X. est un jeune ingénieur civil récemment diplômé. Il s'est mis à son compte à l'enseigne *Bâtisseur de ponts humains*. Contacté par un grand groupe pour un important mandat, il hésite sur la tarification de ses prestations, et décide de les deviser en tenant compte de l'assise financière de ses clients.

C'est ainsi qu'il cherche des outils lui permettant d'évaluer la situation financière des entreprises, et découvre une plateforme à laquelle il s'inscrit. Il trouve immédiatement tout ce qui lui importe, et s'en dit satisfait. Il est même étonné de l'ampleur des informations. Curieux de nature, il fait l'exercice sur lui-même.

C'est là qu'il déchant. Il constate en particulier que de véritables profils de personnalité sont créés : des informations concernant la réputation, la situation familiale, la formation et l'activité professionnelle et même les conditions de logement de particuliers y sont fournies. Si la collecte était impressionnante pour le client qu'il a en vue, on ne peut pas dire que son profil, tel qu'il apparaît, soit flatteur.

Son voisin de palier est avocat, et plutôt combatif. Il va le voir séance tenante. S'en suit une longue procédure qui les conduit de l'entreprise en question, qui se montre peu collaborative, au Préposé fédéral qui rend une recommandation en la matière, et se termine au Tribunal administratif fédéral. Le TAF constate que sont aussi publiées des données concernant les anciens lieux de domicile et les activités professionnelles. Les membres « premium » peuvent ainsi assez facilement établir un profil de personnalité des personnes recherchées ou continuer à travailler ledit profil. Mais cette possibilité contredit toutefois les intérêts des personnes concernées en respect du droit de la personnalité, lequel prime sur les intérêts lucratifs de l'entreprise. Aussi le traitement de ces données concernant des personnes ne figurant pas au registre du commerce requiert-il impérativement leur accord express.

### Recommandations

Les données personnelles tirées de différentes sources ne peuvent être enregistrées, reliées et reproduites de manière illimitée. De plus, le respect de la sphère privée s'applique également à la société numérisée lorsqu'il s'agit du traitement d'informations permettant de tirer des déductions sur le lieu de résidence et la situation personnelle, et donnant lieu à l'élaboration de profils de personnalité. Les principes applicables au traitement des données personnelles imposent dans un tel cas non seulement de ne traiter que les données pertinentes par rapport au but visé – ici déterminer la solvabilité d'entreprises – mais également d'obtenir le consentement des personnes concernées et de vérifier l'exactitude des données.

### Principes de base

Licéité, Proportionnalité, art. 4 LPD, Exactitude des données, art. 5 LPD ; Respect des droits de la personnalité, art. 28 CCS

### Ressources

Voir le communiqué de presse du TAF du 11 mai 2017

<https://www.bvger.ch/bvger/fr/home/medias/medienmitteilungen-archiv-2002---2016/2017.html> et l'Arrêt du 18 avril 2017 dans la cause A-4232/2015

# Think Data

---



<https://jurispub.admin.ch/publiws/pub/cache.jsf> (lien direct)

<http://www.bvger.ch/publiws/?lang=fr> (lien général)