

Droit à l'oubli : Une vue générale des demandes de désindexation à Google



Droit à l'oubli : Une vue générale des demandes de désindexation à Google

Google reste assez évasif sur les demandes qui lui sont adressées chaque jour au titre du droit à l'oubli, instauré par la décision prise par la CJUE en mai. On sait certes que le nombre de demandes traitées par le géant des moteurs de recherche est important, au moins 120.000 requêtes ont été adressées à Google depuis l'ouverture de son formulaire. Mais derrière les chiffres officiels se cache une vraie bataille politique menée par Google autour de ce droit à l'oubli et la firme de Mountain View distille ses informations sur le sujet avec précaution.

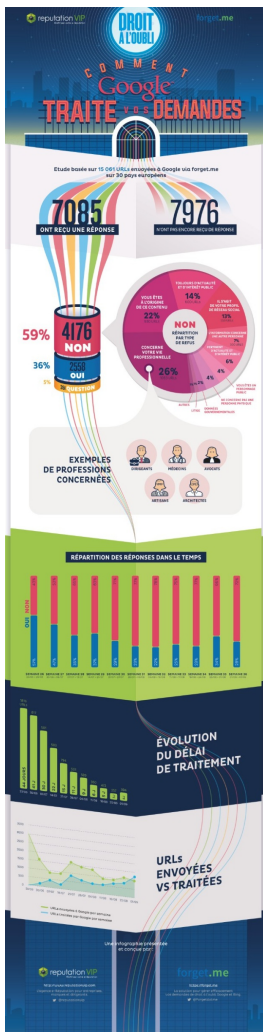
Forget.me est un site qui se propose comme un intermédiaire entre l'utilisateur lambda et le formulaire de Google. Au total, depuis le lancement de son service, Forget.me a reçu plus de 15.000 demandes (depuis 30 pays d'Europe) dont environ la moitié a été traitée par Google. L'entreprise a donc compilé ses résultats et publie une étude retraçant leur vision de ce phénomène.

Lors de la mise en place de son service, en juin, Forget.me a ainsi reçu environ 1800 demandes de déréférencement. A l'époque, Google répondait en moyenne à une demande en 44 jours mais aujourd'hui, soit environ 3 mois plus tard, le nombre de demande par semaine semble stabilisé aux alentours de 300 et Google répond en moyenne en moins de 4 jours.

Autre statistique relevée par Forget.me : Google semble bien plus difficile sur les demandes que lors du lancement du service. En juin, le taux de refus de la part du moteur de recherche était autour de 50%, aujourd'hui celui-ci flirte plus souvent avec les 70%. Le moteur de recherche s'appuie pour cela sur 11 typologies de refus. La plus fréquente étant « Concerne votre vie professionnelle » avec 26% des URL concernées.

« Plusieurs facteurs entrent en jeu, et Google n'est pas le seul en cause dans ce durcissement » précise Bertrand Girin « Il est possible que Google ait volontairement durci ses critères, mais ce droit est encore jeune et ses équipes ont probablement eu besoin de s'adapter et de se former pour le maîtriser totalement. Et cela prend évidemment un peu de temps. » Même constat pour les différentes Cnils européennes, qui doivent bientôt publier leurs directives sur le sujet, le droit va s'adapter à cette nouvelle régulation et les usages vont se stabiliser.

Pour visualiser ces indicateurs, Reputation VIP a eu la bonne idée de créer une infographie synthétique :



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

Source :

<http://www.zdnet.fr/actualites/droit-a-l-oubli-vers-une-stabilisation-des-demandes-a-google-en-europe-39806691.htm>

Droit à l'oubli : des directives édictées par le G29 en préparation



Droit à l'oubli : des directives édictées par le G29 en préparation

Réunis en assemblée cette semaine, les différentes autorités de protections des données personnelles européennes ont commencé à travailler sur les directives d'applications du droit à l'oubli. Pour l'instant, chaque moteur de recherche interprète ce droit à sa manière.

Si la loi issue de l'arrêt rendu en mai par la CJUE ne fait plus débat, son application reste encore problématique. Dans les faits, cet arrêt met en place un droit à l'oubli, garantissant aux citoyens des moyens de recours afin de faire déréférencer des informations les concernant et qu'ils ne jugent plus valides ou discriminantes.

Mais si tout le monde s'accorde plus ou moins sur cette décision, la mise en place effective de ce droit fait débat. Google a ainsi rapidement proposé un formulaire afin de transmettre les demandes de déréférencement relatives au droit à l'oubli mais la Cnil voit d'un mauvais œil cette approche unilatérale, qui laisse à Google le soin d'interpréter à sa guise l'arrêt de la CJUE et de s'imposer comme intermédiaire unique.

Axelle Lemaire, secrétaire d'Etat au Numérique, expliquait d'ailleurs à ZDNet.fr que ce modèle « ne lui convenait pas » tout en plaidant pour une redéfinition du rôle de la Cnil.

Une réunion des différentes Cnil européenne avait lieu mercredi et jeudi. A cette occasion, les participants ont annoncé la préparation de directives afin de statuer sur les cas litigieux. Rien de définitif pour le moment, le projet est encore à l'étape de l'élaboration, mais le G29 promet qu'un document complet sera présenté pour le mois de novembre.

Dura lex, sed lex

L'objet de ces directives sera de donner une « boîte à outils » pour jauger les cas jugés complexes, c'est-à-dire les cas refusés par Google. Pour l'instant en effet, Google est seul à juger de la validité des demandes de déréférencement qui lui sont adressées. Ces outils se présenteront sous deux formes : d'une part une classification des cas en différentes catégories et d'autre part une compilation des différents arbitrages rendus par les autorités nationales, afin de donner des références pour l'application des jugements futurs. Au total, 90 réclamations ont été déposées auprès des différentes autorités nationales suite à un refus de déréférencement de la part de Google, dont une vingtaine en France. Google avait annoncé en juillet avoir reçu plus de 90.000 demandes de déréférencement mais ce chiffre progresse et Reuters rapporte que Google aurait déjà traité plus de 120.000 demandes. Nous avons contacté les porte-paroles de Google France à propos de ces chiffres mais nous n'avons pas encore reçu de réponse de leurs part.

Les membres du G29 ont également rencontré différents éditeurs de presse, inquiets des conséquences du déréférencement de leurs articles vis-à-vis du droit à l'information. Outre l'opposition entre Google et les différentes autorités européennes autour de l'application de ce nouveau droit, le débat reste ouvert afin de trouver le « bon équilibre » entre protection des données personnelles et droit légitime à l'information pour le grand public.

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

Source :

<http://www.zdnet.fr/actualites/droit-a-l-oubli-des-directives-edictees-par-le-g29-en-preparation-39806625.htm>

Par Louis Adam | Vendredi 19 Septembre 2014

Droit à l'oubli : Google continue ses discussions, la

Cnil veut traiter des refus



Droit à l'oubli
Google
continue ses
discussions, la
Cnil veut
traiter des
refus

Google continue son tour des capitales européennes et mène des discussions autour de l'application du droit à l'oubli pour tous. De son côté, le groupement des autorités chargées de la protection des données personnelles édite un registre commun des demandes de déréférencement refusées par les moteurs.

Le G29, le groupement européen de l'ensemble des autorités chargées de la protection des données personnelles (en France la Cnil) avance sur le dossier du droit à l'oubli. Le collectif annonce avoir mis en place des référents, dans chaque pays, dont la tâche sera de dresser des pratiques communes pour traiter les demandes de déréférencement, en particulier les refus des moteurs de recherche.

Le réseau mis sur pied par le G29 aura la charge d'éditer un registre commun des suites données aux plaintes. Il devra ainsi mettre en place un tableau de bord destiné à coordonner leurs actions en cas de refus des moteurs de recherche. La Cnil indique par exemple avoir déjà reçu « plusieurs dizaines de plaintes ».

Pour rappel, cette procédure de déréférencement est née suite à la publication en mai dernier d'une décision de la Cour de justice de l'Union européenne. La juridiction estimait qu'une personne peut être fondée à demander à ce qu'un moteur de recherche déréférence des liens dirigeant vers des informations la concernant.

La Cour ne consacrait toutefois pas un droit absolu à l'oubli. Elle relevait l'importance de « rechercher un juste équilibre entre cet intérêt et les droits fondamentaux de la personne concernée, en particulier le droit au respect de la vie privée et le droit à la protection de données à caractère personnel ». Le déréférencement peut donc être refusé si le public justifie d'un « intérêt prépondérant » à accéder à ces informations.

De son côté, Google mène actuellement des réunions publiques dont le but est de trouver un « équilibre entre le droit des personnes à l'oubli et le droit à l'information du public ». Après Madrid et Rome, ce rendez-vous doit atteindre Paris à la fin du mois.

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

Source :

<http://pro.clubic.com/entreprises/google/actualite-728183-droit-oubli-google-discute-cnil.html>

Le travail du futur va s'appuyer sur le numérique et le partage de données



Le travail du futur va s'appuyer sur le numérique et le partage de données

Le travail et son environnement évolueront dans les années à venir avec l'utilisation grandissante de la technologie. Le partage des données avec son employeur constituera un enjeu.

Les avancées technologiques auront un impact conséquent sur le monde du travail dans les cinq à dix années à venir, c'est l'avis que partagent 53% des personnes interrogées par PwC lors de sa dernière étude portant sur le devenir du travail en 2022. 10 000 employés ont été interrogés en Allemagne, Chine, Etats-Unis, Inde et Royaume-Uni, ainsi que 500 professionnels des ressources humaines, afin de recueillir leur point de vue sur l'évolution de leur lieu de travail et le management de la main-d'œuvre. Si les innovations technologiques auront le plus gros impact sur la manière de travailler dans le futur, la gestion des ressources climatiques, économiques et démographiques influenceront également – quoique dans une moindre mesure – le travail des employés interrogés.

Le partage des données comme outil de performance

Point sensible mais nerf central, l'utilisation des données personnelles par l'employeur dans le but d'améliorer la performance des employés et mieux comprendre leurs motivations au travail. Presqu'un tiers des sondés n'y sont pas opposés dès lors que les données personnelles se résument à leur profil sur les réseaux sociaux ou leur profil de santé. Une proportion liée à l'arrivée dans la décennie à venir de la génération Y sur le marché du travail, et qui constituera la moitié de la main-d'œuvre d'ici à 2022. Cette génération est particulièrement à l'aise avec le partage de ses données pour l'amélioration de son mode de travail. A terme, à l'instar des commerçants qui collectent des informations sur leurs clients pour offrir une meilleure offre, les entreprises collecteront des données sur leurs employés.

L'impact du numérique, positif ou négatif ?

Plus de la moitié des sondés (64%) considèrent que les technologies constituent un moyen d'améliorer les perspectives d'emploi. L'utilisation du numérique a un impact sur les horaires de travail classiques qui se trouvent bouleversées. Cela apporte flexibilité au travail mais le revers de la médaille se ressent sur la séparation vie professionnelle/vie privée. Ainsi, 59% des sondés disent être joignables à tout moment afin de s'assurer un poste ou une embauche. Concernant les employés de la génération Y, 64% partagent cet avis. La technologie n'est pas seulement source d'opportunités, et certains la considèrent comme une menace puisqu'un quart des sondés pense que l'automatisation des tâches pourrait avoir un risque sur leur poste.

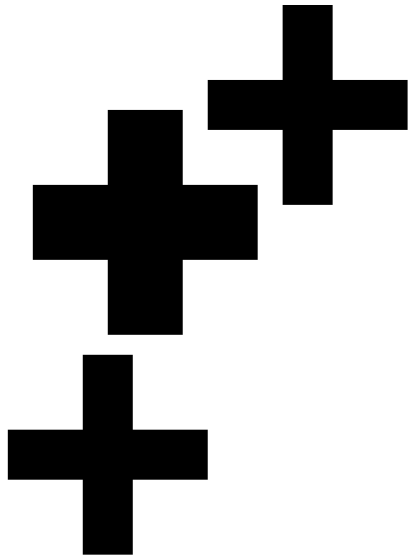
Par Eliane HONG 01 septembre 2014

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

Source :

http://www.atelier.net/trends/articles/travail-futur-va-appuyer-numerique-partage-de-donnees_431005

Google aux commandes du droit à l'oubli



Google
commandes
droit
l'oubli

aux
du
à

Par Laurence NEUER

En offrant aux internautes un formulaire pour se faire oublier, Google remplit son « contrat ». Mais il ouvre aussi la boîte de Pandore. Éclairage.

Rien ne prédestinait le premier moteur de recherche du monde à se mêler des contenus qu'il référence. Et pourtant, depuis le 30 mai, Google propose aux citoyens et résidents européens un formulaire gratuit pour faire valoir leur droit à l'oubli numérique. Et ils étaient déjà après une journée plus de 12 000 à l'avoir rempli et posté !

Formulaire accessible en trois clics

Cette initiative lui a été soufflée par la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE) qui, dans une décision du 13 mai 2014, offrait aux internautes la possibilité de s'adresser directement au moteur de recherche pour demander le retrait de certains contenus. Jusqu'à présent, le déréférencement de pages web était ordonné en justice sur le fondement du droit à la vie privée ou des données personnelles. « Le moteur de recherche n'avait pas à arbitrer, le juge remplissait son office », rappelle l'avocat Jean-Sébastien Mariez.

La réactivité quasi immédiate du géant américain peut d'autant plus être saluée que Google est ici aux antipodes de son métier de base. « C'est l'exact opposé de la philosophie sur laquelle le moteur de recherche est construit. C'est comme si vous demandiez à un cuisinier trois étoiles qui concocte des menus pour vingt-cinq couverts de préparer des repas à bas prix pour toute une cantine scolaire, relève Étienne Wéry, avocat aux barreaux de Bruxelles et de Paris. Google aurait pu attendre encore quelques mois, car la Cour n'a fait qu'interpréter le droit européen et a laissé au juge espagnol qui l'a saisie le soin d'en tirer les conséquences dans le cas d'espèce concerné. En théorie, donc, Google pourrait sortir gagnant du procès », note l'avocat.

Mais au lieu de la politique de l'autruche, le géant américain a décidé de prendre les devants. Son formulaire, accessible en trois clics et en français, est très simple d'utilisation. Il suffit de se rendre sur la page d'accueil de Google.fr, de cliquer sur « Confidentialité et conditions d'utilisation » (en bas à droite), puis sur FAQ, et de choisir la troisième question : « Comment puis-je supprimer mes données personnelles des résultats de recherche Google ? »

Mais, attention, prévient Google en amont de la procédure, « supprimer des résultats de la recherche Google n'entraînera pas la suppression des contenus correspondants. Pour que des données n'apparaissent plus sur le Web, vous devez contacter le webmaster du site publiant les informations en question. » Autrement dit, la désindexation d'un contenu n'entraînera pas la disparition de celui-ci des écrans radars du Web. Ainsi, l'internaute qui souhaite voir supprimer son profil sur un réseau social doit contacter directement le webmaster de ce dernier. De Google, il ne pourra obtenir le cas échéant que la suppression du lien vers le site ou vers des pages associées.

Par ailleurs, pour éviter les fraudes, le moteur de recherche exige des requérants la photocopie d'un document prouvant leur identité (carte d'identité, passeport, etc.). Rien de surprenant, selon Me Wéry, « le droit d'accès et de rectification des données personnelles étant lui aussi subordonné à la preuve de l'identité de l'intéressé ».

Du « cas par cas »

Reste à convaincre le moteur de recherche du bien-fondé de sa demande. Concrètement, l'internaute doit indiquer « en quoi le lien apparaissant dans les résultats de recherche est non pertinent, obsolète ou inapproprié » conformément aux critères fixés par la CJUE. « L'exercice est d'autant plus délicat que les demandes de déréférencement pourront concerner des contenus qui en soi ne sont pas illicites (photo de vacances postée par un tiers, post sur un blog ou curriculum vitae périmé) et dont le retrait suppose la disparition d'une page web complète (et pas seulement du commentaire faisant référence à la personne concernée ou de l'encart précis) », souligne Me Mariez.

Dans son évaluation, Google devra prendre en compte l'intérêt du public à connaître l'information, en fonction notamment du « rôle joué par le requérant dans la vie publique ». Le moteur de recherche doit notamment veiller à préserver l'équilibre entre le droit individuel à la vie privée et à la protection des données personnelles et le droit à l'information du public, lui aussi protégé par les textes. Autant dire que les experts chargés d'évaluer le bien-fondé des demandes devront chausser des lunettes de fins juristes !

D'autant que, eu égard à la rapidité des recherches, il serait malvenu de laisser patienter trop longtemps les prétendants dans la salle d'attente du droit à l'oubli. Pour l'heure, Google a confié à un comité d'experts indépendants le soin de définir les critères et les moyens à mettre en place pour traiter les demandes au « cas par cas ». Et la question des suites de l'arrêt de la CJUE est à l'ordre du jour du G29 des 3 et 4 juin afin que les « Cnil » européennes adoptent une position commune sur le sujet. « Mais il y aura forcément des erreurs. Google fera des mécontents et se mettra en risque. S'il évalue mal une demande, il pourra faire l'objet de sanctions », pointe Me Wéry.

Les requérants pourront saisir la Cnil comme ils le font déjà après avoir essuyé un refus de la part du site où sont publiés leurs photos, vidéos, textes ou faux profils dont ils ont demandé la suppression. D'ailleurs, les plaintes liées au droit à l'oubli, en hausse de quatre points par rapport à 2012, ont représenté 34 % du nombre total de plaintes en 2013. De plus, les responsables de site qui seraient en désaccord avec la décision du moteur de recherche de supprimer leur page des résultats de recherche pourront aussi se plaindre devant la commission. En dernier ressort, c'est la justice qui tranchera. Et le contentieux promet d'être copieux...

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

Source :

http://www.lepoint.fr/chroniqueurs-du-point/laurence-neuer/google-aux-commandes-du-droit-a-l-oubli-02-06-2014-1830043_56.php

Droit à l'oubli – Quand on demande à Google d'oublier tout et n'importe quoi..



Google aurait reçu récemment une drôle de demande.

Selon le quotidien belge L'Avenir, Eden Hazard aurait rempli le formulaire de « droit à l'oubli » du moteur de recherches, afin que les (mauvaises) notes et les commentaires négatifs à son encontre ayant fait suite au quart de finale de la Coupe du monde entre la Belgique et l'Argentine (0-1) disparaissent.

Le joueur de Chelsea, cité notamment dans un article recensant les « 11 flops du Mondial », estimerait que ces critiques ternissent son image en vue d'une renégociation de contrat avec son club ou pour d'éventuels contrats publicitaires. **Google n'est en revanche pas obligé de valider cette demande.**

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

Références :

<http://rmcsport.bfmtv.com/football/hazard-demande-a-google-d-effa-828188.html>

Confidentialité des données : attention danger pour les DSI européens



Confidentialité des données : Attention danger pour les DSI européens

Les DSI ne peuvent se préoccuper des seuls aspects technologiques des projets conduits au sein de l'entreprise. Si les décideurs IT veulent et doivent peser plus dans les décisions business, ils doivent alors composer avec les risques liés à l'activité de l'entreprise et non seulement ceux ayant trait au système d'information. C'est notamment le cas de la confidentialité des données client. Or, juge Forrester, il s'agit même désormais d'une priorité, en particulier pour les DSI européens en raison de la régulation dans ce domaine et de la préoccupation croissante des européens à l'égard de leurs données.

Vie privée : une préoccupation pour le client et l'entreprise

Et selon le cabinet, l'arrêt de la CUJE sur le droit à l'oubli rappelle aux DSI que la gestion des données personnelles s'impose comme une des grandes priorités business. « La régulation de la confidentialité est désormais un sujet que les DSI ne devraient pas sous-estimer en tant que risque majeur pour les entreprises ». Car, prévient Forrester, **un incident impliquant des données client peut déboucher sur des conséquences plus que significatives, comme une sanction financière, un préjudice d'image pour l'entreprise et une perte de confiance de la part des consommateurs.**

Et pour le DSI lui-même, c'est son emploi même qui pourrait être en jeu. Victime d'un piratage informatique (vol des données bancaires de 40 millions de clients), l'enseigne américaine Target a poussé son DSI à la démission – suivie ensuite de celle du PDG.

Mais la confidentialité des données n'est-elle pas avant tout du ressort des métiers et notamment des services marketing et juridique ? Non, selon Forrester pour qui la DSI est directement impliquée dans la gestion de ces données.

Quid de la collecte et du stockage des données client

Les responsables des systèmes d'information interviennent ainsi dans le choix et le déploiement des solutions destinées à garantir la sécurité et l'intégrité de ces informations. Les DSI doivent également s'informer des mécanismes de collecte des données, de leur localisation et des usages associés (transfert, partage, etc.). En clair, connaître le cycle de vie de la donnée.

Et cela peut s'avérer complexe estime Forrester, par exemple lorsqu'un client de l'entreprise demande à exercer son droit à la suppression. « De nombreuses entreprises stockent les données client de façon redondante, par exemple pour chaque division ou chaque pays. De telles données peuvent aussi avoir été sauvegardées sur plusieurs serveurs, souvent à des localisations distinctes ».

« Ces structures complexes de stockage des données client transforment une suppression complète des données en un exercice difficile – certains disent impossible » commente l'analyste Dan Bieler. La problématique de la confidentialité des données comprend donc bien une dimension technologique et impose dès lors aux DSI de ne pas la négliger.

« Les entreprises qui conçoivent leur infrastructure IT en gardant à l'esprit la régulation de la confidentialité [Ndlr : privacy by design] disposent d'un avantage compétitif pour cet ère du client », en particulier dans un contexte d'accroissement du nombre de données collectées, de leur numérisation et de leur exploitation, par exemple dans le cadre d'un projet Big Data.

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

Références :

<http://www.zdnet.fr/actualites/confidentialite-des-donnees-attention-danger-pour-les-dsi-europeens-39804963.htm>