

# Avec le « RGPD » californien, les GAFAM garderont le pouvoir en 2020 sur les données personnelles

Le partage des données des consommateurs avec les entreprises s'est généralisé en dix ans. Or le droit californien n'avait pas suivi cette évolution, laissant aux entreprises de la Silicon Valley la liberté d'exploiter la vie privée des individus sans contrainte. Ce que change partiellement le CCPA.

Par Alexandre Lazarègue, avocat\*, cabinet Lazarègue Avocats



© DR

Dans le sillage du règlement général sur la protection des données (RGPD), le California Consumer Privacy Act (CCPA) est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2020. Cette loi applicable dans l'Etat américain le plus peuplé des Cinquante vient renforcer le contrôle des consommateurs californiens sur leurs données personnelles en leur octroyant de nouveaux droits. Et ce, afin de leur permettre de reprendre le contrôle de leurs vies privées.

## Notes

- (1) - <https://lc.cx/FTC-Equifax>  
 (2) - <https://lc.cx/Petition2017>  
 (3) - <https://lc.cx/CCPA>  
 (4) - Lancement prochain des négociations sur les nouvelles règles européennes de recours collectif, communiqué JURI du 09-01-2020 : <https://lc.cx/ClassActionUE>

## Droit local d'inspiration populaire

A la suite du scandale Cambridge Analytica et de la fuite massive de données d'Equifax, concernant 143 millions de personnes, soit près de la moitié de la population américaine (1), a été formulée en 2018 une proposition de loi d'initiative populaire visant à protéger les données personnelles des Américains. Deux militants pour la protection de la vie privée, issus de la société civile, l'homme d'affaires Alastair Mactaggart et une juriste spécialiste de droit à la protection de la vie privée, Mary Stone Ross, ont rédigé dès 2017 un projet de loi sous le nom de California Consumer Privacy Act (CCPA) soumis aux électeurs californiens par la voie pétitionnaire (2). Le droit californien permet en effet aux citoyens de cet Etat de faire adopter des textes législatifs ou de provoquer un référendum au niveau local en recueillant 366.000 signatures. Le CCPA a recueilli 600.000 signatures, révélant par là une véritable volonté des Californiens de reprendre le contrôle de leurs vies privées et d'empêcher les intrusions répétées des GAFAM dont ils ont été victimes ces dernières années.

Mise sous pression, la Silicon Valley – dont la collecte des données personnelles est le fer de lance de son modèle économique – a milité auprès des chambres législatives californiennes pour que ces dernières concluent un accord avec les promoteurs du texte et que soit évité un référendum. Le 28 juin 2018, et après moins d'une semaine de débat, la loi initialement proposée a alors été adoptée par le législateur californien sous une version plus timorée que le projet initial. Le texte continue cependant à se heurter à la résistance des entreprises de nouvelles technologies qui militent pour l'adoption

d'un texte fédéral moins contraignant. En effet, des lois prises par le Congrès à Washington s'imposeraient sur le droit des Etats fédérés et empêcheraient le CCPA de s'appliquer. Dans le sillage du CCPA, d'autres projets de loi se sont faits jour au niveau fédéral visant à réglementer la collecte des données personnelles des citoyens américains. Certaines propositions sont spécifiques et visent uniquement les données transmises *via* les réseaux sociaux. D'autres projets sont plus ambitieux dans leur champ d'application et cherchent à imposer un traitement loyal, équitable et non discriminatoire aux responsables de traitements, à l'instar du RGPD. Si aucun de ces projets n'a l'ambition portée par le texte européen, ils s'en inspirent dans la forme et constitueraient néanmoins une avancée considérable dans la conquête des droits des internautes quant au respect de leurs vies privées. Le CCPA intégré dans le Code civil de Californie (3) s'applique à toutes les informations à caractère personnel collectées, électroniquement ou non, auprès de consommateurs.

Les consommateurs sont définis comme des personnes physiques résidant en Californie, ce qui confère un champ d'application aux bénéficiaires du texte aussi large que le RGPD. La loi californienne s'applique donc très largement et pas seulement aux données collectées sur Internet. Toutefois, de façon plus pragmatique que le RGPD, les assujettis du CCPA sont uniquement des entreprises d'envergure. Ces dernières doivent en effet réaliser un chiffre d'affaires annuel supérieur à 25 millions de dollars, ou acheter, vendre ou partager à des fins commerciales des informations personnelles de plus de 50.000 consommateurs, ou encore obtenir plus de 50 % de leurs revenus annuels de la vente d'informations personnelles du consommateur.

## Champ d'application du CCPA

Ainsi, les associations comme les petites et moyennes entreprises ne sont pas concernées par le texte. Les pouvoirs publics peuvent également continuer à collecter les données personnelles des individus sans que ceux-ci puissent s'y opposer, même s'il est prévu que les données issues de ces traitements et réutilisées pour d'autres finalités sont des informations sur lesquels les citoyens