

Extraire des données LinkedIn : fausse bonne idée ?

Dans la quête de nouveaux clients, les services marketing et commerciaux des entreprises innovent toujours en matière de prospection et nombreuses sont les techniques qui ont fait leur temps ; le porte-à-porte, la prospection téléphonique ou encore l'emailing. Le réseau du moment, concernant la prospection et les diverses mises en relation professionnelles n'est autre que LinkedIn et les conseils pour optimiser son utilisation fleurissent sur la toile.

Attention tout de même à ne pas faire n'importe quoi ; la CNIL veille et sanctionne.

Dans sa délibération du 8 décembre 2020, la formation restreinte a retoqué la société NESTOR, spécialisée dans la livraison de repas aux professionnels. Plusieurs manquements au RGPD ont été relevés, mais surtout, 600 000 prospects dont les données ont été collectées sur LinkedIn, se sont vus démarchés par voie électronique sans y avoir consenti ni même avoir reçu une information préalable.

Pour rappel, **même si vous ne détenez que des données professionnelles, dès lors qu'elles permettent l'identification d'une personne physique, elles constituent une donnée à caractère personnel** (exemple : nom.prenom@entreprise.fr).

L'occasion de faire le point sur l'utilisation de LinkedIn et les règles à respecter pour prospecter en toute tranquillité.

Les conditions générales d'utilisation de LinkedIn

Pour savoir ce que vous pouvez faire ou ne pas faire, il faut d'abord se reporter à ce que prévoit LinkedIn dans ses conditions générales d'utilisation. Ce document a valeur contractuelle. Les CGU s'appliquent dès lors que vous utilisez les services de LinkedIn. Cela concerne aussi bien les membres inscrits au réseau social que les visiteurs, qui n'ont pas de compte LinkedIn mais qui peuvent tout de même avoir accès à certaines fonctionnalités.

Article 8.2. (À ne pas faire) :

b. développer, prendre en charge ou utiliser des logiciels, des dispositifs, des scripts, des robots ou tout autre moyen ou processus (notamment des robots d'indexation, des modules d'extension de navigateur et compléments, ou toute autre technologie) visant à effectuer du web scraping des Services ou à copier par ailleurs des profils et d'autres données des Services ;

Le web scraping consiste en une méthode rapide et peu coûteuse permettant d'aspirer les données qui se trouvent publiquement en ligne, via un programme qui les extrait pour en faire une utilisation détournée, comme constituer une base de données. Attention, *lorsque l'utilisation d'un tel procédé est mentionnée comme interdite dans les conditions générales, le fait d'y procéder peut constituer une infraction au sens de l'article 323-3 du Code pénal qui incrimine le fait « d'introduire frauduleusement des données dans un système de traitement automatisé, d'extraire, de détenir, de reproduire, de transmettre, de supprimer ou de modifier frauduleusement les données qu'il contient. ».*

Une vigilance doit également être portée aux prestataires à qui vous faites appel pour vous fournir des bases de données. Dans un communiqué du 30 avril 2020, la CNIL est venue préciser que l'extraction de données sur des sites web interdisant cette pratique (cas de LinkedIn) n'est pas autorisée, mais également qu'il convient de s'assurer que vos prestataires s'y conforment, à défaut vous serez co-responsable.

Article 8.1 (À faire) :

a. respecter toutes les lois applicables, y compris, de manière non limitative, les lois en matière de protection de la vie privée, les lois relatives aux droits de propriété intellectuelle, les lois relatives aux e-mails non sollicités, les lois relatives au contrôle des exportations, les lois fiscales et les exigences réglementaires ;

Les règles en matière de prospection BtoB

L'article L. 34-5 alinéa 1 du Code des postes et des communications électroniques dispose : « *Est interdite la prospection directe au moyen de système automatisé de communications électroniques au sens du 6° de l'article L. 32, d'un télécopieur ou de courriers électroniques utilisant les coordonnées d'une personne physique, abonné ou utilisateur, qui n'a pas **exprimé préalablement son consentement** à recevoir des prospections directes par ce moyen.* »

On entend par consentement « *toute manifestation de volonté libre, spécifique et informée.* »

Le RGPD impose, quant à lui, qu'un traitement de données personnelles repose sur l'une des bases légales prévues dans son article 6. S'agissant de prospection commerciale, cette base légale ne peut s'appuyer que sur le **consentement** de la personne concernée. C'est ce que rappelle la délibération du 8 décembre 2020 de la formation restreinte de la CNIL, alors que la société NESTOR justifiait son traitement à finalité de prospection par l'intérêt légitime du responsable de traitement.

Les exceptions à l'exigence de recueil du consentement :

- **La personne démarchée est déjà dans la base de données en tant que cliente** suite à un contrat de vente ou de prestation conclu antérieurement. Dans ce cas, la prospection doit concerner un produit ou service analogue à celui ayant amené la conclusion du précédent contrat.
- **La prospection n'est pas de nature commerciale** par exemple prospection caritative.
- **La prospection est effectuée dans le cadre d'une relation B2B**, c'est-à-dire entre professionnels dès lors que cette communication est en lien avec l'activité principale du prospect.
 - C'est cette dernière exception que la société NESTOR n'a pas respectée. En effet, bien qu'elle ait tenté de se justifier en indiquant au rapporteur de la CNIL que « *cet emailing de prospection [...] intervient strictement dans le cadre professionnel que constituent les déjeuners en entreprise* », cette dernière estime que si le réseau social vise effectivement à rentrer en contact avec d'autres professionnels et étendre son réseau, pour être exemptée de consentement **cette communication doit nécessairement avoir un lien avec l'activité professionnelle du prospect.**

Il convient de rappeler que le consentement ne libère pas le responsable de traitements de l'obligation d'information imposée lors de la collecte de données visée à l'article 13 (collecte directe) et 14 (collecte indirecte) du RGPD.

La prospection doit ainsi inclure la possibilité de s'opposer à de futures communications et indiquer la durée de conservation des données (3 ans à compter de la collecte ou de la dernière communication provenant de la personne prospectée).

Comment utiliser les données présentes sur LinkedIn ? Point jurisprudentiel

Le traitement des données obéit de la même manière aux obligations posées par le RGPD qu'elles soient traitées :

- Après extraction, fait de récupérer des données publiquement accessibles en ligne afin d'en faire une utilisation différente de leur finalité première, à savoir la communication sur les réseaux sociaux ;
- À des fins d'indexation, qui consiste à ordonner et trier des données pour les répertorier sans les extraire.

Concernant l'obligation d'information, celle-ci doit être claire et précise, notamment sur la finalité de traitement des données. Si vous vous servez de LinkedIn pour collecter indirectement des données personnelles, vous devez informer la personne conformément à l'article 14 du RGPD « *au plus tard au moment de la première communication à ladite personne* », si cette collecte est à des fins de communication commerciale, ou dans un délai raisonnable ne pouvant dépasser un mois dans les autres cas.

À ce sujet, Pages Blanches a dû rendre des comptes à la CNIL en 2011 (*délibération 2011-203 du 21 septembre 2011*) du fait de la collecte déloyale des données accessibles publiquement sur Facebook, le manquement à l'obligation d'information, à l'obligation de mise à jour, à la minimisation des données et les conditions insatisfaisantes concernant l'effectivité des droits des personnes concernées.

Les droits des personnes concernées, visés aux articles 15 à 21 du RGPD (information, accès, rectification, effacement, limitation, portabilité, opposition) font également l'objet d'une attention particulière de la CNIL. Elle a pu se prononcer plusieurs fois sur l'effectivité du droit d'opposition, notamment en 2014 concernant un annuaire

recensant les coordonnées de professionnels du domaine juridique qui refusait de faire droit aux demandes d'opposition des professionnels concernés, sous prétexte que les informations étaient accessibles publiquement en ligne. La CNIL considère que « *le fait que les données des plaignants soient librement accessibles sur Internet ne fait pas obstacle à leur droit d'obtenir leur rectification ou leur effacement* » et prononce une amende de 10 000€ (*délibération 2014-041 du 29 janvier 2014*).

Un avertissement a également été prononcé en 2012 contre Yatedo, un moteur de recherche de personnes exploitant les données publiquement partagées sur les réseaux sociaux, notamment LinkedIn, pour dresser un portrait des personnes concernée sous forme de CV. L'ineffectivité du droit d'opposition et la non mise à jour de ces données (certains profils étaient basés sur les données LinkedIn alors que les comptes avaient été supprimés depuis des années) a justifié ce rappel à l'ordre (*délibération 2012-156 du 1 juin 2012*).

Le constat est clair, **les données personnelles publiquement accessibles en ligne ne prive pas les personnes concernées de la possibilité d'exercer leur droit**. L'activité doit en outre traiter de manière loyale des données exactes et tenues à jour dans le respect du principe de minimisation.

Vous aurez des dizaines d'outils proposés sur le net destinés à extraire les données sans se poser de questions... ils se contenteront de vous donner une méthode sans vous rappeler les règles légales en matière de prospection. La façon la plus « RGPD » pour externaliser la relation réside dans le fait de demander le consentement de la personne sur LinkedIn.

À défaut, ne jamais négliger l'information !

Enfin, on rappellera que les exportations de contacts font naître une base de données personnelles, soumise au RGPD, dont le traitement ce doit d'apparaître dans le registre de traitements et qui doit être sécurisée.