

Google-Street-View : une victoire de la raison. Protéger les données avec mesure.

11.06.2012

D'un coup d'oeil

Il faut sauvegarder la protection des données, mais sans mettre en péril les services innovateurs dans la sphère Internet. Telle est la clarification apportée par le Tribunal fédéral en marge de son verdict sur Google Street View. *economiesuisse* salue cette décision raisonnable, qui donne un signal favorable à l'innovation et à une économie en évolution.

Les nouveaux médias offrent de grandes opportunités. Ils justifient à ce titre une prise de risques calculés pour écarter les obstacles à la mise en œuvre de services innovateur, qui répondent à l'intérêt du public. Ceci a été définitivement reconnu par la décision clarificatrice du Tribunal fédéral relative au cas de Google Street View. C'est ainsi que les technologies de l'information resteront des ferments de l'innovation pour de nombreuses branches, favorisant le développement de nouveaux produits, services, processus ou formes de commercialisation.

Les juges fédéraux ont admis qu'il serait injustifié d'exiger, en plus du floutage automatique, une anonymisation totale des visages et des plaques minéralogiques avant la mise sur Internet des images de Google Street View. Cette décision confirme que le droit à sa propre image constitue, certes, une part importante de la protection de la personnalité, mais qu'il convenait également de soupeser les intérêts économiques des éditeurs d'images. Plus l'utilisation d'une image est ciblée, plus il y a lieu d'appliquer strictement les règles de la protection de la personnalité. On ne peut toutefois imposer des mesures préventives disproportionnées en cas d'apparitions fortuites ou

en arrière-fond d'images personnelles. De telles mesures entraîneraient un blocage de fait des nouveaux médias ou de formes d'information actuelles.

Si leur publication était subordonnée à l'accord de toutes les personnes qui y figurent, d'innombrables documents photographiques ne pourraient plus être publiés à des coûts justifiables. On peut citer à titre d'exemple les manifestations, les cortèges de carnaval ou matchs de football. Dans la pratique, la question de l'autorisation se pose lorsqu'un individu est présenté de manière ciblée et qu'il est clairement identifiable.

Or cette réglementation pragmatique a fait ses preuves. Elle devrait être étendue aux nouveaux médias, en particulier lorsqu'un nouveau service commence à jouer un rôle économique et qu'il se traduit de manière positive en termes d'efficacité. Dans ce sens, la décision du Tribunal fédéral constitue une victoire de la raison, de l'innovation et du progrès économique.