

Monsieur ou Madame ? Collecte de l'identité de genre des clients

Les apports de l'Arrêt de la CJUE Mousse c/ CNIL & SNCF

Un rappel des principes de minimisation et de proportionnalité

🌟 Rappel succinct du contexte

SNCF Connect impose à ses clients de **renseigner leur civilité** (« Monsieur » ou « Madame ») lors de l'achat de billets en ligne, afin de personnaliser ses communications commerciales. Cette obligation a été contestée par l'association Mousse auprès de la CNIL qui, en 2021, a décidé de rejeter cette réclamation, considérant que cette pratique ne constituait pas un manquement au RGPD.



Le 21 mai 2021, l'association Mousse a formé un recours en annulation contre cette décision de la CNIL, auprès du Conseil d'État. C'est dans ce contexte que la Cour de justice de l'Union européenne (CJUE), dans le cadre de questions préjudicielles qui lui ont été posées, s'est notamment prononcée sur la licéité du traitement mis en oeuvre par SNCF Connect (art. 6 du RGPD) ainsi que sur le respect des principes relatifs au traitement des données à caractère personnel (art. 5, RGPD).

🌟 Arrêt de la CJUE en date du 9 Janvier 2025

Quid de la collecte de la civilité des clients, destinée à personnaliser les communications commerciales ?

1. L'exécution d'un contrat :

Pour être licite, un traitement de données doit s'inscrire dans la réalisation d'une finalité essentielle du contrat.

Or, la vente d'un billet de transport ne nécessite pas la collecte de la civilité. La personnalisation des communications commerciales ne constitue pas une finalité contractuelle essentielle.

Des alternatives moins intrusives existent, comme l'utilisation de formules de politesse neutres et inclusives.



2. L'intérêt légitime de l'entreprise :

La CJUE rappelle que pour invoquer un intérêt légitime, trois conditions doivent être remplies :

- ✓ L'entreprise doit informer clairement ses clients de cet intérêt.
- ✓ Le traitement doit être strictement nécessaire à cet objectif.
- ✓ Il ne doit pas porter atteinte aux droits fondamentaux des clients..

En l'espèce, ces conditions ne sont pas réunies car :

- SNCF Connect n'a pas précisé en quoi cet intérêt légitime était indispensable.
- La finalité commerciale ne justifie pas une atteinte aux libertés fondamentales.
- La collecte pourrait entraîner un risque de discrimination fondée sur l'identité de genre.

3. Droit d'opposition et minimisation des données

La Cour précise que l'existence d'un droit d'opposition ne permet pas de rendre un traitement licite s'il ne respecte pas en amont le principe de stricte nécessité. La minimisation des données impose de privilégier des solutions moins intrusives



Que retenir ? Quelles mesures mettre en oeuvre ?



✓ Un impact direct sur les formulaires et la collecte des données clients

- Les entreprises sont invitées à réévaluer la pertinence de la collecte de la civilité dans leurs formulaires d'inscription, de réservation et d'interaction client.
- Lorsque cette information n'est pas strictement nécessaire à la finalité du traitement, elle devrait être supprimée ou rendue facultative.

✓ Conformité et adaptation des outils marketing et CRM

- Les outils CRM et logiciels de gestion devraient être adaptés pour inclure des options neutres telles que : "Non spécifié", "Autre", ou "Ne souhaite pas répondre".
- L'usage de formules de politesse inclusives et non genrées pourrait être envisagé afin de limiter la collecte de données superflues.
- Les systèmes informatiques devraient permettre, lorsque cela est approprié, l'absence de mention de civilité, sans impacter la qualité du service rendu.

✓ Un risque accru de contentieux et de sanctions

L'absence de justification de la collecte de la civilité serait susceptible d'exposer l'entreprise à un risque de manquement au regard des principes fondamentaux du RGPD (notamment le principe de minimisation).

Au-delà des manquements à la conformité, des plaintes individuelles pour discrimination pourraient également être déposées, notamment par des clients ne se reconnaissant pas dans les options proposées.

Quelles sont les bonnes pratiques ?

- Analysez si la collecte des données relatives à l'identité de genre est réellement nécessaire à vos services :

☞ Si ce n'est pas le cas, elle doit être supprimée ou rendue facultative.

☞ En cas de nécessité, si la civilité est maintenue (ex. obligations administratives spécifiques), ajoutez une option neutre : "Ne souhaite pas répondre" / "Autre"/ "Titre neutre " et ne pas le mentionner le caractère obligatoire avec une information spécifique.

- Adaptez vos communications y compris commerciales clients :

Évitez les formules de politesse genrées et privilégiez des formulations neutres :

- ✗ "Cher Monsieur / Chère Madame"
- ✓ "Bonjour [Nom]", "Cher(e) client(e)", "Bonjour et bienvenue"



- Formez vos équipes

Sensibilisez les services juridique, marketing et relation client aux risques liés à la collecte excessive de données personnelles, en particulier celles liées à l'identité de genre.

- Mettez à jour votre politique de confidentialité si nécessaire

Expliquez clairement aux utilisateurs pourquoi et comment leurs données sont collectées et utilisées.