



Chambre Contentieuse

Décision n° 163/2026 du 16 juillet 2026

Numéro de dossier : DOS-2020-04495

La Chambre Contentieuse de l'Autorité de protection des données ;

Vu le règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 *relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE* (règlement général sur la protection des données), ci-après « RGPD » ;

Vu la loi du 3 décembre 2017 *portant création de l'Autorité de protection des données*, ci-après « LCA » ;

Vu le règlement d'ordre intérieur de l'Autorité de protection des données, tel qu'approuvé par le Comité de direction le 25 avril 2024 et publié au *Moniteur belge* le 31 mai 2024 ;

Vu les pièces du dossier ;

A pris la décision suivante concernant :

Le plaignant : **X**, ci-après « le plaignant » ; et

La défenderesse : **Y**, représentée par Me Simon VERSCHAEVE et Me Heidi WAEM[...], ci-après « la défenderesse » .

I. Faits et procédure

1. L'objet de la plainte concerne l'achat d'un billet auprès d'un responsable du traitement opérant dans le secteur du divertissement, qui a donné lieu à l'envoi de plusieurs e-mails de marketing direct (jugés indésirables par le plaignant).
2. Le 1er septembre 2020, le plaignant a déposé une plainte auprès de l'Autorité de protection des données contre la défenderesse.
3. Le 7 octobre 2020, le Service de Première Ligne a déclaré la plainte recevable en vertu des articles 58 et 60 de la LCA et en a informé le plaignant conformément à l'article 61 de la LCA.
4. Le même jour, la Chambre Contentieuse est saisie en vertu de l'article 92, 1° de la LCA.
5. Le 19 octobre 2020, la Chambre Contentieuse décide de demander une enquête au Service d'Inspection, conformément à l'article 94, § 1, 2° de la LCA, et la demande de la Chambre Contentieuse visant à mener une enquête est communiquée au Service d'Inspection, accompagnée de la plainte et de la liste des pièces.
6. Le 25 mai 2021, l'enquête menée par le Service d'inspection est clôturée, le rapport est versé au dossier et celui-ci est communiqué par l'inspecteur général au directeur de la Chambre Contentieuse (articles 91, § 1 et § 2 de la LCA).
7. Le 27 juillet 2022, les parties ont d'abord été invitées, en français, à présenter leurs conclusions dans le cadre de la procédure au fond (conformément à l'article 95, § 1, 1° de la LCA, lu conjointement avec l'article 98 de la LCA). Peu après la réception de la lettre, la défenderesse a demandé à être entendu en néerlandais, à la suite de quoi les délais de dépôt des conclusions ont été suspendus.
8. Le 16 mars 2026, les parties ont été informées qu'un collaborateur de l'APD avait reçu pour mission, de la part du directeur de la Chambre Contentieuse, d'étudier la possibilité d'une transaction dans la présente procédure. La défenderesse a alors confirmé (par e-mail du 25 mars 2026) qu'elle acceptait l'invitation à un entretien préparatoire dans le cadre d'une éventuelle procédure de transaction. Le plaignant en a également été informé.
9. Le 29 avril 2026, un premier entretien préparatoire a eu lieu en présence de deux collaborateurs de la défenderesse et de son conseil. Deux collaborateurs de l'APD étaient présents. L'entretien préparatoire avait pour objectif de discuter *concrètement* avec la défenderesse des aspects pratiques et juridiques d'une éventuelle proposition de transaction. Un procès-verbal de cet entretien a été dressé, dans lequel la défenderesse a fait plusieurs déclarations dans le cadre de la poursuite du dossier.
10. À la suite de l'entretien préparatoire du 29 avril, le collaborateur de l'APD a rédigé un projet de proposition de transaction qui a été transmis à la défenderesse.

11. Le 24 juin 2026, un deuxième entretien préparatoire a eu lieu, en présence des mêmes personnes que lors du premier entretien du 29 avril. Un procès-verbal de cet entretien a également été dressé, au cours duquel la défenderesse a fait plusieurs déclarations dans le cadre de la poursuite du dossier ; ce procès-verbal est joint dans son intégralité au dossier administratif et ne revêt aucun caractère confidentiel.
12. Le 2 juillet 2026, le collaborateur de la Chambre Contentieuse a soumis au plaignant un projet de proposition de transaction, afin de recueillir ses éventuelles observations concernant les conditions formulées relatives aux griefs exposés dans sa plainte.
13. Le 4 juillet 2026, le plaignant a transmis au collaborateur de la Chambre Contentieuse ses observations concernant les conditions formulées dans le projet.
14. Le 9 juillet 2026, le collaborateur de la Chambre Contentieuse a soumis à la défenderesse un projet modifié de proposition de transaction, tenant compte des observations formulées par le plaignant, en lui demandant si elle souhaitait formuler d'autres observations à ce sujet.
15. Le 10 juillet 2026, la défenderesse a confirmé qu'elle ne souhaitait pas formuler d'autres observations concernant ce projet.
16. À la même date, le directeur de la Chambre Contentieuse a présenté une proposition de transaction formelle au plaignant dans une décision prise conformément à l'article 95, § 1, 2° de la LCA.
17. Le 15 juillet 2026, la défenderesse a confirmé son accord avec la proposition de transaction.

II. Conclusion de la transaction

18. La défenderesse s'est engagée à respecter les conditions de la transaction en acceptant intégralement et sans réserve la proposition de transaction telle qu'elle a été présentée dans ce dossier le 10 juillet 2026. C'est pour cette raison qu'une transaction a été conclue le 15 juillet 2026.
19. Ces conditions sont définies et formulées comme suit.

Condition 1

Griefs formulés par le plaignant :

Dans sa plainte, le plaignant se plaint principalement du fait que l'achat de billets via le site Internet de la défenderesse a donné lieu à des contacts répétés avec lui par le biais de messages de marketing direct. Le plaignant a ainsi eu l'impression que ses données étaient utilisées à des finalités autres que celles pour lesquelles elles avaient été collectées.

Dans ses échanges avec le Service d'inspection, le plaignant a également précisé que, dans des circonstances normales, il se présente « anonymement » aux guichets de la défenderesse pour commander des billets, et ne les achète donc pas en ligne.

Il convient donc de souligner que le plaignant à l'origine de la plainte en question est l'exemple même d'une personne qui déclare expressément ne pas vouloir, en principe, acheter de billets en ligne, mais qui, en l'occurrence, a supposé qu'il n'avait pas d'autre choix. En d'autres termes : le plaignant a supposé que l'achat en ligne était obligatoire et qu'un achat physique de billets était en même temps impossible.

Constat n° 1 du Service d'Inspection et cadre juridique :

Le Service d'inspection attire l'attention sur un passage du texte relatif à la vente de billets en ligne chez la défenderesse, au moment où celui-ci a rouvert ses portes durant l'été 2020 après une période de confinement.

Ce passage précise que la vente de billets s'effectue exclusivement (le rapport contient une capture d'écran où figure le terme « uniquement ») via le site Internet.

Il ressort toutefois des déclarations de la défenderesse à l'égard du Service d'inspection que des billets pouvaient bel et bien être achetés sur place, et les chiffres fournis par la défenderesse montrent qu'elle a effectivement procédé à la vente de billets dans ses locaux – et donc pas uniquement via le site Internet.

Par ailleurs, la défenderesse a fourni des données chiffrées montrant qu'elle réalisait bel et bien encore [...] % de ses ventes de billets dans ses propres locaux entre juillet 2020 et octobre 2020.¹

Le Service d'Inspection estime que les traitements qui ont lieu dans ce cadre (à savoir la collecte et le traitement ultérieur des données à caractère personnel des clients et des acheteurs, en particulier ceux qui choisissent de ne pas acheter de billet via le site Internet, comme le plaignant) ne sont pas conformes à l'obligation de loyauté prévue à l'article 5.1.a du RGPD.

Condition 1

La défenderesse reconnaît qu'il était **en effet inexact** d'indiquer sur le site Internet que les billets ne pouvaient être achetés qu'en ligne, ce qui entraîne des traitements

¹ Lettre de la défenderesse adressée au Service d'Inspection en date du 19 mars 2021, section 1.

(supplémentaires) qui sont soumis à la législation sur la protection des données par rapport aux achats effectués au guichet.

La Chambre Contentieuse prend également expressément acte des **circonstances exceptionnelles** dans lesquelles ce passage est apparu sur le site Internet, dans un contexte où des mesures sanitaires particulièrement strictes étaient en vigueur et où le secteur du divertissement – auquel appartient la défenderesse – a été particulièrement touché par ces mesures. Elle souligne en outre que la défenderesse, en reconnaissant expressément sa faute et en fournissant de manière loyale des informations à ce sujet au Service d'inspection, se comporte en tant que responsable du traitement responsable. Par ailleurs, il convient de reconnaître que la défenderesse fait valoir que la mention ne lui a procuré aucun avantage commercial ; la défenderesse soutient que la situation inverse s'est produite.

Dans le cadre de cette constatation, la défenderesse s'engage à verser une **somme de 5 000 EUR** au Trésor belge.

Condition 2

Constatations 2, 3, 5 et 8 du Service d'inspection et cadre juridique :

En résumé, le Service d'inspection constate que les personnes sans profil qui achètent un billet sur le site internet de la défenderesse reçoivent des communications de marketing direct fondées sur le « profilage », sur la base de données d'achat historiques (constatations 2 et 3). Ce marketing direct ne serait pas conforme à la base juridique invoquée au titre de l'article 6.1.f du RGPD, dans la mesure où le test de pondération relatif à cette base juridique échoue – notamment en ce qui concerne les attentes raisonnables des personnes concernées.

Dans le cadre des entretiens de transaction, la défenderesse a fait valoir que le profilage se limite à l'envoi d'e-mails personnalisés dont le contenu est basé sur les achats antérieurs du client et sur les données que le client a lui-même communiquées à la défenderesse. Selon la

défenderesse, le profilage doit donc, dans ce contexte, être compris comme, et se limiter à, une simple segmentation issue de la base de données.

Par ailleurs, le Service d'Inspection constate également que, compte tenu des obligations de transparence et d'information prévues aux articles 5.1.a et 12.1 du RGPD, les personnes concernées ne sont pas suffisamment informées de la manière dont elles peuvent s'opposer à un traitement à des fins de marketing direct (constat n° 5). De ce fait, selon le Service d'inspection, ce droit d'opposition ne serait pas suffisamment facilité au titre de l'article 12.2 du RGPD (constat n° 8).

Dans ce contexte, il convient de rappeler que la Cour de justice a rendu son arrêt dans l'affaire *Inteligo Media* après le dépôt du rapport d'inspection, mais avant le début de la procédure de transaction (CJUE, 13 novembre 2025, C-654/23) et a souligné le caractère exclusif de l'article 13, paragraphe 2, de la directive « e-Privacy » dans le cadre d'un tel marketing direct résultant de ventes en ligne portant sur un bien ou un service.

La disposition litigieuse est libellée comme suit :

Nonobstant le paragraphe 1, lorsque, dans le respect de la directive 95/46/CE, une personne physique ou morale a, dans le cadre d'une vente d'un produit ou d'un service, obtenu directement de ses clients leurs coordonnées électroniques en vue d'un courrier électronique, ladite personne physique ou morale peut exploiter ces coordonnées électroniques à des fins de prospection directe pour des produits ou services analogues qu'elle-même fournit pour autant que lesdits clients se voient donner clairement et expressément la faculté de s'opposer, sans frais et de manière simple, à une telle exploitation des coordonnées électroniques lorsqu'elles sont recueillies et lors de chaque message, au cas où ils n'auraient pas refusé d'emblée une telle exploitation.

L'article XII.13, § 1 du Code de droit économique donne effet à la disposition susmentionnée de la directive « e-Privacy ».

En application de la disposition dérogatoire prévue à l'article XII.13, § 1, alinéa 2, du Code de droit économique, un arrêté royal a été adopté le 4 avril 2003, dont l'article 1, 1°, dispose :

« [...] tout prestataire de services est dispensé de demander le consentement préalable pour envoyer de la publicité par courrier électronique à ses clients, personnes physiques ou morales, si chacune des conditions suivantes est remplie :

a) il a obtenu directement leurs coordonnées électroniques dans le cadre de

la vente d'un produit ou d'un service, à condition que les dispositions légales et réglementaires

relatives à la protection de la vie privée ont été respectées ;

b) il exploite les coordonnées électroniques en question exclusivement pour des produits ou services similaires qu'il fournit lui-même ;

c) il fournit aux clients, au moment où leurs coordonnées électroniques sont collectées, la faculté de s'opposer sans frais et facilement à l'exploitation de ces données. »²

Il convient de noter à cet égard que des services ou des biens « analogues » peuvent être proposés au moyen d'un « *soft opt-in* », conformément aux dispositions susmentionnées.

La disposition litigieuse énonce que les personnes concernées doivent pouvoir s'opposer « facilement » à la réception de nouveaux messages promotionnels.³

Comme l'a précisé le Service d'inspection dans son rapport, il existe une distinction entre :

- D'une part, l'utilisation d'une adresse e-mail liée à un client dans le cadre du « *soft opt-in* » en matière de marketing par e-mail (et où, selon l'arrêt *Inteligo Media* précité, seul le régime de l'article 13, paragraphe 2, de la directive « e-Privacy » et ses dispositions d'application sont pertinents) et ;
- D'autre part, la constitution distincte de profils ou de segments sur la base de l'historique des achats – ce qui doit être évalué séparément à la lumière de l'article 6, paragraphe 1, du RGPD.

Condition 2

La défenderesse veille à ce que l'exercice du droit d'opposition au cours du « processus de *soft opt-in* » pour le marketing direct, conformément à l'article 13.2, de la directive « e-Privacy » (tel que transposé à l'article XII.13 de la WER ainsi qu'à l'article 1, 1^o de l'arrêté royal du 4 avril 2003), s'effectue de manière aisée. Au cours des entretiens préparatoires de transaction, elle a

² Voir également à ce sujet la Recommandation 1/2025 relative au traitement des données à caractère personnel dans le cadre du marketing direct, version finale disponible en français à l'adresse suivante : <https://www.autoriteprotectiondonnees.be/publications/recommandation-01-2025-relative-aux-traitements-de-donnees-a-caractere-personnel-dans-le-cadre-du-marketing-direct.pdf>.

³ *Ibid.*, par. 26.

présenté à cet effet un document décrivant la mise en œuvre prévue du droit d'opposition dans ce contexte.

La défenderesse s'engage donc à donner effet à la mise en œuvre prévue et transmet à la Chambre Contentieuse dans les 30 jours suivant la décision de transaction à cette fin une pièce justificative datée (par exemple sous la forme d'une capture d'écran de la situation actuelle sur le site Internet au moment de la mise en œuvre), illustrant la manière dont l'opposition peut être exercée à ce moment-là au sein du processus d'achat en ligne.

En outre, la défenderesse s'engage, en cas d'application d'une situation visée à l'article 13, paragraphe 2, de la directive « e-Privacy », à prévoir, dans chaque message de marketing direct électronique ultérieur, une option de désabonnement directement accessible sans connexion – sans qu'il soit nécessaire de saisir à nouveau les données à caractère personnel déjà connues.

Condition 3

Constat n° 3 du Service d'inspection et cadre juridique :

Dans sa troisième constatation, le Service d'inspection procède à une analyse comparant, d'une part, le « profilage » basé sur les données historiques des visiteurs à des fins de marketing direct auprès des titulaires d'un compte [Y] et, d'autre part, le « profilage » basé sur les données historiques des visiteurs à des fins de marketing direct auprès de clients qui ne sont pas utilisateurs de [Y].

Dans les deux cas, le Service d'Inspection a indiqué qu'il relevait des problèmes de licéité, notamment en ce qui concerne, respectivement, la nécessité à l'exécution du contrat au sens de l'article 6.1.b du RGPD et le test de pondération dans le cadre de l'article 6.1.f du RGPD.

Dans ce contexte, il est particulièrement important de noter que la conservation historique de ces données est très étendue, tant que l'utilisateur ou le client reste actif. À cet égard, la

défenderesse a fait valoir (lors de l'entretien préparatoire dans le cadre d'une éventuelle procédure de transaction du 29 avril 2026) qu'elle avait ramené le délai de conservation pour les clients inactifs à 3 ans au lieu de 5.

Condition 3

Dans le cadre des discussions entretiens de transaction, la partie défenderesse a procédé à une analyse⁴ de ses délais de conservation pour les titulaires de comptes [Y] actifs et les clients. À cet égard, elle a examiné avec une attention particulière la conservation (stockage et archivage) actuellement prévue en théorie pour une durée de plusieurs décennies des données historiques relatives aux visiteurs et aux achats, à la lumière de la condition de nécessité prévue à l'article 6.1.b pour les titulaires d'un compte [Y], respectivement au titre de l'article 6.1.f du RGPD pour les personnes ne disposant pas d'un compte [Y] mais effectuant des achats auprès de la défenderesse, ainsi qu'à la lumière du principe de limitation de la conservation (article 5.1.e du RGPD).

La défenderesse s'engage, conformément à la formulation figurant dans le document qu'elle a déjà présentée, à limiter la conservation des données par rapport à la politique actuelle en matière de délais de conservation. À cet égard, la défenderesse tient notamment compte du fait qu'elle traite les données d'un nombre considérable de personnes (qu'elles disposent ou non d'un compte), ce qui peut comporter un risque.

La défenderesse s'engage à ce que, notamment les données historiques relatives aux visites et aux achats qui dépassent le délai de conservation (différencié), soient supprimées ou rendues anonymes de manière irréversible. La mise en œuvre concrète et l'intégration

⁴ Il s'agit du document intitulé « Justification juridique de la politique de conservation des données de [la défenderesse] concernant les données de clients B2C », daté du 24 juin 2026, tel que communiqué à la Chambre Contentieuse dans le cadre des entretiens de transaction à cette même date.

opérationnelle de toutes les mesures à prendre, telles qu'elles sont définies dans le document présenté lors des discussions préalables à la transaction, auront lieu au plus tard quatre mois après la date de la décision de transaction.

III. Publication de la décision

20. Vu l'importance de la transparence concernant le processus décisionnel de la Chambre Contentieuse, la présente décision est publiée sur le site internet de l'Autorité de protection des données. Toutefois, il n'est pas nécessaire à cette fin que les données d'identification des parties soient directement communiquées.

21. Dans la présente affaire, la proposition de transaction n'est pas jointe en annexe à la décision de transaction ; la reproduction intégrale des conditions de la transaction est suffisante pour permettre au public de saisir pleinement la décision de transaction.

PAR CES MOTIFS,

La Chambre Contentieuse de l'Autorité de protection des données décide :

- En vertu de l'article **95, § 1, 2° de la LCA**, de valider la transaction telle que acceptée par la défenderesse le 15 juillet 2026, selon les conditions énoncées et précisées dans la proposition de transaction telle que reprise dans la présente décision.

Toute partie lésée peut introduire un recours contre la présente décision, conformément à l'article 108, § 1, de la LCA, dans un délai de 30 jours à compter de sa notification, auprès la Cour des Marchés (Cour d'appel de Bruxelles), avec l'Autorité de protection des données comme partie défenderesse.

Un tel recours peut être introduit au moyen d'une requête contradictoire qui doit contenir les informations énumérées à l'article 1034^{ter} du Code judiciaire (C.J.)⁵. La requête contradictoire doit

⁵ « La requête contient à peine de nullité :

1° L'indication des jour, mois et an ;

2° les nom, le prénom, domicile du requérant et, le cas échéant, ses qualités et son numéro de registre national ou numéro d'entreprise ;

être déposée au greffe de la Cour des Marchés conformément à l'article 1034^{quinquies} du Code judiciaire (C.J.)⁶, ou via le système informatique e-Deposit du Service public fédéral Justice (article 32^{ter} du C.J.).



[s.]

Koen Gorissen

Directeur remplaçant de la Chambre Contentieuse

3° les nom, le prénom, domicile et, le cas échéant, la qualité de la personne à convoquer ;

4° l'objet et exposé sommaire des moyens de la demande ;

5° l'indication du juge qui est saisi de la demande

6° la signature du requérant ou de son avocat. »

⁶ "La requête, accompagnée de son annexe, est envoyée, en autant d'exemplaires qu'il y a de parties en cause, par lettre recommandée au greffier de la juridiction ou déposée au greffe."