

Nouvelle législation sur la protection des données à partir de septembre 2023

Lettre d'information VELEDES n° 3 du 18 mai 2023

Chers membres de VELEDES

Notre service juridique s'est penché de manière approfondie sur la loi sur la protection des données et sur les modifications attendues. C'est avec plaisir que nous vous faisons parvenir les informations les plus actuelles.

Comme **le quotidien des magasins d'alimentation est principalement axé sur la vente de denrées alimentaires (et d'articles "non alimentaires")** directement à la clientèle, à savoir la remise de la marchandise contre de l'argent, le traitement des données des clients pour les détaillants VELEDES et les exigences du droit révisé de la protection des données qui y sont liées n'ont, comme nous l'avons dit, pas une importance extraordinaire (cf. lettre d'information n° 2).

Lettrés ou e-mails d'information ne posant pas de problème

Le traitement des données personnelles des clients dans le commerce de détail alimentaire indépendant se limite aujourd'hui (encore) majoritairement à des lettres ou des e-mails d'information adressés à la clientèle, ces données personnelles se limitant au nom et à l'adresse de domicile ou à l'adresse e-mail du client ou de la cliente.

Ces données ne posent, en grande partie, aucun problème et c'est pourquoi il convient de rappeler les **principes généraux du traitement** des données :

- **Les données personnelles** ne peuvent être traitées que de manière licite, c'est-à-dire que **les données doivent avoir été acquises légalement**, par exemple à partir **de sources publiques** comme un annuaire téléphonique analogique ou électronique, que la clientèle a fourni **elle-même au détaillant**, par exemple à l'occasion d'un concours ou dans le cadre d'un programme de fidélisation de la clientèle où, dans ce contexte, la clientèle reçoit généralement un bon ou une carte client avec des conditions d'achat privilégiées.
- Si l'épicerie est constituée en **association ou en coopérative**, les données des membres de l'association ou des coopérateurs figurant dans le registre peuvent être utilisées sans autre, car là aussi, **le but du traitement des données personnelles est clairement identifiable pour les membres.**

Le thème suivant "**»Produits frais et boissons alcoolisées : un défi à relever**" se rapporte certes à la législation sur les denrées alimentaires, mais il est directement lié à la loi révisée sur la protection des données. **Comme l'âge des boissons alcoolisées doit être demandé et vérifié, il s'agit là d'un aspect délicat de la loi révisée** sur la protection des données :

Même si, en comparaison avec le "non-food", le "food" n'est aujourd'hui vendu en Suisse que dans une faible mesure **au consommateur final via un site en ligne** d'un magasin d'alimentation, il est prévisible qu'à l'avenir, le commerce de denrées alimentaires se fera de plus en plus sous forme numérique. L'assortiment de produits secs, qui est disponible en libre-service et emballé dans le magasin, peut déjà

aujourd'hui être vendu via la boutique en ligne sans grandes difficultés liées à la législation sur les denrées alimentaires. Pour les produits frais périssables tels que les fruits et légumes, le lait ou les produits laitiers et plus encore pour la viande, **les prescriptions de remise relevant de la législation sur les denrées alimentaires représentent un grand défi pour la vente numérique**: si le client veut en effet récupérer la marchandise le soir en rentrant chez lui au magasin, le détaillant doit **garantir un stockage adéquat** (points clés: hygiène et température de réfrigération). Si la marchandise doit être envoyée ou livrée à la clientèle, il faut en outre **organiser un service d'expédition ou de livraison qui réponde à ces normes**.

La vente numérique de boissons alcoolisées constitue également un défi particulier au regard de la législation sur les denrées alimentaires, car il est bien connu que la clientèle est **soumise à une limite d'âge**, à savoir 16 ans pour l'achat de vin, de bière ou de cidre et 18 ans pour l'achat de toutes les autres boissons alcoolisées, notamment les spiritueux et les mélanges de spiritueux.

Un fournisseur de boissons alcoolisées dans une boutique en ligne doit dans ce cas **procéder à un contrôle de l'âge lors de la commande de la marchandise dans la boutique en ligne**, où, en plus du nom et l'adresse, l'âge de la clientèle est également demandé et vérifié. Une autre possibilité consiste à contrôler l'âge lors de la livraison des boissons alcoolisées, de manière à s'assurer que les boissons alcoolisées sont remises exclusivement aux personnes ayant l'âge minimum requis (cf. "Identification des personnes à la porte" de la Poste)¹.

Nous expliquerons les aspects spécifiques à la protection des données d'un site web ou d'une boutique en ligne dans la prochaine lettre d'information.

Meilleures salutations

Marcel Mautz
VELEDES
Président VELEDES

¹ "Identification des personnes sur le pas de la porte" <https://www.post.ch/fr/solutions-commerciales/identification>