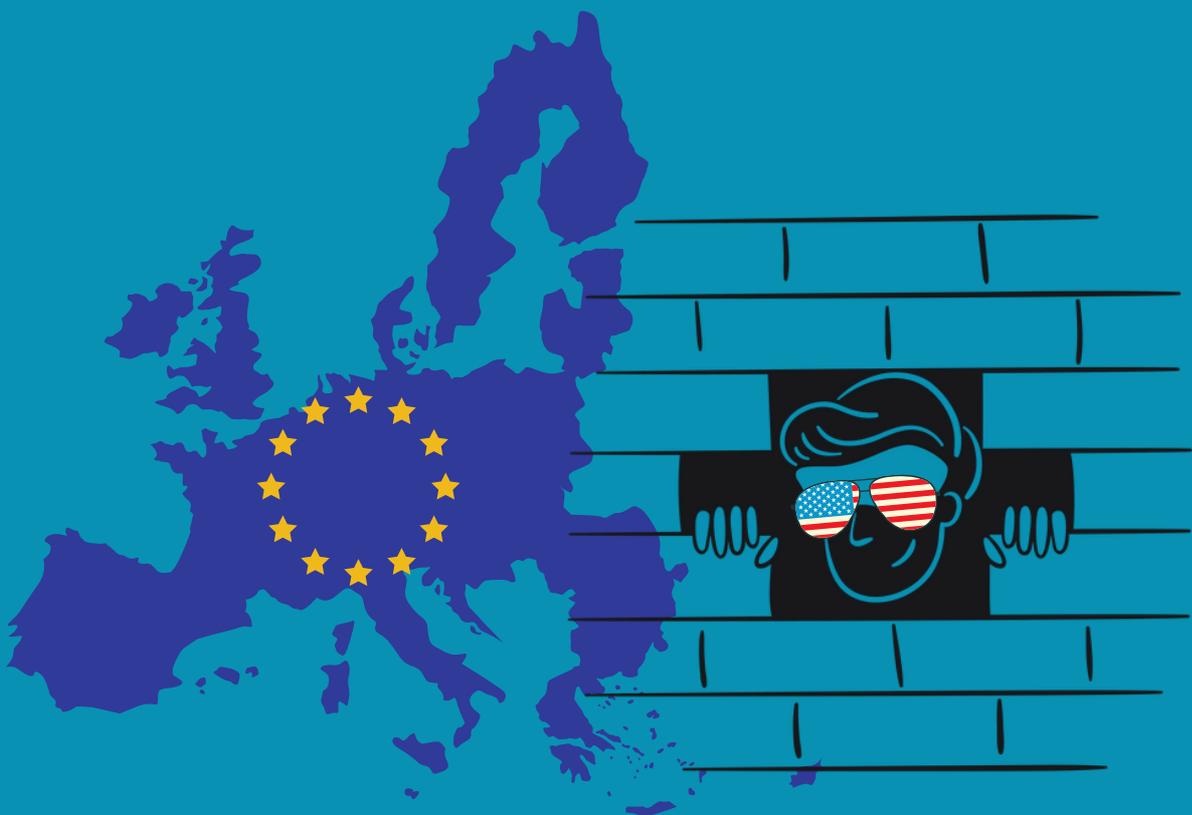




Addingwell

Proxyfication Google Analytics 4 :

Le Guide Complet





Romain BAERT
CEO Addingwell



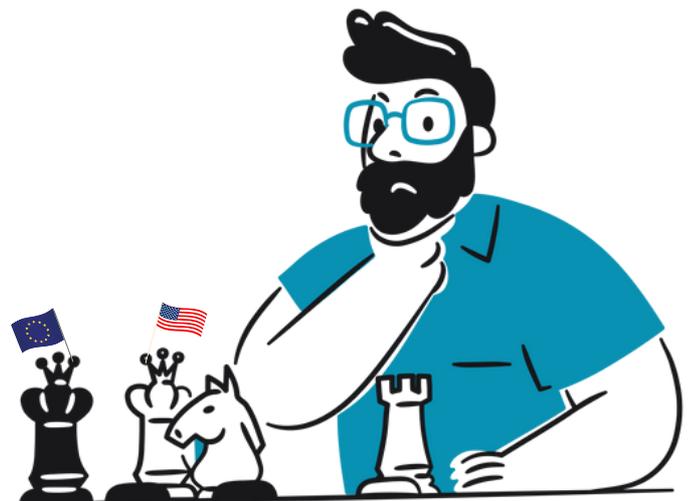
Google Analytics est visé par une série de plaintes uniquement liées aux transferts de données personnelles transatlantiques. Les annonceurs (Responsables de traitement) doivent se mettre en conformité ou évaluer une alternative à GA4. Cependant, Google Analytics est le premier acteur à être ciblé mais probablement pas le seul acteur Américain utilisé par les annonceurs... il est urgent pour le marché de gagner en agilité et reprendre le contrôle de leur collecte. Il permettra à chaque annonceur de rester focalisé sur ces objectifs sans revoir ses priorités à chaque mouvement Géopolitique...



Rappel des faits

Il est toujours possible d'utiliser Google Analytics en Europe, mais cela doit être fait dans le respect des règles de protection des données personnelles et de l'e-privacy en vigueur. En effet, la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) a récemment envoyé des courriers informatifs à certains annonceurs pour une utilisation non conforme de cet outil de mesure d'audience et transfert illégal de données personnelles vers les États-Unis. La CNIL sensibilise les annonceurs de cesser de transférer les données personnelles vers les États-Unis sans garanties suffisantes de protection.

Cette situation est due à l'invalidation du Privacy Shield par la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE) en juillet 2020, qui encadrerait les transferts de données personnelles vers les États-Unis. Les annonceurs doivent donc mettre en place des mesures de conformité supplémentaires pour pouvoir utiliser Google Analytics de manière légale et responsable, en particulier en ce qui concerne les transferts de données vers les États-Unis. Dans ce guide, nous vous expliquerons les étapes clés à suivre pour vous mettre en conformité avec la réglementation en vigueur et utiliser Google Analytics en toute sécurité, en tenant compte des derniers développements en matière d'e-privacy et de transfert de données personnelles.



Ce que nous dit la CNIL :

L'article de la CNIL intitulé "Google Analytics et transferts de données : comment mettre son outil de mesure d'audience en conformité" ([Consulter-ici](#)) explique les règles à respecter pour utiliser Google Analytics de manière légale et responsable en France et dans l'Union Européenne.

La CNIL insiste particulièrement sur la mise en place d'un "proxy" pour limiter les transferts de données personnelles vers Google Analytics et donc aux Etats-Unis. Cette méthode doit permettre à un annonceur, de faire transiter les données collectées sur le serveur de l'annonceur (EU) et les anonymiser plutôt que de les transférer directement vers Google Analytics (USA).

Le proxy agit comme une interface entre le navigateur de l'utilisateur et Google Analytics, ce qui permet de limiter la quantité de données transférées à Google, de reprendre le contrôle et d'agir sur cette donnée. C'est dans ce serveur qu'aura lieu la suppression ou l'anonymisation des données personnelles.

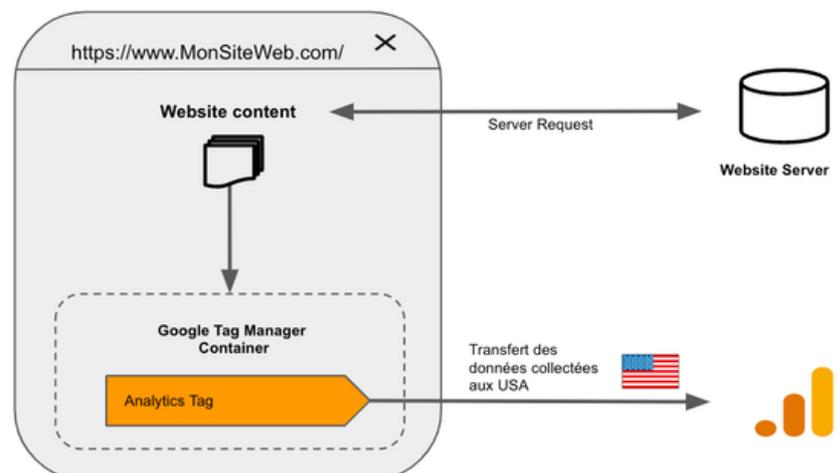
Enfin, la CNIL souligne l'importance pour les annonceurs de documenter leur conformité et de mettre en place des processus de contrôle pour assurer le respect continu des règles de protection des données.

En conclusion, pour utiliser Google Analytics de manière légale et responsable, les annonceurs doivent mettre en place des mesures de conformité rigoureuses, notamment la mise en place d'un proxy pour limiter les transferts de données vers Google, le recueil du consentement des utilisateurs, la désactivation des cookies par défaut et la protection des données collectées.

Quelles sont les étapes de mise en conformité :

Afin de comprendre la mise en conformité, il est important de situer le problème dans une installation de Google Analytics standard :

Lors d'une visite effectuée sur votre site web, une bibliothèque JavaScript (GTM.js) est chargée, permettant l'exécution de tous les tags au sein du navigateur de l'utilisateur. Lorsque le tag Analytics est déclenché, les données sont transmises sans contrôle préalable vers les serveurs de Google Analytics. C'est précisément à ce niveau que réside le défi lié au transfert des données, que nous aborderons dans ce livre blanc.

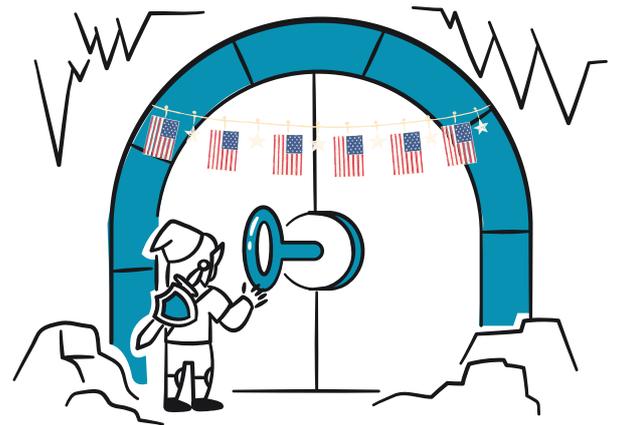


Que devez vous faire ?

Afin de vous mettre en conformité avec les exigences de la CNIL, il y a 3 points essentiels à respecter :

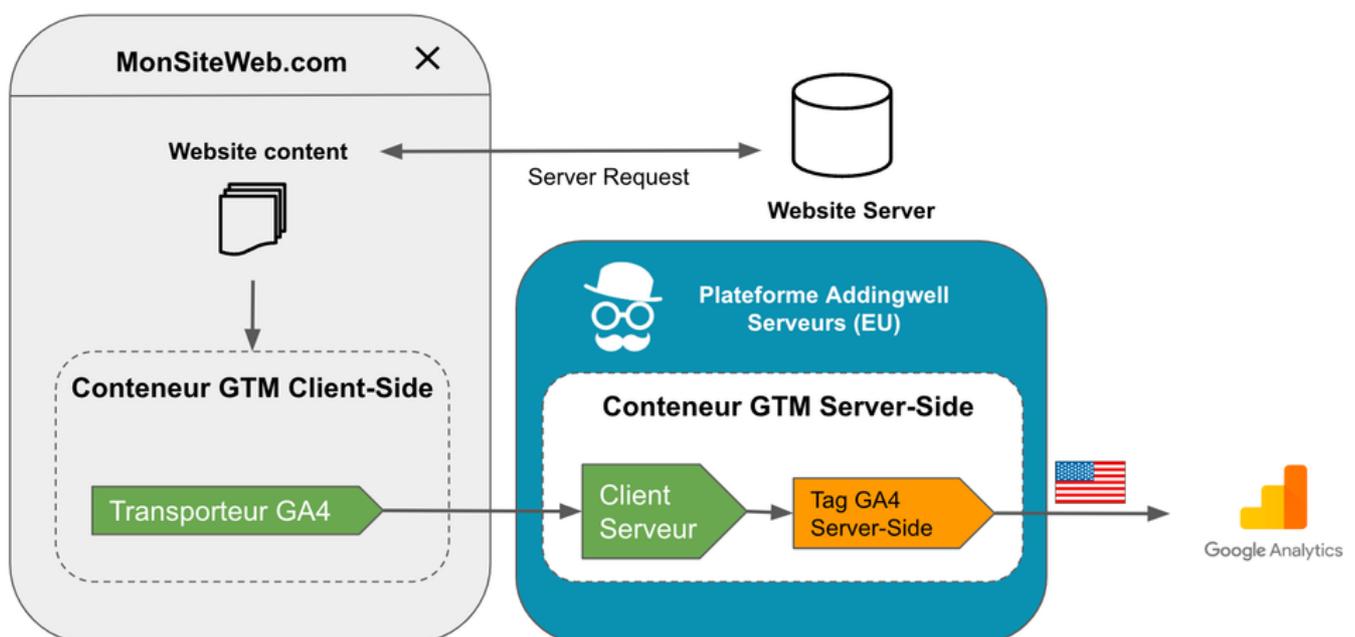
Proxyfier GA4 en trois étapes clés :

- Être en capacité d'accéder aux données personnelles avant leurs envois aux USA
- Anonymiser et/ou supprimer les données personnelles destinées à Google Analytics
- Justifier et Documenter



1. Utilisation de GTM Server-Side comme proxy :

À la différence du schéma précédent, la mise en place de GTM Server-Side permet à l'annonceur de faire transiter la donnée par ses serveurs entre le Tag Analytics (GA4) et les serveurs de Google Analytics, ainsi :





Proxyfication

Google Analytics 4 :

Tout ce qu'il faut savoir

Grâce à Google Tag Manager Server-Side, les annonceurs se créent une opportunité technique pour modifier la donnée avant leurs expéditions aux USA dans Google Analytics. Afin de basculer GA4 en Server-Side, [Addingwell](#) a développé une plateforme permettant en quelques clics de réaliser cette première étape.

2. Supprimer et/ou Modifier les bonnes variables :

Selon l'article de la CNIL, pour être en conformité avec le règlement général sur la protection des données (RGPD) lors de l'utilisation de Google Analytics 4, il est recommandé de supprimer les variables suivantes :

- 1. L'absence de transfert de l'adresse IP vers les serveurs de l'outil de mesure**
- 2. Le remplacement de l'identifiant utilisateur par le serveur de proxification**
- 3. La suppression de l'information de site référent**
- 4. La suppression de tout paramètre contenu dans les URL collectées**
- 5. Le retraitement des informations pouvant participer à la génération d'une empreinte**
- 6. L'absence de toute collecte d'identifiant**
- 7. La suppression de toute autre donnée pouvant mener à une réidentification**

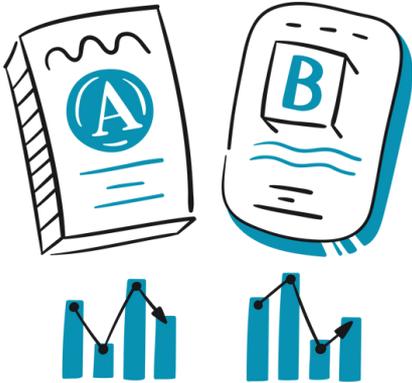
Afin d'obtenir tout le détail, paramètre par paramètre ainsi que la recette complète, vous pouvez consulter notre documentation en accès libre depuis notre site : [ici](#). Vous trouverez aussi des solutions diverses afin de limiter l'impact grâce à une suppression partielle de certains paramètres.

Pourquoi supprimer autant de paramètres ?

Avant d'être annonceur, nous sommes aussi des Internautes Européens et la protection de nos données personnelles est essentielle dans le monde d'aujourd'hui. L'objectif de cette loi est de garantir que les agences gouvernementales américaines ne puissent pas obtenir d'informations personnelles via Google. Les informations transmises ne doivent pas permettre de déduire des données personnelles ou d'enrichir celles déjà détenues dans d'autres datasets. Il est important de considérer l'ensemble des données.

Par exemple, une adresse IP tronquée seule ne permet pas d'identifier un individu. De même, un user_agent seul ne suffit pas. Cependant, la combinaison des deux, associée aux moyens des acteurs concernés, peut certainement permettre d'identifier un individu précis.





Comment choisir ?

Selon les décisions prises par l'équipe marketing et leur approbation par le DPO, l'utilisation et l'analyse approfondie de GA4 peuvent être affectées. Il est donc essentiel d'établir des points de validation entre les aspects métiers et juridiques pour justifier et valider chaque décision. Nous aborderons ce sujet plus en détail dans la troisième partie.

3. Justifier et Documenter :

Suivant les recommandations de la CNIL, il est crucial de justifier vos choix lors de l'implémentation de GA4 et de sa proxyfication, en documentant soigneusement votre travail. Cela facilitera également la gestion en cas de contrôle ou de demande de la part de la CNIL.

Il est essentiel que cette configuration soit consignée et préservée par votre DPO, afin de servir de référence à une nouvelle équipe au besoin ou dans le cadre d'un contrôle.

a. Justifier :

La CNIL propose plusieurs recommandations pour assurer la conformité, ce qui implique que vous pouvez appliquer tout ou partie de ces recommandations tant que vous pouvez les justifier. Voici deux exemples :

- **L'adresse IP** : Il est indéniable que l'adresse IP est une donnée personnelle et ne doit pas être envoyée aux États-Unis sans nouvel accord adéquat. Toutefois, une partie de l'IP est utile pour les analyses de trafic géolocalisées. Ainsi, un annonceur peut choisir de tronquer simplement le dernier octet de l'IP pour répondre aux exigences (pas de données personnelles) tout en conservant l'utilité métier de l'IP collectée.
- **Les paramètres d'URL** : Tous les paramètres ne contiennent pas de données personnelles. Les Gclid, identifiants uniques créés par Google, sont particulièrement concernés par cette recommandation. Par conséquent, la suppression de tous les paramètres peut être remplacée par la suppression d'uniquement ceux contenant des données personnelles. Ainsi, un annonceur peut toujours utiliser les UTM originaux (source, campagne, support) pour analyser l'origine du trafic et son attribution.



Process :

Nous vous conseillons d'organiser un point d'échange durant votre projet réunissant votre département légal (DPO), l'e-commerce (WebAnalyst + Acquisition) et votre partenaire tracking (Interne ou Externe). Cette réunion a pour objectif de discuter de chacune des possibilités, valider vos choix, lancer la mise en place.

b. Documenter :

Un aspect souvent négligé de la proxyfication de GA4 est pourtant crucial. La CNIL souligne fréquemment l'absence de justification de la part des annonceurs mis en demeure lors de ses interventions. Être capable de justifier rapidement chaque choix démontre un traitement approprié du sujet. De plus, cela représente un gain de temps important lors des contrôles et particulièrement lorsque les maîtres d'ouvrage ne font plus partie de la société.

La documentation doit comporter plusieurs éléments :

- **L'article de référence** : A ce jour, les bonnes pratiques de mise en conformité font référence à la dernière publication en date du 7 Juin 2022 ([consultable ici](#))
- **Un détail de chaque traitement de variable avec pour chacune d'entre elles** :
 - Le Rappel de ce que dit la CNIL dans son article en vigueur
 - Le besoin métier : Pourquoi cette variable est tronquée par exemple plutôt que supprimer
 - Le choix technique réalisé
- **La preuve** : L'annonceur doit être en capacité de fournir la preuve de la suppression ou de l'anonymisation.

Nous vous proposons un document type sur la page suivante vous permettant de rédiger votre argumentaire CNIL. Il vous suffira de rédiger une page par traitement. L'exemple ci-dessous vous présente la page liée à la collecte et l'anonymisation de l'adresse IP.



Proxyfication Google Analytics 4 : *Tout ce qu'il faut savoir*

Exemple d'un argumentaire type :

S'agissant de l'adresse IP collectée :

Ce que dit la CNIL :

L'absence de transfert de l'adresse IP vers les serveurs de l'outil de mesure. Si une localisation est transmise vers les serveurs de l'outil de mesure, celle-ci doit être opérée par le serveur proxy et le niveau de précision doit permettre de s'assurer que cette information ne permet pas une réidentification de la personne (par exemple en utilisant un maillage géographique assurant d'un nombre minimum d'internautes par cellule).

Besoin Métier :
Géolocalisation

Choix technique :
Tronquer le dernier octet

Preuve : L'implémentation de GA4 via Addingwell (Société 100% Française) nous permet en Server-Side d'agir sur l'adresse IP collectée. Ainsi depuis le serveur Proxy en Europe (Paris/France), nous tronquons le dernier octet à des fins d'anonymisation avant l'envoi vers Google Analytics.

Comparaison d'une IP collectée Vs. IP envoyée à GA4

Incoming Request (Transporteur)

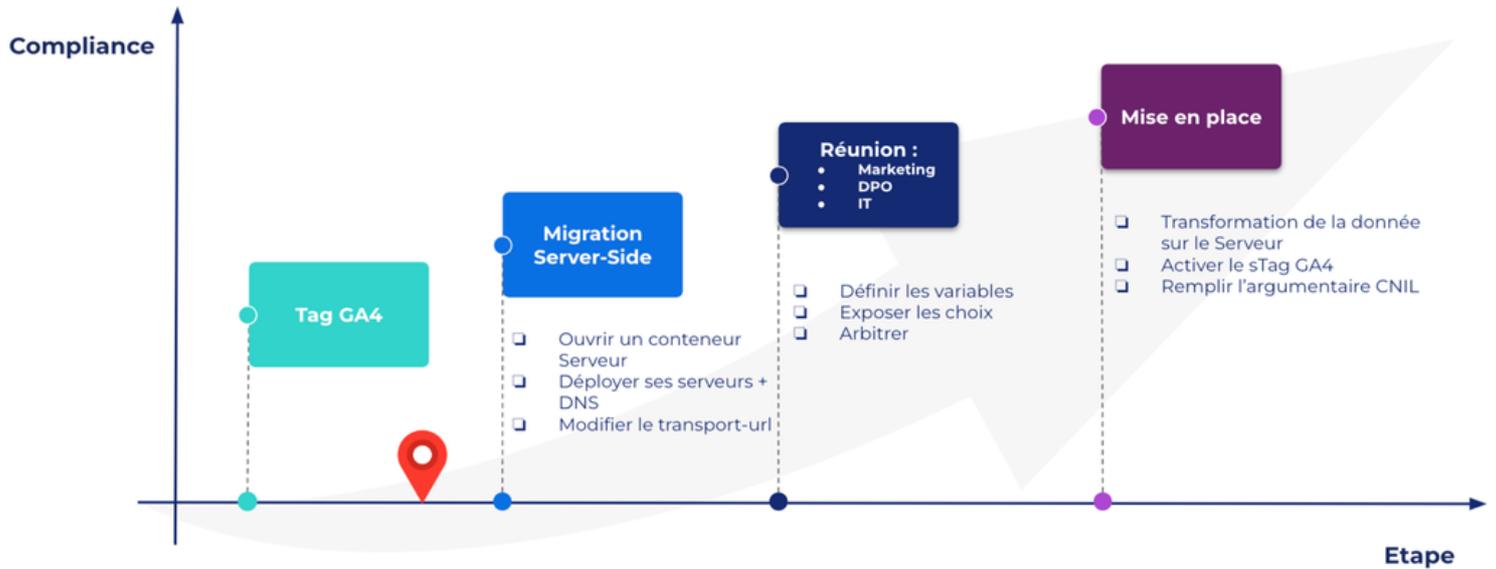
Accept-Encoding	gzip, deflate, br
Accept-Language	fr,en;q=0.9
Cookie	FPID=FPID2.2.fEkzgSU7%2B%2F0rEkWmrZie FPAID=123456; FPAU=1.2.2002963783.1674567040; _fbp=fb.1.1674567039540.1285450071; ga=GA1.1.2097977889.1678111014; FPLC=fC18itTaxMkdLAdfCsbtSLeIQKtsMRd; TjXA5XpgMxyOwuougVaf%2FR39%2Bvfuibrca ga_VM9R22267E=GS1.1.1678209323.8.1.1
Forwarded	for="185.31.150.102";proto=https
Host	tagging.addingwell.com

outcoming Request (GA4 Server-Side)

Request URL	https://www.google-analytics.com/g/collect?v=2&tid=G VM9R22267E>m=45h9ie3360&_p=1999855493&cid=fEkzgSU7 mrZieT5eg%2FNeuakSvVdc5125h1VY%3D.1673519005&ul=fr&s &uaa=arm&uab=64&uafvl=Chromium%3B110.0.5481.177%7CNo nd%3B24.0.0.0%7CGoogle%2520Chrome%3B110.0.5481.177%7C uap=macOS%uapv=13.2.1&uaw=0&_s=3&_ip=185.31.150.0& 23&sct=8&d1=https%3A%2F%2Fwww.addingwell.com%2Fprivate services%2F&dt=why%20Addingwell%20for%20your%20GTM%2 side%3F&jsid=2097977889.1678111014&seg=1&en=page_vi
POST	



Take Away : Le process clé en main



Conclusion :

La conformité de Google Analytics ne doit pas freiner votre vigilance sur ces enjeux. En réalité, la lutte contre la collecte abusive de données personnelles ne fera que s'intensifier dans les mois et années à venir. L'adoption de GA4 en Server-Side avec un proxy vous permet de dissiper vos inquiétudes et de contribuer activement à la protection des données.

Il se peut que d'autres outils soient visés par une autorité de protection des données européenne à l'avenir, ce qui nécessiterait leur proxyfication. Si vous réfléchissez aux outils que vous utilisez quotidiennement et qui collectent des données personnelles, il est fort probable que certains aient des liens étroits avec les États-Unis, que ce soit au niveau de leur financement ou de l'hébergement des données.

L'un des principaux atouts de la proxyfication via le Server-Side Tagging est l'accès aux données pour tous les outils que vous y connecterez. Ainsi, à chaque fois qu'il sera nécessaire de proxyfier les données, vous pourrez appliquer les enseignements de ce livre blanc !

Enfin, gardez à l'esprit que l'objectif principal reste d'accroître votre maîtrise de la donnée partagée afin d'ajuster facilement les paramètres en fonction du cadre juridique, qui connaît des modifications fréquentes.

Stay Tuned !



Addingwell

Avis d'Experts :

Ils accompagnent nos clients dans la mise en place du projet

ARTEFACT



Gwennaël Grandmougin
VP Analytics



Assurer une mise en place efficace de GA4 nécessite une gestion de projet pluridisciplinaire, méthode éprouvée par Artefact depuis son origine. Nos équipes sont également à même de recommander et mettre en place des solutions de proxyfication, telles qu'AddingWell, pour traduire techniquement les recommandations de la CNIL et optimiser l'adaptabilité de GA4 à la réglementation.

La présence du Data Protection Officer (DPO) de l'entreprise et de son équipe est incontournable pour définir la configuration-cible de GA4 en fonction des contraintes légales et des politiques de confidentialité de l'entreprise. Ces lignes de conduite viennent ensuite encadrer les usages analytics recensés par la direction marketing. Les experts techniques d'Artefact viennent guider ces deux types de parties prenantes en leur permettant de comprendre les impacts techniques de chaque configuration envisagée, pour prendre des décisions éclairées et adaptées à leurs besoins.

La valeur ajoutée d'Artefact réside également dans l'implémentation du server-side tagging en s'adaptant parfaitement aux spécificités des environnements IT de ses clients. Cette technique leur permet de garder le contrôle sur les données envoyées à leurs différents partenaires et donc d'être plus réactifs et plus agiles face aux évolutions réglementaires. Pour déployer rapidement et efficacement un écosystème server-side, Artefact s'appuie sur AddingWell. Cette solution libère les entreprises de la gestion des serveurs, notamment en matière de serveurs multi-zones/pays. Ce point est particulièrement important en cas de hausse ou de baisse de trafic, d'autant qu'AddingWell est facilement scalable. Enfin, l'interface claire et intuitive de la solution facilite le recettage et garantit le contrôle des données collectées puis envoyées aux différents partenaires de l'entreprise.



Addingwell



Addingwell



Julien Ribourt
Partner Converteo

“ Chez Converteo, nous accompagnons nos clients dans leurs projets de proxyfication de la collecte de la donnée GA3 et GA4 via GTM server-side avec la volonté de réduire au maximum la complexité d'un tel projet faisant intervenir des interlocuteurs variés (DPO, équipes techniques, équipes data & métier), pour la prendre à notre charge au travers d'une approche pensée par nos experts de ces solutions et de la réglementation.

La CNIL a fourni un cadre et des attentes liés à la mise en place d'une collecte proxyfiée. Partant de là, notre mission s'articule autour de trois principaux facteurs clés de succès pour les acteurs désireux d'opter pour une telle démarche :

- Les aider à formuler leur appréciation juridique particulière des critères établis par la CNIL et les transposer dans le paramétrage de l'outil de gestion tag hébergé côté server, avec le plus de précision et de modularité possible
- Faire abstraction de la complexité technique résidant dans la mise en place d'une architecture server-side hébergée sur des serveurs propres, grâce à la technologie d'Addingwell et notre configuration pré-packagée de GTM au niveau des templates de tags et de variables
- Sécuriser la qualité de la donnée proxyfiée une fois le projet livré, conformément aux attentes et aux paramétrages effectués, sans écarts de données

Conscients des enjeux de time-to-market inhérents à ce type de projet, notre approche éprouvée permet un délai de mise en œuvre ne dépassant pas quelques semaines. ”



Addingwell

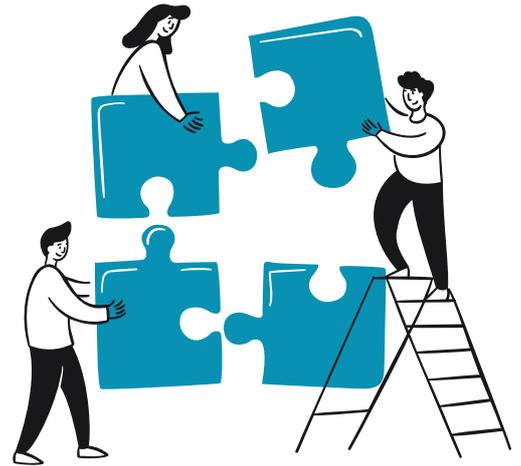


Addingwell

Besoin d'accompagnement sur votre projet ?

Chez Addingwell, nous travaillons avec un réseau de partenaires qui partagent notre vision. Chacun de nos partenaires apporte une valeur ajoutée à nos clients, grâce à leur expérience, leur savoir-faire et leur engagement envers la qualité.

Découvrez la liste complète juste [ici](#) !



Stay tuned !



En savoir plus ?

Planifiez une **démo personnalisée** pour découvrir comment notre solution peut répondre à vos besoins spécifiques !

[Je réserve ma démo](#)

