

# Legal Design & consent requirements: *How to turn theory into practice*

Audrey Pety, interaction designer  
CNIL Digital Innovation Laboratory (LINC)

Digital Law Summer School - “Let’s talk about Legal Design”  
University of Geneva - Legal Design & Code Lab (UNIL) & Digital Law Center (UNIGE)  
24/06/2025

# CNIL : Commission Nationale Informatiques & Libertés

*National Commission on Informatics & Liberties*  
French Data Protection Authority

[cnil.fr](https://cnil.fr)

JE M'INFORME

*Comment accéder à vos données personnelles, les rectifier, les supprimer ?*

> Découvrir vos droits

J'AGIS

*Comment faire valoir vos droits sur vos données ou agir en cas de problème ?*

> Découvrir vos moyens d'actions



J'AI BESOIN D'AIDE

*Vous recherchez une information ? Retrouvez les questions les plus fréquemment posées.*

> Découvrir nos questions/réponses

#Vie de la CNIL

**La CNIL vous présente ses meilleurs vœux  
pour 2025**

Marie-Laure Denis, présidente de la CNIL, le Collège, et toute l'équipe vous présentent leurs meilleurs vœux pour 2025.

25/06/2025

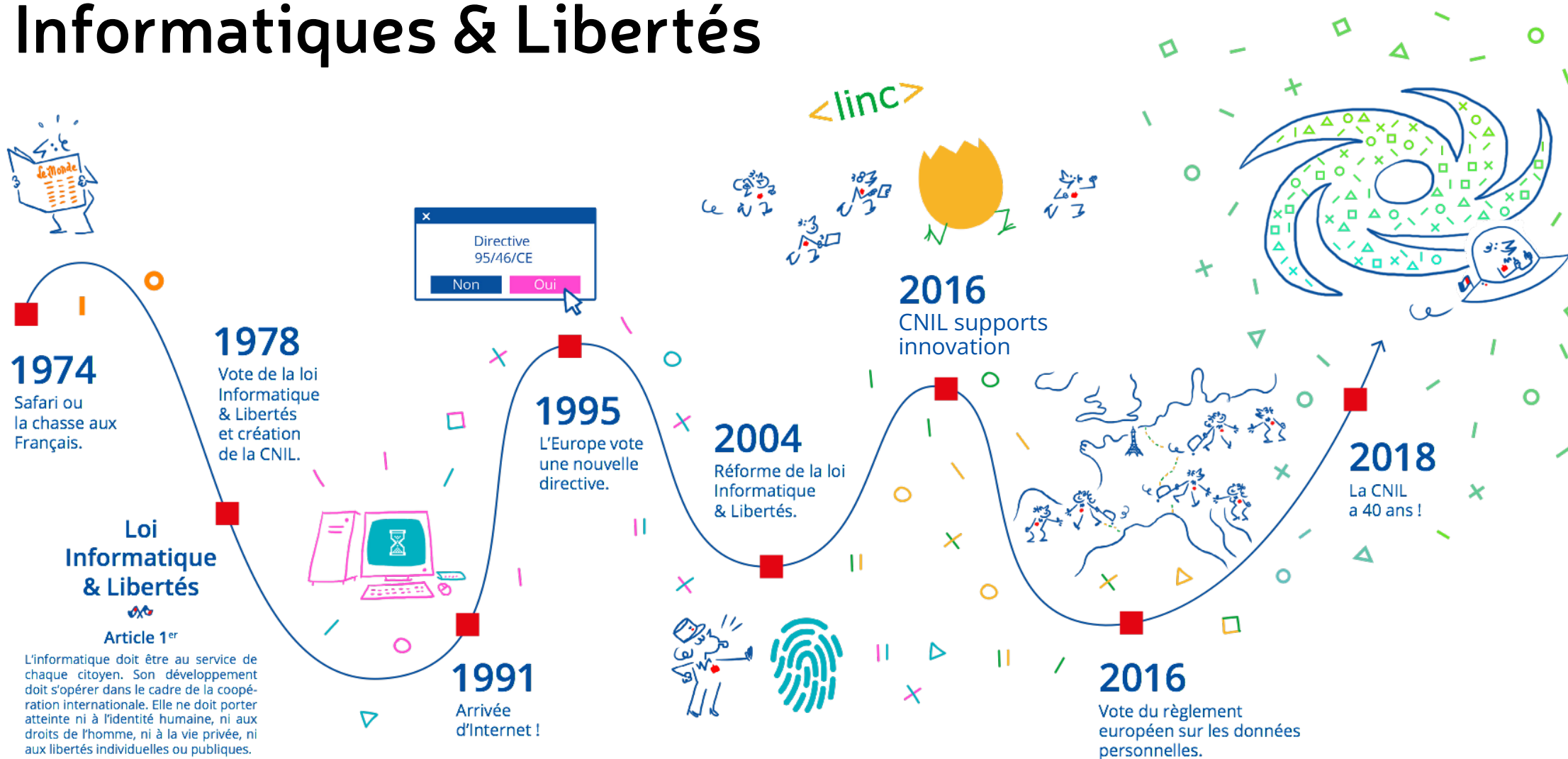


CNIL

La CNIL vous souhaite le meilleur  
pour cette nouvelle année

Il y a 5 min

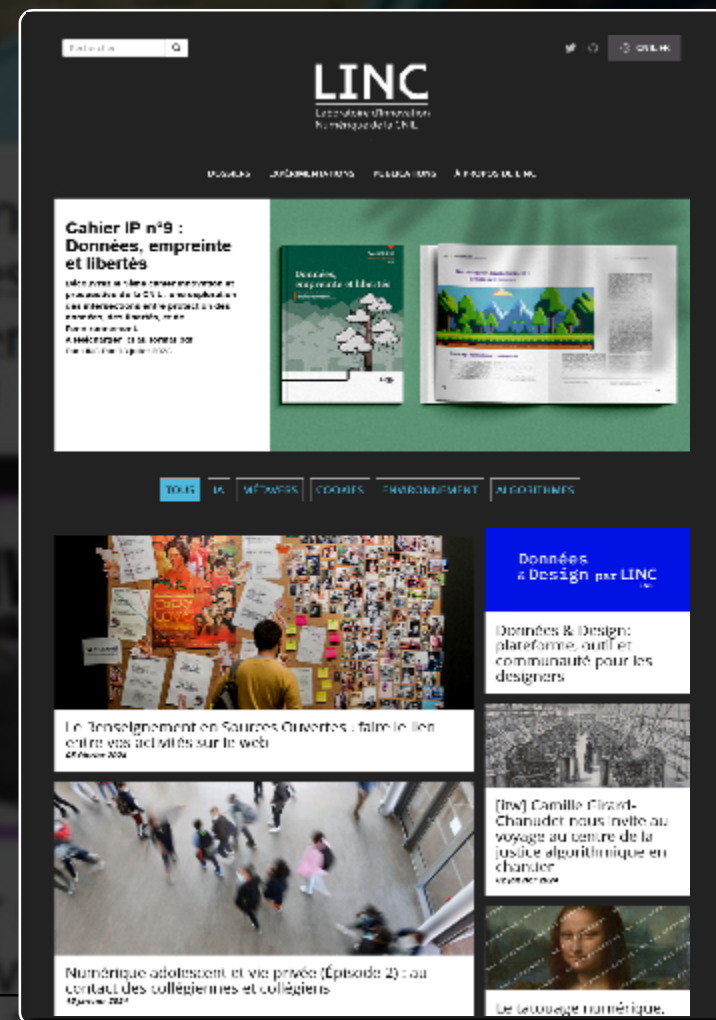
# CNIL : Commission Nationale Informatiques & Libertés



# The LINC : laboratoire d'innovation numérique de la CNIL

*CNIL Digital Innovation Laboratory*

[linc.cnil.fr](https://linc.cnil.fr)





# Can design impact data protection?



Have you ever clicked...



here?



*First advertising banner on HotWired's website - October 27, 1994*

# Have you ever clicked...



here?

# Have you ever clicked...

**Remplissez vos coordonnées ci-dessous en cas de gain :**

Mme M

Prénom Nom

Courriel

Téléphone

Jour Mois Année

Adresse

Code postal

Ville

☐ J'ai lu et j'accepte le [règlement du jeu](#).

☐ J'ai lu la politique de confidentialité, et en cliquant sur « Valider mes coordonnées », j'accepte de recevoir les offres promotionnelles par email et/ou par SMS et/ou par téléphone de la part des [Sponsors](#) ci-dessous et de l'Organisateur de l'opération et de ses Partenaires.

Pour participer sans recevoir d'offres promotionnelles, cliquez [ici](#).

Je peux également révoquer mon consentement à tout moment [Voir ici](#).

**CONTINUER**

**✓ JE VALIDE MA PARTICIPATION**

Mr Prénom\* Nom\*

Courriel\*

Jour\* Mois\* Année\*

**✓ JE CONFIRME MES COORDONNÉES POUR LA LIVRAISON EN CAS DE GAIN**

Adresse\*

Code postal\*

Ville\*

Téléphone\*

(gagnants prévenus uniquement par SMS)

☒ PROFITEZ D'OFFRES EXCLUSIVES DÈS MAINTENANT

☐ J'ai lu et j'accepte le [règlement](#) du jeu

J'ai lu la [politique de confidentialité](#), et en cliquant sur « Valider mes coordonnées », j'accepte de recevoir les offres promotionnelles par email et/ou par SMS et/ou par téléphone de la part des [Sponsors ci-dessous](#) et de l'[Organisateur de l'opération et de ses Partenaires](#).

Pour participer sans recevoir d'offres promotionnelles, cliquez [ici](#).

**VALIDER MES COORDONNÉES**

**Merci de confirmer vos coordonnées ci-dessous :**

Prénom Nom

Email

Code postal Né(e) le jj mm aaaa

**Validez votre participation**

En validant ma participation, j'accepte le règlement, le dépôt de cookies et de recevoir les offres commerciales des sponsors par e-mail. Pour participer sans recevoir les offres des sponsors, cliquez [ici](#).  
Information sur les sponsors.

**Remplissez vos coordonnées afin de recevoir votre cadeau en cas de gain :**

**Indiquez-nous comment vous contacter :**

Adresse e-mail

Téléphone mobile

En cliquant sur le bouton « Continuer », j'accepte de recevoir les offres des partenaires de l'Entreprise. Si je souhaite continuer sans recevoir les offres des partenaires de l'Entreprise, je clique [ici](#).

**CONTINUER**

**Remplissez vos coordonnées ci-dessous À qui devons-nous l'envoyer ?**

Mme M.

Prénom

Nom

Courriel

Téléphone

Jour Mois Année

Adresse

Code postal

Ville

☐ J'accepte le règlement de l'opération

J'ai lu la Politique de Protection des données. En cliquant sur le bouton "Je valide", j'accepte que mes données collectées soient utilisées pour m'envoyer les offres des partenaires de l'Entreprise. Si je souhaite continuer sans recevoir les offres des partenaires de l'Entreprise, je clique [ici](#).

**JE PARTICIPE**

**Remplissez vos coordonnées ci-dessous**

Mme

Prénom

Nom

Courriel

Téléphone

Jour Mois

Adresse

Code postal

Ville

J'ai lu la Politique de Protection des données. En cliquant sur le bouton "Je valide", j'accepte que mes données collectées soient utilisées pour m'envoyer les offres des partenaires de l'Entreprise. Si je souhaite continuer sans recevoir les offres des partenaires de l'Entreprise, je clique [ici](#).

**JE VALIDE**

here?

here?

here?

here?



# The example of behaviour when facing **cookie banners**

## Result of an experiment on the **design of cookie banners**

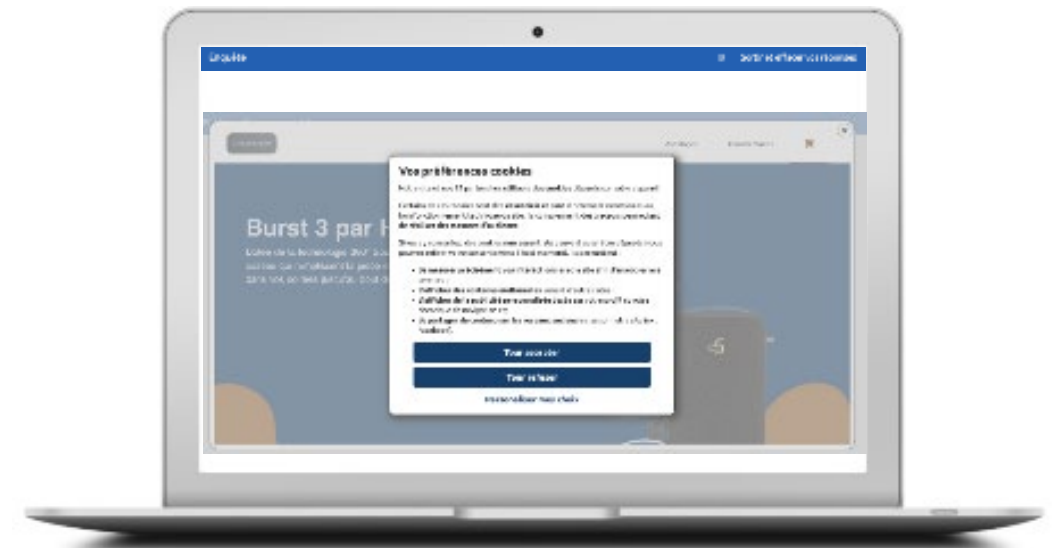
*Rapport Protection des données personnelles et cookies : l'apport des sciences comportementales,*

DITP **Behavioral Sciences Cluster**

(Interministerial Directorate for Public Transformation) & **Behavioural Insights Team** (BIT)

*June 2023*

*Online randomised controlled trial  
with 4,026 people*



*Fictitious illustration of the homepage screen when  
participants arrive on the trial website*

# The example of behaviour when facing **cookie banners**

Control banner	Deceptive design - Default	Deceptive design - Visual
<p><b>Vos préférences cookies</b></p> <p>Notre site et nos 32 partenaires utilisons des <b>cookies</b> déposés sur votre appareil.</p> <p>Certains de ces cookies sont dits <b>essentiels</b> et sont strictement nécessaires au bon fonctionnement technique du site. Ils comprennent des traceurs permettant <b>de réaliser des mesures d'audience</b>.</p> <p>Si vous y consentez, des cookies <b>non essentiels</b> peuvent aussi être déposés (vous pourrez retirer votre consentement à tout moment). Ils permettent :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• de mesurer précisément vos interactions avec le site afin d'améliorer nos services ;</li><li>• d'afficher des contenus multimédias venant d'autres sites ;</li><li>• d'afficher de la publicité personnalisée basée sur votre profil et votre historique de navigation et ;</li><li>• de partager du contenu sur les réseaux sociaux inclus sur notre site (ex : Facebook).</li></ul> <p><b>Tout accepter</b></p> <p><b>Tout refuser</b></p> <p><a href="#">Personnaliser mes choix</a></p>	<p><b>Vos préférences cookies</b></p> <p>Notre site et nos 32 partenaires utilisons des <b>cookies</b> déposés sur votre appareil.</p> <p>Certains de ces cookies sont dits <b>essentiels</b> et sont strictement nécessaires au bon fonctionnement technique du site. Ils comprennent des traceurs permettant <b>de réaliser des mesures d'audience</b>.</p> <p>Si vous y consentez, des cookies <b>non essentiels</b> peuvent aussi être déposés (vous pourrez retirer votre consentement à tout moment). Ils permettent :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• de mesurer précisément vos interactions avec le site afin d'améliorer nos services ;</li><li>• d'afficher des contenus multimédias venant d'autres sites ;</li><li>• d'afficher de la publicité personnalisée basée sur votre profil et votre historique de navigation et ;</li><li>• de partager du contenu sur les réseaux sociaux inclus sur notre site (ex : Facebook).</li></ul> <p><b>Tout accepter</b></p> <p><a href="#">Personnaliser mes choix</a></p>	<p><b>Vos préférences cookies</b></p> <p>Notre site et nos 32 partenaires utilisons des <b>cookies</b> déposés sur votre appareil.</p> <p>Certains de ces cookies sont dits <b>essentiels</b> et sont strictement nécessaires au bon fonctionnement technique du site. Ils comprennent des traceurs permettant <b>de réaliser des mesures d'audience</b>.</p> <p>Si vous y consentez, des cookies <b>non essentiels</b> peuvent aussi être déposés (vous pourrez retirer votre consentement à tout moment). Ils permettent :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• de mesurer précisément vos interactions avec le site afin d'améliorer nos services ;</li><li>• d'afficher des contenus multimédias venant d'autres sites ;</li><li>• d'afficher de la publicité personnalisée basée sur votre profil et votre historique de navigation et ;</li><li>• de partager du contenu sur les réseaux sociaux inclus sur notre site (ex : Facebook).</li></ul> <p><b>Tout accepter</b></p> <p><b>Tout refuser</b></p> <p><a href="#">Personnaliser mes choix</a></p>
Neutral	"Accept" by default	Visually highlighted "Accept"

# The example of behaviour when facing **cookie banners**

**Vos préférences cookies**

Notre site et nos 32 partenaires utilisons des **cookies** déposés sur votre appareil.

Certains de ces cookies sont dits **essentiels** et sont strictement nécessaires au bon fonctionnement technique du site. Ils comprennent des traceurs permettant **de réaliser des mesures d'audience**.

Si vous y consentez, des cookies **non essentiels** peuvent aussi être déposés (vous pourrez retirer votre consentement à tout moment). Ils permettent :

- **de mesurer précisément vos interactions** avec le site afin d'améliorer nos services ;
- **d'afficher des contenus multimédias** venant d'autres sites ;
- **d'afficher de la publicité personnalisée** basée sur votre profil et votre historique de navigation et ;
- **de partager du contenu sur les réseaux sociaux** inclus sur notre site (ex : Facebook).

**Tout refuser**

**Tout accepter**

[Personnaliser mes choix](#)

## Opposite practice - visual

*"Reject" put forward visually*

**Vos préférences cookies**

Notre site et nos 32 partenaires utilisons des **cookies** déposés sur votre appareil.

Certains de ces cookies sont dits **essentiels** et sont strictement nécessaires au bon fonctionnement technique du site. Ils comprennent des traceurs permettant **de réaliser des mesures d'audience**.

Si vous y consentez, des cookies **non essentiels** peuvent aussi être déposés (vous pourrez retirer votre consentement à tout moment). Ils permettent :

- **de mesurer précisément vos interactions** avec le site afin d'améliorer nos services ;
- **d'afficher des contenus multimédias** venant d'autres sites ;
- **d'afficher de la publicité personnalisée** basée sur votre profil et votre historique de navigation et ;
- **de partager du contenu sur les réseaux sociaux** inclus sur notre site (ex : Facebook).

**Accepter d'être tracé**

**Continuer sans être tracé**

[Personnaliser mes choix](#)

## Opposite practice - tracing

*Emphasise the consequences in the title*


**Vos préférences cookies**

Notre site et nos 32 partenaires utilisons des **cookies** déposés sur votre appareil.


Certains de ces cookies sont dits **essentiels** et sont strictement nécessaires au bon fonctionnement technique du site. Ils comprennent des traceurs permettant **de réaliser des mesures d'audience**.

Si vous y consentez, des cookies **non essentiels** peuvent aussi être déposés (vous pourrez retirer votre consentement à tout moment). Ils permettent :

- **de mesurer précisément vos interactions** avec le site afin d'améliorer nos services ;
- **d'afficher des contenus multimédias** venant d'autres sites ;
- **d'afficher de la publicité personnalisée** basée sur votre profil et votre historique de navigation et ;
- **de partager du contenu sur les réseaux sociaux** inclus sur notre site (ex : Facebook).

 **Tout refuser**

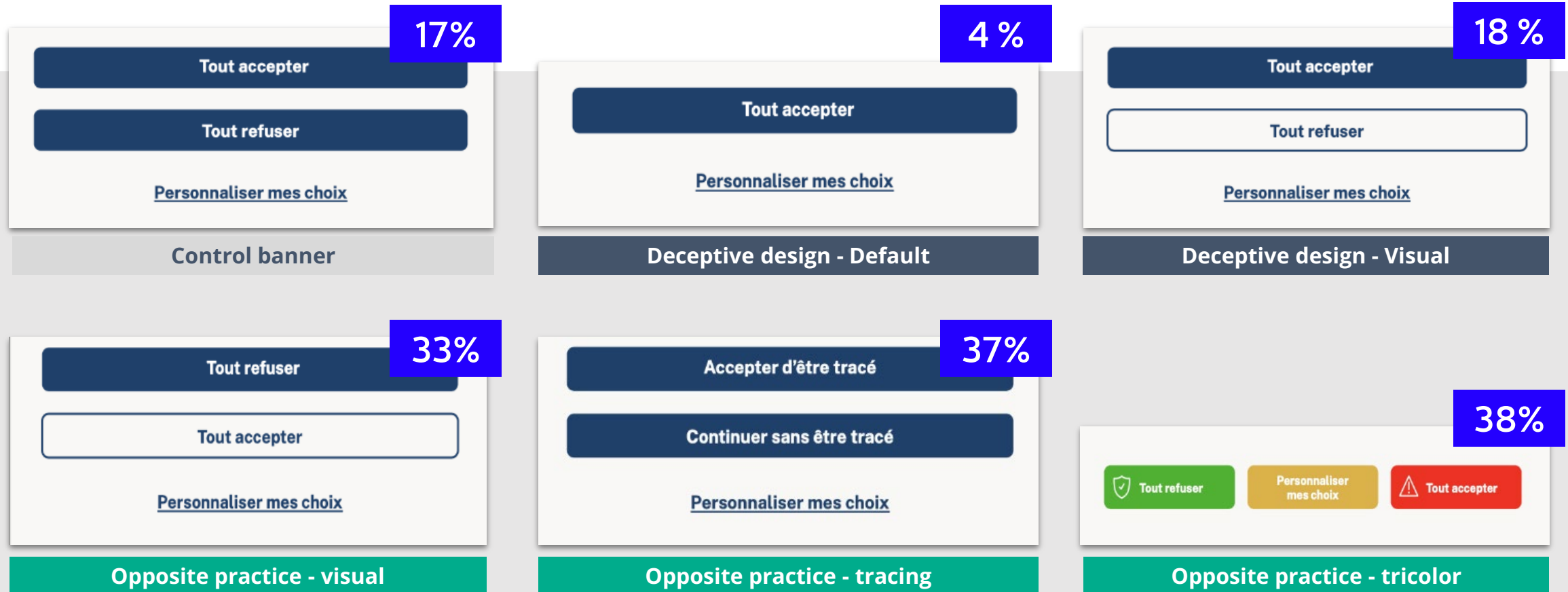
**Personnaliser mes choix**

 **Tout accepter**

## Opposite practice - tricolor

*Highlight the consequences with a well-known visual metaphor*

# The example of behaviour when facing **cookie banners**

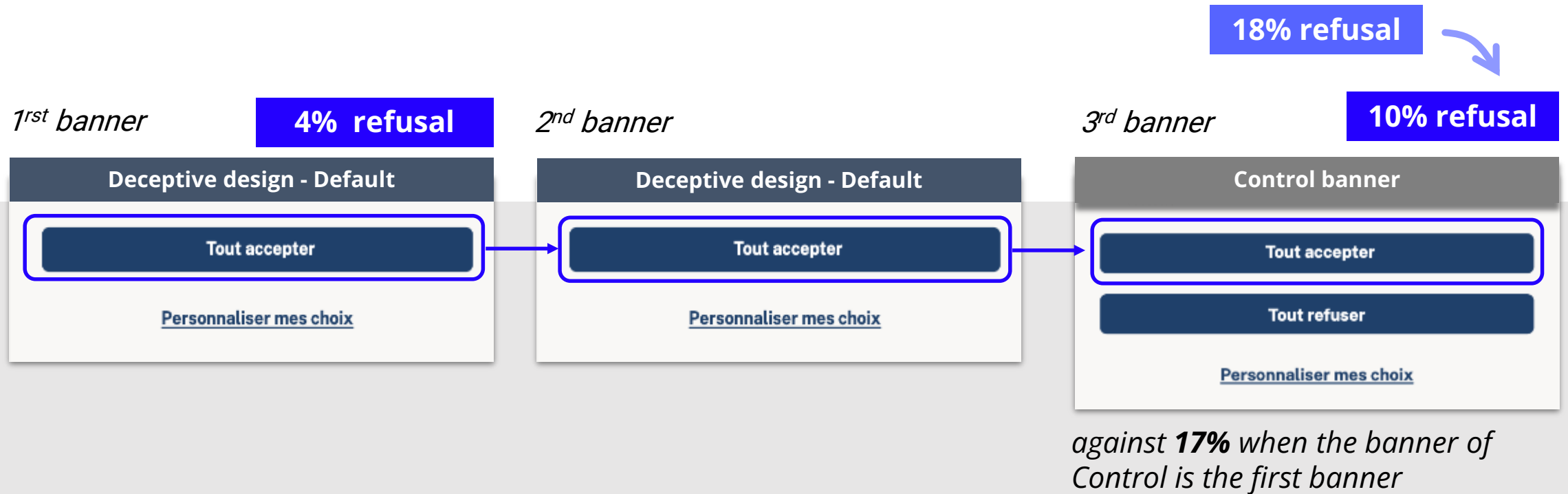


Refusal rates show **the real impact of design on consent** and ability to make a choice



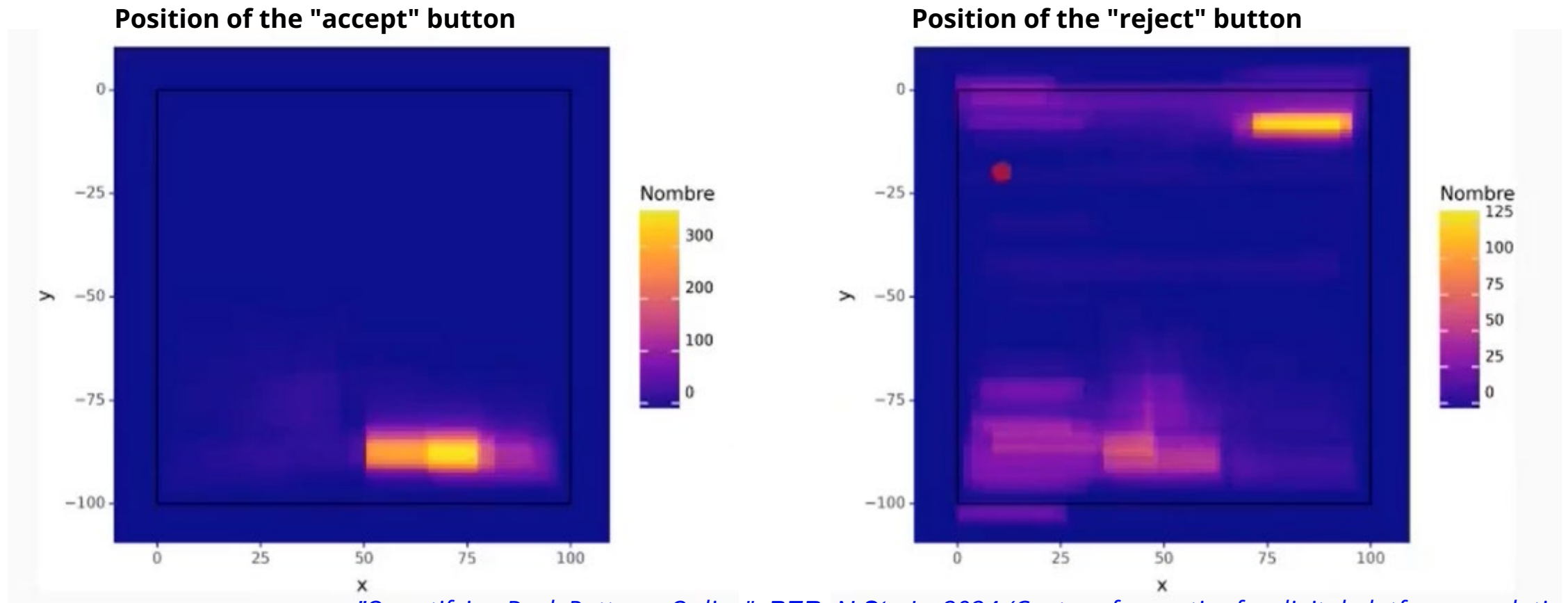
# The example of behaviour when facing cookie banners

## Evidence of a learning effect



# Habituation to information and interaction standards

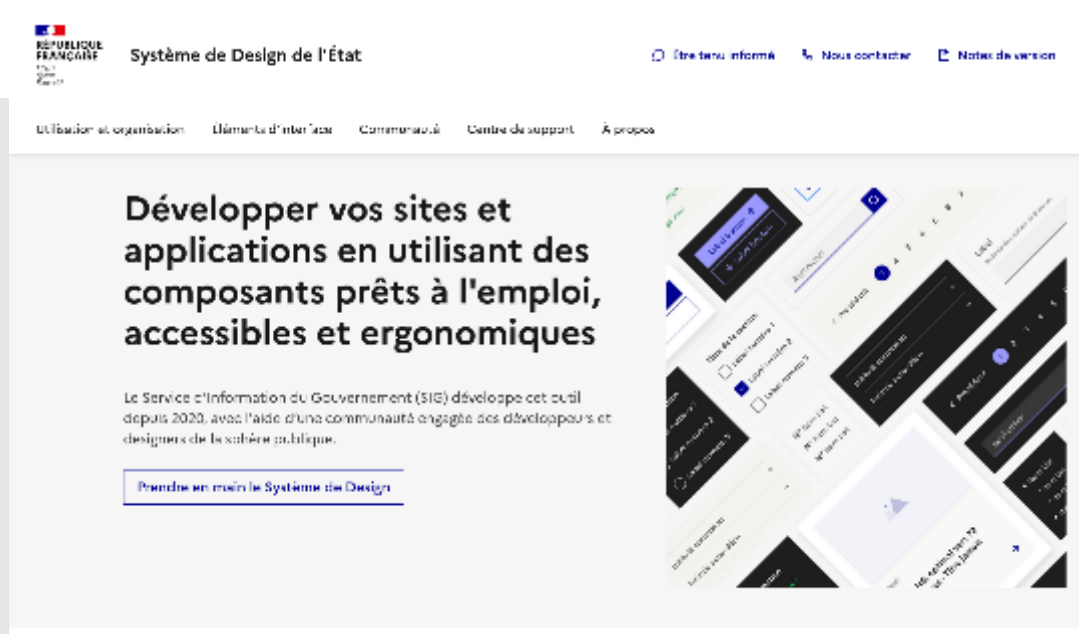
Heatmap of interaction elements position on cookie banners



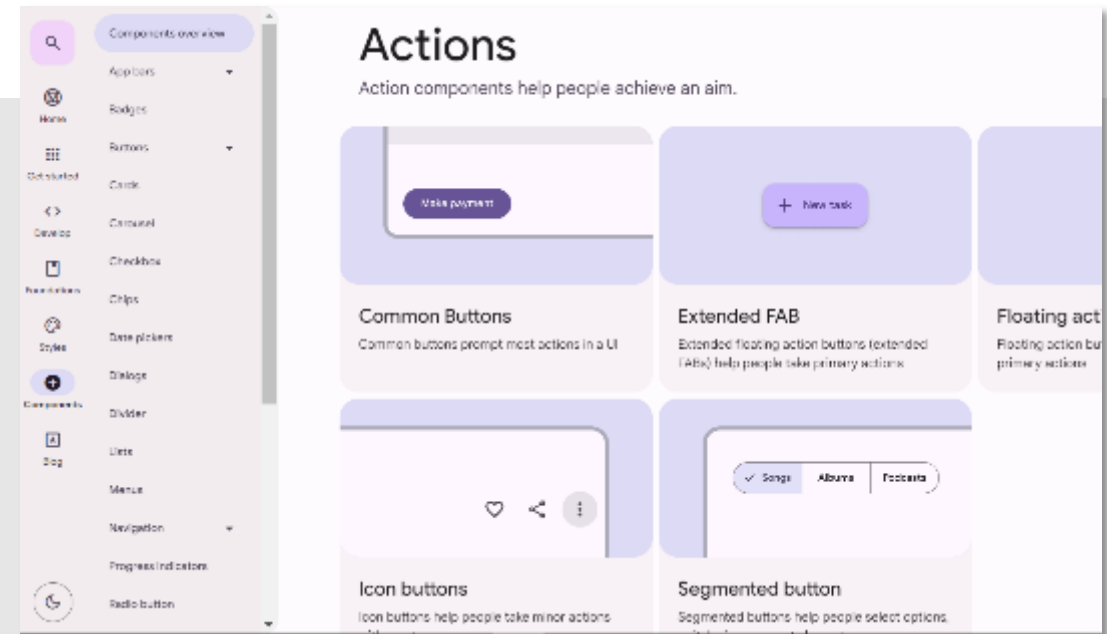
*"Quantifying Dark Patterns Online", PEReN Study, 2024 (Center of expertise for digital platform regulation)*

# Habitation to information and interaction standards

Design guidelines that users subconsciously learn



**French Government's Design System**  
(DSFR)  
[systeme-de-design.gouv.fr](https://systeme-de-design.gouv.fr)



**Material 3**  
Google's Design System (2024)  
[m3.material.io](https://m3.material.io)

# Habituatation to information and interaction standards

## Encouraging the dissemination of design patterns respectful of privacy

### About cookies on nomdusite.fr

Welcome. We use cookies to improve your experience and the services available on this site. For more information, please visit the [Personal Data and Cookies](#) page. You can, at any time, have control over the cookies you wish to activate.

Customize

Reject everything

Accept everything

For the mandatory content items to be displayed on this first, and the presentation of purposes, consult the [CNIL guidelines](#).

➤ [DSFR – components – Consent banner](#)

Système de design de l'état Français  
[systeme-de-design.gouv.fr](https://systeme-de-design.gouv.fr)

The screenshot displays the DSFR website interface. At the top, the French Republic logo and the title 'Système de Design de l'État' are visible, along with links for 'Être tenu informé', 'Nous contacter', and 'Notes de version'. A navigation bar includes 'Prise en main et périmètre', 'Fondamentaux', 'Composants et modèles' (highlighted), 'Communauté', 'Centre de support', and 'À propos'. A sidebar on the left lists various components like 'Fil d'Ariane - Breadcrumb', 'Gestionnaire de consentement - Consent banner' (highlighted), 'Indicateur d'étapes - Stepper', 'Infobulle - Tooltip', 'Interrupteur - Toggle', 'Lettre d'information et réseaux sociaux - Newsletter and follow us', 'Lien - Link', 'Lien d'évitement - Skiplink', 'Liste déroulante - Select', and 'Menu latéral - Sidemenu'. The main content area shows the 'Gestionnaire de consentement - Consent banner' page, which includes a breadcrumb trail, a description of the consent manager, a 'Nouveauté v1.13 : Storybook' announcement, and a 'Structure' section listing four elements: 1. Le bandeau, 2. La modale de gestion du consentement, 3. Le bouton d'accès rapide à la modale de gestion du consentement, and 4. L'affichage des services désactivés. The '1. Le bandeau' section is expanded, showing its purpose and a list of its components: an optional title, a mandatory explanatory text, and three mandatory buttons, including an 'Accepter tout' button that closes the banner and registers the user's choice.

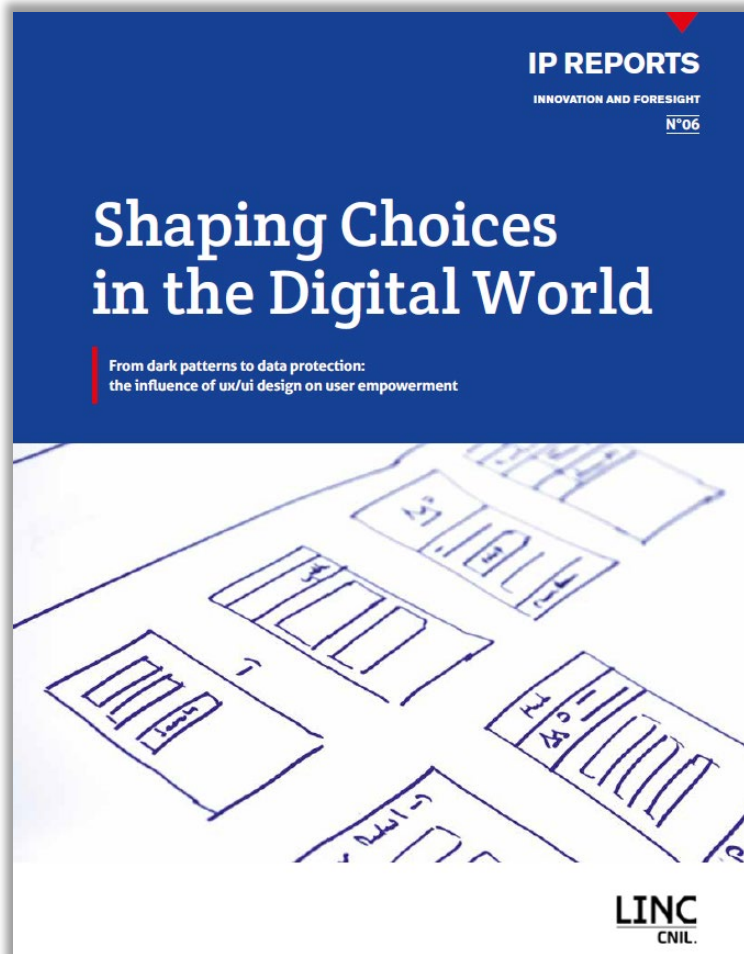


# Guidance & dissemination of good practices



# Interface is the first object of mediation

---



*“ The interface is  
the first object of  
mediation between  
the law, rights and  
individuals. ”*

IP Report n°06 : [Shaping Choices in the Digital World](#)

From dark patterns to data protection: the influence of ux/ui design on user empowerment  
*Cahier Innovation & prospective de la CNIL, 2019*

# The necessary regulation of design and architectures of choice

---

*“Good design means that a user’s mental map of how a technology works matches reality”*

Woodrow Hartzog

## BUILDING A SHARED AND OPEN REGULATION THROUGH NEW TOOLS

### Building a non-competitive and open source approach to best design practices

---

The CNIL could participate in the production of such tools, in an open format and under sharing licenses, to be considered as ways to make designers consider privacy. This could result in the production of analyses to support the design of interfaces that respect the privacy of users (acculturation to data protection subjects, issues to integrate into the design process, building blocks, major principles and rules, etc.) and concrete recommendations (“do” / “don’t”, design patterns, typologies of transparency and loyalty mechanisms, etc.).

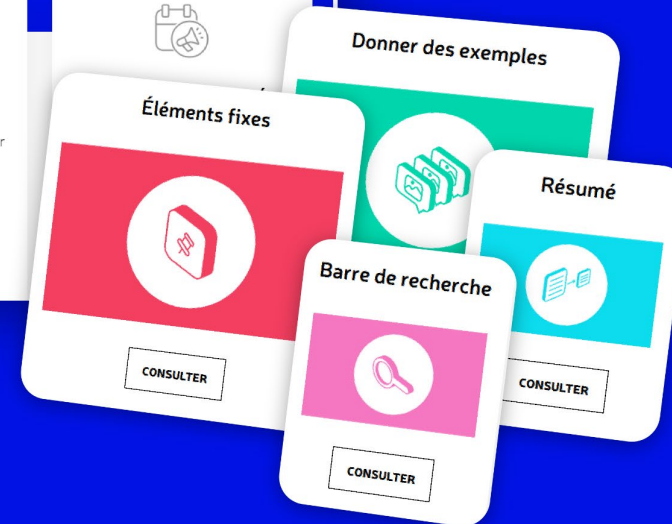
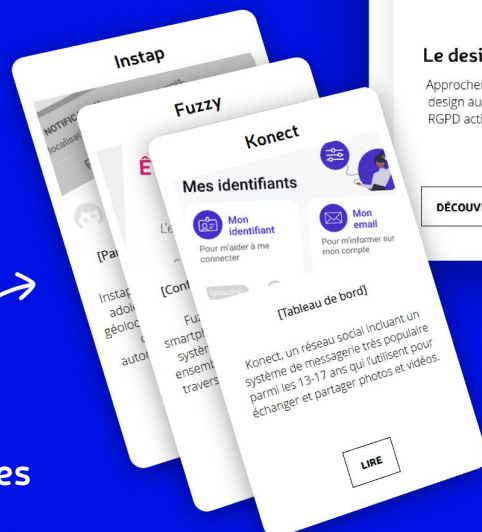
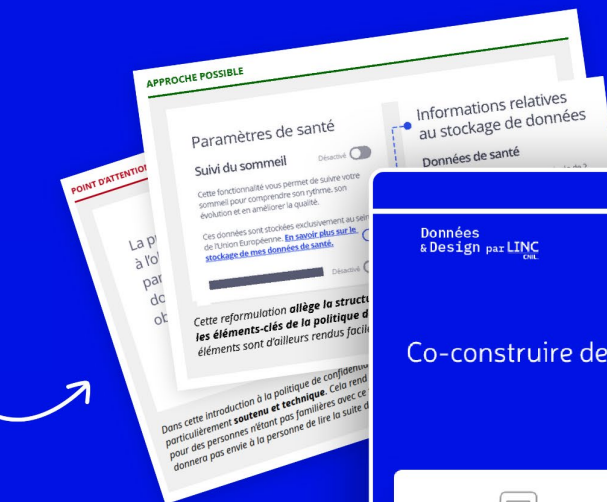
# Données & Design par LINC CNIL.

Workshop  
toolkits

Practical  
advice

Good practices  
& design patterns

Case studies





# Key concepts to keep in mind

Three concepts of the GDPR lend themselves particularly well to the action of designers in order **to give users greater control over their data**:



## Consent

When necessary, consent should be given by a clear, voluntary and free act whereby the relevant data subject shows their agreement to the processing of their personal data in a specific, informed and unambiguous way.



## Information

Any processing of personal data must be lawful and fair. Any information or communication relating to the processing of personal data must be easily accessible and easy to understand (plain language).



## Exercise of rights

Users affected by the processing of personal data have rights entitling them to keep control of such data. You need to indicate the existence of these rights and explain where, how and who to contact to exercise them in practical terms.



➤ [GDPR Key concepts](#)

➤ [GDPR Cards](#)

# Key concepts to keep in mind

Three concepts of the GDPR lend themselves particularly well to the action of designers in order **to give users greater control over their data**:



## Consent

When necessary, consent should be given by a clear, voluntary and free act whereby the relevant data subject shows their agreement to the processing of their personal data in a specific, informed and unambiguous way.

# Consent

« 'consent' of the data subject means any   
 ,   
 and indication of the   
 data subject's wishes by which he or   
 she, by a statement or by a   
 , signifies agreement   
 to the processing of personal data   
 relating to him or her »

Article 4. 11, GDPR

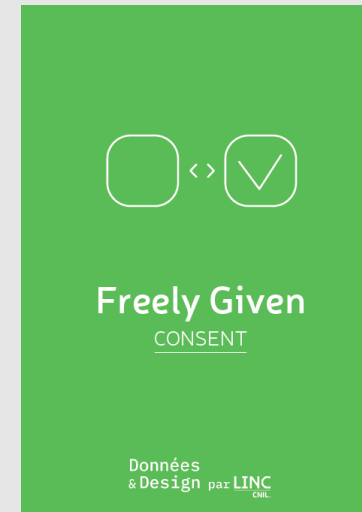
📌 Key concept : consent

# Consent

« ‘consent’ of the data subject means any **freely given**,  
and indication of the data subject's wishes by which he or she, by a statement or by a , signifies agreement to the processing of personal data relating to him or her »

Article 4. 11, GDPR

📌 Key concept : consent



Consent must not be forced or influenced: the data subject must be **offered a real choice**, without suffering negative consequences in the case of refusal.

The data subject must be **able to refuse the processing of their data that is not necessary** for the operation of the service or product they want to use, **without quality of use being negatively impacted**.

# Consent - **freely given**

## FOCUS OF ATTENTION

Service subscription

Contract

☐ I understand and agree to the terms of service.

My preferences on the use of my personal data

☐ I accept to receive personalised adverts on behalf of the Service to the email address I've given. The ad customisation is made according to the data collected while using the Service.

☐ I accept that my data are used to send me personalised adverts from our partners.

Next

## POSSIBLE APPROACH

Service subscription

Contract

☐ I understand and agree to the terms of service.

My preferences on the use of my personal data

☐ I accept to receive personalised adverts on behalf of the Service to the email address I've given. The ad customisation is made according to the data collected while using the Service.

☐ I accept that my data are used to send me personalised adverts from our partners.

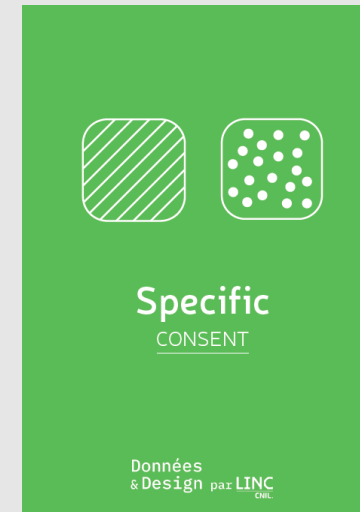
Next

# Consent

« ‘consent’ of the data subject means any **freely given**, **specific**, and indication of the data subject's wishes by which he or she, by a statement or by a , signifies agreement to the processing of personal data relating to him or her »

Article 4. 11, GDPR

📌 Key concept : consent



Consent must be given **for a determined purpose**. If data are used for several uses, the data subject must be able to specifically give their consent for each purpose.

# Consent - specific

## FOCUS OF ATTENTION

Ticket booking

Contact detail

First and last name

Email address

Credit card detail

Cardholder name

Card number

Expiration date

01

2029

Security code

☐

I accept that my email address and credit card detail are saved to facilitate future purchase and that my email address is used to send me adverts on behalf of our partners.

Buy tickets

## POSSIBLE APPROACH

Ticket booking

Contact detail

First and last name

Email address

☐

I accept that my email address is used to send me adverts on behalf of our partners.

Credit card detail

Cardholder name

Card number

Expiration date

01

2029

Security code

☐

I accept that my email address and credit card detail are saved to facilitate future purchase.

Buy tickets

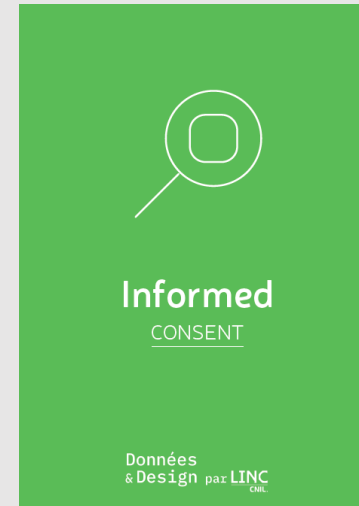


# Consent

« ‘consent’ of the data subject means any **freely given, specific, informed** and indication of the data subject's wishes by which he or she, by a statement or by a , signifies agreement to the processing of personal data relating to him or her »

Article 4. 11, GDPR

📌 Key concept : consent



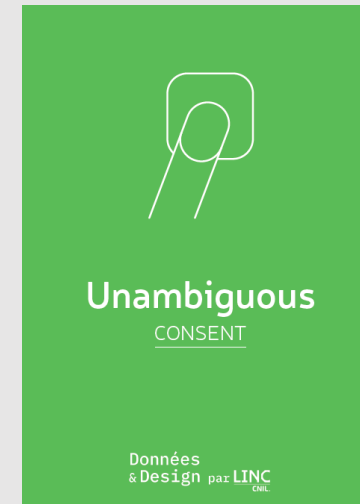
Providing information to the data subjects before obtaining their consent is necessary to **allow them to take decisions** with full knowledge of the facts, to **understand what they are consenting to** and **to know how to withdraw their consent**. If the controller does not provide accessible information, the user's control over her data may be insufficient.

# Consent

« 'consent' of the data subject means any **freely given, specific, informed** and **unambiguous** indication of the data subject's wishes by which he or she, by a statement or by a **clear affirmative action**, signifies agreement to the processing of personal data relating to him or her »

Article 4. 11, GDPR

↳ Key concept : consent



Consent requires a declaration or any other **clear positive action** from the data subject. She needs to take voluntary and active action to give her consent which demonstrates that she has really consented to the processing.

Consent is **therefore not unambiguous in the presence of pre-ticked or pre-enabled boxes or an inaction** (e.g. the absence of reply to an email requesting consent).

# Consent

- unambiguous

➤ Key concept : consent

## FOCUS OF ATTENTION

14:00

Chat Bot Assistant

Mon. 11:21

Can you give me your email address to that I can authenticate you in the future?

Mon. 11:21

hannah@mymail.fr

Mon. 11:23

Thanks Hannah to share those information with me. Now that we're acquainted, do you agree that send adverts to your email address on behalf of my partners (click to consult the list)?

Yes

No

Mon. 11:24

Write your message... SEND

## POSSIBLE APPROACH

14:00

Chat Bot Assistant

Mon. 11:21

Can you give me your email address to that I can authenticate you in the future?

Mon. 11:21

hannah@mymail.fr

Mon. 11:23

Thanks Hannah to share those information with me. Now that we're acquainted, do you agree that send adverts to your email address on behalf of my partners (click to consult the list)?

Yes

No

Mon. 11:24

Write your message... SEND

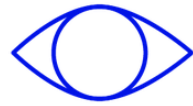
# Key concepts to keep in mind

Three concepts of the GDPR lend themselves particularly well to the action of designers in order **to give users greater control over their data**:



## Consent

When necessary, consent should be given by a clear, voluntary and free act whereby the relevant data subject shows their agreement to the processing of their personal data in a specific, informed and unambiguous way.

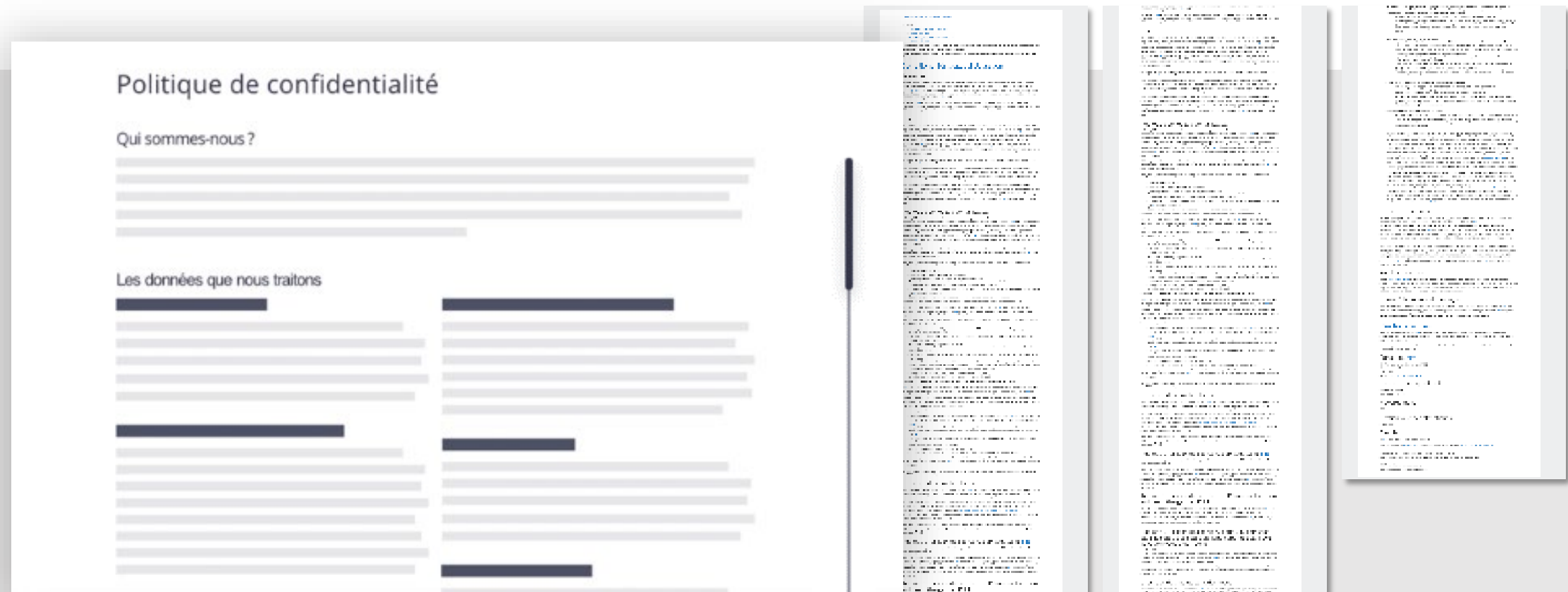


## Information

Any processing of personal data must be lawful and fair. Any information or communication relating to the processing of personal data must be easily accessible and easy to understand (plain language).

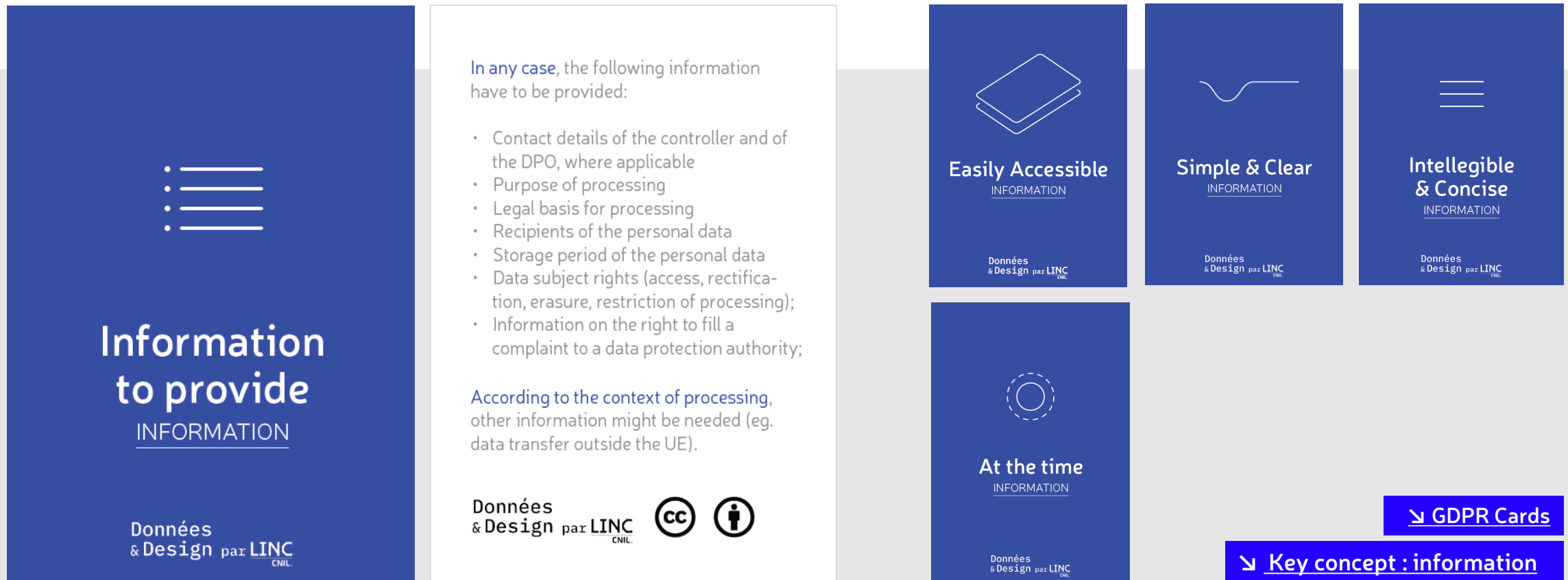
# Information

Any processing of personal data must be lawful and fair. The **transparency** of the processing is one of the main ways of **establishing trust** with data subjects.



# Information

Any processing of personal data must be lawful and fair. The **transparency** of the processing is one of the main ways of **establishing trust** with data subjects.



# Information

Any processing of personal data must be lawful and fair.

The information must be:

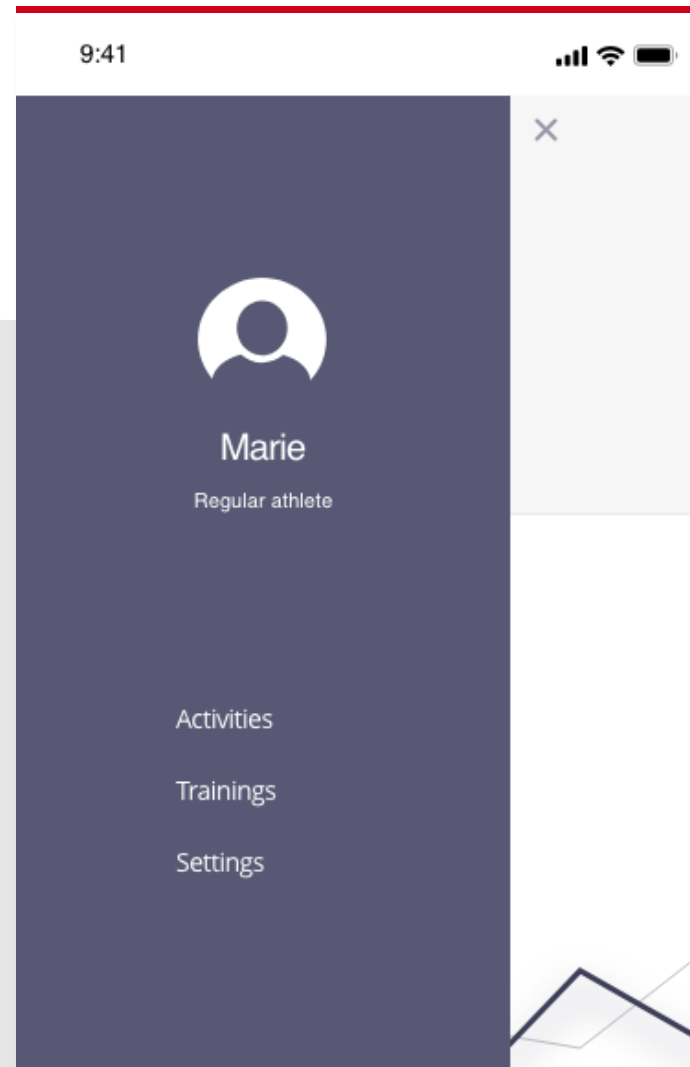
| Easily accessible

Understandable,  
simple & clear

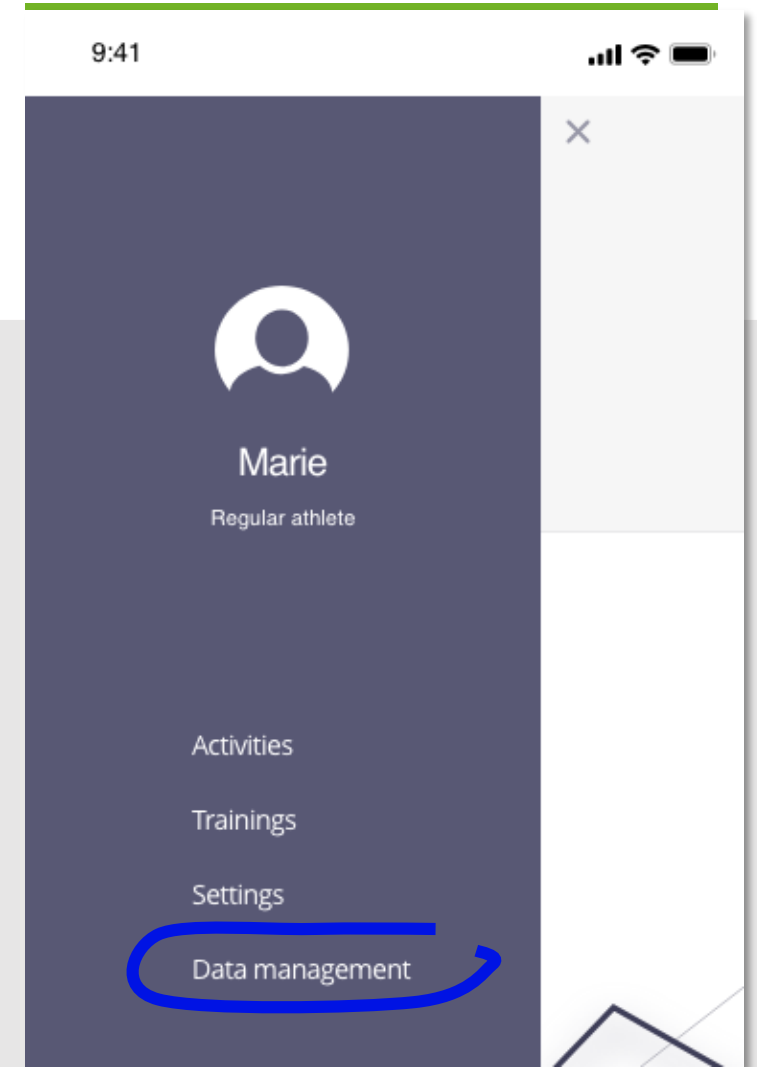
Readable and concise

➤ Key concept : information

## FOCUS OF ATTENTION



## POSSIBLE APPROACH





# Information

Any processing of personal data must be lawful and fair.

The information must be:

Easily accessible

Understandable,  
simple & clear

Readable and concise

➤ Key concept : information

## FOCUS OF ATTENTION

This privacy policy has the objective of fulfilling the Company's information obligation as provided in the General Data Protection Regulation thus establishing its clients and contacts rights and obligations in regard of the processing of their personal data.

## POSSIBLE APPROACH

Our privacy policy is made to inform you on how we use your personal data. We also explain you what are your rights and how to exercise them.

# Information

Any processing of personal data must be lawful and fair.

The information must be:

Easily accessible

Understandable,  
simple & clear

Readable and concise

➤ Key concept : information

## FOCUS OF ATTENTION

**Create your account**

Create your free account and join the network now!

Pseudo

Password

Email address

Next

Privacy Policy

To create your account, you have to give your pseudonym, your email address, and a password. If you subscribe to the Premium version, you have to fill in payment and billing informations, for example your credit card details. You can choose the information displayed in your profile such as your profile picture, your city, your hobbies, your cultural preferences, your music tastes, or professional information.

## POSSIBLE APPROACH

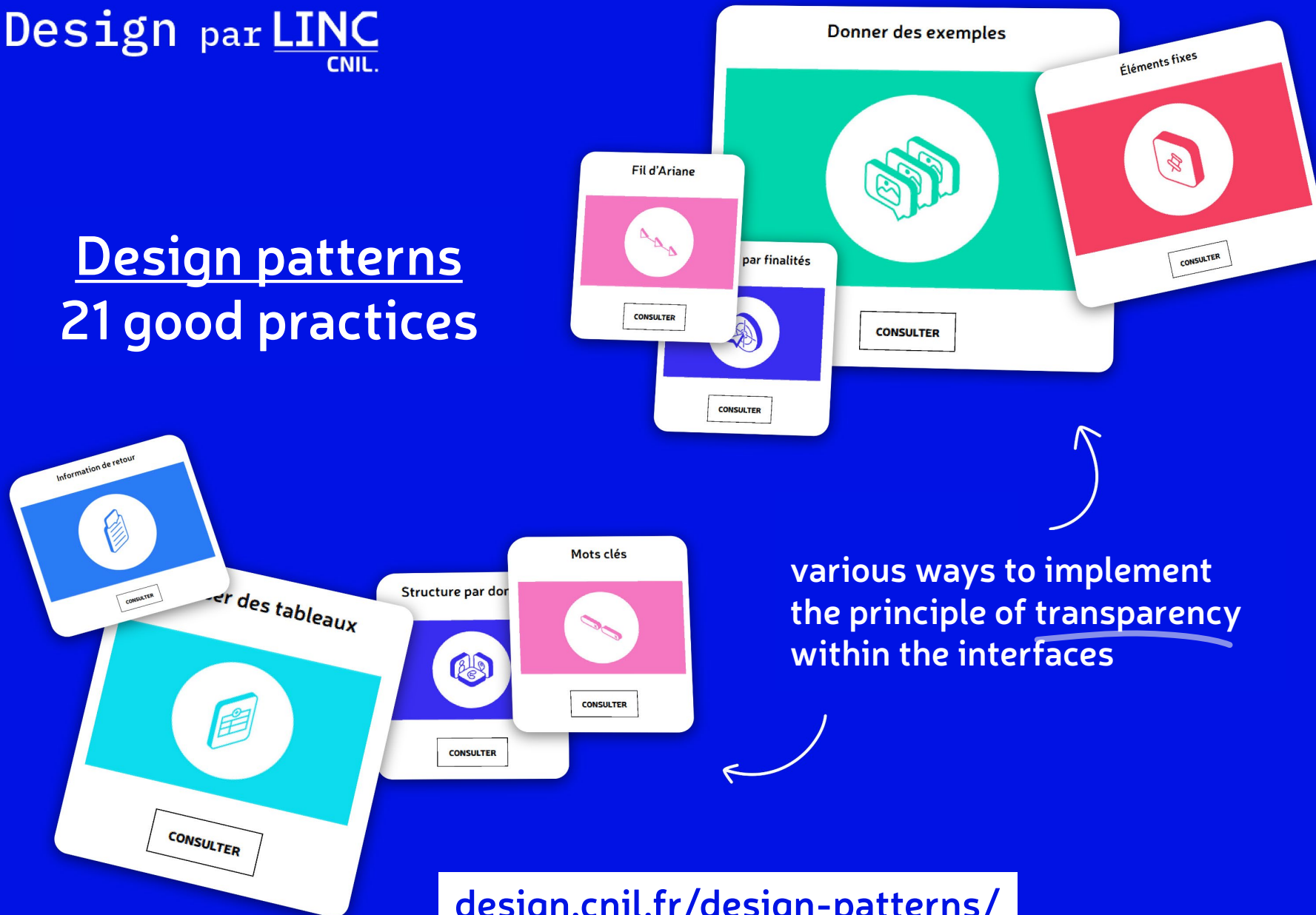
**Create your account**

Create your free account and join the network now!

**PriCircle** commits to provide with the best service and be respectful of your personal data.

Start

## Design patterns 21 good practices



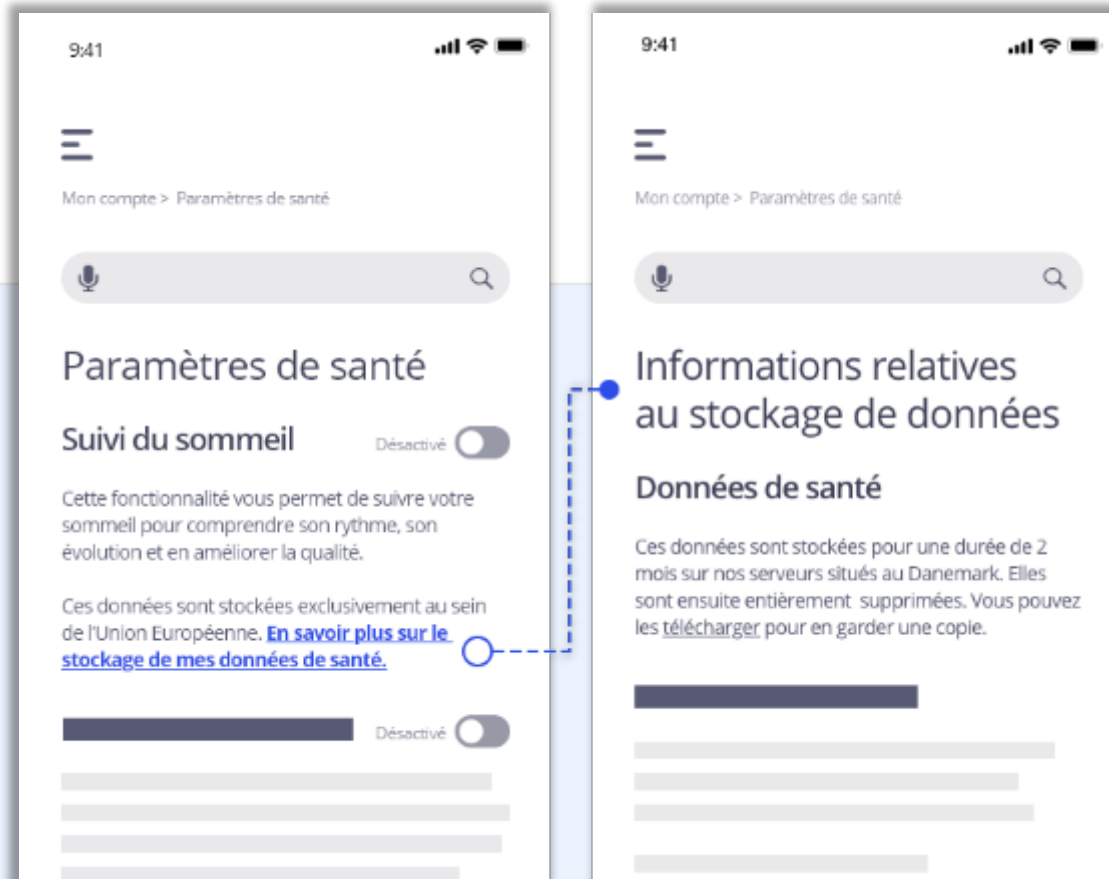
various ways to implement  
the principle of transparency  
within the interfaces

[design.cnil.fr/design-patterns/](https://design.cnil.fr/design-patterns/)

# Design patterns: implement the principle of **transparency**



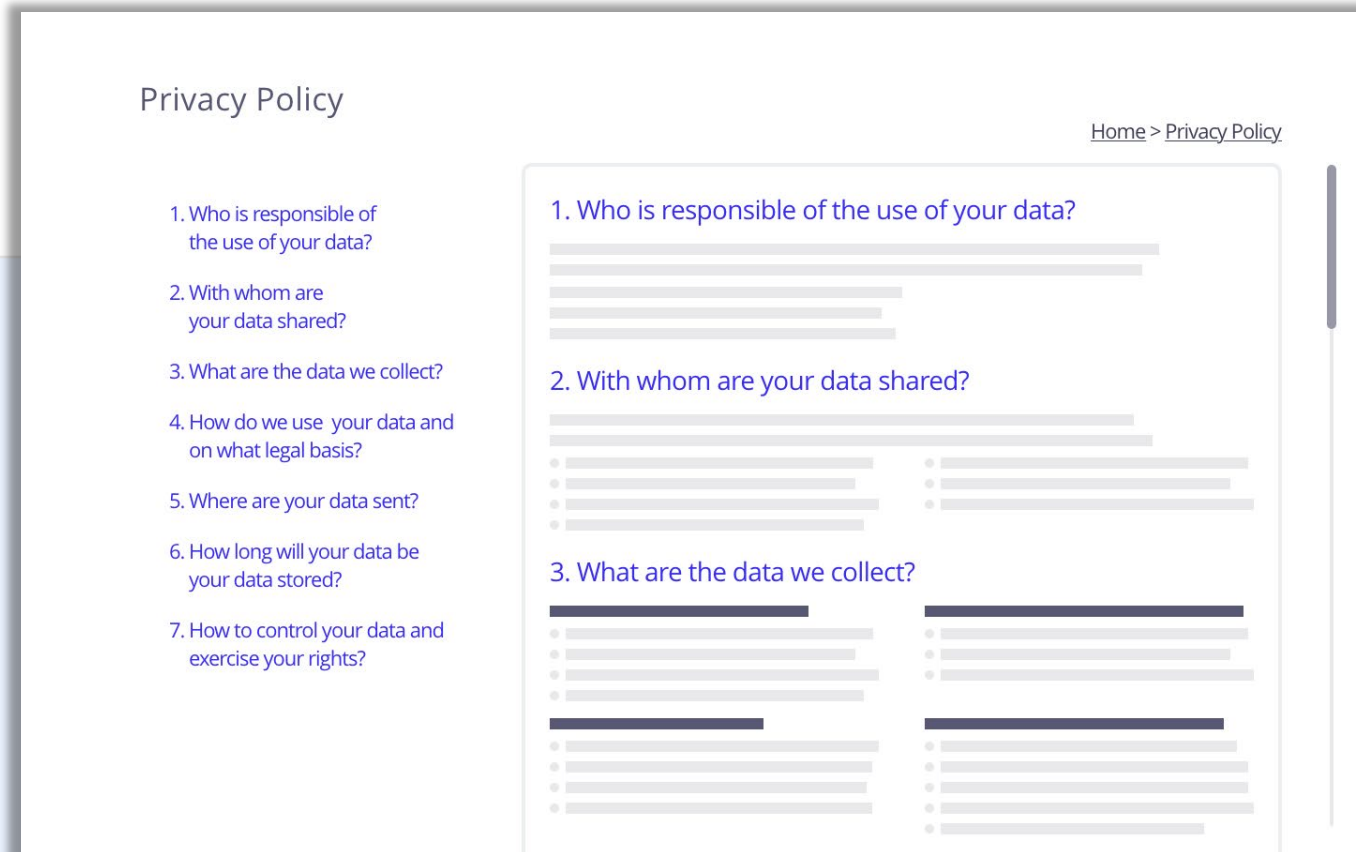
[Structure]  
Layered informations



# Design patterns: implement the principle of **transparency**



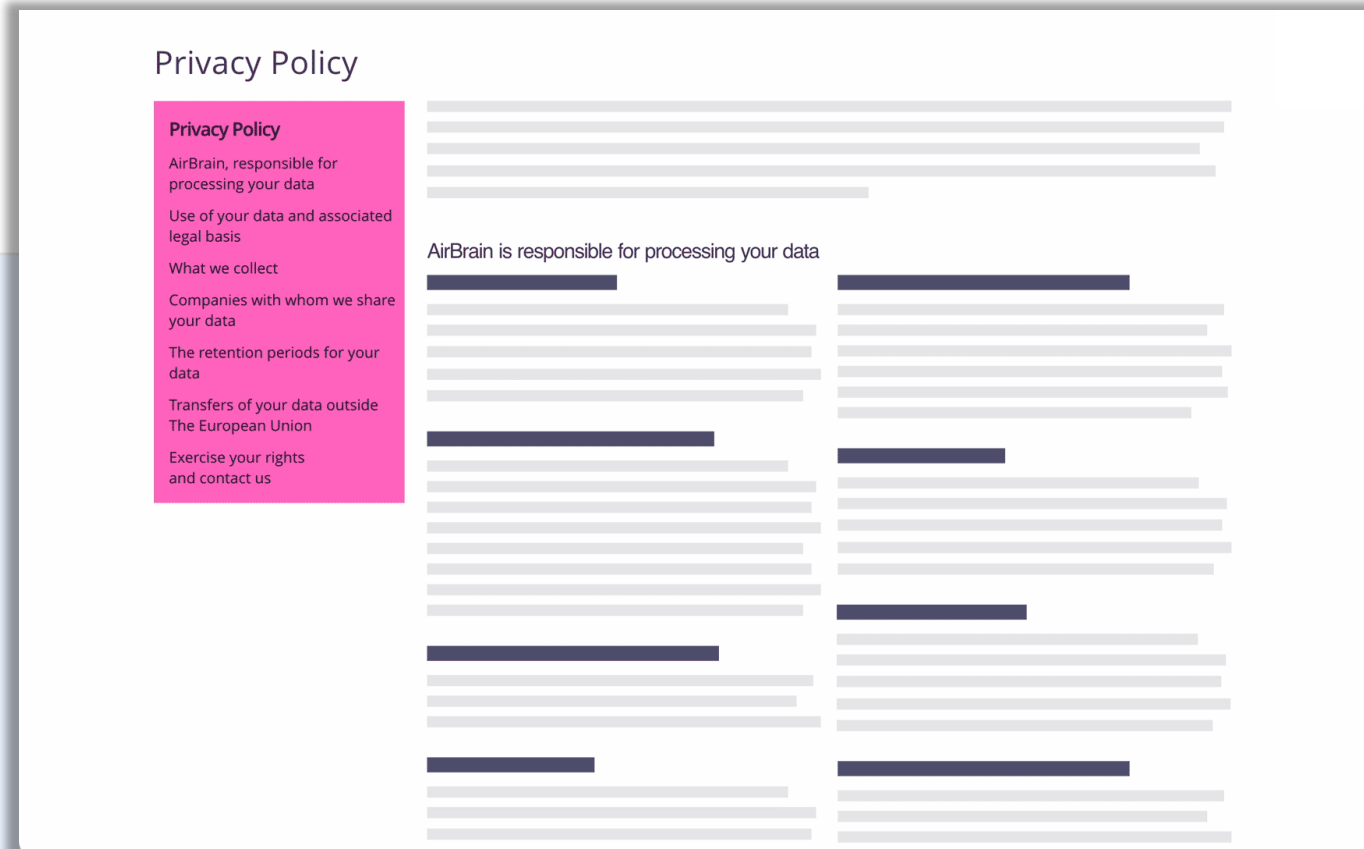
**[Structure]**  
**By questions**



# Design patterns: implement the principle of **transparency**



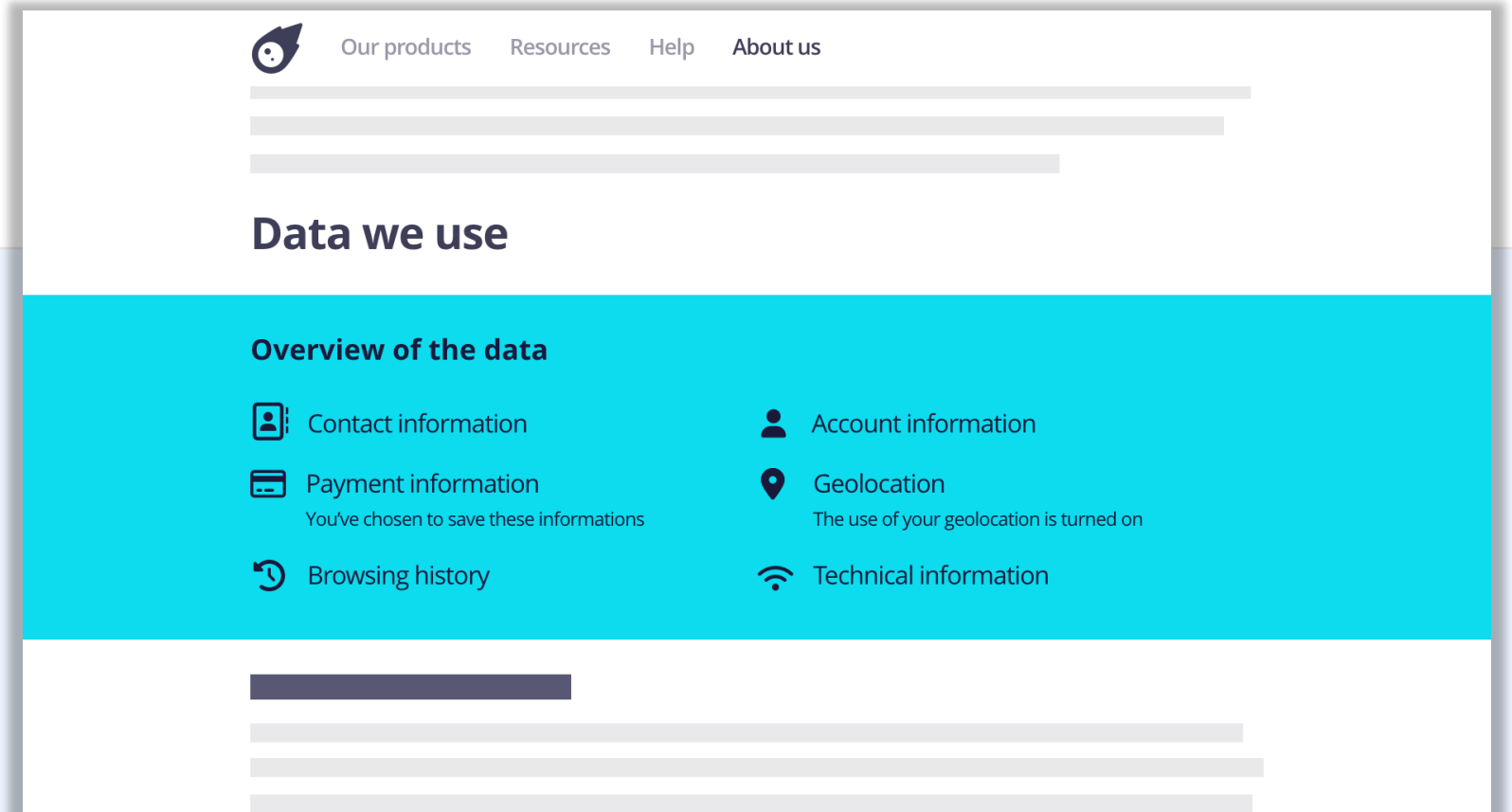
[Browsing]  
Table of contents  
as a browsing menu



# Design patterns: implement the principle of **transparency**



[Summarising]  
Synthesis





# Design patterns: implement the principle of **transparency**



[Summarising]  
Using tables

Your data: an overview

Data category	Data use	Legal basis	Duration of storage	Shared with 3rd parties?	Transfer outside EU?
Contact	Contact you and send you commercial prospecting.	Legitimate interest, consent	As long as your account is active.	No	No
Payment	Pay for your subscriptions.	Contract	As long as a subscription is active.	No	No
Account	Log in, use our products and manage your account.	Legitimate interest	As long as your account is active.	No	No
Geolocation	Customise our products to the country you are in.	Consent	1 month	No	No
Ad profile	Send you targeted advertising.	Consent	As long as you have given us your consent.	Yes	Yes
Technical	Ensure the proper functioning and safety of our products.	Legitimate interest	6 month	Yes	Yes

Your data: how do we precisely process it

Contact information

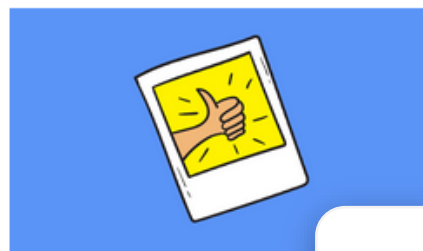


[design.cnil.fr/ressources/](https://design.cnil.fr/ressources/)

# Conducting co-design workshops **with minors**



## BrawlCrush

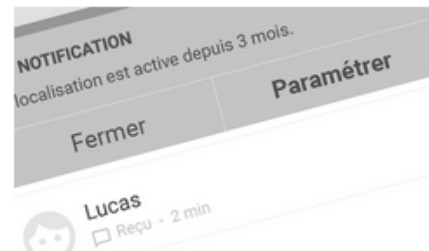


[Parcours d'inscription]

Disponible sur mobile, Brawl C  
jeu en ligne de puzzle aux  
coopératifs ou compétitifs très  
chez les 8-10 ans.

LIRE

## Instap



[Paramétrage de la géolocalisation]

Instap est un réseau social utilisé par les adolescents partiellement fondé sur la géolocalisation : elle leur permet de savoir où sont leurs amis et d'ajouter automatiquement la localisation à leurs publications.

LIRE

## Konect

Mes identifiants

Mon identifiant  
Pour m'aider à me connecter

Mon email  
Pour m'informer sur mon compte

[Tableau de bord]

ct, un réseau social incluant un  
ne de messagerie très populaire  
les 13-17 ans qui l'utilisent pour  
ger et partager photos et vidéos.

LIRE

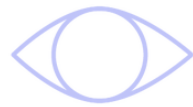
# Key concepts to keep in mind

Three concepts of the GDPR lend themselves particularly well to the action of designers in order **to give users greater control over their data**:



## Consent

When necessary, consent should be given by a clear, voluntary and free act whereby the relevant data subject shows their agreement to the processing of their personal data in a specific, informed and unambiguous way.



## Information

Any processing of personal data must be lawful and fair. Any information or communication relating to the processing of personal data must be easily accessible and easy to understand (plain language).



## Exercise of rights

Users affected by the processing of personal data have rights entitling them to keep control of such data. You need to indicate the existence of these rights and explain where, how and who to contact to exercise them in practical terms.

## Right of access:

Observing **good practices**  
in the paths of access to a copy of the data  
offered by social networks

LINC has studied the paths of access to copies of personal data implemented by 10 social networks and wishes to value the best practices observed.

This study aims to encourage the improvement of the user experience and the support of people in this process by highlighting best practices. It has neither the purpose nor the effect of assessing compliance with the data protection rules. This analysis does not take a decision on the conformity of the networks observed.

### 🕒 Analysis carried out in February 2024

The study does not take into account the changes that have been made since then.



## The results of the analysis

10 social networks were evaluated in February 2024 on a set of 30 good practices (composed of 27 criteria and 3 additional mentions).

See results

## Understanding the approach

For each social network, two requests for access (a minor profile and an adult profile) to a copy of the data were examined according to an analysis grid.

Consult the analytical methodology



## Article 15(3) of the GDPR:

“The controller shall provide a copy of the personal data being processed. ... Where the data subject submits his request by electronic means, the information shall be provided in a commonly used electronic form, unless the data subject requests otherwise.”



[observatory-exercice-droits.beta.cnil.fr](https://observatory-exercice-droits.beta.cnil.fr)



# Observatory of Right of Access User journey

10 réseaux sociaux observés

[Voir la méthodologie détaillée](#) 

PARCOURS  
COMPLET

ÉTAPE 1

Informations préalables


ÉTAPE 2

Exercice de la demande  
d'accès

ÉTAPE 3

Réception et consultation des  
données

Discord

 Réponse de l'acteur

61 %

6 / 9



6.13 / 10



4.22 / 8



>

Facebook

Meta

71 %

6.75 / 9



6 / 10



6.47 / 8



>

Instagram

Meta

73 %

8.75 / 9



6 / 10



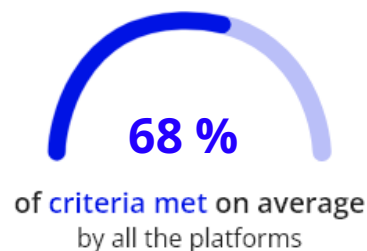
5 / 8



>



# Observatory of Right of Access User journey



On average, platforms meet:

- 5,7 / 9 criteria  
during the **preliminary information** stage
- 6.3 / 10 criteria  
during the **request of the data** modality
- 4.8 / 8 criteria  
during the **reception and consultation**  
of the copy of the data



## 10 Automated courses specific to the right of access

Social networks offer a specific automated path to the right of access, which guides users in the process.

*Individuals can obtain their data without having to make a request by e-mail to the Data Protection Officer.*



## Number of clicks to take up the process of

**3.8. clicks**  
on a computer (on average)

**4 clicks**  
with a mobile phone (on average)

Averages for the 10 social networks studied (vertical scrollings are counted among clicks) – 2 networks do not allow access to the gait from a mobile device.

*Attention: the number of clicks is not the only indicator of fluidity of the journey.*





# Examples of practices observed

13 Does the path of exercise the right of access involve an excessive or unnecessary number of steps?

**Deduction conditions for points (1 criterion removes 0.25 points):**

- ☐ From the home page of the platform, the access path requires a number of clicks greater than the average (4 clicks) of the platforms observed in the panel (outside the security step).
- ☐ Steps are redundant.
- ☐ Steps require unnecessary confirmation.
- ☐ Steps propose options that can lead the person to exit the path of exercising the right of access which are visually better highlighted than the rest of the journey.

Modalities for the evaluation, references and methodology of this issue

1 / 1

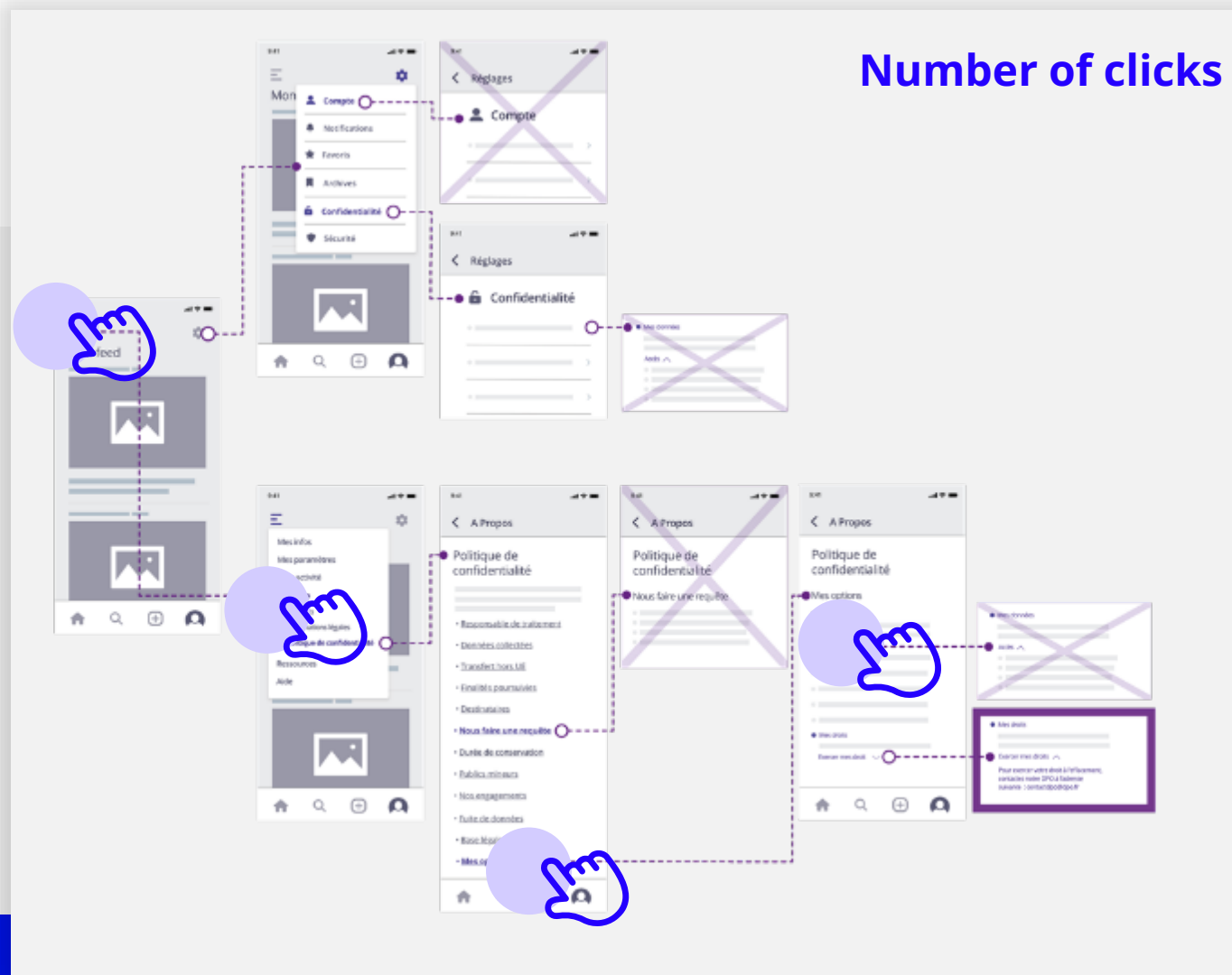
## Details of the method of analysis

**Click count method:** Using a controlled and constant computer environment (same browser, default settings, full size), connect to the platform and authenticate  
From the home page of the account, navigate to open the access page or to open the first page of setting up the request to exercise the right. Count the number of clicks, add to it, if necessary, the number of times it is necessary to use the scroll keys (Pg. Next or Pg.AV).  
Calculate the average number obtained per observed platform.  
For the rest of the criteria, consider the route from the home page of the account to the consultation of the data (e.g. after receipt in the case of an interaction not e-mail).

⚠ Automated translation

[observatoire-exercice-droits.beta.cnil.fr](https://observatoire-exercice-droits.beta.cnil.fr)

# Examples of practices observed



Number of  
vertical  
scrolls



# Examples of practices observed

7 Is it possible to find information on the method of exercising the right of access with a request on an internal search engine (e.g. associated with an F.A.Q.) with the platform?

Option to be selected:

- ☐ Yes
- ☐ No

Modalities for the evaluation, references and methodology of this issue

0 / 1

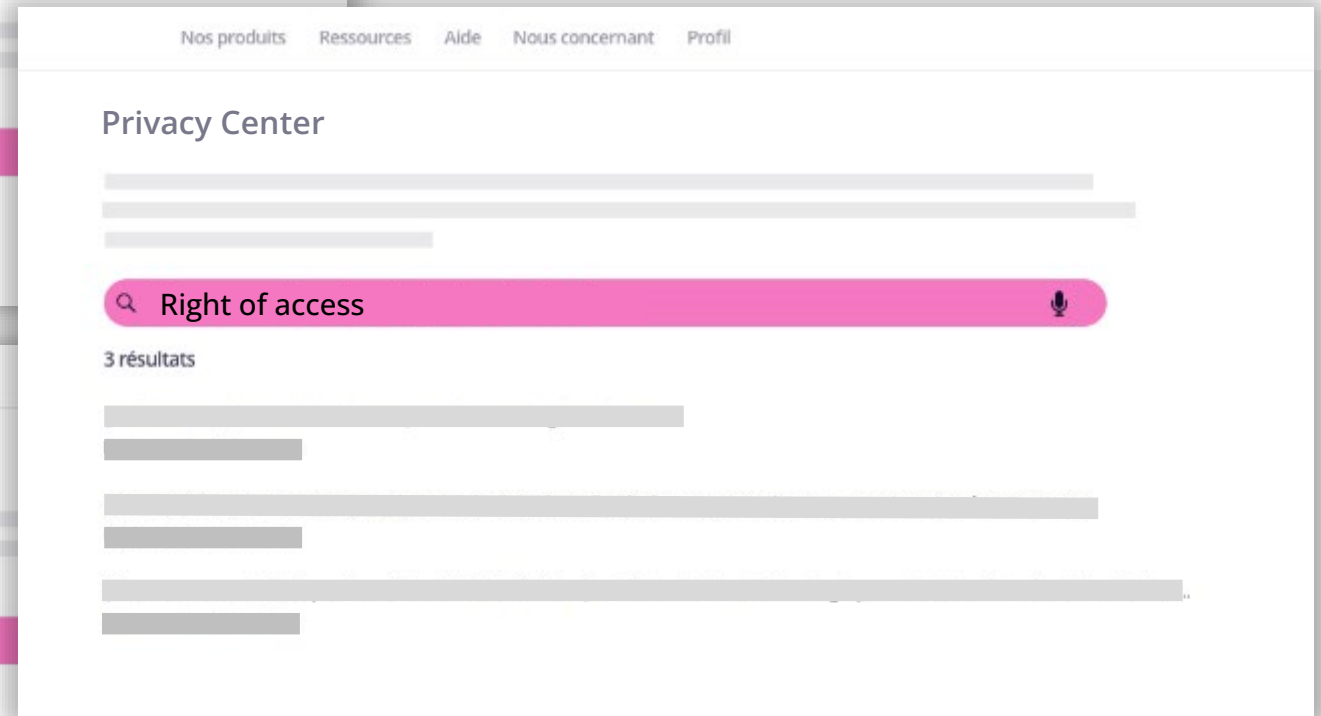
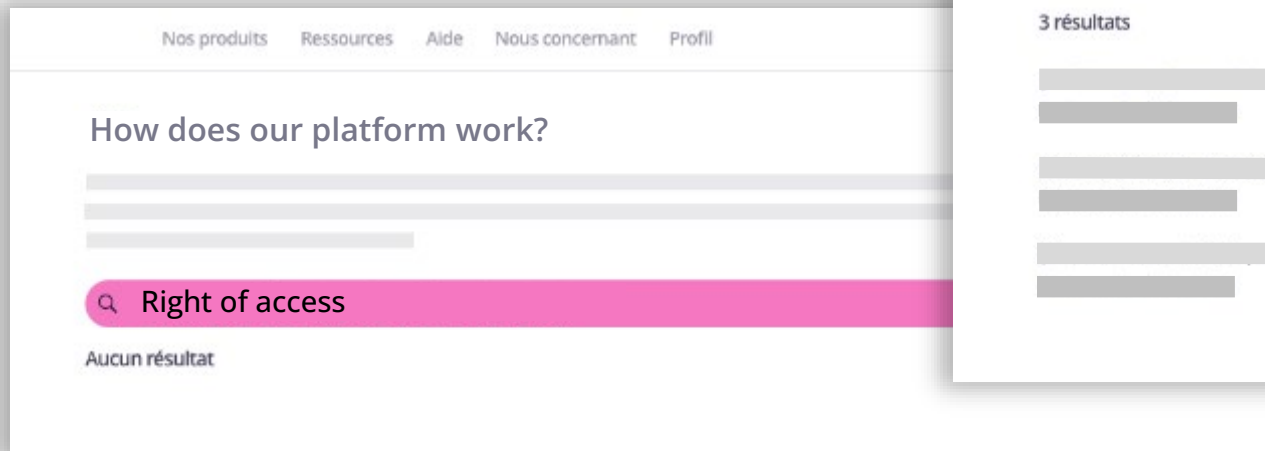
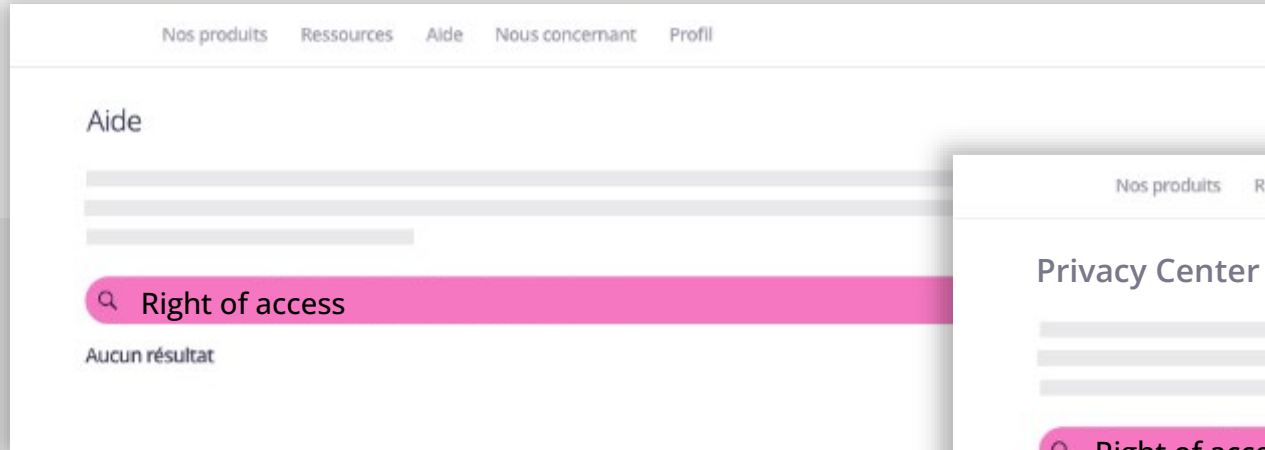
**Methodological accuracy**  
added following the dialogue with social networks

**Multiple search bars:** In the case where the interface offers a non-dedicated search bar using the platform (for example, to search for content and not to get help), check whether this search bar allows access to information notices in addition to the rest of the content. If this is the case, this search bar can be observed with the criteria of this question. Alternatively, check whether another search bar is accessible from the interface (e.g. help section) or from the privacy policy. If a search bar exists but is not accessible under these conditions, the criterion is not validated. In the case where several search bars related to the help centre(s) of the platform existing and are accessible under the above conditions, verify that the results are consistent between these different spaces. If this is not the case, the criterion is not validated. Indeed, the good practice observed here concerns the ease of access to information: if a user confronted with a search bar sees that it does not contain the information he is looking for, he will not necessarily have the reflex to go to consult other help spaces.

⚠ Automated translation

[observatoire-exercice-droits.beta.cnil.fr](https://observatoire-exercice-droits.beta.cnil.fr)

# Examples of practices observed





[observatoire-exercice-droits.beta.cnil.fr](https://observatoire-exercice-droits.beta.cnil.fr)

# Towards a comprehensive approach of *deceptive designs* ?



# The legal **framework** in data protection

---

« deceptive designs are considered interfaces and user experiences (...) that lead users into making **unintended**, **unwilling** and **potentially harmful** decisions in regards of their personal data. »

*[EDPB guidelines on misleading designs in social media interfaces: how to recognize and avoid them](#)*

*Adopted in March 2022*





# TYPOLOGIE DES DESIGN TROMPEURS liés à la protection des données au sein des réseaux sociaux

## FAIRE OUBLIER (2)

1 L'interface ou le parcours utilisateur sont conçus de sorte à ce que la **personne oublie, voire n'ait pas conscience** de tout ou d'une partie des aspects liés à la protection de ses données personnelles.



### Réglage intrusif par défaut

Par défaut, les fonctions et options **les moins respectueuses** de la vie privée et des données personnelles **sont activées**.



### Détourner l'attention

Une action ou une information concernant les données personnelles est **mise en concurrence avec un autre élément**, en lien ou non avec les données. Lorsque les personnes se laissent distraire par cet élément, elles sont susceptibles d'oublier l'information ou l'option qu'elles cherchaient initialement.

## INFLUENCER (2)

1 Le choix des personnes est influencé **en faisant appel à leurs émotions** ou en utilisant des incitations visuelles.



### Chantage émotionnel

Les personnes sont confrontées à des formulations ou des éléments visuels (eg. style, couleurs, images ou autres) qui **donnent soit : une impression très positive**, les personnes se sentant en confiance, en sécurité ou récompensées, **une impression très négative**, les faisant se sentir effrayées, coupables ou punies.



### En toute discrétion

Utiliser un **style** ou une technique visuelle pour la présentation des informations ou des paramètres associés à la protection des données qui **incite les personnes à choisir des options moins restrictives** et donc moins protectrices de leur vie privée et de leurs données personnelles.

## RESTER DANS LE FLOU (2)

1 L'interface est conçue d'une manière qui **cache les informations** ou les paramètres liés à la protection des données.



### Informations contradictoires

Les informations données aux personnes **se contredisent**. Les personnes ne peuvent pas savoir avec certitude comment réaliser les actions qu'elles souhaitent, ni si ces actions auront les effets recherchés. Elles sont donc **susceptibles d'abandonner** ce qu'elles voulaient paramétrer et de conserver les réglages par défaut.



### Formulation ambiguë

Les informations comportent des **termes ambigus et vagues**. Les utilisateurs ne savent donc pas comment leurs données sont traitées ni comment paramétrer leurs préférences.

## FAIRE OBSTACLE (3)

1 Les personnes sont **gênées ou bloquées** dans leur recherche d'informations ou dans leur gestion de leurs données personnelles car ces actions sont rendues **difficiles voire impossibles** à réaliser.



### Impasse

Alors que les personnes **cherchent** une information ou un paramètre, elles **ne les trouvent pas** car un lien de redirection ne **fonctionne pas** ou **n'existe pas du tout**. Les personnes se retrouvent dans l'impossibilité d'accomplir leur action.



### Conséquences inattendues

Le **décalage** entre les informations fournies et les options à disposition des personnes les amène effectuer une action qui ne correspond pas à ce qu'elles voulaient faire. La différence entre le résultat de l'action et ce que les personnes souhaitaient est susceptible de les **décourager d'aller plus loin**.



### Rallonger le parcours

Lorsque les personnes essaient d'activer des réglages protecteurs de leurs données personnelles, elles doivent **passer par plus d'étapes** que pour configurer les autres réglages. Cet allongement du parcours est susceptible de leur faire abandonner le paramétrage de leurs préférences à la protection de leurs données.

## RENDRE INCOHÉRENT (4)

2022

## Lignes directrices sur les designs trompeurs

Les lignes directrices du 03/2022 : "Design trompeurs sur les réseaux sociaux : comment les reconnaître et les éviter", rédigées par le Comité Européen de la Protection des Données (CEPD), ont pour vocation à clarifier et interpréter l'application du RGPD sur ces questions.

En savoir plus



présentés de manière différente.



### Hors contexte

Une information ou un paramètre en lien avec la protection des données personnelles est **fourni sans contexte** sur une page dont le sujet est différent.



### Interface instable

Une interface n'a **pas de cohérence** dans différents contextes ou **ne correspond pas aux attentes** et aux habitudes des personnes qui l'utilisent.



### Rupture linguistique

Les informations au sujet de la protection des données **ne sont pas dans la ou les langues officielles** du pays où vivent les personnes, alors que le reste du service l'est.

## SURCHARGER (3)

1 Les personnes sont **submergées** par une **masse de sollicitations**.



### Parcours labyrinthique

Lorsque les personnes souhaitent obtenir certaines informations, paramétrer des réglages ou exercer leurs droits, il leur est **particulièrement difficile de les trouver** car ils doivent naviguer dans un trop grand nombre de pages, sans en avoir un aperçu clair et complet.



### Options en excès

Les personnes ont face à elles un (trop) grand nombre d'options parmi lesquelles choisir. **Cette quantité d'options** les laisse incapables de faire un choix ou ne leur permet pas de voir certains paramètres, surtout si des renseignements ne sont pas mis à disposition.

Cette typologie a été établie dans les **Lignes directrices** relatives aux

**Interfaces trompeuses au sein des médias sociaux : comment les reconnaître et les éviter ?**  
Adoptées le 14 février 2023 par le **Comité européen de la protection des données** (CEPD).

Elles ont pour but d'identifier des bonnes pratiques liées à l'interprétation du RDPD (règlement général sur la protection des données).

## Principes du RGPD concernés

Chacun des designs trompeurs décrits dans cette typologie contrevient à un ou plusieurs des principes du RGPD liés :

- à la **limitation des finalités**
- au **consentement**
- la protection des données **par défaut** et **dès la conception**
- à la **transparence** et à l'**information**
- à l'exercice des **droits**

Tous vont à l'encontre du principe de **loyauté**.

25/06/2025



# Towards **automated detection** of misleading interfaces?

CNIL research seminar

'Cookies and other tracers', 24 October 2024



[Replay on video.cnil.fr!](https://video.cnil.fr/)

## The possibility of measuring dark patterns **on a large scale**

Tools deployed and tested to assess website compliance and/or detect cookie banners using dark patterns.

*Presentations of this session:*

- **[“Quantifying Dark Patterns Online”](#)** by Nicolas Rolin (PEReN)
- **[“Automated Large-Scale Analysis of Cookie Notice Compliance”](#)** by Ahmed Bouhoula (ETH-Zurich)
- **[“Legitimate Interest is the New Consent – Large-Scale Measurement and Legal Compliance of IAB Europe TCF Paywalls”](#)** by Victor Morel (Chalmers University of Technology)

# Towards **automated detection** of misleading interfaces?

CNIL research seminar

‘Cookies and other tracers’, 24 October 2024



*PEReN report “**Quantifying Dark Patterns Online**”, 2024 (Center of expertise for digital platform regulation)*

# Ressources:



## Legal design & Data protection

- [design.cnil.fr/en](https://design.cnil.fr/en)

## Design patterns to improve transparency through the user journey

- [design.cnil.fr/design-patterns/](https://design.cnil.fr/design-patterns/)

## User experience of GDPR rights on social media platforms

- [observatoire-exercice-droits.beta.cnil.fr](https://observatoire-exercice-droits.beta.cnil.fr) (FR)

## News & events

- [linc.cnil.fr](https://linc.cnil.fr)

# Thank you!



## **Privacy Research Day**

4th edition of the CNIL interdisciplinary research conference

*Tuesday 1st July 2025 at 9.30 a.m.*