

Vanessa Frasson

AVOCATE

Avenue des Cistes

Z.I. Cap Floride – La Montagnette

34420 Villeneuve-Lès-Béziers

Tél. : +33 4 67 11 46 05

Mobile : +33 6 88 23 68 60

Fax : +33 4 88 04 92 27

vanessa@frasson.net

www.frasson.net

Novembre 2010, à Villeneuve-Lès-Béziers

**Objet : Guide des bonnes pratiques sur internet – Adaptation des sites internet et des Conditions générales d'utilisation :**

- Chartes Droit à l'oubli dans les sites collaboratifs et les moteurs de recherche du 13 octobre 2010 ;
- Charte de la publicité ciblée et la protection des internautes du 30 septembre 2010.

**Qui est concerné :**

- Les **sites internet collaboratifs** (issus de la mouvance du Web 2.0 par laquelle les internautes deviennent des acteurs des sites internet en ayant une capacité d'action sur le contenu desdits sites. Ils désignent notamment les réseaux sociaux, les blogs, les forums, les sites de publication de contenu ... ) ;
- Les sites internet de publication de contenu ;
- Les **moteurs de recherche** ("système d'exploitation de banque de données, et, par extension, serveur spécialisé permettant d'accéder sur la toile à des ressources (pages, sites, etc.) à partir de mots clés."<sup>1</sup>) ;
- Les acteurs de la publicité ciblée à savoir notamment les annonceurs, les agences conseil en communication, les régies publicitaires et les diffuseurs.

## 1. La législation actuelle :

[La loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée par la loi n°2004-801 du 6 août 2004](#) a mis en place des principes directeurs applicables au tout numérique.

Sauf que cette loi n'était pas en soi suffisante. Or, l'enjeu de ces insuffisances réside dans le risque pour les acteurs de l'internet de voir leur responsabilité engagée.

Des recommandations ont été émises avec le concours des acteurs du numérique privilégiant ainsi des mesures non contraignantes.

## 2. Les Chartes adoptées

A l'issue d'une concertation nationale organisée par Nathalie Kosciusko-Morizet secrétaire d'État à la prospective et au développement de l'économie numérique, deux chartes de bonnes pratiques ont été adoptées par la secrétaire d'état et des acteurs économiques du numérique qui

<sup>1</sup> <http://www.culture.gouv.fr/documentation/joconde/fr/partenaires/AIDEMUSEES/glossaire3.htm>

Vanessa Frasson

AVOCATE

Avenue des Cistes

Z.I. Cap Floride – La Montagnette

34420 Villeneuve-Lès-Béziers

Tél. : +33 4 67 11 46 05

Mobile : +33 6 88 23 68 60

Fax : +33 4 88 04 92 27

vanessa@frasson.net

www.frasson.net

ont pour objectif de matérialiser les principes légaux abstraits suivants :

- le principe de consentement – prévu par l'article 7 de la loi de 1978,
- le principe d'information – prévu par l'article 32 de la loi de 1978,
- et le principe d'opposition – prévu par l'article 38 de la loi de 1978.

Ces chartes se veulent des lignes de conduite non contraignantes donnant une portée pratique à la loi modifiée de 1978.

La Charte du droit à l'oubli dans les sites collaboratifs et les moteurs de recherche du 13 octobre 2010 porte sur les pratiques à adopter en matière de gestion des données personnelles des internautes. Elle pose l'enjeu de la maîtrise de la diffusion des informations au regard du respect de la vie privée. Elle a notamment été adoptée par Microsoft France, PagesJaunes, Skyrock.com, Trombi.com

La Charte sur la publicité ciblée et la protection des internautes du 30 septembre 2010 organise les principes éthiques en matière de publicité ciblée afin de préserver la gratuité de l'internet financé par ces publicités. Elle est soutenue par l'AFNOR, E-enfance, Google France, Microsoft France, PagesJaunes Groupe, Trombi.com, et Yahoo !france. Quatre formes de publicité sont concernées :

- **la publicité personnalisée classique** — « publicité qui est choisie en fonction des caractéristiques connues de l'internaute (âge, sexe, localisation, etc.) et qu'il a lui-même renseignées, par exemple en s'inscrivant à un service. » ;
- **la publicité contextuelle** — « publicité qui est choisie en fonction du contenu immédiat fourni à l'internaute. » ;
- **la publicité comportementale** — « publicité qui est choisie en observant le comportement de l'internaute à travers le temps. Ainsi, la publicité comportementale vise à étudier les caractéristiques de l'internaute à travers ses actions (visite successives de sites, interactions, mots-clés, production de contenu en ligne, etc.) pour en déduire son profil et lui proposer des publicités adaptées. » ;
- **la géolocalisation** — qui tient compte des coordonnées géographiques de l'utilisateur.

### 3. Comment intégrer les recommandations de ces Chartes ? – Adapter l'ergonomie du site internet et les conditions générales d'utilisation

Afin de limiter les risques de responsabilité des acteurs du numérique, il convient de tenir compte des principes mis en place par les chartes nouvellement adoptées.

Il est possible d'y adhérer ou de mentionner leur prise en compte dans le fonctionnement du site internet.

#### 3.1 Certaines recommandations concernent l'ergonomie du site internet :

La Charte du droit à l'oubli dans les sites collaboratifs et les moteurs de recherche recommande

Vanessa Frasson

AVOCATE



Avenue des Cistes

Z.I. Cap Floride – La Montagnette

34420 Villeneuve-Lès-Béziers

Tél. : +33 4 67 11 46 05

Mobile : +33 6 88 23 68 60

Fax : +33 4 88 04 92 27

vanessa@frasson.net

www.frasson.net

que les sites internet :

- facilitent l'accès et la lisibilité par l'internaute de ces données personnelles par une interface adaptée ;
- mettent en place un « bureau des réclamations » c'est-à-dire un outil permettant aux internautes de faire modifier ou supprimer les données personnelles diffusées par eux ou des tiers – exemple : formulaire de contact, adresse e-mail spécifique...
- mettent en place un système de notification aux internautes de leurs identifications par des tiers ;
- permettent à l'internaute de restreindre la diffusion de contenu à certaines personnes ou catégories de personnes.

La Charte sur la publicité ciblée et la protection des internautes recommandent tant qu'à elle la mise en place d'outils technologiques afin de pouvoir solliciter l'accord de l'internaute de la diffusion du contenu publicitaire contextuelle ou comportementale ou, tout du moins, lui permettre de délimiter les informations personnelles prises en compte dans le cadre de la publicité ciblée (système de « cliquage », de formulaires, de caches Internet...).

### **3.2 Certaines recommandations nécessitent d'adapter le contenu des conditions générales d'utilisation du site internet :**

Les conditions générales d'utilisation devraient intégrer une partie sur la politique de protection de la vie privée du site internet ayant un but informatif envers l'internaute. Il conviendrait ainsi d'indiquer :

- que l'internaute a l'obligation de respecter la vie privée des tiers éventuellement concernés par la diffusion des données personnelles ;
- les conséquences juridiques d'une publication sans le consentement du tiers – responsabilité civile et pénale ;
- les conséquences préjudiciables possibles dans le milieu professionnel pour l'internaute qui diffuse des données personnelles ;
- la collecte des données personnelles, la durée de leur conservation, le droit d'opposition de l'internaute (droit de modification et de suppression des données) ;
- les conditions d'indexation sur les moteurs de recherche ;
- les options de paramétrages, ainsi que les paramètres de confidentialité.

En outre, il conviendra de stipuler une clause concernant la conservation des données supprimées et les modalités de désactivation des comptes personnels créés par les internautes.

Concernant la publicité ciblée, il conviendra de prévoir une clause informant l'internaute des formes de publicité utilisée, des procédés techniques de collecte d'information utilisés (dont les cookies, adresse I.P., géolocalisation...) ainsi que les informations collectées et par quel moyen l'Internaute peut les refuser. Des modèles de clauses sont fournis par la C.N.I.L.

Une mention spécifique devra être stipulée en cas de géolocalisation pour laquelle une demande particulière sera adressée à l'internaute (demande par pop-up par exemple d'autorisation à



Vanessa Frasson

AVOCATE



Avenue des Cistes

Z.I. Cap Floride – La Montagnette

34420 Villeneuve-Lès-Béziers

Tél. : +33 4 67 11 46 05

Mobile : +33 6 88 23 68 60

Fax : +33 4 88 04 92 27

[vanessa@frasson.net](mailto:vanessa@frasson.net)

[www.frasson.net](http://www.frasson.net)

utiliser les coordonnées géographiques de l'Internaute – notamment lors de l'utilisation des G.P.S sur les téléphones portables reliés à internet).

### 3.3 Certaines recommandations incitent à prendre quelques précautions :

Des précautions spécifiques devront être prises par les sites de publication et les moteurs de recherche concernant l'indexation de contenu (« opération qui consiste à attribuer à un document des mots-clés à partir de l'analyse de son contenu »). Ainsi, les sites de publication doivent pouvoir refuser l'indexation de contenus spécifiques par les moteurs de recherche et, leur demander la mise à jour de l'indexation soit par la mise à jour des caches internet en cas de modification de contenu soit par leur vidage en cas de suppression de contenu.

En matière de transfert de données, il conviendra, à titre préalable, que les internautes soient informés et aient consenti. Une mention spécifique devra être faite lorsque le transfert de données hors de l'Union Européenne ou vers des pays n'ayant pas le même degré de protection des données personnelles.

Des précautions spécifiques sont à prendre concernant les mineurs à un double point de vue:

- pendant leur minorité et/ou durant un délai à compter de leur majorité, il convient de permettre aux internautes de faire « effacer » ou « disparaître » toutes les données personnelles mises en ligne sur eux pendant leur minorité (Charte européenne — Safer Social Networking Principles for the EU, 10 février 2009) ;
- les publicités ne doivent pas cibler des jeunes de moins de 13 ans. Il existe en effet des principes déontologiques applicables aux publicités à destination des mineurs.

En outre, il est recommandé, en cas de détention de données personnelles que l'on souhaiterait croiser avec des données comportementales, d'en informer préalablement l'internaute et d'obtenir son consentement.

Concernant spécifiquement la publicité ciblée, les recommandations suivantes ont été formulées :

- La durée de conservation des cookies utilisés à des fins publicitaires doit être limitée dans le temps en tenant compte du cycle d'achat des produits ou services ;
- Il convient de réguler la régularité de la diffusion de la publicité envers les internautes ;
- Il est rappelé le nécessaire respect du principe de confidentialité des correspondances privées.

La Charte du Droit à l'oubli numérique et la Charte sur la publicité ciblée ont une portée plus morale que contraignante et vise à prévenir les risques de responsabilité en matière de respect de la vie privée, des règles sur la diffusion des données personnelles et sur les règles éthiques applicables à la publicité. Leur respect pourrait être un argument commercial de la bonne gestion du site internet.