



14ème législature

Question N° : 25856	De Mme Marietta Karamanli (Socialiste, républicain et citoyen - Sarthe)	Question écrite
Ministère interrogé > Justice		Ministère attributaire > Justice
Rubrique >télécommunications	Tête d'analyse >protection	Analyse > données personnelles.
Question publiée au JO le : 30/04/2013 Réponse publiée au JO le : 02/09/2014 page : 7431 Date de changement d'attribution : 03/04/2014		

Texte de la question

Mme Marietta Karamanli attire l'attention de Mme la garde des sceaux, ministre de la justice, sur la protection des données personnelles des internautes. En utilisant des moteurs de recherche, les personnes utilisant le net peuvent se retrouver suivis par des annonceurs du seul fait d'avoir fait une demande de produits ou de services en tapant des mots clefs ou après avoir été une seule fois sur un site commercial. Après avoir parcouru celui-ci, de la publicité pour les produits recherchés ou consultés s'affiche sur les autres sites visités. À aucun moment, il ne leur est demandé leur accord pour être, de la sorte, démarchés tout au long de leur utilisation du net. Ces situations sont attentatoires au respect de la vie privée et à une information loyale et acceptée. Certains paramétrages des moteurs de recherche seraient de nature à envoyer aux sites une requête de « non suivi » mais les sites répondent comme ils l'entendent à cette demande. Elle souhaite connaître les mesures envisagées par le Gouvernement français en lien avec les autorités européennes pour obliger les sociétés exploitant les dits moteurs de recherche et les sites commerciaux partenaires de ceux-ci à faire connaître le suivi des particuliers et à demander aux personnes leur autorisation pour les démarcher de façon constante en enregistrant leurs besoins et goûts.

Texte de la réponse

En navigant sur Internet et notamment via des moteurs de recherche, les citoyens fournissent des informations sur leurs centres d'intérêt qui peuvent être utilisées par des annonceurs pour leur proposer des offres de biens et services ciblées. Pour recueillir de telles informations, les fournisseurs de réseau publicitaire peuvent déposer un cookie traceur sur l'équipement terminal de l'internaute lorsqu'il visite un site internet de leur réseau. Ce cookie permet de reconnaître ultérieurement le visiteur lorsqu'il se rend sur un site du même réseau. Il rend aussi possible l'élaboration d'un profil sur la base des différentes informations obtenues. De telles pratiques sont d'ores-et-déjà encadrées par le droit existant. En particulier, l'article 32-II de la loi du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, modifiée, transposant en cela la directive 2002/58/CE dite « vie privée et communications électroniques » révisée en 2009, encadre le dépôt des cookies. Il prévoit que, sauf s'il l'a été au préalable, l'utilisateur d'un service de communications électroniques doit être informé de manière claire et complète de la finalité de toute action tendant à accéder à des informations déjà stockées dans son équipement terminal de communications électroniques, ou à inscrire des informations dans cet équipement. L'utilisateur doit aussi être informé des moyens dont il dispose pour s'opposer à ces pratiques. Par ailleurs, ces dispositions prévoient une obligation de consentement préalable de l'utilisateur ou de l'abonné. Ce consentement peut résulter de paramètres appropriés de son dispositif de connexion ou de tout autre dispositif placé sous son contrôle. L'internaute a en outre la possibilité de refuser explicitement le dépôt de cookies, ce qui empêche la réception de publicité ciblée. Ces

dispositions permettent donc à chacun d'être informé sur le suivi de son comportement de navigation. Tout citoyen peut saisir le cas échéant la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) et le juge compétent en cas de non-respect de la loi. Enfin, la France participe activement aux négociations actuelles sur la proposition de règlement relatif à la protection des données personnelles, appelé à remplacer la directive 95/46/CE. Toutefois, le texte discuté ne remet pas en cause les dispositions évoquées figurant dans la directive 2002/58/CE modifiée, qui devraient donc rester en vigueur. D'une manière générale, cependant, la France insiste sur l'importance du caractère explicite du consentement préalable aux traitements de données lorsqu'un tel consentement est exigé. Elle défend également la nécessité de préserver et renforcer l'information des personnes s'agissant des traitements de données dont elles font l'objet, afin de leur permettre d'exercer pleinement leurs droits. Cela concerne notamment les situations, par exemple le marketing direct, où le consentement préalable n'est pas exigé et où un droit d'opposition (dit « opt-out ») est prévu. Dans tous les cas, la France a pour objectif de maintenir un niveau très élevé de protection des citoyens.