ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

Internet

Question écrite n° 70149

Texte de la question

M. Jean-Claude Lefort attire l'attention de M. le secrétaire d'Etat à l'industrie sur la régulation nécessaire des courriers électroniques commerciaux non sollicités, pratique plus couramment appelée « spam ». Au rythme où cette pratique se développe, parfois de manière agressive, elle risque en effet de saturer très rapidement la patience des utilisateurs du courrier électronique et de compromettre à moyen terme le développement Internet. Cette question est au centre du débat sur une directive européenne relative à la protection de la vie privée, débat dans lequel la France a malheureusement défendu une position favorable aux annonceurs. Cette position, appelée « op-out », consiste à autoriser le « spam » à condition d'offrir la possibilité de faire cesser les envois suivants par retour de courrier. Ce système fait supporter à l'usager le coût du tri des messages et de la connexion. Il est d'autant moins justifiable qu'il existerait une autre solution, appelée « opt-in », qui exigerait d'obtenir l'accord préalable de l'usager avant d'envoyer un message publicitaire, voire de créer des listes d'abonnés refusant de recevoir de la publicité par courrier. Il lui demande pourquoi la France a choisi la première de ces solutions et s'il entend revenir sur ce choix dans la discussion du projet de loi sur la société de l'information.

Texte de la réponse

Un accord politique a été obtenu lors du conseil des ministres de l'Union européenne (transports/télécommunications) du 6 décembre 2001 sur la proposition de directive du Parlement européen et du Conseil concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques. Il repose sur l'interdiction des communications commerciales non sollicitées, par mél, par télécopie ou par automates d'appels (pollupostage ou « spam »). L'utilisation de ces moyens n'est autorisée que pour les abonnés ayant donné leur consentement préalable (« opt-in »). Toutefois, les entreprises qui auront obtenu directement de leurs clients, à l'occasion d'un achat, les données nécessaires à l'octroi d'un message électronique pourront en faire usage pour leur propre prospection commerciale, sauf opposition de l'abonné (« opt-out »). Cette position répond aux préoccupations des consommateurs, tout en reconnaissant aux entreprises la capacité de poursuivre une relation avec leurs clients. Elle prévoit, quelle que soit la technologie utilisée, une harmonisation des pratiques en Europe, ce qui confortera le marché intérieur. C'est pourquoi la France a soutenu cette proposition qui sera examinée par le Parlement européen dans le cadre de la seconde lecture du projet de directive. Ces orientations seront prises en compte au niveau national dans le cadre du débat parlementaire sur le projet de loi sur la société de l'information.

Données clés

Auteur : M. Jean-Claude Lefort
Circonscription : Val-de-Marne (10e circonscription) - Communiste
Type de question : Question écrite
Numéro de la question : 70149
Rubrique : Télécommunications

Version web : https://www.assemblee-nationale.fr/dyn/11/questions/QANR5L11QE70149

Ministère interrogé : industrie
Ministère attributaire : industrie

Date(s) clée(s)

Question publiée le : 10 décembre 2001, page 7021
Réponse publiée le : 21 janvier 2002, page 337