



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

Internet

Question écrite n° 106355

Texte de la question

M. Pierre Morel-A-L'Huissier attire l'attention de M. le ministre délégué à l'industrie sur les courriers électroniques non sollicités ou « spams ». Face à l'émergence de ces messages indésirables qui viennent littéralement polluer les boîtes aux lettres des utilisateurs d'internet, il souhaiterait savoir si les fournisseurs d'accès ne pourraient pas établir des fichiers sur liste rouge, à l'instar de ce qui existait autrefois pour le téléphone. Il souhaiterait savoir si des réflexions sont menées en la matière.

Texte de la réponse

Les courriers électroniques non sollicités, ou spams, constituent un fléau important préjudiciable au développement de l'économie en ligne en ce qu'ils génèrent des surcoûts considérables en temps et en dépenses de traitement. Mais les systèmes de liste rouge sont inopérants. En effet, les polluposteurs utilisent de manière générale des méthodes illégales pour récupérer les adresses sur Internet. Par ailleurs, les fournisseurs d'accès et les autres acteurs de l'Internet ne constituent pas d'annuaire public. Les acteurs sont cependant soumis au cadre législatif mis en place. Ainsi, la constitution d'un fichier d'adresses de courrier électronique est un traitement automatisé de données à caractère personnel dont la mise en oeuvre est soumise au respect des dispositions de la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978 modifiée en août 2004 et notamment à une déclaration préalable auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL). Les personnes auprès desquelles sont collectées des adresses de courrier électronique doivent également être informées, au moment de la collecte de leurs données, de l'identité du responsable du traitement, de leur droit d'accès, de rectification et d'opposition aux données collectées, du caractère obligatoire ou facultatif des informations collectées, des destinataires des informations et de la finalité de la collecte des informations. De plus, les règles de droit régissant les contenus publicitaires (règles sur la publicité mensongère ou dénigrante par exemple) sont également applicables à la publicité par voie électronique. Enfin, la prospection directe par courrier électronique notamment par courriel (e-mail), SMS ou MMS est encadrée par la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) du 21 juin 2004. Cette loi instaure trois principes de base : le consentement préalable ; toute prospection directe par courrier électronique à destination des personnes physiques qui n'ont pas exprimé leur consentement préalable à les recevoir est interdite. Il existe cependant une exception à cette règle lorsque l'adresse électronique a déjà été obtenue « à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de services » et « si la prospection directe concerne des produits ou services analogues fournis par la même personne physique ou morale » ; la transparence : le caractère publicitaire du message doit être identifié de manière claire et non équivoque dès sa réception par le destinataire, ou en cas d'impossibilité technique, dans le corps du message, il est notamment interdit de dissimuler l'identité de la personne pour le compte de laquelle le message électronique est envoyé ; le droit d'opposition : tous les courriers électroniques doivent mentionner une adresse de réponse valide à laquelle la personne peut faire opposition à l'envoi de messages ultérieurs. Pour faciliter la mise en oeuvre de ce cadre législatif, l'Union française du marketing direct (UFMD) et le Syndicat national de la communication directe (SNCD) ont élaboré des guides de bonnes pratiques à destination de leurs membres conformes aux règles établies et validés par la CNIL. De nombreuses actions sont également menées par le

Gouvernement avec les partenaires du secteur. Le comité interministériel de la société de l'information (CISI) du 11 juillet 2006 a ainsi annoncé l'ouverture par l'association Signal-Spam, créée sous l'impulsion des pouvoirs publics, du site Internet « www.signal-spam.fr », ressource nationale d'informations et de recommandations en matière de lutte contre le spam. On y trouve notamment des conseils à l'attention des usagers des services de messagerie pour que leurs adresses ne tombent pas entre les mains des polluposteurs. Cette ouverture sera suivie de la mise en place d'un service de signalement des pollupostages par les internautes. L'industrie des fournisseurs d'accès à Internet est au coeur de ce dispositif. Il est également prévu dans la première version du dispositif la mise en place d'un système de désinscription en ligne. Cela consiste en une liste de confiance établie par Signal-Spam avec ses partenaires regroupant les professionnels qui respectent la loi et les règles de déontologie adoptées par la profession. Il s'agit donc d'une liste blanche. Si un internaute transmet à Signal Spam un message issu d'une des listes de confiance, un message lui sera automatiquement renvoyé pour lui indiquer comment se désinscrire de cette liste, tout en lui indiquant que ce message est un message commercial respectant les règles. Pour les internautes, ce système facilite la procédure de désinscription. Pour les entreprises de marketing direct, cela permet de bien différencier les messages commerciaux légitimes des spams, et renforcer ainsi la confiance.

Données clés

Auteur : [M. Pierre Morel-A-L'Huissier](#)

Circonscription : Lozère (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 106355

Rubrique : Télécommunications

Ministère interrogé : industrie

Ministère attributaire : industrie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 10 octobre 2006, page 10512

Réponse publiée le : 17 avril 2007, page 3802