



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

pratiques commerciales

Question écrite n° 73019

Texte de la question

M. Patrick Balkany appelle l'attention de M. le ministre des petites et moyennes entreprises, du commerce, de l'artisanat et des professions libérales sur les publicités personnalisées qui envahissent les boîtes aux lettres, notamment celles adressées spécifiquement aux enfants. L'émetteur commercial est souvent inconnu des consommateurs et, pourtant, ils reçoivent de la publicité personnalisée sous pli où sont mentionnés leurs coordonnées, situation familiale, revenus, âge des enfants... Ces informations confidentielles transitent régulièrement vers des sociétés de marketing qui paient à prix d'or des fichiers loués par des enseignes commerciales, organismes bancaires, assurances... Les loueurs de fichiers n'apparaissent jamais sur les publicités reçues régulièrement par la poste, fax, internet. Ces méthodes de gestion semblent cruellement manquer de clarté. Les courriers publicitaires devraient impérativement faire mention des coordonnées du loueur de fichiers sur les supports papier, afin d'obtenir rapidement la rectification des données, suivant la loi informatique et libertés. Aussi il lui demande de bien vouloir préciser les mesures envisagées par le Gouvernement en la matière afin de remédier à cette situation, préjudiciable pour bon nombre de nos concitoyens. - Question transmise à M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie.

Texte de la réponse

Pour conquérir de nouveaux clients, les sociétés commerciales, associations, journaux ou magazines, s'échangent, se louent ou se vendent les coordonnées de clients qu'ils ont enregistrées dans leurs fichiers à partir des informations qui leur ont été communiquées par leurs clients. Ces opérations sont appelées des mises à disposition de fichiers. La loi du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés n'interdit pas les mises à disposition de fichiers. La CNIL a même adopté une nouvelle norme simplifiée pour la déclaration des fichiers de clients et de prospects le 7 juin 2005. Ainsi, la norme simplifiée n° 48 précise que les données relatives à l'identité ainsi que les informations relatives à la situation familiale, économique et financière peuvent être cédées, louées ou échangées, dès lors que les organismes destinataires s'engagent à ne les exploiter que pour s'adresser directement aux intéressés, pour des finalités exclusivement commerciales. Elle subordonne la cession, la location ou l'échange de données pouvant se révéler sensibles au recueil du consentement préalable exprès des personnes concernées. Toutefois, les coordonnées des clients ne sont pas nécessairement enregistrées dans les fichiers de l'organisme qui a loué le fichier. En effet dans la plupart des cas, ces sociétés n'enregistreront les coordonnées dans leurs fichiers que si le client répond à leur offre commerciale ou à leur demande de don. En tout état de cause, la loi du 6 janvier 1978 donne aux particuliers inscrits dans les fichiers un droit d'information et d'opposition. Ainsi, si elles ne sont pas contraires à la loi, les opérations de mises à disposition des noms et adresses sont toutefois soumises au respect de certaines conditions qui portent notamment sur une information préalable du client (article 32). Par ailleurs, il est toujours possible de demander gratuitement la radiation de ses données personnelles des fichiers dans lesquels elles seraient enregistrées, ou qu'elles ne soient pas mises à disposition d'organismes extérieurs à des fins de prospection (article 38). Il est également possible de demander à un organisme qui a adressé une sollicitation et auquel le consommateur n'a jamais communiqué ses coordonnées, de donner le nom de la société ou de

l'association qui lui a fourni ses coordonnées (article 39). Enfin, le consommateur peut décider lui même de l'utilisation qui sera faite des données le concernant et notamment en s'opposant à figurer dans certains fichiers commerciaux ou en refusant la mise à disposition de ces données à des organismes extérieurs à des fins de prospection commerciale. C'est un droit qui s'exerce gratuitement et à tout moment (article 38). Il existe également pour le consommateur la possibilité de s'inscrire sur la liste Robinson/stop publicité qui recense les personnes qui souhaitent ne plus recevoir de courrier publicitaire nominatif. Cette liste est transmise chaque semaine par l'Union française du marketing direct (UFMD) à ses adhérents (vente par correspondance, organismes de presse, associations, prestataires informatiques...) qui se sont engagés à respecter l'opposition des consommateurs à recevoir des publicités. Dans tous les cas, si une société ne respecte pas l'opposition du client ou sa demande de radiation des fichiers, le consommateur peut saisir la CNIL qui interviendra auprès de la société ou de l'association qui n'a pas respecté sa demande. Le site internet de la CNIL (www.cnil.fr) contient toutes les informations pratiques concernant les droits des consommateurs en ce domaine susceptibles de les aider dans leurs démarches pour obtenir la radiation de leurs coordonnées d'un fichier ou de ne plus recevoir de publicités par courrier, télécopie ou via internet.

Données clés

Auteur : [M. Patrick Balkany](#)

Circonscription : Hauts-de-Seine (5^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 73019

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : PME, commerce, artisanat et professions libérales

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 13 septembre 2005, page 8487

Réponse publiée le : 27 décembre 2005, page 12075