



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

Internet

Question écrite n° 59172

Texte de la question

M. Yannick Favenec attire l'attention de Mme la secrétaire d'État chargée de la prospective et du développement de l'économie numérique sur les abus et les risques de dérives de la publicité comportementale. En effet, les habitudes de la totalité des Français sont traquées sur la toile, et les données qui résultent de ce ciblage sont ensuite utilisées par les marques pour proposer des messages publicitaires adaptés aux besoins du moment de chaque internaute. Conversations, recherches, commandes, tout est épié et décortiqué mais 98 % des Français n'en ont pas conscience. Dès lors, ils n'ont pas la possibilité de se désengager d'un tel processus. Ils sont ainsi privés de leur droit à l'information et à l'opposition. C'est sans parler des nombreuses questions que soulèvent le traitement des données personnelles et leur éventuelle monétisation. C'est pourquoi il souhaite savoir si le Gouvernement envisage d'inciter les acteurs de ce marché à édicter un code de conduite afin d'éviter les abus et les dérives du ciblage comportemental et, dans le cas de la persistance d'un flou réglementaire, de légiférer.

Texte de la réponse

La publicité sur Internet est ciblée lorsqu'elle est personnalisée en fonction des données qu'un internaute a communiquées à un site ou en fonction du comportement de navigation. Une telle personnalisation peut résulter d'actions effectuées sur le site visité ou encore sur d'autres sites ayant recours à la même régie publicitaire. Une des méthodes de profilage est l'utilisation de « témoins de connexion » (ou « cookies ») ; il s'agit de fichiers que les serveurs des sites visités installent sur l'ordinateur de l'internaute, afin, entre autres, d'enregistrer des informations sur ce dernier, ses préférences ou encore son parcours sur le site web. En l'état actuel de la législation nationale, la publicité comportementale est légale dès lors que la personne concernée a été informée, d'une part, sur les mécanismes de profilage et l'utilisation qui sera faite de ses données et, d'autre part, sur son droit de s'opposer, sans frais, à ce que les données la concernant soient utilisées à des fins de prospection, notamment commerciale, par le responsable actuel du traitement ou celui du traitement ultérieur (art. 32-II et III de la loi « informatique et libertés »). Dans le cadre de la transposition de la directive 2002/58/CE concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques, modifiée par la directive 2009/136/CE du 25 novembre 2009, une réflexion est menée sur les règles applicables aux témoins de connexion. En effet, l'article 5 de cette directive met à la charge des professionnels de l'Internet une nouvelle obligation recueillir l'accord de l'internaute avant toute inscription de cookies sur son terminal. Le Gouvernement a été habilité, par l'article 17-12 de la loi n° 2011-302 du 22 mars 2011 portant diverses dispositions d'adaptation de la législation au droit de l'Union européenne en matière de santé, de travail et de communications électroniques, à procéder à cette transposition par voie d'ordonnance. Celle-ci devrait être adoptée en conseil des ministres dans le courant de l'été 2011.

Données clés

Auteur : [M. Yannick Favenec](#)

Circonscription : Mayenne (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 59172

Rubrique : Télécommunications

Ministère interrogé : Prospective et économie numérique

Ministère attributaire : Justice et libertés

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 22 septembre 2009, page 8955

Réponse publiée le : 26 juillet 2011, page 8168