



## LA COMMISSION NATIONALE DE L'INFORMATIQUE ET DES LIBERTES (CNIL) ET L'UNION DES ANNONCEURS (UDA) ONT OUVERT EN 2009 UN DÉBAT CONCERNANT LA RÉGULATION DE LA PUBLICITÉ SUR INTERNET. LE FORUM DES DROITS DE L'INTERNET VIENT D'Y CONTRIBUER EN LIVRANT UNE SÉRIE DE RECOMMANDATIONS.

RUBRIQUE RÉALISÉE  
EN COLLABORATION AVEC

STAUB & ASSOCIÉS  
AVOCATS AU BARREAU DE PARIS  
01 47 42 47 42  
[WWW.STAUB-ASSOCIES.COM](http://WWW.STAUB-ASSOCIES.COM)

# VERS UNE RÉGULATION DE LA PUBLICITÉ CIBLÉE SUR INTERNET

La publicité ciblée a pour objectif la diffusion de messages adaptés aux goûts et centres d'intérêt des internautes et constitue ainsi un véritable « marketing en ligne ciblé ». Plus pertinentes, les actions marketing sont dès lors vendues plus chères aux annonceurs ce qui permet in fine de financer des services gratuits proposés à l'internaute.

### CORÉGULATION DE LA PUBLICITÉ

Les recommandations du Forum opèrent, à l'instar de ce qu'avait proposé la CNIL, une distinction entre publicité contextuelle (liée au contenu de la page visitée), publicité personnalisée (liée aux informations données par l'internaute) et publicité comportementale (résultant du comportement de navigation de l'internaute). Seules les deux dernières formes de publicité retiennent l'attention du Forum. Enjeux juridiques. La publicité ciblée soulève des interrogations de nature juridique, non sans importance, liées à l'exploitation de données à caractère personnel lorsqu'elles sont couplées avec l'adresse IP de l'internaute

ou lorsque sont utilisés des cookies traceurs.

### RECOMMANDATIONS DU FORUM

Le groupe de travail préconise donc une corégulation de la publicité ciblée à la charge des professionnels du secteur, des représentants des internautes et des pouvoirs publics consistant à adopter des pratiques responsables et transparentes ([www.foruminternet.org/IMG/pdf/Reco-pub\\_ciblee-20100308.pdf](http://www.foruminternet.org/IMG/pdf/Reco-pub_ciblee-20100308.pdf)). L'objectif visé est avant tout de pallier le déficit d'information des internautes en assurant un équilibre entre leur nécessaire protection et le modèle économique sur lequel repose la gratuité des services qui lui sont offerts.

Au premier plan des recommandations figurent :

L'accessibilité par les internautes aux informations les concernant. L'internaute doit être informé de la finalité de la collecte lors de celle-ci ainsi que des droits de recours dont il bénéficie. Pour ce faire un élément

cliquable et une page entièrement dédiée à la publicité ciblée devront être mis en place;

La (bonne) gestion par les professionnels de la publicité. Le Forum rappelle qu'il est interdit de collecter des données sensibles, que la publicité ne doit pas porter atteinte à la confidentialité des correspondances privées, et préconise que les informations recueillies à des fins de publicité comportementales soient utilisées pendant un délai de 60 jours. Il encourage également l'anonymisation des données comportementales et le développement d'outils pédagogiques pour éduquer et sensibiliser les internautes;

La maîtrise par l'internaute du contenu qu'il donne. C'est là un point essentiel. Le Forum recommande aux internautes une démarche responsable visant à s'informer sur les politiques de gestion des données personnelles des services internet qu'ils utilisent. La généralisation de l'opt out, la mise en place d'une page qui recense tous les cookies de publicité installés sur l'ordinateur et l'installation d'un logiciel de contrôle parental pour les mineurs sont autant de mécanismes permettant un contrôle individuel.

Néanmoins, toutes ces recommandations ne sont pas juridiquement contraignantes pour les acteurs économiques qui demeurent libres de ne pas les respecter, d'autant que la loi française ne peut être appliquée aux prestataires de publicité étrangers, dont les serveurs sont situés à l'étranger. Dans l'immédiat, l'internaute soucieux de conserver la maîtrise de ses données devra adopter une démarche responsable et contraignante de gestion de ses données personnelles.