



La publicité par voie électronique



Pour rechercher de nouveaux clients, les sociétés peuvent utiliser de nombreux outils comme le courrier électronique, le SMS, le MMS. Cette prospection peut être vécue comme très intrusive par les personnes sollicitées. Pour éviter les abus, un certain nombre de règles encadrent ces pratiques.

Pourquoi reçoit-on de la publicité ?

Avec le développement du commerce sur internet et l'existence de nouveaux services, réseaux sociaux, applications, etc., l'économie numérique génère de nouvelles formes de publicité. Les informations que les consommateurs communiquent aux sites marchands ou aux applications mobiles peuvent être réutilisées à des fins de prospection par mél, sms ou mms. Comme pour la publicité postale, des échanges, locations ou cessions de fichiers sont possibles.

Ainsi, des sociétés sont aujourd'hui spécialisées dans la « compilation » de données concernant les internautes pour établir des « profils » de consommateurs qui seront ensuite revendus aux annonceurs, publicitaires et sociétés commerciales.



Le spam n'est pas de la pub

Si la plupart des professionnels respectent les règles en vigueur en France, les boîtes aux lettres électroniques sont aussi inondées de « spam », « phishing » ou « scam ».

Quelles garanties ?

- **Le consentement à recevoir des sollicitations commerciales par voie électronique** (mél, sms, mms):
 - avant tout envoi d'une sollicitation par voie électronique, il faut recueillir le consentement du consommateur à recevoir de tels messages (« opt-in »),
 - le consentement des consommateurs est nécessaire pour céder ou échanger leurs coordonnées électroniques à des fins de prospection commerciale.
- **Le recueil du consentement**: il doit s'exprimer par un moyen simple et spécifique (par exemple, une case à cocher). Le consentement recueilli par la simple acceptation des conditions générales d'utilisation ou de vente n'est pas valable.

Exemples de formulations

Si vous voulez recevoir nos offres commerciales, merci de cocher cette case »

Si vous voulez recevoir des offres de nos partenaires, merci de cocher cette case »

• Exceptions

Il existe des exceptions au recueil du consentement préalable lorsque :

- le message publicitaire est envoyé sur l'adresse électronique professionnelle d'une personne physique (ex : nom.prénom@entreprise.fr) et que l'objet de la sollicitation est en rapport avec sa profession (« B2B »);
- le message publicitaire concerne des produits ou services analogues à ceux que le consommateur a déjà acquis auprès du même organisme. (ex : une entreprise qui a vendu un livre pourra solliciter son client pour lui vendre un disque). Dans ces deux hypothèses, la personne doit être informée que son adresse électronique sera utilisée à des fins de prospection lors de la collecte de ses coordonnées. Elle doit être en mesure de s'opposer à l'utilisation de ses coordonnées de manière simple et gratuite.

- **Le droit de s'opposer** : tout message publicitaire adressé

Exemple de formulation

Si vous ne souhaitez pas recevoir de notre part des offres commerciales pour nos produits ou services analogues à ceux que vous avez déjà achetés, merci de cocher cette case



par voie électronique doit offrir au consommateur un moyen gratuit, simple, direct et facilement accessible de ne plus recevoir de message.

- **Une conservation limitée des données.**

Exemple pour un courrier électronique

« Pour ne plus recevoir nos messages, [cliquez ici](#) ». Ce lien doit bien évidemment fonctionner !

Exemple pour un SMS

« Renvoyez STOP par SMS » (attention, l'envoi de STOP ne fonctionne que pour les numéros expéditeurs à 5 chiffres commençant par 3, 4, 5, 6, 7 ou 8).

Si le consommateur ne répond à aucune sollicitation 3 ans après le dernier contact, les informations le concernant doivent être supprimées.

- **Il n'est pas possible de réutiliser les données pour d'autres fins** que celles pour lesquelles elles sont collectées. Par exemple : les coordonnées recueillies lors d'une opération de recrutement ne peuvent pas être utilisées pour adresser des publicités.

- Le responsable du fichier doit **mettre en place des mesures de sécurité** pour protéger les données.

Ainsi, par exemple : si une société fait appel à un prestataire pour l'envoi de ses publicités (routage), elle doit prévoir une clause dans son contrat pour s'assurer que ce prestataire ne réutilisera pas les données pour son propre compte ou pour le compte d'autres clients.

La CNIL sanctionne les abus

La CNIL a prononcé une sanction pécuniaire de 20 000 € à l'encontre d'une société de diagnostic immobilier qui avait démarché par SMS, sans leur consentement, des propriétaires de biens immobiliers à vendre.

Les utilisations à exclure

- Collecter des adresses électroniques des particuliers sur des sites internet ou des forums de discussion.
- Présumer du consentement du consommateur en proposant des cases pré-cochées.
- Conditionner l'accès à un service, l'achat d'un bien ou le bénéfice d'une réduction à l'acceptation de recevoir des messages publicitaires par voie électronique.

Quelles formalités CNIL ?

Les fichiers de gestion de la clientèle et des prospects, y compris issus de sites d'e-commerce, peuvent faire l'objet d'une déclaration de conformité à la norme n°48 (déclaration simplifiée). Les dispositifs qui n'entrent pas dans le cadre de cette norme doivent faire l'objet d'une déclaration normale.

Si la société qui a créé le traitement a désigné un Correspondant Informatique et Libertés (CIL), celui-ci doit seulement noter le dispositif dans son registre quand il relève de la déclaration.

Quels recours ?

En cas de difficulté, vous pouvez saisir :

- **le service des plaintes de la CNIL,**
- **l'association « Signal Spam »** (www.signal-spam.fr), plate-forme nationale de lutte contre le spam,
- **le service « 33700 »** (www.33700-spam-sms.fr),
- **le procureur de la République.**

Textes de référence

- **Le code des postes et des communications électroniques :** [Articles L34-5 et R10-1](#)
- **Le code pénal :** [Articles 226-1](#) et suivants (protection de la vie privée). [Articles 226-16](#) et suivants (atteintes aux droits des personnes résultant des traitements informatiques).
- [La loi du 6 janvier 1978](#)
- **Délibération de la CNIL :** [Norme simplifiée n°48](#)
- **Avis des « Cnil » européennes :** [Avis G29_15/2011 du 13 juillet 2011 sur la définition du consentement](#)

Voir aussi...

- [Guide pratique « La pub si je veux »](#)
- [Prospection : les règles](#)
- [Codes de déontologie pour la prospection par voie électronique, déclarés conformes à la loi Informatique et libertés par la CNIL](#)
- [Guide pratique « La sécurité des données personnelles » à l'attention des responsables de traitement](#)

Attention aux arnaques et escroqueries !

Phishing, scam... Vous recevez un mél dans lequel il vous est demandé de « mettre à jour » ou de « confirmer suite à un incident technique » vos données, notamment bancaires.

Un inconnu vous envoie un mél pour vous proposer de servir d'intermédiaire, contre rémunération, pour une transaction financière internationale, ou de récupérer votre gain à une loterie ou encore de le contacter pour percevoir un héritage. Vous êtes invité à communiquer vos coordonnées, puis il vous sera demandé de verser une avance ou des frais quelconques, sans que vous n'obteniez rien en retour !

Ne répondez jamais à ces messages. Signalez-les à votre fournisseur de messagerie en le marquant en tant que « SPAM » ou « message indésirable ». Pour plus d'informations sur ces tentatives d'escroquerie, contactez la plateforme de la police « info escroquerie » au 0811 02 02 17.

Contact CNIL

Pour plus d'informations, contactez la permanence juridique de la CNIL au 01 53 73 22 22. Vous pouvez également adresser une plainte ou une demande de conseil à la CNIL par courrier postal (CNIL, 8 rue Vivienne, CS 30223 - 75083 Paris cedex 02).