



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

Internet

Question écrite n° 54264

Texte de la question

M. Jean-Yves Le Déaut appelle l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur le questionnement des entreprises utilisant Internet comme support de marketing direct. Il lui cite l'exemple d'une jeune société décidant de faire sa promotion par le biais d'Internet. Ayant respecté les recommandations de la CNIL, notamment l'utilisation des seules adresses électroniques mises sur Internet de bon gré par leurs propriétaires, la clarté et la taille du message publicitaire, les coordonnées de la société, l'adresse de désinscription, le serveur de la jeune société se voit assez vite coupé par son hébergeur sous prétexte de plaintes de destinataires. Perplexe de ce fait et des droits quasi totalitaires de l'hébergeur, la société souhaite trouver une solution qui permettrait de ne pas confondre les SPAM, souvent basés sur la vente de produits illégaux ou des promotions des sites X, et le marketing direct d'une société. Il lui demande donc si un système analogue aux listes rouges téléphoniques serait envisageable pour pratiquer une distinction entre ceux qui ne souhaitent en aucun cas être contactés et ceux qui accepteraient cette probabilité.

Texte de la réponse

L'application au courrier électronique d'un système de type « liste rouge » tel celui utilisé aujourd'hui pour la parution dans l'annuaire des abonnés du téléphone est en contradiction avec les règles définies par la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique. Celle-ci prévoit en effet dans son article 22 qu'un consentement est nécessaire de la part des personnes physiques pour recevoir des messages à caractère prospectif, même si elles ont accepté que leur adresse électronique apparaisse sur Internet. L'article 22 précise à cet égard qu'est entendu par « consentement toute manifestation de volonté libre, spécifique et informée par laquelle une personne accepte que des données à caractère personnel la concernant soient utilisées à fin de prospection directe ». Ce principe d'accord préalable pour la réception de tout message de prospection est donc sur le mode de la « liste blanche » (ceux qui acceptent de recevoir des messages prospectifs) et inverse à celui qui préside au dispositif de liste rouge où, a priori, la parution à l'annuaire est effective, sauf à en avoir demandé expressément l'interdiction. Ce même article mentionne toutefois la possibilité de procéder à des prospections directes, dans des cas bien déterminés, si les coordonnées du destinataire ont été recueillies directement auprès de lui, conformément aux lois en vigueur, et si le destinataire se voit offrir la possibilité de s'opposer, de manière simple et sans frais, à l'utilisation de ses coordonnées lorsque celles-ci sont recueillies et chaque fois qu'un courrier électronique de prospection lui est adressé. Il apparaît ainsi que, pour bien rassurer les destinataires de ce type de correspondances et éviter des plaintes injustifiées, il faut leur adresser des messages renseignés le plus précisément possible afin de clarifier la démarche, en indiquant, le cas échéant, la source des informations à caractère personnel obtenues par le prospecteur.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Yves Le Déaut](#)

Circonscription : Meurthe-et-Moselle (6^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 54264

Rubrique : Télécommunications

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Date de signalement : Question signalée au Gouvernement le 11 octobre 2005

Question publiée le : 28 décembre 2004, page 10360

Réponse publiée le : 18 octobre 2005, page 9724