



# ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

## Internet

Question écrite n° 75629

### Texte de la question

M. Manuel Aeschlimann appelle l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur la nécessité de garantir une protection efficace des droits des consommateurs. En effet, nombre de nos concitoyens se plaignent de recevoir des publicités par Internet et voie postale sans que ces dernières fassent mention de la provenance des fichiers qui ont permis l'envoi ciblé desdites publicités. Or les courriers publicitaires, quel que soit le support utilisé, doivent impérativement faire figurer les coordonnées de loueur de fichiers afin que les destinataires puissent obtenir la rectification des données, conformément aux indications prescrites par la loi informatique et liberté. Il lui demande, en conséquence, les mesures qu'il entend prendre pour assurer effectivement le respect de ces droits à l'ensemble des consommateurs.

### 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 (art. 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 (art. 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](http://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. Manuel Aeschlimann](#)

**Circonscription :** Hauts-de-Seine (2<sup>e</sup> circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

**Type de question :** Question écrite

**Numéro de la question :** 75629

**Rubrique :** Télécommunications

**Ministère interrogé :** économie

**Ministère attributaire :** économie

## Date(s) clé(s)

**Question publiée le :** 11 octobre 2005, page 9350

**Réponse publiée le :** 24 janvier 2006, page 712