



sncd

l'expertise multicanal

syndicat national de la communication directe

Les fiches déontologiques Multicanal

Avril 2011

SOMMAIRE

Préalable	3
Fiche 1 Droit d'information des personnes - Multicanal	5
Fiche 2 Droit d'opposition - Postal	6
Fiche 3 Droit d'opposition - Téléphone	7
Fiche 4 La collecte de données à caractère personnel - Multicanal	8
Fiche 5 Le message - Email	12
Fiche 6 Le consentement - Email	14
Fiche 7 L'enrichissement en adresses email - Cas du B to C	16

L'objet de ces fiches est de compléter les codes de déontologie du SNCD sur les sujets qui nécessitent d'être précisés et approfondis. Ces fiches ne pourraient constituer un conseil juridique spécifique répondant à une condition particulière.

L'évolution des technologies, des pratiques et des marchés de l'Email et du SMS laissent apparaître un réel besoin de clarification et de transparence. Dans ce contexte de mutation et d'évolution permanentes, le SNCD s'est donné pour mission d'établir un lien plus étroit entre « Protection de la vie privée des consommateurs et du citoyen » et « Déontologie des pratiques de communication directe » et d'en assurer la mise en œuvre par les principaux acteurs du marché, membres du SNCD.

Le SNCD remercie tout particulièrement :

Eric Huignard, Administrateur du SNCD en charge de l'atelier Risques législatifs (Président de SOS Fichiers)
Fabienne Giesbert Granovsky, Vice Présidente du SNCD, en charge de la Déontologie (FGConseil.fr),
Nathalie Phan Place, Secrétaire Général du SNCD, pour la rédaction et la réalisation de ce code,
L'ensemble des membres du SNCD qui se sont impliqués par des apports et enrichissements techniques,
Ainsi que, Maître Etienne Drouard, cabinet Morgan Lewis, pour son apport sur les aspects juridiques,
La société WDM Directinet, pour la maquette et la mise en page de ce document.

A. La structure des fiches de déontologie du SNCD

Ce document est construit pour une utilisation simple, immédiate et pratique.

Les fiches déontologiques sont organisées par sujet concret.

Chaque sujet traité individuellement forme un tout, c'est la raison pour laquelle il existe des éléments redondants entre les fiches.

A tout moment, de nouveaux thèmes peuvent apparaître et être traités sur ce même format pour rejoindre alors les fiches déjà présentes.

Chaque fiche « Thème » est composée de 4 parties :

1. Une définition générale du thème et du canal concerné
2. Le cadre légal : Cette partie reprend l'état de la loi sur le sujet traité
3. L'engagement du SNCD :
Cette partie traduit l'obligation légale en éléments de mise en œuvre pratiques et autres spécifications techniques. Elle décrit l'engagement dont les membres du SNCD sont signataires à travers la Charte SNCD, qui peut aller au-delà de l'obligation légale.
4. Les recommandations du SNCD :
Cette partie permet d'aller au delà de l'obligation légale sans pour autant constituer une obligation.

B. Définitions incontournables et principaux fondements

Constitue une donnée à caractère personnel toute information relative à une personne physique identifiée ou qui peut être identifiée, directement ou indirectement, par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments qui lui sont propres. Pour déterminer si une personne est identifiable, il convient de considérer l'ensemble des moyens en vue de permettre son identification dont dispose ou auxquels peut avoir accès le responsable du traitement ou toute autre personne.

Constitue un traitement de données à caractère personnel toute opération ou tout ensemble d'opérations portant sur de telles données, quel que soit le procédé utilisé, et notamment la collecte, l'enregistrement, l'organisation, la conservation, l'adaptation ou la modification, l'extraction, la consultation, l'utilisation, la communication par transmission, diffusion ou toute autre forme de mise à disposition, le rapprochement ou l'interconnexion, ainsi que le verrouillage, l'effacement ou la destruction.

« **Le responsable d'un traitement de données à caractère personnel** est [...] l'organisme qui détermine les finalités et les moyens. »

Les obligations du responsable de traitement sont nombreuses, elles concernent essentiellement :

- Les déclarations des traitements à la CNIL
- Le respect du droit des personnes : information, accès, opposition, rectification, effacement, suppression.
- La finalité
- La durée de conservation
- La sécurité des données et des traitements
- La confidentialité des données et des traitements

Propriétaire de fichier

Être Propriétaire de fichier ne signifie pas disposer de la propriété des données à caractère personnel contenues dans un fichier. Ainsi, le propriétaire de fichiers est le responsable de traitement des données personnelles qu'il détient au sens de la loi I&L et de l'obligation légale associée au traitement de données à caractère personnel.

Producteur de Base de Données

Le producteur d'une base de données est la personne qui prend l'initiative et le risque des investissements correspondants à la constitution et à l'exploitation d'une base de données. A ce titre, le producteur bénéficie d'une protection juridique du contenu de la base lorsque la construction, la vérification ou la présentation de celle-ci atteste d'un investissement financier, matériel ou humain substantiel. Cette protection est indépendante et s'exerce sans préjudice de celles résultant du droit d'auteur ou d'un autre droit sur la base de données ou un de ses éléments constitutifs.

La Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)

La CNIL est une autorité administrative indépendante française chargée de veiller au respect de la loi « Informatique & Libertés », afin « que l'informatique soit au service du citoyen et qu'elle ne porte atteinte ni à l'identité humaine, ni aux droits de l'homme, ni à la vie privée, ni aux libertés individuelles ou publiques. La CNIL exerce ses missions conformément à la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 modifiée. La CNIL est investie d'un pouvoir de contrôles et de sanctions.

Le « Correspondant Informatique et Libertés » (CIL)

Introduit en août 2004 à l'occasion de la refonte de la loi I&L, son rôle est de :

- Mettre à disposition des responsables de traitement un moyen efficace de veiller à la bonne application de la loi I&L pour le respect des droits des personnes et la protection des données personnelles.
- Tenir le registre des traitements de l'entreprise qui le désigne (accessible à la CNIL).

Le CIL, en relation directe avec la CNIL, permet ainsi de garantir la conformité à la loi « informatique et libertés ». Sa présence exonère de l'obligation de déclaration préalable des traitements ordinaires et courants.

Fiche 1 - Droit d'information des personnes - Multicanal

Quelque soit le canal utilisé et le type de données collectées, la personne dont les données à caractère personnel font l'objet d'un traitement doit avoir accès à des informations essentielles, ces informations devront lui être exposées dès le premier traitement des données : la collecte.

Le cadre légal

Loi I&L - Article 32-I

Obligations du responsable de traitement.

«La personne auprès de laquelle sont recueillies des données à caractère personnel la concernant est informée, sauf si elle l'a été au préalable, par le responsable du traitement ou son représentant :

1. De l'identité du responsable du traitement et, le cas échéant, de celle de son représentant ;
2. De la finalité poursuivie par le traitement auquel les données sont destinées ;
3. Du caractère obligatoire ou facultatif des réponses ;
4. Des conséquences éventuelles, à son égard, d'un défaut de réponse ;
5. Des destinataires ou catégories de destinataires des données ;
6. Des droits qu'elle détient des dispositions de la section 2 du présent chapitre (c'est-à-dire droits d'opposition, de consultation et de rectification dont elle dispose) ;
7. Le cas échéant, des transferts de données à caractère personnel envisagés à destination d'un Etat non membre de la Communauté européenne ».

Engagements du SNCD

L'obligation légale se traduit par des mentions d'information, situées à proximité du formulaire de collecte. Lorsque la collecte des données se fait par téléphone, une indication sera donnée sur les moyens d'accéder à cette information.

Les mentions d'information doivent être d'un accès simple, lisible et compréhensible, garantissant la meilleure transparence au citoyen qui confie ses données personnelles.

Les mentions d'information reprennent les différents items de la loi et leur rédaction varie en fonction des traitements ultérieurs envisagés.

On veillera par la taille des caractères utilisés, à une bonne lisibilité.

Cas du Online :

La liste des destinataires/partenaires vers lesquels les données sont susceptibles d'être transférées doit être tenue à jour et à la disposition de la Cnil et de tout internaute qui en ferait la demande.

Les recommandations du SNCD

Parce que le détail de l'information des personnes varie avec la finalité des traitements des données à caractère personnel, le SNCD recommande l'utilisation des mentions d'information qui sont proposées sur le site de la CNIL, www.cnil.fr.

Fiche 2 - Droit d'opposition - Postal

Toute personne physique a le droit de s'opposer, sans avoir à justifier d'un motif, à ce que des données à caractère personnel la concernant soient traitées à des fins de prospection commerciale.

Une information explicite doit être donnée à la personne, lors de la collecte de ses données (cf. Fiche 1 - Droit d'information) puis dans tout message adressé.

Ce droit d'opposition peut s'exercer au moment de la collecte de données ou plus tard, à tout moment, en s'adressant au responsable du traitement.

En communication directe, des « Listes d'opposition » favorisent le respect du droit d'opposition :

- La liste Robinson¹ « stop publicité » géré par l'Ufmd, fichier d'opposition national, enregistrant l'inscription volontaire des personnes
- Les listes d'opposition internes mises en œuvre par le responsable de traitement.

Le cadre légal

Loi I&L - Article 38

Le droit d'opposition est un volet du droit des personnes :

« Toute personne physique a le droit de s'opposer, pour des motifs légitimes, à ce que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement.

Elle a le 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 d'un traitement ultérieur.

Les dispositions du premier alinéa ne s'appliquent pas lorsque le traitement répond à une obligation légale ou lorsque l'application de ces dispositions a été écartée par une disposition expresse de l'acte autorisant le traitement. »

Engagements du SNCD

L'exercice du droit d'opposition des personnes doit se traduire par une exclusion définitive des fichiers d'envoi de prospection notamment commerciale et de tout traitement associé à cette finalité.

Liste d'opposition externe

Avant chaque opération de communication directe postale, le fichier d'envoi sera confronté à la liste « Robinson » afin d'en exclure les personnes inscrites.

Liste d'opposition interne

Avant chaque opération de communication, le fichier d'envoi sera confronté aux listes d'opposition internes afin d'exclure tous les destinataires ayant exercé leur droit d'opposition auprès du responsable de traitement.

Chaque demande d'opposition devra être traitée dans un délai de 4 semaines maximum. Il s'agit d'exclure les personnes de tous les envois mais également, dans le cas où l'opposition est signifiée à un tiers, de répercuter cette opposition auprès des bases de données propriétaire.

Les recommandations du SNCD

Mieux communiquer sur l'existence de la liste d'opposition « Robinson » et sur les modalités d'inscription. Informer les demandeurs de la prise en compte et du délai de leur demande d'opposition.

⁽¹⁾ UFMD - Union Française du Marketing Direct
60 rue La Boétie - 75008 Paris - +33 1 42 56 38 86 - www.ufmd.org

Fiche 3 - Droit d'opposition - Téléphone

Parce que toute personne a le droit de s'opposer, à tout moment, à ce que ses données fassent l'objet d'un traitement, il s'agit de décliner ici les modalités de mise en œuvre d'un moyen efficace de respect de l'obligation légale de s'opposer à recevoir des messages de prospection commerciale par téléphone.

Le cadre légal

Loi I&L - Article 38

« Toute personne physique a le droit de s'opposer, pour des motifs légitimes, à ce que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement.

Elle a le 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 d'un traitement ultérieur.

Les dispositions du premier alinéa ne s'appliquent pas lorsque le traitement répond à une obligation légale ou lorsque l'application de ces dispositions a été écartée par une disposition expresse de l'acte autorisant le traitement. »

Engagements du SNCD

Les membres du SNCD s'engagent à tout mettre en œuvre pour la prise en compte des demandes des personnes qui ne souhaitent plus être prospectées par téléphone.

L'application du cadre légal impose à l'annonceur et à ses sous-traitants de prendre en compte lors de chaque campagne les demandes d'opposition et de mettre à jour la liste d'opposition à l'issue de la campagne.

Les recommandations du SNCD

L'annonceur ou ses sous-traitants doit prendre en compte avant chaque campagne toutes les sources de demandes d'opposition.

Le SNCD est favorable à la mise en place d'une liste d'opposition générale utilisable par l'ensemble des acteurs (demande initiée par le gouvernement) - Les modalités d'une inscription contractuelle à durée limitée et les modalités de renouvellement seront organisées avec une attention particulière apportée à la vérification de l'identité de la personne qui s'inscrit.

Fiche 4 - La collecte de données à caractère personnel - Multicanal

La collecte est la première étape d'un traitement de données, elle doit être opérée par un responsable de traitement identifié. La collecte de données à caractère personnel est strictement encadrée par la Loi I&L. Elle doit être précédée de formalités déclaratives auprès de la CNIL². Ces formalités peuvent être simplifiées, voire inexistantes en cas de désignation d'un CIL, Correspondant Informatique et Libertés.

On distingue 2 types de collectes :

- La collecte directe où le responsable de traitement collecte exclusivement pour lui-même,
- La collecte indirecte où les données collectées par un responsable de traitement peuvent être utilisées par des tiers.

Spécificités de l'adresse e-mail

Lorsque des données à caractère personnel sont collectées en vue de communications commerciales ultérieures, le recueil d'un consentement sera organisé dès la collecte des données.

Spécificités du téléphone

Se référer au code de déontologie de l'AFRC³.

Le cadre légal

Les formalités CNIL

Les traitements informatiques de données à caractère personnel sont, **avant toute mise en œuvre**, soumis à déclaration, voire autorisation de la CNIL (formalités allégées lorsqu'un CIL est désigné).

Les **transferts de données (hors UE)**, nécessitent selon le type de pays des déclarations supplémentaires.

Loi I&L - Article 6

Un traitement ne peut porter que sur des données à caractère personnel qui satisfont aux conditions suivantes :

1. Les données sont collectées et traitées de manière loyale et licite ;
2. Elles sont collectées pour des finalités déterminées, explicites et légitimes et ne sont pas traitées ultérieurement de manière incompatible avec ces finalités. Toutefois, un traitement ultérieur de données à des fins statistiques ou à des fins de recherche scientifique (...)

Engagements du SNCD

Pas de collecte sans garantie de l'exercice des droits fondamentaux des personnes : information, consultation, rectification, opposition...

Toute prospection directe réalisée sur des adresses obtenues sans collecte loyale (à l'insu des personnes) sur des espaces de type annuaires, sites internet et forum **est interdite !**

Déclarer et mettre à jour les déclarations ou demandes d'autorisation de traitement auprès de la CNIL.

Veiller à adapter des mentions d'information et de consentement en accord avec l'utilisation ultérieure des données collectées. En fonction des modalités associées à la collecte, une donnée pourra ou non être utilisée et/ou mise à disposition.

Suivant le **média** utilisé, les obligations liées à la collecte peuvent relever du respect du droit d'opposition ou du consentement préalable. Elles ne s'appliquent pas de la même façon en **BtoB** et en **BtoC**. (...)

⁽²⁾ Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés CNIL - 8, rue Vivienne - CS 30223 - 75083 Paris cedex 02
Tél : 01 53 73 22 22 - Fax : 01 53 73 22 00 - www.cnil.fr

⁽³⁾ Association Française de la Relation Client - AFRC - www.afrc.org

Fiche 4 - La collecte de données à caractère personnel - Multicanal (suite)

ou historique est considéré comme compatible avec les finalités initiales de la collecte des données, s'il est réalisé dans le respect des principes et des procédures prévus au présent chapitre,... et s'il n'est pas utilisé pour prendre des décisions à l'égard des personnes concernées ;

3. Elles sont adéquates, pertinentes et non excessives au regard des finalités pour lesquelles elles sont collectées et de leurs traitements ultérieurs ;

4. Elles sont exactes, complètes et, si nécessaire, mises à jour. Les mesures appropriées doivent être prises pour que les données inexactes ou incomplètes au regard des finalités pour lesquelles elles sont collectées ou traitées soient effacées ou rectifiées ;

5. Elles sont conservées sous une forme permettant l'identification des personnes concernées pendant une durée qui n'excède pas la durée nécessaire aux finalités pour lesquelles elles sont collectées et traitées.

Synthèse de l'information des personnes

Le responsable de traitement doit permettre aux personnes concernées par les informations qu'il détient, d'exercer pleinement leurs droits.

Lors de la **collecte initiale puis au cours des communications ultérieures donnant lieu à collecte**, seront communiqués : l'identité du responsable de traitement, la finalité du traitement, le caractère obligatoire ou facultatif des réponses, les conséquences éventuelles d'un défaut de réponse, les destinataires des données, l'existence de droits des personnes, les modalités d'exercice de ces droits et les transmissions envisagées.

La finalité des traitements

Tout traitement de données doit avoir un objectif précis. Les informations exploitées dans un fichier doivent être cohérentes avec l'objectif poursuivi. (...)

Conserver les traces des modalités (date, type de dispositif) de la collecte initiale.

Fournir, à la demande, la source de la collecte.

Vérifier la conformité des déclarations avant tout transfert vers un pays qui ne bénéficie pas d'un niveau de protection équivalent (cf. www.cnil.fr).

Qualité des données : Le responsable de traitement est tenu si nécessaire de rectifier et mettre à jour les données à caractère personnel collectées. Une donnée a une **durée** de validité.

La collecte et l'utilisation de données **sensibles** (convictions philosophiques, religieuses, politiques, la santé ou la vie sexuelle) nécessitent le consentement explicite des personnes.

La collecte de données de **personnes mineures** est strictement encadrée et peut nécessiter l'information et le consentement des parents.

Finalité : Toute évolution de la finalité des traitements donnera lieu à mise à jour des déclarations auprès de la CNIL.

Toute prospection commerciale à l'initiative des partenaires du responsable de traitement est soumise à droit d'opposition actif. L'exercice de ce droit doit être permis dès la collecte. Sa formulation se fera dans les mentions d'informations associées à la collecte.

Spécificités email

Toute prospection directe réalisée sur des adresses obtenues sans collecte loyale (à l'insu des personnes) sur des espaces de type annuaires, sites internet et forum **est interdite !**

Les obligations de consentement préalable ne s'appliquent pas de la même façon en **BtoB** et en **BtoC** (cf. **Fiche 6 - Consentement**). (...)

Fiche 4 - La collecte de données à caractère personnel - Multicanal (suite)

La durée de conservation des informations

Le responsable de traitement fixe une durée de conservation des données en rapport avec la finalité du traitement.

La confidentialité des données

Seules les personnes autorisées peuvent accéder aux données personnelles contenues dans un fichier. Il s'agit des destinataires explicitement désignés pour en obtenir régulièrement communication.

La sécurité des fichiers

Tout responsable de traitement informatique de données à caractère personnel **doit adopter des mesures de sécurité physiques** (sécurité des locaux), **logiques** (sécurité des systèmes d'information) et **adaptées** à la nature des données et aux risques présentés par le traitement.

Loi I&L - Article 32-I

Collecte directe : La personne auprès de laquelle sont recueillies des données à caractère personnel la concernant est informée, sauf si elle l'a été au préalable, par le responsable du traitement ou son représentant :

1. De l'identité du responsable du traitement et, le cas échéant, de celle de son représentant ;
2. De la finalité poursuivie par le traitement auquel les données sont destinées ;
3. Du caractère obligatoire ou facultatif des réponses ;
4. Des conséquences éventuelles, à son égard, d'un défaut de réponse ;
5. Des destinataires ou catégories de destinataires des données ;
6. Des droits qu'elle tient des dispositions de la section 2 du présent chapitre ;
7. Le cas échéant, des transferts de données à caractère personnel envisagés à destination d'un État non membre de la Communauté européenne. (...)

Pour être recevable, **le consentement** des personnes physiques doit être préalable, **actif, libre, spécifique et éclairé** (cf. Fiche 6 - Consentement).

Droit d'auteur, droit de la personne

Toute donnée personnelle publiée pourra faire l'objet d'un traitement à condition que les droits d'auteur et les droits de la personne soient respectés.

En ce qui concerne le droit de la personne, il s'agit notamment de l'information de la personne et de la mise en oeuvre de son droit d'opposition (cas de la collecte dite « indirecte »). (...)

Fiche 4 - La collecte de données à caractère personnel - Multicanal (suite)

Loi I&L - Article 32-III

Collecte indirecte : Lorsque les données à caractère personnel n'ont pas été recueillies auprès de la personne concernée, le responsable du traitement ou son représentant doit fournir à cette dernière les informations énumérées ci-dessus, dès l'enregistrement des données ou, si une communication des données à des tiers est envisagée, au plus tard lors de la première communication des données.

Cas du droit d'accès tiers

Loi I&L - Article 40

« Toute personne physique justifiant de son identité peut exiger du responsable d'un traitement que soient, selon les cas, rectifiées, complétées, mises à jour, verrouillées ou effacées les données à caractère personnel la concernant, qui sont inexactes, incomplètes, équivoques, périmées, ou dont la collecte, l'utilisation, la communication ou la conservation est interdite... Si une donnée a été transmise à un tiers, le responsable du traitement doit accomplir les diligences utiles afin de lui notifier les opérations qu'il a effectuées conformément au premier alinéa. »

Les recommandations du SNCD

Parce que le détail de l'information des personnes varie avec la finalité des traitements des données à caractère personnel, le SNCD recommande l'utilisation des mentions d'information qui sont proposées sur le site de la CNIL, www.cnil.fr, qui seront toujours publiées dans un format facilitant la lisibilité.

Le SNCD attire l'attention sur les avantages que peut représenter la nomination d'un CIL interne ou externe.

Fiche 5 - Le message - Email

On entend par communication électronique au sens de la LCEN, les émissions, transmissions ou réceptions de signes, de signaux, d'écrits, d'images ou de sons, par voie électromagnétique.

Le message Email est une communication électronique, personnalisée ou non, adressée à des personnes physiques directement ou par l'intermédiaire de personnes morales.

Un message doit contenir un certain nombre de mentions obligatoires.

Le message se compose de 7 zones distinctes : l'expéditeur, le destinataire, l'objet, la zone de prévisualisation, le header, le footer et le corps du message.

Le cadre légal

La communication électronique constitue un traitement de données à caractère personnel.

Extrait de la LCEN - Chapitre 2, article 22 alinéa 6

« Dans tous les cas, il est interdit d'émettre, à des fins de prospection directe, des messages au moyen d'automates d'appel, télécopieurs et courriers électroniques, sans indiquer de coordonnées valables auxquelles le destinataire puisse utilement transmettre une demande tendant à obtenir que ces communications cessent sans frais autres que ceux liés à la transmission de celle-ci. Il est également interdit de dissimuler l'identité de la personne pour le compte de laquelle la communication est émise et de mentionner un objet sans rapport avec la prestation ou le service proposé ».

« Est interdite la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen. »

« Pour l'application du présent article, on entend 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. » (...)

Transparence : Un objet conforme à la nature du contenu, qui ne cache pas la nature commerciale du message. La nature du message définit la nature de la communication B to B ou B to C.

Un lien de désabonnement dans chaque message, permettant le respect du droit d'opposition des personnes, toujours actif et proposant une désinscription en 3 clics maximum.

Un contenu adapté aux destinataires et la conformité légale du contenu/destinataire en veillant en particulier à la juste protection des publics fragiles (mineurs, catégories de populations sensibles...)

Le nom de l'annonceur communiqué en clair sur le message et ses coordonnées légales accessibles à minima d'un simple clic.

Rappel des mentions d'information en cas de nouvelle collecte. (...)

Fiche 5 - Le message - Email (suite)

La dérogation au consentement préalable :

1. Cas particulier du BtoB

Conformément à la position de la Cnil, l'accord du destinataire à recevoir des messages commerciaux par courrier électronique n'est pas nécessaire dans le cadre professionnel, sous réserve de respecter différentes conditions de finalité professionnelle et de la présence d'un lien de désinscription actif.

2. Cas du Client en B to C

Par dérogation au principe de consentement préalable, l'entreprise pourra adresser des messages commerciaux aux clients auprès desquels elle a directement collecté l'adresse email, relatifs à des services analogues à celui pour lequel l'adresse a été collectée. L'entreprise aura dans ce cas offert, au moment de la collecte initiale, la possibilité de s'opposer à recevoir des offres commerciales.

Pour l'application, cf. Fiche 6 - Consentement.

Recommandations du SNCD

Le header et/ou footer propose a minima une adresse de réponse, les mentions d'information et le lien de désabonnement.

Encourager le désabonnement court, avec au plus un clic + une page d'identification + la validation d'un formulaire, puis un écran de confirmation de désinscription et le délai de prise en compte de la désinscription mentionnés.

Remonter toute demande de désabonnement à la source, c'est-à-dire au responsable de traitement.

Encourager l'accès simple et la lisibilité des mentions légales et autres mentions d'information.

Spécificités B to B :

- 1. Indication de la source de collecte de l'adresse email utilisée.*
- 2. Double lien de désinscription, l'un vers l'annonceur émetteur du message (le partenaire ou le tiers) et l'autre vers le responsable de traitement à l'origine de la collecte.*

Fiche 6 - Le consentement - Email

Le consentement sur les médias électroniques :

Manifestation de volonté résultant d'une action du destinataire pour exprimer son accord à recevoir des courriers électroniques commerciaux ou publicitaires, dans des conditions qui lui sont précisées lors de la collecte de ses données. Pour être recevable, le consentement des personnes physiques doit être actif, libre, spécifique et éclairé. Le recueil du consentement doit être réalisé par le responsable de traitement à l'origine de la collecte et pour son propre usage (opt-in) et/ou pour ses partenaires (opt-in partenaires ou opt-in tiers). Indépendamment du consentement, toute communication électronique à des fins de prospection commerciale doit être accompagnée d'un lien de désinscription actif.

Le cadre légal

LCEN - Article 22 - Le Consentement

« Est interdite la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen.

Pour l'application du présent article, on entend 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. »

Cas particulier du BtoB

Conformément à la position de la Cnil, l'accord du destinataire à recevoir des messages commerciaux par courrier électronique n'est pas nécessaire dans le cadre professionnel, sous réserve de respecter différentes conditions de finalité professionnelle et de la présence d'un lien de désinscription actif.

La dérogation Client (BtoC)

Par dérogation au principe de consentement préalable, l'entreprise pourra adresser des messages commerciaux aux clients auprès desquels elle a directement collecté l'adresse email, relatifs à des services analogues à celui pour lequel l'adresse a été collectée. L'entreprise aura dans ce cas offert au moment de la collecte initiale, la possibilité de s'opposer à recevoir des offres commerciales.(...)

Engagements du SNCD

Pas de message commercial sans accord préalable du destinataire : **le consentement.**

Le consentement peut se traduire par une case à cocher traduisant l'acceptation d'une finalité explicite de collecte.

Un consentement ne doit pas être forcé, il ne peut être inclus dans l'acceptation de conditions générales de vente ou de service gratuit, ni associé à une participation à un jeu.

Une case pré cochée ou un bouton radio positionné par défaut sur « oui » ne correspond pas au recueil du consentement.

Indépendamment du consentement, un lien de désinscription sera toujours attaché à toute prospection par courrier électronique (e-mail, SMS).

BtoB : Dérogation au consentement préalable

La communication directe par courrier électronique, à finalité professionnelle, vers une personne physique, au titre de la fonction exercée dans l'entreprise ou dans l'organisme privé ou public, est dispensée de consentement préalable.

Par finalité professionnelle, on entend une communication respectant au moins un des éléments discriminants suivants :

- Le payeur visé est l'entreprise,
- La collecte des données a été réalisée dans un contexte professionnel,
- Le produit ou service génère une valeur ajoutée pour l'entreprise,
- La quantité proposée est inadaptée à des particuliers. (...)

Fiche 6 - Le consentement - Email (suite)

Cas du consentement à recevoir des offres de Partenaires ou Tiers

Loi I&L - Article 32-III

« Lorsque les données à caractère personnel n'ont pas été recueillies auprès de la personne concernée, le responsable du traitement ou son représentant doit fournir à cette dernière les informations énumérées au I » (cf. Fiche 4 collecte directe) « dès l'enregistrement des données ou, si une communication des données à des tiers est envisagée, au plus tard lors de la première communication des données. »

Lors de la collecte et dans tout message, l'exercice du droit d'opposition à l'utilisation des données pour toute prospection électronique ultérieure sera proposé.

La dérogation Clients BtoC

La notion de produits ou services « analogues » doit être entendue par rapport aux attentes légitimes du consommateur, dans le cadre d'un usage connexe ou associé au produit ou service initial.

Le consentement à recevoir des offres tiers ou partenaires du responsable de traitement de la collecte initiale est soumis à information au plus tard lors de la première communication des données.

Dans le cas d'une exploitation par l'entité ayant collecté les données dans le but de proposer des produits ou services analogues, l'exercice du droit d'opposition sera systématiquement proposé lors de toute collecte et dans tout message.

Recommandations du SNCD

En vertu de l'article 40 de la loi I&L (cf. Fiche 4 - Collecte), on veillera à répercuter le droit des personnes vers le ou les responsables de traitement dépositaires des données.

Fiche 7 - L'enrichissement en adresses email - Cas du B to C

Enrichissement en adresses email : opération dont la finalité est d'ajouter, à la demande d'un Responsable de traitement B d'un fichier d'adresses postales, des adresses Email collectées par un Responsable de traitement A, sur la base des adresses postales communes.

Les adresses Email fournies par le Responsable de traitement A auront été, à l'origine, traitées à un moment et/ou depuis une source et/ou un canal différent.

Ce type de traitement est strictement encadré, il ne peut s'agir à aucun moment d'un transfert ou d'une cession simple de A vers B.

En effet, tout enrichissement direct d'un fichier de personnes en adresses email, sans collecte loyale, ni consentement préalable, est illégal. L'internaute doit à tout moment rester maître de son adresse email, donnée à caractère personnel, et cette dernière ne doit en aucun cas proliférer d'un fichier à l'autre à son insu.

Le cadre légal

1. CNIL

Préalablement à toute mise en œuvre, le responsable de traitement émetteur A et le responsable de traitement destinataire B devront, si nécessaire, effectuer une mise à jour de la déclaration ou demande d'autorisation CNIL.

2. Consentement direct

Lors de la collecte initiale d'une adresse électronique à des fins de prospection commerciale, le responsable de traitement doit recueillir le consentement libre, spécifique et informé de la personne dont il collecte les données.

3. Consentement tiers

Lorsque les données à caractère personnel n'ont pas été recueillies auprès de la personne concernée, le responsable du traitement ou son représentant doit fournir à cette dernière les informations légales dès l'enregistrement des données ou, si une communication des données à des tiers est envisagée, au plus tard lors de la première communication des données.
(Loi I&L - Art. 32- III).

4. Droit d'opposition

Toute personne physique a le droit de s'opposer pour des motifs légitimes à ce que ses données personnelles fassent l'objet d'un traitement.
(Loi I&L - Art. 38). (...)

Mise en pratique du cadre légal

La mise à disposition de l'entité B d'adresses email initialement collectées par l'entité A doit se faire dans les conditions suivantes :

1. L'entité A et l'entité B sont toutes deux Responsables de traitement, à jour de leurs formalités préalables auprès de la CNIL.

2. La mise à disposition des adresses Email collectées par l'entité A au profit de l'entité B sera formalisée par un contrat commercial intégrant les aspects confidentialité et sécurité associés au traitement des données personnelles.

3. La mise à disposition d'adresses email collectées par A au profit de B est conditionnée par le recueil par A d'un consentement actif « Tiers », libre, spécifique et éclairé.

4. Une information sera adressée aux personnes concernées lors de l'ajout des données ou, si elle est prévue, lors de la première communication réalisée par B. La personne aura alors la faculté de se désinscrire de B.

Lorsque B reçoit des données recueillies par A, B réalise une opération de collecte indirecte de données personnelles. B doit informer les personnes concernées du fait qu'elle a reçu leurs données personnelles de la part de A et de l'ensemble des informations visées à l'article 32.1 et informer les personnes qu'elles peuvent (...)

Fiche 7 - L'enrichissement en adresses email - Cas du B to C (suite)

5. Sécurité

Le responsable du traitement est tenu de prendre toutes précautions utiles, au regard de la nature des données et des risques présentés par le traitement, pour préserver la sécurité des données et, notamment, empêcher qu'elles soient déformées, endommagées, ou que des tiers non autorisés y aient accès.
(Loi I&L - Art. 34).

s'opposer à la conservation de leurs données par B et à ce que leurs données soient transmises par B à un tiers.

5. Un lien de désinscription actif figurera dans tout message utilisant les données.

6. La transmission des données de A vers B sera sécurisée.

Recommandations du SNCD

L'enrichissement d'un fichier tiers à partir d'une source doit être conditionné par la signature d'un contrat de mise à disposition ou licence d'utilisation. Ce contrat disposera des rubriques confidentialité et sécurité des données traitées.

La durée pour l'utilisation des données mises à disposition (de la source vers un tiers) est, au plus, celle qui aura été déclarée à la CNIL, lors des formalités préalables au traitement.

L'entité émettrice de données personnelles vers un tiers devra mettre à disposition des personnes concernées une liste à jour de ses partenaires-tiers. La mise à disposition pourra prendre la forme d'un lien vers une page dédiée.

Afin de ne pas encourager la cession en cascade, le contrat liant l'entité cédante à l'entité réceptrice limitera la cession qui pourrait être faite des adresses email mises à disposition. En tout état de cause, toute cession à un tiers des données devra respecter chacune des étapes 1 à 6 décrites ci-dessus.

Dans la phase d'enrichissement, il sera proposé à l'internaute la possibilité de ne pas recevoir d'email de tiers.

⁽⁴⁾Consentement = toute manifestation de volonté libre, spécifique et informée par laquelle la personne accepte que des données à caractère personnel la concernant soient utilisées à des fins de prospection directe

⁽⁵⁾Cette position du SNCD interdisant toute cession d'adresses email est conforme aux plus récentes recommandations de la CNIL

⁽⁶⁾A titre de rappel, le principe de la loi est l'interdiction de la prospection par courrier électronique des personnes qui n'y ont pas préalablement consenti.

⁽⁷⁾Egalement appelé opt-in partenaires ou opt-in tiers