



Groupement
des Éditeurs
de Services
en Ligne

GESTE



Paris, le 30 septembre 2010

COMMUNIQUE DE PRESSE

Droit à l'oubli numérique : Signature de la Charte sur la publicité ciblée et la protection des internautes

Jeudi 30 septembre 2010, Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'Etat chargée de la Prospective et du Développement de l'économie numérique, a réuni dix associations professionnelles afin de signer la charte de déontologie « Publicité ciblée et protection des internautes ».

La secrétaire d'Etat avait lancé, en novembre 2009, un vaste chantier sur le « droit à l'oubli numérique », invitant l'ensemble des acteurs de l'Internet à y participer. L'objectif était d'aboutir à des chartes de bonnes pratiques des professionnels concernés afin d'assurer une meilleure protection des internautes, d'une part en matière de publicité ciblée, d'autre part en ce qui concerne les blogs et réseaux sociaux.

En présence de Nathalie Kosciusko-Morizet, le premier de ces chantiers aboutit ce jeudi 30 septembre 2010 avec la signature d'une charte de déontologie par les représentants de dix associations professionnelles. **Comprenant huit recommandations, cette charte vise à renforcer la protection de la vie privée et les droits des internautes à l'égard de la publicité ciblée sur Internet.**

S'inscrivant dans le nouveau cadre juridique européen que la France devra transposer avant l'été 2011, ces recommandations proposent des mécanismes innovants d'organisation collective des professionnels, destinés à recueillir et à respecter les souhaits exprimés par les internautes. **Elles concernent notamment l'information des internautes, l'exercice de leurs droits en matière de publicité ciblée, le rapprochement entre les données de navigation et les données personnelles, la publicité géo-localisée, le « capping » (maîtrise de l'exposition à la publicité) et la protection des publics mineurs.** La charte recommande également de limiter la durée d'exploitation des cookies de publicité comportementale à une durée, par défaut, de 60 jours, sans toutefois exclure l'application de durées plus courtes ou plus longues, proportionnées à la durée du cycle d'achat des produits ou services.

Les dix associations signataires, réunies depuis juin 2009 sous l'égide de l'Union Française du Marketing Direct (UFMD), représentent l'ensemble des métiers de la publicité ciblée sur les réseaux numériques fixes et mobiles : annonceurs, régies publicitaires, agences conseil en communication, entreprises de conseil et achat media, sociétés de marketing direct, moteurs de recherche, opérateurs de téléphonie mobile, éditeurs de services en ligne, e-commerçants.

Nathalie Kosciusko-Morizet et les associations concernées se félicitent de la convergence de leurs approches en faveur d'une régulation concertée et invitent d'autres groupements professionnels à les rejoindre et à poursuivre cette dynamique. Cette démarche est en outre soutenue par les organisations suivantes : PagesJaunes Groupe, Microsoft France, Google France, Trombi.com, e-enfance, A compétence égale, Yahoo! France, Afnor.

« Le renforcement de la protection de la vie privée des internautes est une priorité. La démarche responsable de l'UFMD prouve que les professionnels peuvent s'organiser pour mettre en œuvre et concrétiser les grands principes de consentement, de droit à l'information, et de droit d'accès, de rectification et d'opposition prévus par la législation européenne », a déclaré Nathalie Kosciusko-Morizet.

Le texte des recommandations est disponible sur le site Internet de l'UFMD, www.ufmd.org, et sur les sites des associations participantes :

- **AACC**, Association des Agences Conseil en Communication, 200 adhérents - www.aacc.fr
- **FEVAD**, Fédération E-commerce et Vente A Distance, 465 adhérents - www.fevad.com
- **GESTE**, Groupement des Editeurs de Services en ligne, 130 adhérents - www.geste.fr
- **IAB France**, Internet Advertising Bureau France, 110 adhérents - www.iabfrance.com
- **Mobile Marketing Association France**, 60 adhérents - www.mmafrance.org
- **SNCD**, Syndicat National de la Communication Directe, 130 adhérents - www.sncd.org
- **SRI**, Syndicat des Régies Internet, 22 adhérents - www.sri-france.org
- **UDA**, Union des Annonceurs, 300 adhérents - www.uda.fr
- **UDECAM**, Union Des Entreprises de Conseil et Achat Media, 11 adhérents - www.udecam.fr
- **UFMD**, Union Française du Marketing Direct, www.ufmd.org

Contacts Presse :

Cabinet de Nathalie Kosciusko-Morizet : Anne Dorsemaine - 01 42 75 85 07 anne.dorsemaine@pm.gouv.fr

UFMD : Magali Rebeyrat - 01 42 56 38 86 - mrebeyrat@fevad.com

AACC : Emilie Rohmer - 01 47 42 27 26 - erohmer@aacc.fr

FEVAD : Nathalie Laine - 01 42 56 38 86 - nlaine@fevad.com

GESTE : Laure de Lataillade - 06 60 30 84 33 - llataillad@geste.fr

IAB : Delphine Bionne - 01 48 78 14 32 ou 06 31 49 75 80 - delphine@iabfrance.com

MMA France : Alexandra Toth - 0 6 58 02 42 46 - alexandra.toth@mmafrance.org

SNCD : Nathalie Phan-Place - 01 53 63 27 70 - 01 53 63 27 72 - nplace@sncd.org
Fabienne Granovsky - 06 11 71 01 05 - fgranovsky@gmail.com

SRI : Marie Delamarche - 01 55 34 77 76 - mdelamarche@sri-france.org

UDECAM : Françoise Chambre - 01 73 00 21 09 - contact@udecam.fr

UDA : Gérard Noël - 01 45 00 79 10 - gnoel@uda.fr