

Bruxelles, lundi 11 juillet 2011

Le CEPD demande à la Commission européenne d'assurer que les garanties en matière de publicité comportementale en ligne sont respectées

Le 7 juillet 2011, lors d'une conférence publique* sur les implications en matière de vie privée de la "publicité comportementale en ligne" - présentation de publicités ciblées sur des sites Internet basée sur le suivi à grande échelle du comportement des consommateurs en ligne, le Contrôleur européen de la protection des données (CEPD) a appelé la Commission à garantir que l'article 5(3) de la directive "vie privée et communications électroniques" soit pleinement respecté. Selon cette disposition, telle que révisée en 2009, le stockage d'informations comme les témoins de connexion (cookies) sur les ordinateurs à des fins de traçage n'est autorisée que si l'utilisateur a donné son consentement, après avoir reçu des informations claires et complètes sur les objectifs du traçage.

Selon Peter Hustinx, CEPD: *"Le traçage systématique et le suivi à la trace du comportement des consommateurs en ligne constituent une pratique hautement intrusive et sont maintenant soumis, à juste titre, à des conditions plus strictes. Bien que les initiatives en faveur de plus de transparence et de contrôle de la part des consommateurs dans l'environnement en ligne soient les bienvenues, cela ne devrait pas entraîner une limitation des droits du consommateur. La Commission européenne devrait éviter toute ambiguïté quant à sa détermination à assurer que ces droits sont garantis dans l'Union européenne."*

La version révisée de la directive "vie privée et communications électroniques" devait être transposée en droit national avant le 25 mai 2011. Cette transposition n'a été réalisée que dans quelques États membres seulement et les mesures de transposition sont encore en attente dans la plupart d'entre eux. Jusqu'en 2009, l'article 5(3) de la directive exigeait seulement que les utilisateurs puissent avoir le droit de refuser de faire l'objet d'un traçage en ligne. La nouvelle disposition selon laquelle l'utilisateur doit donner son consentement est toujours contestée par la majeure partie de la communauté de la publicité en ligne. Néanmoins, la législation nationale des États membres ayant mis en œuvre la directive est désormais basée sur la nouvelle disposition requérant le consentement.

Dans un discours prononcé le 22 juin 2011 à Bruxelles**, la vice-présidente de la Commission responsable de l'agenda numérique européen, Neelie Kroes, a salué la récente adoption d'une recommandation sur les meilleures pratiques et d'un cadre sur la publicité comportementale par les associations de professionnels de la publicité AEEP et IAB Europe. Ces associations ont cependant échoué à mettre en œuvre la nouvelle exigence relative au consentement. Lors du même événement, elle a exprimé son soutien pour une initiative américaine contre le traçage qui, bien qu'appréciable, semble également en deçà des exigences de la directive vie privée et communication électronique. Malheureusement, cela soulève également des doutes sur la position de la Commission européenne sur ce sujet.

* "Do not track or right on track? – The privacy implications of online behavioural advertising", [conférence](#) donnée à l'Université d'Edimbourg, Faculté de droit, 7 juillet 2011

** "Online privacy - reinforcing trust and confidence", discours prononcé au "Online Tracking Protection & Browsers Workshop", Bruxelles, 22 juin 2011 ([Speech 11/461](#))