

Sommaire

Préface	5
PAR DOMINIQUE DE VILLEPIN, PREMIER MINISTRE	
Le Forum et la démocratie participative	7
PAR ISABELLE FALQUE-PIERROTIN	
Le Forum des droits sur l'internet en 2006	9
Les enjeux de droit et de société en 2006	21
Première partie	
LA CONCERTATION	65
Les Recommandations du Forum des droits sur l'internet publiées en 2006	65
Création d'une marque de confiance des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne	67
Les publiciels et espionciels	125
Classification des contenus multimédias mobiles	141
Internet et communication électorale	171
Deuxième partie	
L'INFORMATION ET LA SENSIBILISATION	215
Dossier « Relations du travail et internet »	
Dossier « Les jeux massivement multi-joueurs : du virtuel au réel »	
Guide « Achats en ligne, suivez le guide... »	
Guide « Politiquement Web »	

Troisième partie	
LA MÉDIATION	217
Quatrième partie	
LA COOPÉRATION INTERNATIONALE	231
Cinquième partie	
LES PERSPECTIVES 2007	237
Table des matières	243

Préface

Aujourd'hui, les technologies de l'information sont au cœur de la vie des Français. Plus de la moitié de nos concitoyens sont désormais équipés en micro-ordinateurs. Avec 11 millions d'abonnés à l'internet haut débit, notre pays est aux avant-postes en matière de numérique.

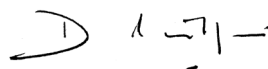
Depuis 2002, le Gouvernement a fait beaucoup pour encourager le développement de ces technologies. Un effort sans précédent a été engagé pour développer l'administration en ligne, qui rencontre un vif succès : en 2006, 5,7 millions de Français ont ainsi déclaré leurs revenus sur internet; début 2007, conformément à nos engagements, plus de 600 formalités administratives, représentant des centaines de millions de démarches, auront été dématérialisées. Le projet de loi sur la télévision du futur, en cours de discussion au Parlement, est un texte fondamental qui permettra à notre pays de basculer complètement dans le numérique en 2012. Enfin, nous avons lancé de nombreuses initiatives pour réduire la fracture numérique et aider chacun à accéder aux nouvelles technologies. Je pense en particulier aux mesures prises pour former nos concitoyens à l'usage de l'internet.

Toutes ces initiatives sont essentielles pour permettre à notre pays d'être un leader de l'économie de la connaissance, dont les nouvelles technologies de l'information sont une composante majeure. Elles sont également essentielles pour faciliter la vie de nos concitoyens et garantir l'égalité des chances dans notre pays.

Le développement des nouvelles technologies fait aussi apparaître de nouvelles questions. Comment établir des règles et garantir le respect du droit sur des réseaux de communications électroniques mondiaux qui se jouent des frontières? Comment concilier l'exigence de sécurité et le respect de la vie privée? À cet égard, le débat approfondi qui s'est tenu dans l'opinion et au Parlement à l'occasion de la loi «Droit d'auteur, droits voisins sur internet» (DADVSI) est exemplaire.

Le Forum des droits sur l'internet constitue un outil précieux pour répondre à toutes ces questions. À travers la méthode de travail ouverte et participative qu'il a su mettre en œuvre, il s'est imposé comme un lieu de débat incontournable. Grâce à la qualité de ses travaux, il a contribué à l'élaboration d'une véritable civilité du monde numérique. Ce sont des initiatives importantes qui suscitent l'intérêt de nos partenaires internationaux.

La France a su être en pointe des technologies numériques. Elle doit également jouer un rôle moteur dans la réflexion que suscitent ces technologies. Notre pays a des valeurs et des principes à défendre. À nous de nous mobiliser pour promouvoir une vision généreuse et humaniste du monde numérique.



Dominique de Villepin
Premier ministre

Le Forum et la démocratie participative

Internet est en 2006 en pleine évolution : sa généralisation auprès du grand public est consommée et les Français sont de plus en plus en ligne dans leur vie quotidienne. Les entreprises l'ont intégré dans leur fonctionnement interne même si les stratégies multicanal tardent à se mettre en œuvre.

La « nouveauté » de l'année est l'irruption des utilisateurs : grâce aux outils puissants que leur livre le Web2.0, ceux-ci deviennent consommateurs/éditeurs de contenus et certains blogueurs ont une audience supérieure aux journaux ; les communautés thématiques se structurent et, en matière audiovisuelle, les plates-formes d'échange entre particuliers challengent les réseaux de diffusion traditionnels (Youtube : un million de visiteurs par jour, Daily Motion : 600 000 visiteurs uniques par jour).

Face à cet utilisateur désormais acteur, certains crient à la nouvelle révolution du Net. Je dirais plutôt que l'on revient aux principes fondateurs du Réseau organisé, dès l'origine, en fonction des usages.

Mais au-delà du débat sur l'ampleur de la nouveauté, le fait est là : les utilisateurs veulent se faire entendre, prendre la parole et les outils technologiques sont disponibles pour cela.

Nous l'avons vu au cours du débat relatif à la loi DADVSI : alors que le débat se polarisait autour de la copie privée, le concept d'interopérabilité, largement poussé par les consommateurs, s'est introduit sans prévenir. Jamais à ma connaissance, un texte n'a été aussi profondément affecté par l'intervention du public. Autre exemple, la « web campagne » : la préparation des présidentielles se transpose sur internet et cette tendance effraie les partis qui craignent la concurrence de cette démocratie directe, moins contrôlée, moins contrôlable.

Face à cette vague, il ne sert à rien de résister : l'internaute acteur ne rentrera pas chez lui. Il faut au contraire exploiter ces évolutions, ces potentialités pour faire de celui-ci aussi un acteur de la civilité du Réseau. C'est dans cet esprit que le Forum des droits sur l'internet travaille depuis plus de cinq ans.

Associer l'ensemble des parties prenantes, dont les utilisateurs, à la construction des règles du Réseau ; faire de chaque acteur public ou privé le coresponsable d'un objectif commun ; organiser la concertation préalable sur les sujets complexes de la société de l'information... Tel est le métier, telles sont les méthodes de cet organisme depuis 2001.

Cette approche a été couronnée, cette année, par le prix de la « e-démocratie » du Club de l'Hyper-République et je m'en félicite.

Car ce prix salue, au-delà de la Recommandation du Forum sur « Internet et communication électorale », l'idée que l'internet peut participer à la vie démocratique et que sa régulation, même, gagne à s'inscrire dans un processus ouvert de corégulation.

Nous sommes tous responsables de l'internet! C'est l'antienne du FDI depuis sa création : la culture du dialogue inscrite au plus profond de ses modes de fonctionnement, la recherche de solutions communes, sont les voies étroites pour une régulation efficace et légitime.

Le Web2.0 signifie donc de nouvelles responsabilités pour les internautes. Ils n'en sont pas toujours conscients et il convient de les informer et former sur ce point. Le FDI a d'ailleurs renforcé cette année son action pédagogique sur les droits et libertés en ligne et il le fera encore plus l'année prochaine.

Cette vision n'est pas une vision utopique de l'internet, une sorte de démarche idéalisée autour de l'internaute-citoyen.

Je crois, au contraire, qu'elle illustre une ère nouvelle de nos sociétés contemporaines, faites de complexité et d'interdépendances. L'État ne peut pas tout; chaque individu, chaque entreprise a des capacités d'action; les réponses aux problèmes posés passent par une mobilisation de l'ensemble de la chaîne des coresponsables.

Le Forum, en 2006, a poursuivi son action en ce sens. Il a été sollicité par les pouvoirs publics ou les entreprises pour accompagner le développement de l'internet en France et en fixer les règles ou les usages. Arrivant au terme de sa deuxième convention triennale avec l'État, il apparaît de plus en plus comme un laboratoire de méthodes et le creuset des pactes fondamentaux en ligne. Il est porteur de modernité et de réforme au plan national; il est à l'avant-garde des évolutions au plan international.

Isabelle FALQUE-PIERROTIN

Conseiller d'État

Présidente du Conseil d'orientation du Forum des droits sur l'internet

Membre de la CNIL

Le Forum des droits sur l'internet en 2006

En 2006, le Forum des droits sur l'internet a approfondi son rôle de régulateur de l'internet à travers l'accomplissement de ses quatre missions : concertation, information, médiation et coopération internationale.

Sur saisine des pouvoirs publics, de ses membres ou de sa propre initiative, il a travaillé sur un éventail très large de problématiques juridiques et de société liées à l'internet, combinant action pédagogique et leviers de la réglementation publique ou de l'autorégulation des entreprises.

Au terme de six années d'existence, le Forum apparaît comme un lieu incontournable de construction de la civilité de l'univers numérique. Par ailleurs, la démarche de corégulation et de partenariat « multiacteur » s'étend au plan international.

Le fonctionnement du Forum en 2006

Une équipe pluridisciplinaire

Le Forum fonctionne avec une équipe de onze permanents qui, pour la plupart, conjuguent une compétence juridique avec une autre expérience (commerciale, technique...). Cette équipe couvre l'ensemble des questions de régulation de l'internet : commerce électronique, propriété littéraire et artistique, protection des mineurs, administration électronique...

Un budget stable

Le Forum a mis en place de nouvelles activités et assuré son développement à subvention constante depuis 2001. La convention triennale avec l'État, renouvelée en mai 2004, fixe le cadre d'intervention du Forum des droits sur l'internet et ses objectifs annuels. Elle arrête notamment le niveau de la subvention apportée par le ministre de l'Industrie (1,4 million d'euros en 2006).

Outre la participation financière des pouvoirs publics, le budget du Forum est composé de fonds privés provenant essentiellement des cotisations des adhérents au Forum, qui contribuent à hauteur de 15 % du budget total.

Le Forum dispose d'un important réseau de membres, rassemblant près de 70 acteurs de l'internet. En 2006, Action Innocence, WikiMédia, ORGECO, La Poste, JeuxOnline et le Syndicat national des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL) ont rejoint le Forum en tant qu'adhérents.

La modification des statuts

Lors de l'Assemblée générale qui s'est tenue en juin, une nouvelle mission a été ajoutée à l'article 3 des statuts du Forum. Celle-ci est « D'élaborer et, le cas échéant,

de gérer les chartes et labels dans le secteur des communications électroniques». Cette modification a été envisagée compte tenu du travail réalisé par le Forum sur le label citoyen et la classification des contenus multimédias mobiles. Il est en effet apparu nécessaire que le Forum des droits sur l'internet, au-delà de sa mission générale de concertation, puisse aider à la mise en place d'outils très opérationnels de gestion d'un secteur ou d'un groupe d'acteurs.

Par ailleurs, l'article 7 portant sur la durée de l'association a été modifié afin de permettre à l'association de continuer ses missions pendant une nouvelle période de six ans.

Le renouvellement au sein des organes dirigeants

Le Conseil de surveillance s'est réuni deux fois et le Conseil d'orientation cinq fois, en 2006.

L'Assemblée générale, qui s'est déroulée le 15 juin 2006 au siège du Forum en présence de ses membres, a permis l'élection de nouveaux représentants dans les instances dirigeantes. L'Institut national de l'audiovisuel (INA) entre au Conseil de surveillance dans le collège des acteurs économiques; la Bibliothèque nationale de France (BNF) entre au Conseil de surveillance dans le collège des utilisateurs; le Conseil d'orientation voit l'arrivée de la Caisse des dépôts et consignations (CDC) dans le collège des acteurs économiques. Dans le collège des utilisateurs, deux postes ont été pourvus par l'Association pour la promotion et la recherche en informatique libre (APRIL) et par l'Organisation générale des consommateurs (ORGECO).

(Voir en annexe la composition du Conseil de surveillance et du Conseil d'orientation).

La concertation entre les acteurs publics et privés sur les enjeux juridiques de l'internet

Le Forum a installé de nouveaux groupes de travail en 2006.

Le groupe de travail «**Accès public à internet**» a été mis en place en mars 2006. Il a pour objectif de répondre aux interrogations que suscitent la gestion et l'animation de ces lieux d'accès public à internet dans le secteur non marchand. Le groupe de travail souhaite favoriser l'émergence de bonnes pratiques de nature à normaliser et à sécuriser l'action de ces lieux comme de leurs intervenants. Le groupe rendra publiques ses recommandations au premier semestre 2007.

Un groupe de travail «**Application du droit de la consommation au commerce électronique**» destiné à expertiser l'application à l'internet de la réglementation relative à la vente à distance a été mis en place en avril. Dans le cadre de son activité de veille, le Forum des droits sur l'internet a identifié un certain nombre de problématiques pour lesquelles les acteurs sont demandeurs d'éclairages, voire de correctifs législatifs ou réglementaires. Tel est le cas, par exemple, des problématiques liées à la présentation de l'offre, à l'erreur sur le prix, à la responsabilité de plein droit ou à l'exercice du droit de rétractation. Le groupe rendra ses travaux au premier semestre 2007.

Le groupe de travail « **Internet et communication électorale** » a été mis en place en juillet. L'objectif était notamment d'actualiser la Recommandation du 29 août 2002 sur la « Communication électorale et l'internet », dans la perspective des élections présidentielles et législatives de 2007 et des municipales, cantonales et sénatoriales de 2008. En effet, de nouveaux usages se sont développés au sein des partis politiques et des citoyens : marketing politique (prospection par mail, liens sponsorisés, adhésions en ligne), sites personnels du candidat (blogs), action militante (forums de discussion, manifestations publiques, *hoaxes*, appels à la désobéissance...). L'objectif du groupe de travail a été d'accompagner le développement de la « web campagne » tout en balisant les contours d'une déontologie politique en ligne. Le groupe de travail a rendu sa Recommandation en octobre.

Le groupe de travail « **Jeux vidéo en ligne** » a été mis en place en juillet. L'usage des jeux vidéo en ligne est en pleine expansion auprès des jeunes. Les jeux s'enrichissent de multiples fonctionnalités et s'apparentent de plus en plus à des univers de divertissement. Le Forum des droits sur l'internet a souhaité analyser ces tendances et les questions de régulation qu'elles peuvent, le cas échéant, susciter. Le groupe de travail rendra ses recommandations au cours du premier semestre 2007.

En 2006, le Forum a rendu publiques quatre Recommandations, portant à 23 le nombre total des Recommandations émises depuis 2001 :

Création d'une marque de confiance des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne, 26 avril 2006

Fruit d'une concertation menée au sein de son groupe de travail « Certificat citoyen/ Label famille » – constitué à la saisine, en avril 2005, du ministre de l'Intérieur, Dominique de Villepin, sur proposition de M. Thierry Breton dans le cadre du chantier Cybercriminalité, puis à la saisine, en octobre 2005, du ministre en charge de la Famille, Philippe Bas – cette Recommandation propose le cahier des charges et les modalités de fonctionnement d'une marque de confiance pour l'ensemble des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne, témoignant de leurs engagements en matière de sécurisation des usages.

Publiciels et espigiocels, 11 juillet 2006

Cette Recommandation finalise les travaux engagés en 2005 sur la publicité en ligne. Elle recommande, à l'ensemble des acteurs de la publicité sur l'internet, les bonnes pratiques à suivre sur ces usages spécifiques.

Classification des contenus multimédias mobiles, 17 octobre 2006

Cette Recommandation s'attache à définir un schéma de classification des contenus et services multimédias accessibles sur les téléphones mobiles, suite à la demande de l'AFOM (Association française des opérateurs mobiles). Elle offre aux acteurs économiques et aux usagers un référentiel commun, à l'appui des dispositifs de contrôle parental.

Internet et communication électorale, 17 octobre 2006

Cette Recommandation vise à définir les « usages acceptables » qui tiennent compte du droit électoral, d'une part, et, d'autre part, de la volonté de moderniser les modes de fonctionnement des campagnes électorales.

Les actions d'information et de sensibilisation

Le Forum des droits sur l'internet a souhaité, cette année, renforcer son action pédagogique à destination des professionnels ou du grand public, afin d'accompagner la démocratisation des usages. En effet, si les activités humaines se transposent de plus en plus dans le monde numérique, les droits et obligations de chacun restent souvent peu lisibles, d'autant que les initiatives législatives ou réglementaires sont nombreuses. De façon générale, les enjeux de la société en réseau restent encore largement méconnus.

Le site foruminternet.org

Le site institutionnel du Forum (www.foruminternet.org), plate-forme d'information et instrument de dialogue, est l'outil de référence des professionnels et des acteurs de l'internet. Avec près de 800 000 visiteurs sur l'année, la fréquentation du site tend à se stabiliser avec une augmentation de 8 % par rapport à 2005.

Au cours de l'année 2006, plus de 150 actualités, décisions et textes officiels enrichissant la base de connaissances du Forum ont été publiés sur le site. Pour étayer ses travaux et permettre aux internautes de s'exprimer, deux forums de discussion ont été ouverts en 2006 en partenariat avec d'autres structures, l'un sur les jeux vidéo en ligne, l'autre sur la communication électorale et l'internet.

Le site DroitDuNet.fr

Depuis son ouverture en 2003, DroitDuNet.fr, le site d'information grand public du Forum, est régulièrement revu et ajusté aux demandes. De nouvelles fiches pratiques sont mises en ligne, par exemple sur la propriété littéraire et artistique, la communication électorale ou encore les courriers électroniques non sollicités, portant à plus de 160 le nombre de questions/réponses consultables gratuitement par les internautes.

La fréquentation du site a enregistré une augmentation de 20 % par rapport à l'année 2005, avec près de 500 000 visiteurs et plus de 2 315 000 pages vues. Par ailleurs, le service a répondu, en 2006, à plus de 5 000 questions posées par les internautes. Les questions les plus fréquemment posées touchent des domaines aussi variés que la fourniture d'accès à internet, les achats en ligne, la liberté d'expression...

La publication de rapports et de dossiers

Le Forum publie des rapports et dossiers sur une base régulière.

Ainsi, en janvier, Le Forum des droits sur l'internet a publié un dossier consacré aux relations du travail et à l'internet. Celui-ci dresse un panorama législatif et jurisprudentiel complet de l'impact des nouvelles technologies sur les libertés individuelles et collectives au travail. Plus de quarante décisions y sont présentées, dont une vingtaine d'arrêts inédits. Le Forum des droits sur l'internet a publié en juin, un dossier intitulé « Les jeux massivement multi-joueurs : du virtuel au réel ». Il aborde la vente de créations virtuelles ou de personnages sur des sites aux enchères en ligne, la conversion de monnaie virtuelle en monnaie réelle, la dépendance et les moyens de lutte, la protection des mineurs ou encore la lutte contre les nouvelles formes de triche.

Ces rapports et dossiers sont disponibles sur le site du Forum :
www.foruminternet.org/publications

La publication de guides pratiques

Le Forum a créé une collection de guides, outils pratiques conçus pour mieux informer le grand public sur les questions de droit et d'usage de l'internet.

Le guide **Achats en ligne : suivez le guide**, destiné aux cyberconsommateurs, a été diffusé en ligne et en version papier à 220 000 exemplaires, encarté dans l'hebdomadaire *Micro Hebdo* daté du 30 novembre. Ce guide, réalisé en partenariat avec l'Unaf, la Fevad et Chronopost, a reçu le soutien des pouvoirs publics.

Le guide **Politiquement Web** est un guide pratique destiné à l'internaute citoyen. Il vise à sensibiliser celui-ci aux droits et libertés qui sont les siennes dans l'action politique en ligne. Il a été publié en décembre sur les sites du Forum et est largement diffusé par les acteurs publics et privés (Microsoft, Yahoo...)

Les événements

Le Forum a organisé en 2006 de nombreux événements, notamment :

- Une Rencontre-débat sur les jeux vidéo massivement multi-joueurs, «MMOG : du virtuel au réel» le 10 juin en partenariat avec la FNAC.
- Des «matinées d'information juridique» réservées aux membres sur :
 - «Liens sponsorisés : nouvelles pratiques et jurisprudence récente», le 21 mars ;
 - «La conservation des données de connexion et le régime applicable», le 30 mai ;
 - «Droit d'auteur : changements et perspectives après la promulgation de la loi», le 21 septembre.

La médiation

Lancé en septembre 2004 auprès du grand public, le service de médiation¹ du Forum a poursuivi son développement au cours de l'année 2006. Il a pu ainsi démontrer qu'une résolution en ligne des différends constituait un mode pratique et efficace de règlement extrajudiciaire des conflits dans le secteur des échanges électroniques. Il apporte un outil supplémentaire au grand public dans la sécurisation de ses pratiques.

Quelques chiffres...

L'année 2006 aura été pour le service de médiation du Forum des droits sur l'internet une année de grande activité : près de 5 500 demandes lui ont été adressées, soit une augmentation d'un peu plus de 30 % par rapport à l'année 2005.

Le taux de résolution des différends reste identique à celui qu'il était en 2005, à savoir 89 %.

1. Pour plus de détails sur le service de médiation, voir troisième partie.

La notification du service

En juillet 2006, le service a été notifié par les pouvoirs publics français aux autorités communautaires comme point de contact pour les différends transnationaux. Cette notification, aux côtés d'une dizaine d'autres médiateurs comme le Médiateur de la République, de La Poste, d'EDF, de GDF..., constitue une reconnaissance officielle du service et de son rôle dans les échanges intercommunautaires.

L'élargissement de son champ de compétence

L'AFNIC (Association française pour le nommage internet en coopération) a sollicité le Forum pour que son service de médiation soit intégré officiellement dans sa liste des PARL (Procédures alternatives de règlement des différends). Ainsi, depuis juin 2006, le Forum assure le règlement des litiges concernant le .fr et impliquant au moins un particulier.

L'observation des pratiques en ligne

Le service de médiation recueille les demandes des internautes confrontés à une difficulté dans leurs relations commerciales ou non commerciales.

Concernant les relations entre particuliers et entreprises, le service s'appuie sur un réseau de correspondants et, tout en respectant un principe strict de confidentialité sur les dossiers qu'il est amené à connaître, il peut formuler des suggestions aux entreprises pour améliorer les échanges sur le Net et générer de la confiance. Ses remarques alimentent également les groupes de travail du Forum et permettent, le cas échéant, de formuler des propositions à l'égard des acteurs ou des pouvoirs publics.

Enfin, par les liens qu'il a tissés, le service démontre qu'il est complémentaire des autres modes d'intervention opérés dans ce secteur, à la fois par les associations de consommateurs et les autorités judiciaires.

La coopération internationale

Cette année, la mission de coopération internationale du Forum s'est principalement réalisée dans le cadre du réseau EICN (European Internet Coregulation Network).

Le Forum a constitué, fin 2003, un Réseau européen de corégulation de l'internet (European Internet coregulation Network), regroupant des organismes de sept pays européens, structures publiques ou privées qui pratiquent ou promeuvent une approche multi-acteurs sur les questions liées à l'internet (www.internet-coregulation.org).

Les travaux en cours à l'EICN

Protection de l'enfance

L'activité de l'EICN en cette année 2006 a été marquée par l'utilisation du rapport publié en juillet 2005 *Protecting minors from exposure to Harmful content on mobile phones* comme pierre angulaire du document de consultation publique de la Commission européenne *Child safety and Mobile phone services*. Ceci témoigne de

l'intérêt des autorités communautaires pour les travaux menés par le réseau EICN sur la question de la protection des mineurs. Ce thème continue d'être à l'ordre du jour des réunions de l'EICN et devrait aboutir, courant 2007, à un texte commun portant sur les systèmes de vérification d'âge.

Gouvernance de l'internet

L'EICN a suivi avec beaucoup d'intérêt les discussions menées dans le cadre du sommet de Tunis de novembre 2005; il a contribué au groupe de travail sur la gouvernance de l'internet (WGIG) présidé par Marcus Kummer². La définition de la gouvernance de l'internet qui a été retenue à l'issue du sommet fait écho aux notions de corégulation et de démarche multiacteur défendues par le Forum depuis 2001 et reprend les propositions que le Réseau européen de corégulation avait faites au groupe de travail de Marcus Kummer en février 2006.

Extraits de l'agenda de Tunis adopté à l'unanimité le 18 novembre 2005.

...

34 : A working definition of Internet governance is the development and application by governments, the private sector and civil society, in their respective roles, of shared principles, norms, rules, decision-making procedures, and programmes that shape the evolution and use of the Internet.

L'EICN a, à travers ses différents membres, participé à la première réunion de l'IGF (Internet Governance Forum) à Athènes en novembre; il s'intéressera tout particulièrement aux travaux des différentes «dynamic coalitions» mises en place à cette occasion.

Par ailleurs, le Réseau européen de corégulation de l'internet travaille, en partenariat avec l'OSCE (Organization for Security and Cooperation in Europe), à la mise en place d'un groupe d'experts en vue d'une publication commune, début 2007, sur la gouvernance et la liberté d'expression sur internet.

Fonctionnement du réseau EICN

Le réseau a intégré de nouveaux membres au cours de l'année et devrait continuer son élargissement à de nouveaux pays en 2007.

2. Voir quatrième partie du rapport.

Annexes

La composition du Conseil d'orientation

Collège des acteurs économiques

CDC (Caisse des dépôts et consignations), représentée par Serge BERGAMELLI

FEVAD (Fédération des entreprises de vente à distance), représentée par Marc LOLLIVIER

UDA (Union des annonceurs), représentée par Christine REICHENBACH

Yahoo! France, représenté par Christophe PARCOT

Collège des utilisateurs

AEC (Aquitaine Europe Communication), représenté par Marcel DESVERGNE

APRIL (Association pour la promotion et la recherche en informatique libre), représentée par Christophe ESPERN

ORGECO (Organisation générale des consommateurs), représentée par Elyane ZARINE

UNAF (Union nationale des associations familiales), représentée par Jean-Pierre QUIGNAUX

Personnalités qualifiées

Jean-François ABRAMATIC, ancien président du W3C (World Wide Web Consortium)

Pierre SIRINELLI, professeur de droit

Daniel KAPLAN, consultant

Isabelle FALQUE-PIERROTIN, membre du Conseil d'État, présidente du Conseil d'orientation

Observateurs

Direction du développement des médias (DDM), service du Premier ministre

Direction générale des entreprises, ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie

Le Conseil d'orientation est investi des pouvoirs les plus étendus pour diriger, gérer et administrer l'association sous réserve de ceux statutairement reconnus au Conseil de surveillance et à l'assemblée générale. Il valide les Recommandations du Forum avant publication.

La composition du Conseil de surveillance

Personnalités qualifiées

François TERRÉ, professeur de droit, président du Conseil de surveillance

Collège des acteurs économiques

Institut national de l'audiovisuel (INA), représentée par Olivier LOMBARDIE

Collège des utilisateurs

Bibliothèque nationale de France (BNF) représenté par Agnès SAAL

L'équipe du Forum des droits sur l'internet

L'équipe du Forum des droits sur l'internet est composée de la manière suivante :

- Déléguée générale : Isabelle FALQUE-PIERROTIN
- Secrétaire générale : Marie-Françoise LE TALLEC
- Assistante : Sophie OUZEAU
- Communication : Corinne LONGUET (*qui remplace Corinne MULLER*)
- Sites internet (technique et éditorial) : Thibault GROUAS et Émilie DUMÉRAIN
- Concertation :
 - propriété littéraire et artistique, e-government : Stéphane GRÉGOIRE
 - libertés individuelles et cybercriminalité : Laurent BAUP (*qui remplace Matthieu LERONDEAU*)
 - commerce électronique, relations du travail : David MELISON (*qui remplace Benoit TABAKA*)
- Service de médiation : Marie-Françoise LE TALLEC (responsable) assistée de Laure BAËTÉ, Claire-Isabelle VOILIN et Céline BOYER
- EICN (réseau européen) : Laurent BAUP

Le conseiller juridique du Forum des droits sur l'internet est Hervé CASSAGNABÈRE, auditeur du Conseil d'État.

Les adhérents du Forum des droits sur l'internet (novembre 2006)

Collège des acteurs économiques	Collège des utilisateurs
<p>* Professions juridiques : Juritel Cabinet Latournerie Wolfrom et Associés Mouvement Jeune Notariat Cabinet Cyril Rojinsky</p>	<p>* Associations : Association pour le développement de l'informatique juridique (ADIJ) Association des professionnels de l'information et de la documentation (ADBS) Aquitaine Europe Communication (AEC) Association française de droit de l'informatique et de la télécommunication (AFDIT) Association française pour le nommage internet en coopération (AFNIC) Association internationale des jeunes professionnels de la communication (AIJPC) Association pour la promotion et la recherche en informatique libre (APRIL) Club du e-public CréaTIF Fondation internet nouvelle génération (FING) Free Software Foundation France (FSF) JeuxOnLine Internet SOCIety France (ISOC) Observatoire des usages de l'internet (OUI)</p>
<p>* Secteur bancaire : Caisse des dépôts et consignations Cofidis SA Fédération bancaire française Société Générale</p>	<p>* Associations de consommateurs : Organisation générale des consommateurs (ORGECO) Union nationale des associations familiales (UNAF)</p>
<p>* Commerce électronique : eBay Fédération des entreprises de vente à distance (FEVAD) PayPal France SAS PriceMinister</p>	<p>* Collectivités territoriales : Artesi Villes-Internet</p>
	<p>* Droits de l'homme et libertés : Action Innocence Conseil représentatif des institutions juives de France (CRIF) Mouvement contre le racisme et pour l'amitié entre les peuples (MRAP)</p>

*** Industrie hi-tech/internet :**

Association des fournisseurs d'accès (AFA)
Association française des opérateurs mobiles (AFOM)
APROGED
Ceurity.com
Certeurope
Cirès
Fédération nationale des tiers de confiance (FNCTC)
Fédération nationale de l'information d'entreprises et de la gestion de créances (FIGEC)
France Télécom
Google France
Groupement interprofessionnel de promotion des systèmes d'information médico-sociale (GIPSIM)
La Poste
LeGuide.com
Microsoft
Néoxia
Omniklès
Orange France
Syndicat de l'industrie des technologies de l'information (SFIB)
Syndicat professionnel des médias de télécommunications (SPMT)
Yahoo! France

*** Culture, enseignement et recherche :**

Association du DESS en droit du multimédia et de l'informatique (ADMI)
Bibliothèque nationale de France (BNF)
Centre national de la recherche scientifique (CNRS)
Institut de recherches et prospectives postales (IREPP)
Société française des sciences de l'information et de la communication (SFSIC)
WikiMédia

*** Presse/média/culture :**

Agence civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens interprètes (ADAMI)
Bureau de vérification de la publicité (BVP)
France 5
Institut national de l'audiovisuel (INA)
Société des auteurs et compositeurs dramatiques (SACD)
Société des auteurs compositeurs éditeurs de musique (SACEM)
Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs (SELL)
Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP)
Union des annonceurs (UDA)
Vivendi Universal

Le barème des cotisations 2006

Type de structure	Cotisation 1	Cotisation 2	Cotisation 3	Cotisation 4
Personnes morales CA ou budget > 150 millions d'euros				16 000 €
Personnes morales CA ou budget > 30 millions d'euros			8 000 €	
Personnes morales CA ou budget > 200 000 euros		1 000 €		
Personnes morales CA ou budget < 200 000 euros	100 €			

Les cotisations sont dues par tous les membres. Elles sont annuelles.

Elles sont forfaitaires, basées sur le chiffre d'affaires ou le budget de la structure adhérente. Elles sont payées en début d'année ou lors de l'adhésion en une seule fois et calculées sur le montant du budget/chiffre d'affaires prévisionnel de l'année en cours.

Les enjeux de droit et de société en 2006

L'internet désormais entré dans l'âge adulte, les évolutions du cadre légal et de la jurisprudence se sont poursuivies tout au long de l'année 2006. Elles ont accompagné le développement du web participatif et se sont principalement orchestrées autour d'une volonté de sécurisation des usages du grand public et de responsabilisation croissante des acteurs.

Trois sujets font figure de fil rouge de l'année juridique :

- **le droit d'auteur et les droits voisins**, tout d'abord, sujet qui a été âprement discuté aussi bien au Parlement que sur l'internet et qui a donné lieu à une décision du Conseil constitutionnel;
- **la protection de l'enfance et de la famille** a également été une priorité, au travers d'une politique publique favorable aux logiciels de contrôle parental, cette thématique se poursuivant au travers de certaines dispositions du projet de loi sur la prévention de la délinquance examiné en fin d'année par l'Assemblée nationale;
- enfin, le développement très important du **commerce électronique** donne lieu à de multiples ajustements techniques mais aussi à des réflexions plus générales d'harmonisation au niveau communautaire.

Dénominateur commun à l'ensemble des échanges sur internet, le renforcement de la lutte contre la cybercriminalité et le terrorisme, au plan national comme international, a conduit à associer plus étroitement les intermédiaires techniques à cette lutte.

Au plan international, l'année est peu fertile en grandes innovations textuelles mais a néanmoins donné lieu à d'importants travaux sur la gouvernance de l'internet.

Faisant suite au sommet du WSIS de Tunis de 2005, la réunion d'Athènes (IGF) qui s'est tenue en fin d'année 2006 a lancé un processus ouvert de discussion sur l'ensemble des sujets de la société de l'information entre l'ensemble des parties prenantes.

Certains sujets plus ponctuels ont enfin fait l'objet de discussions internationales approfondies : le spam, notamment, dans le cadre de l'OCDE.

Propriété intellectuelle

La loi du 1^{er} août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information

À la fin de l'année 2005, le Parlement avait débuté l'examen du projet de loi relatif au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information. Cet examen s'est poursuivi tout au long du premier semestre 2006 pour aboutir au vote de la loi, le 30 juin 2006.

La loi sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information a donné lieu à l'un des débats les plus passionnés de la législature. Appelé à se prononcer sur le texte, le Conseil constitutionnel est venu censurer l'une des dispositions phares de la loi dans une décision du 27 juillet 2006. La loi a été promulguée le 1^{er} août et publiée au *Journal officiel* le 3 août sous le numéro 2006-961.

Si l'examen de cette loi a été fortement médiatisé, il est également apparu comme porteur d'une dimension inédite dans le rapport des citoyens et du grand public au travail parlementaire. Pour la première fois, une partie du grand public s'est organisée pour défendre des intérêts culturels mais aussi techniques et économiques. Au travers d'une initiative associative (EUCD. info), plusieurs dizaines de milliers de personnes se sont retrouvées autour d'un projet commun dont le centre de gravité était le logiciel libre et les mesures techniques de protection.

Dans le même temps, le projet de loi a conduit au regroupement d'intérêts de certaines sociétés de gestion collective d'auteur et d'artistes interprètes avec ceux des consommateurs. Au sein d'une association «Alliance Public Artistes» s'est développée l'idée que la réponse aux échanges «pair à pair» ne devait pas être uniquement judiciaire mais qu'au contraire, elle nécessitait une prise en compte de la réalité de ces échanges. Les membres de l'Alliance ont donc défendu, avant et durant le débat parlementaire, l'idée d'un système de rémunération des échanges pair à pair reposant sur une autorisation de ces échanges en contrepartie d'une somme forfaitaire mensuelle. Présentée sous l'appellation de «licence globale optionnelle» (LGO), cette solution devait emporter avec elle une solution aux échanges pair à pair et offrir aux artistes une rémunération suffisante. Combattue par la majorité des milieux économiques et des sociétés de gestion collective des auteurs et des producteurs, la licence globale optionnelle a néanmoins été défendue par des parlementaires appartenant à la majorité comme à l'opposition. Deux des amendements portés par les défenseurs de ce dispositif furent d'ailleurs adoptés à la fin du mois de décembre lors d'une séance de nuit, créant la stupéfaction et l'espoir des porteurs de la LGO. Cet épisode, très largement commenté dans la presse nationale comme sur internet, conduisit le gouvernement à suspendre les travaux et à reporter l'examen du texte. Repris en mars 2006 et après divers incidents de procédure, celui-ci se traduisit par le rejet de l'article 1^{er} de la loi, qui comportait les éléments relatifs à la LGO, et à l'adoption d'un nouvel article 1^{er} sans qu'y figurent les éléments de la LGO.

La loi dite «DADVSI» procède à la transposition de la directive communautaire n° 2001/29/CE du 22 mai 2001 dont l'objet était d'adopter un cadre commun de réglementation du droit d'auteur et des droits voisins dans les pays de l'Union européenne en considération des évolutions technologiques liées à la société de l'information. La transposition de la directive 2001/29 doit permettre à l'Union européenne de ratifier les deux traités de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) du 20 décembre 1996. La directive aurait dû faire l'objet d'une transposition à la fin de l'année 2002, la France s'étant vu notifier un avis motivé de carence de la part de la Commission européenne en 2005, ce qui justifia la déclaration d'urgence sur le texte, en 2005.

La loi sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information comporte cinq titres.

Le premier a trait à la transposition de la directive du 22 mai 2001 ; le second concerne le droit d'auteur des agents de l'État et des collectivités territoriales ; le troisième concerne les sociétés de gestion collective et prévoit des mesures d'incitation fiscale à la numérisation des catalogues de producteurs de phonogrammes ; le titre quatre est relatif au dépôt légal ; le titre cinq emporte diverses dispositions dont une transposition de la directive 92/84/CE relative au droit de suite.

Le titre premier a fait l'objet de toutes les attentions. Il comporte un train de mesures au nombre desquelles figurent de nouvelles exceptions, la reconnaissance et la protection des mesures techniques, l'interopérabilité mais aussi des mesures destinées à lutter ou à prévenir la contrefaçon.

Les exceptions, très attendues par leurs bénéficiaires, concernent notamment l'éducation, les personnes handicapées, la finalité d'information, la reproduction provisoire. Toutes les exceptions sont désormais soumises au test dit « en trois étapes » qui prévoit qu'elles ne peuvent porter atteinte à l'exploitation normale de l'objet protégé ni causer un préjudice injustifié aux intérêts légitimes des titulaires de droits.

Mesures techniques

La reconnaissance et la protection des mesures techniques ont donné lieu à d'importants débats parlementaires. Le texte initial du projet de loi a été modifié et le régime de sanction en cas de contournement ou de suppression des mesures techniques comporte désormais trois niveaux infractionnels. Il est prévu selon les cas : un délit puni de peine d'emprisonnement, un délit puni d'une simple amende ou une contravention. Sur ce dernier point, un décret devait intervenir à la fin de l'année 2006 pour préciser les contours de l'infraction et le quantum de la peine. Les mesures techniques ne peuvent cependant pas faire obstacle à l'interopérabilité ou s'opposer au libre usage de l'œuvre dans la limite des droits reconnus par le Code de la propriété intellectuelle ou aux titulaires de droits.

Interopérabilité

L'interopérabilité est une des nouveautés importantes apportées par le débat parlementaire : poussée par les associations de consommateurs et les internautes, cette notion a suscité beaucoup de controverses pour finalement faire l'objet d'une reconnaissance par le texte.

Les débats ont porté sur le principe même de l'interopérabilité mais aussi sur les moyens d'en assurer la réalité. Sur ce dernier point, les députés adoptèrent un régime extrêmement libéral et favorable au public comme aux développeurs puisqu'il permettait à quiconque ayant un intérêt d'obtenir, par le président du tribunal de grande instance, communication des informations essentielles à l'interopérabilité. Réformé par les sénateurs, après que de nombreuses autres options furent envisagées, le système de compromis retenu garantit l'interopérabilité au travers d'une Autorité administrative (ARMT) mais limite la saisine de celle-ci aux professionnels.

L'ARMT (Autorité de régulation des mesures techniques) peut, soit enregistrer des accords mettant fin aux pratiques contraires à l'interopérabilité, soit prononcer des décisions motivées de rejet d'une demande ou enjoignant à une partie de communiquer les informations essentielles à l'interopérabilité. L'ARMT dispose d'un pouvoir de sanction.

L'ARMT est également compétente pour assurer le bénéfice effectif des exceptions de copie privée, d'enseignement et de celle au bénéfice des personnes handicapées à compter du 1^{er} janvier 2009. La saisine de l'Autorité est ouverte à tout bénéficiaire des exceptions mentionnées ou à l'association le représentant. L'Autorité suscite une solution de conciliation et, à défaut, peut prendre une décision. Elle fixe par ailleurs, pour l'exception de copie privée, le nombre minimal de copies pouvant être réalisé selon les œuvres, les modes de communication et les possibilités offertes par les mesures techniques.

Un décret devait intervenir en décembre 2006 pour préciser les conditions d'organisation et de fonctionnement de l'ARMT.

Responsabilité des éditeurs de logiciels de «peer to peer»

Dans la ligne des travaux entrepris au sein du Conseil supérieur de la propriété littéraire et artistique et à la suite des affaires Grokster (Cour suprême des États-Unis d'Amérique, 27 juin 2005) et Kazaa (Cour suprême australienne, 5 septembre 2005) un dispositif spécial de responsabilité des éditeurs de logiciels de pair à pair est mis place par la loi du 1^{er} août 2006. L'amendement issu des travaux du CSPLA visant à responsabiliser les éditeurs de logiciels d'échange fut qualifié de « machine de guerre contre le logiciel libre » par les députés de l'opposition, dénoncé par les groupes de défense du logiciel libre mais aussi par une partie des fournisseurs d'accès qui craignaient de voir poindre un filtrage de l'internet. Au final, le dispositif retenu par le Parlement se compose d'un volet pénal et d'un volet civil. Au titre de la responsabilité pénale, le fait d'éditer ou de mettre, sciemment, à la disposition du public un logiciel manifestement destiné à la mise à disposition du public non autorisée d'œuvres ou d'objets protégés et le fait d'inciter à l'utilisation de tels logiciels est sanctionné de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 euros d'amende. Au titre du volet civil, il peut être ordonné par le président du tribunal de grande instance, en référé, toute mesure nécessaire à la protection d'un droit de propriété littéraire et artistique conforme à l'état de l'art. Ces mesures visent à mettre fin à l'utilisation à des fins illicites d'un logiciel principalement utilisé pour la mise à disposition non autorisée d'œuvres ou d'objets protégés. Les mesures ne doivent cependant pas dénaturer les caractéristiques essentielles ou la destination initiale dudit logiciel.

Prévention de la contrefaçon

Enfin, la loi prévoit un dispositif de sensibilisation et de prévention de la contrefaçon commise par internet. Les fournisseurs d'accès à internet doivent ainsi adresser, à leurs frais, à leurs abonnés des messages de sensibilisation aux dangers du téléchargement et des mises à disposition illicites pour la création artistique. Par ailleurs, il est prévu que le titulaire d'un accès à des services de communication au public en ligne doit veiller à ce que cet accès ne soit pas utilisé à des fins de reproduction ou de représentation d'œuvres de l'esprit sans l'autorisation des titulaires de droits. Pour ce faire, le titulaire de l'accès doit mettre en œuvre les moyens de sécurisation qui lui sont proposés par le fournisseur de cet accès.

Les autres dispositions de la loi sur le droit d'auteur et les droits voisins ne visent pas spécifiquement l'internet mais l'une d'elle participe au développement de l'offre

de musique en ligne. Il est ainsi prévu d'accorder un crédit d'impôt aux entreprises de production phonographique pour la numérisation des productions des nouveaux talents.

La décision du Conseil constitutionnel du 27 juillet 2006

Le 27 juillet 2006 par une décision n° 2006-540, le Conseil constitutionnel s'est prononcé sur la loi relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information.

Sur trois points, le Conseil est venu censurer le texte et déclarer inconstitutionnelles les dispositions du texte ; il a bouleversé l'économie du texte en modifiant les fragiles équilibres auxquels les parlementaires et le gouvernement avaient abouti.

Tout d'abord, appelé à se prononcer sur l'article 21 de la loi au double motif de l'absence de clarté et d'intelligibilité de la loi et de l'absence de précision sur la cause d'exonération de la responsabilité pénale liée à l'absence de définition des éléments visés par le texte, le Conseil a estimé que le dernier alinéa de l'article 21 était contraire à la Constitution. La disposition visait à dégager de toute responsabilité pénale les éditeurs de « logiciels destinés au travail collaboratif » ou ceux destinés à « la recherche ou à l'échange de fichiers ou d'objets non soumis à la rémunération du droit d'auteur ». L'inconstitutionnalité résulte de l'imprécision des termes de « travail collaboratif » mais aussi, d'une rupture du principe d'égalité entre les créateurs dont certains se trouveraient privés de la protection pénale instituée par les deux précédents alinéas de l'article.

Le second point ayant donné lieu à une censure du Conseil constitutionnel concerne l'exonération de responsabilité pour certains actes qui portent atteinte aux mesures techniques. Les articles 22 et 23 prévoyaient en effet dans leurs dispositifs une telle exonération à la fois pour l'interopérabilité et pour la finalité de recherche. Les requérants reprochaient au législateur d'avoir méconnu le principe de légalité des délits et des peines en ne définissant pas la notion d'interopérabilité, élément participant à la définition de l'infraction. Le Conseil prenant acte du caractère imprécis de la notion d'interopérabilité a jugé le terme non conforme à la Constitution. Seule la recherche, interprétée comme visant la recherche en cryptographie (pour les seuls cas visés par la loi), et la sécurité informatique sont des causes d'exonération de responsabilité pénale en cas d'atteinte aux mesures techniques.

Enfin, le Conseil a entièrement écarté le nouveau régime de sanction lié à l'utilisation des logiciels d'échange pair à pair introduit par l'article 24. Cet article prévoyait un mécanisme de sanction contraventionnelle pour les actes dits de téléchargement, par les particuliers. Le mécanisme visait à réduire les peines encourues par les utilisateurs de logiciels d'échange pair à pair en retenant deux infractions différentes. La première infraction, jugée la moins grave, visait à sanctionner le comportement consistant à utiliser un logiciel d'échange pour reproduire une œuvre ou un objet protégé. Le second, jugé plus grave, consistait à l'aide de ce même logiciel à communiquer au public les œuvres ou objets protégés obtenus par la commission de la première infraction et ceci, de façon automatique et accessoire. Le juge constitutionnel a retenu que la loi – contestée sur le terrain de l'égalité devant la loi pénale – ne saurait punir de peines différentes des atteintes au droit d'auteur et aux droits voisins selon

qu'elles seraient commises au moyen d'un logiciel d'échange pair à pair ou par tout autre moyen de communication par voie électronique.

Ce dispositif ainsi censuré par le Conseil constitutionnel constituait certainement le point central de la loi en réponse à la lancinante question du «*peer to peer*». Présenté comme une mesure de clémence pénale, bien que cette opinion ait été contestée, l'article 24 devait offrir une alternative aux lourdes peines prévues pour la contrefaçon qui ne distinguent pas selon la finalité et l'auteur du délit. Le système retenu par le législateur faisait en effet figure d'héritier du mécanisme de réponse graduée qui avait été initialement présenté.

Aucun traitement différencié du «*peer to peer*» n'étant désormais prévu par la loi pénale, les tribunaux appliqueront les peines de la contrefaçon aux utilisateurs de logiciels d'échange qui seront poursuivis.

Le «*peer-to-peer*» et les questions connexes

Tout au long de l'année 2006 et en contrepoint des travaux parlementaires sur la loi sur le droit d'auteur, des décisions au fond ont été rendues par les juridictions civiles et pénales concernant les utilisateurs des réseaux d'échange pair à pair (P2P). Dans le même temps, la Cour de cassation est venue, au travers de deux décisions très remarquées, préciser les contours de la copie privée. Par ailleurs, la chambre correctionnelle du tribunal de grande instance de Paris écartait la complicité de contrefaçon pour les sociétés dont les annonces publicitaires figuraient sur des sites torrents proposant des liens permettant le téléchargement du film «*Les choristes*».

Dans la grande majorité des affaires, la condamnation des utilisateurs de réseaux P2P se solde par une amende, éventuellement assortie de sursis. Ainsi, l'icône des «*P2Pistes*», Anne-Sophie, qui avait, en 2004, fait la couverture d'un magazine, est condamnée à 1 200 euros d'amende avec sursis et à 2 225 euros de dommages intérêts pour les quelque 1 600 titres contrefaits. Dans quelques affaires, des peines d'emprisonnement ont pu être prononcées mais elles sont souvent liées à des faits délictuels autres que la contrefaçon. L'indemnisation des victimes conduit à allouer de façon variable des dédommagements compris entre 30 centimes et 2 euros par titre.

Ce sont essentiellement les arrêts de la Cour de cassation qui ont durant l'année suscité le plus de commentaires. Le premier était lié à la faculté de copie privée et aux mesures techniques de protection; le second, à l'origine de la copie.

L'affaire «*Mulholland Drive*»

Tout d'abord, l'affaire dite «*Mulholland Drive*» a connu son dénouement par un arrêt du 28 février 2006 (Cass. 1^{re} civ., 28 février 2006, *Stés Studio Canal, Universal Pictures Vidéo Fr, SEV c/ Stéphane X et UFC Que-Choisir*). Jugée successivement par le tribunal de grande instance de Paris le 30 avril 2004 et la cour d'appel de Paris le 22 avril 2005, ce dossier met en cause les positions antagonistes d'un consommateur et d'une association de défense des intérêts des consommateurs à celles d'un syndicat professionnel et de plusieurs sociétés assurant la production, l'édition et la diffusion d'œuvres cinématographiques. Un particulier qui souhaitait effectuer une copie du film *Mulholland Drive*, pour son usage dans le cercle de sa proche famille,

s'était plaint de ne pas y être parvenu en raison de la présence d'un dispositif technique de protection présent sur le DVD qu'il avait acquis. Au visa de la loi française au travers des articles L. 122-5 et L. 211-3 du Code de la propriété intellectuelle, interprétée à la lumière de la directive européenne du 22 mai 2001 et de l'article 9.2 de la convention de Berne, la Cour de cassation met pour la première fois en œuvre le test en trois étapes et décide « *que l'exception de copie privée [...] ne peut faire obstacle à l'insertion dans les supports [...] de mesures techniques de protection destinées à empêcher la copie, lorsque celle-ci aurait pour effet de porter atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre* ».

Selon la Cour, l'appréciation de l'atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre, qui permet d'écarter l'exception de copie privée dans le cadre de l'application du test en trois étapes, doit se faire au regard de deux éléments : les risques « *pour la sauvegarde des droits d'auteurs* » liés à la réalisation d'une copie dans « *le contexte de l'environnement numérique* » mais aussi la dimension « *économique* » de l'atteinte, au travers de la nécessité de préserver l'exploitation sous forme de DVD, qui contribue grandement à « *l'amortissement des coûts de production cinématographique* ». Par cette décision, la Cour de cassation vient donc conforter les demandeurs qui avaient adjoint au DVD porteur de l'œuvre une mesure technique neutralisant la possibilité d'une copie de l'œuvre fixée sur le support DVD.

Licéité de la source et copie privée

Dans une autre affaire, la Cour de cassation (ch. crim.) a été appelée à statuer sur la décision prononcée en appel par la Cour de Montpellier sur un litige opposant un utilisateur de réseau de P2P à de nombreuses sociétés de cinéma. Très attendue, cette décision n'apporte pas de solution à la question de l'origine des fichiers copiés. Relaxé en appel, le prévenu avait bénéficié du fait que la cour d'appel avait circonscrit le débat à la seule nature des communications réalisées au moyen des copies et à la circulation de la copie dans la sphère privée. La Cour de cassation a cassé l'arrêt au visa de l'article 593 du Code de procédure pénale, estimant que la cour d'appel n'avait pas justifié sa décision en ne s'expliquant pas « *sur les circonstances dans lesquelles les œuvres avaient été mises à disposition du prévenu* » et en ne répondant pas « *aux conclusions des parties civiles qui faisaient valoir que l'exception de copie privée prévue par l'article L. 122-5, 2°, du Code de la propriété intellectuelle, en ce qu'elle constitue une dérogation au monopole de l'auteur sur son œuvre, suppose, pour pouvoir être retenue, que sa source soit licite et nécessairement exempte de toute atteinte aux prérogatives des titulaires de droits sur l'œuvre concernée* ».

Les juges de la Cour d'appel d'Aix-en-Provence, cour de renvoi, devront donc s'expliquer sur l'origine des fichiers ayant permis la réalisation des copies et répondre à la partie civile qui entendait voir écarter l'exception de copie privée à défaut d'accès licite à la source. Cette même question a par ailleurs donné lieu à une réponse en première instance par le tribunal de Saint-Quentin le 10 janvier 2006 qui a estimé alors que « *l'origine des œuvres reproduites par lui est suffisante en elle-même pour écarter toute exception fondée sur le droit à la copie privée, la reproduction d'un acte illicite ne correspondant pas à la définition légale de la copie privée* ».

L'affaire « Les Choristes »

Enfin, le Tribunal de grande instance de Paris, jugeant en formation correctionnelle le 21 juin 2006 dans une affaire « Les Choristes », a relaxé du chef de complicité de contrefaçon plusieurs grands annonceurs dont des publicités avaient été publiées sur des sites « torrents ». Ces sites proposaient en effet des liens vers des fichiers torrents permettant aux utilisateurs de réseaux P2P de télécharger des œuvres dont le film *Les Choristes*, pour lequel producteur et réalisateur s'étaient portés parties civiles. Après avoir constaté l'existence du délit de contrefaçon imputable à des internautes non identifiés, le tribunal a considéré que rien ne permettait d'établir la preuve de l'intention coupable des annonceurs.

Cette affaire marque la première action engagée pour complicité contre des annonceurs ; elle visait à priver de leurs ressources publicitaires les « sites de peer to peer ».

La rémunération pour copie privée

Au niveau européen, la question de la copie privée, et spécialement celle de sa compensation, a également fait l'objet de débats.

Le commissaire Mac Greevy estime en effet que les rémunérations pour copie privée assises sur le prix des matériels constituent des entraves au bon fonctionnement du marché et perdent de leur intérêt du fait de l'apparition des mesures techniques de protection qui permettent de contrôler les facultés de copie.

Cette question de l'indemnisation de la copie privée par le recours à une rémunération prélevée sur les supports oppose donc les créateurs et les titulaires de droits aux industriels fabricant les matériels assujettis à la perception. Réunis les uns et les autres au sein de divers groupes, ces intérêts s'affrontent à Bruxelles. Alors que le président de la Commission paraissait devoir, par la voie d'une recommandation, sceller le sort de la copie privée lors de la réunion de l'exécutif européen de la fin d'année 2006, les inquiétudes et les soutiens manifestés au plus haut niveau l'ont conduit à repousser la question *sine die*. Cette solution, qui satisfait provisoirement les intérêts des créateurs et de leurs ayants droit, ne manquera pas de susciter des réactions durant l'année 2007 et, notamment, des actions pour entrave à la libre circulation des biens.

Protection de l'enfance

L'année 2006 aura été particulièrement riche sur le plan de la protection des mineurs. Entre nouvelles mesures législatives et actions de sensibilisation, l'internet continue son travail d'adaptation aux besoins créés par les usages des mineurs.

Un droit en mouvement

Deux textes sont venus, en 2006, préciser le cadre juridique de la protection de l'enfance sur le réseau : la loi du 4 avril 2006 sur les violences au sein du couple ou commises contre les mineurs, et le décret du 23 mai 2006 faisant entrer en vigueur la Convention sur la cybercriminalité, signée par la France le 23 novembre 2001. Un

troisième texte important est encore à l'étude au Sénat en seconde lecture mais a été à l'origine de nombreuses discussions durant l'année écoulée; il s'agit du projet de loi dit «prévention de la délinquance».

La loi n° 2006-399 du 4 avril 2006

L'article 16 de la loi n° 2006-399 du 4 avril 2006 transpose en droit français la décision-cadre du Conseil de l'Union européenne du 23 décembre 2003 relative à la lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants et la pédopornographie. L'article 227-23 du Code pénal a connu ainsi quelques modifications du fait de cette loi.

La décision-cadre du Conseil de l'Union européenne du 23 décembre 2003 relative à la lutte contre l'exploitation sexuelle des enfants et la pédopornographie poursuivait deux objectifs :

- réduire les disparités de législations entre les États membres;
- contribuer au développement d'une coopération judiciaire et policière efficace contre l'exploitation sexuelle des enfants et la pédopornographie.

Elle relevait que *«la pédopornographie, forme particulièrement grave d'exploitation sexuelle des enfants, prend de l'ampleur et se propage par le biais de l'utilisation des nouvelles technologies et d'internet»*.

L'article 3 de cette décision-cadre prévoit donc quatre infractions pour lesquelles les États membres doivent prendre des sanctions :

- la production de contenus à caractère pédopornographique;
- la distribution, la diffusion ou la transmission de contenus pédopornographiques;
- le fait d'offrir ou de rendre disponibles des contenus pédopornographiques;
- l'acquisition ou la détention de contenus pédopornographiques.

Elle requiert que des peines privatives de liberté d'un à trois ans soient prévues à l'encontre des personnes qui produisent, distribuent, diffusent, transmettent, acquièrent et détiennent du matériel pédopornographique.

L'article 16 de la loi du 4 avril 2006, en modifiant certaines dispositions du Code pénal et du Code de procédure pénale, reprend les orientations communautaires susmentionnées.

Ainsi, la répression de certaines infractions de l'article 227-23 a été aggravée et précisée :

- la peine encourue pour le fait, en vue de sa diffusion, de fixer, d'enregistrer ou de transmettre l'image ou la représentation du mineur lorsque cette image ou cette représentation présente un caractère pornographique est portée de trois à cinq ans d'emprisonnement et de 45 000 à 75 000 euros d'amende;
- l'incrimination couvre non seulement le fait d'offrir ou de diffuser une telle image ou représentation, par quelque moyen que ce soit, de l'importer ou de l'exporter, de la faire importer ou de la faire exporter, mais aussi de la rendre disponible. La mise à disposition de contenus à caractère pédopornographique est désormais sanctionnée par le Code pénal. Ces infractions sont punies de cinq ans d'emprisonnement et de 75 000 euros d'amende;
- les peines sont renforcées en cas de diffusion de l'image ou de la représentation du mineur à destination d'un public non déterminé par le biais d'un réseau de

télécommunications. Elles passent de cinq à sept ans d'emprisonnement et de 75 000 à 100 000 euros d'amende ;

- la sanction de la tentative, qui était déjà prévue pour la création de contenus pédopornographiques, l'est également pour la diffusion de tels contenus ;
- la circonstance aggravante de bande organisée s'applique désormais à toutes les infractions prévues par l'article 227-23.

Comme l'avait indiqué le Forum des droits sur l'internet dans sa Recommandation «Les enfants du Net II – Pédopornographie et pédophilie sur l'internet» du 25 janvier 2005, un accompagnement de ces mesures par une politique de sensibilisation et d'information des jeunes utilisateurs de l'internet et des adultes aux risques qui peuvent être associés à certaines pratiques apparaît toujours nécessaire.

La Convention sur la cybercriminalité

La Convention sur la cybercriminalité, signée par la France le 23 novembre 2001, est entrée en vigueur avec l'adoption du décret du 23 mai 2006 ; elle est désormais opposable et invocable par les justiciables français.

La France avait signé la Convention le 23 novembre 2001 puis promulgué la loi du 19 mai 2005 autorisant l'approbation de la Convention sur la cybercriminalité et d'un protocole additionnel à cette convention relatif à l'incrimination d'actes de nature raciste et xénophobe commis par le biais de systèmes informatiques. Un an après cette loi, les décrets n° 2006-580 et n° 2006-597 du 23 mai 2006, permettant la publication de la Convention et du protocole, ont donc été adoptés.

Cette convention sur la cybercriminalité s'articule autour de trois axes de réglementation :

- harmoniser les législations nationales ;
- adapter les moyens d'enquête et de poursuite au terrain du cyberspace ;
- mettre en place un système de coopération internationale rapide et efficace.

Sur le plan international, 2006 aura vu la ratification de cette convention dans quelques pays, au premier rang desquels se trouvent les États-Unis. Ratifiée le 29 septembre dernier, la Convention entrera en vigueur sur le sol américain le 1^{er} janvier 2007. Cette convention, signée par quarante-trois pays n'a pour l'instant été ratifiée que par dix-huit d'entre eux.

De plus, le protocole additionnel relatif à l'incrimination d'actes de nature raciste et xénophobe commis par le biais de systèmes informatiques, n'a lui été ratifié que dans neuf pays seulement. Il est à noter que, contrairement à la France, les États-Unis n'ont pas souhaité, pour l'instant, ratifier ce protocole conjointement à la convention.

Au-delà des seuls aspects conventionnels, la coopération se traduit par des actions «coups de poing» en matière de lutte contre la pédopornographie. Ainsi, en février 2006, une importante opération de lutte contre la pédopornographie a été lancée simultanément sur le territoire de dix-sept pays d'Europe mais aussi d'Amérique du Sud. Coordonnée par l'Eurojust et l'IberRED pour la partie sud-américaine, cette action simultanée de grande ampleur a permis l'arrestation de plusieurs dizaines de personnes et la saisie de leurs matériels.

Le projet de loi relatif à la prévention de la délinquance

Un projet de loi relatif à la prévention de la délinquance avait été présenté par Nicolas Sarkozy en Conseil des ministres et déposé au Sénat le 28 juin 2006. Adopté par le Sénat en première lecture le 21 septembre 2006, ce projet a été discuté en séance publique par l'Assemblée nationale à partir du 21 novembre 2006 et adopté en première lecture, le 5 décembre 2006.

Certaines des recommandations émises par le Forum des droits sur l'internet dans sa Recommandation « Les enfants du Net II – Pédopornographie et pédophilie sur l'internet » ont été reprises dans le texte du projet de loi.

L'article 17 de ce projet de loi concerne la mise en place de plusieurs dispositifs de protection des mineurs dans l'univers numérique.

L'article 17 porte sur cinq éléments principaux :

- le renforcement de la signalétique de protection des mineurs ;
- la création d'une nouvelle incrimination pénale de « proposition sexuelle à un mineur » ;
- une procédure spéciale de surveillance des réseaux par les forces de l'ordre ;
- le renforcement de la lutte contre les jeux d'argent ;
- la liberté de la presse et les contenus préjudiciables.

1° Le renforcement de la signalétique de protection des mineurs

L'article 17, I, du projet de loi modifie les articles 32 à 39 de la loi du 17 juin 1998 relative à la prévention et à la répression des infractions sexuelles ainsi qu'à la protection des mineurs.

1. La signalétique d'interdiction de vente de produits pornographiques aux mineurs

L'alinéa 1^{er} de l'article 32, tel que modifié par le projet de loi, a pour objectif de renforcer l'application du principe général d'interdiction de mise à disposition de contenus pornographiques aux mineurs, fixé à l'article 227-24 du Code pénal. Une obligation d'apposition d'une mention claire (« *mise à disposition des mineurs interdite* ») sur le support et le conditionnement des produits permettra une meilleure information de l'ensemble des acteurs, notamment des parents. Les produits concernés sont les documents fixés « *par un procédé déchiffrable par voie électronique en mode analogique ou en mode numérique* ». L'article ajoute que « *cette mention emporte interdiction de proposer, donner, louer ou vendre le produit en cause aux mineurs* ».

L'article 34 de la loi de 1998, tel que modifié par le projet de loi, punit d'un an d'emprisonnement et de 30 000 euros d'amende le fait de ne pas respecter les obligations de l'article 32, alinéa 1^{er}. Ces peines sont doublées si des moyens ont été utilisés pour éluder ou tenter d'éluder l'application de cette disposition.

Ce texte semble permettre d'appréhender les contenus accessibles en ligne. Mais l'application sera sans doute délicate puisque, dans le cas d'un site internet par exemple, les termes de « support » et « d'unité de conditionnement » paraissent inadaptés.

2. La classification des produits présentant un risque pour la jeunesse

L'alinéa 2 de l'article 32, tel que modifié par le projet de loi, dispose que « *tout support et unité de conditionnement mentionnés au premier alinéa doivent faire l'objet d'une*

signalétique spécifique au regard du risque qu'ils peuvent présenter pour la jeunesse en raison de la place faite au crime, à la violence, à la discrimination ou à la haine raciales, ou à la provocation à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes à raison de leur sexe, de l'orientation sexuelle ou de leur handicap à l'incitation à l'usage, à la détention ou au trafic de stupéfiants. Cette signalétique, dont les caractéristiques sont fixées par l'autorité administrative, est destinée à en limiter la mise à disposition à certaines catégories de mineurs, en fonction de leur âge».

Si l'on comprend et partage l'objectif de cette signalétique qui doit permettre aux consommateurs et aux vendeurs de repérer les produits présentant un risque pour la jeunesse et d'ajuster leur propre comportement, il conviendra de veiller à ce que ce dispositif s'articule au mieux avec l'existant. Le risque de multiplication des signalétiques est réel et peut s'avérer contre-productif en créant une confusion dans l'esprit du consommateur.

On pense notamment, en matière de jeux vidéo, au système PEGI (*Pan European Game Information*) ou encore à la grille de classification des contenus multimédias mobiles élaborée par le Forum des droits sur l'internet avec l'approbation des différents partenaires, pouvoirs publics, représentants des utilisateurs et des intérêts familiaux, opérateurs et éditeurs de contenus et services³.

En outre, le Forum des droits sur l'internet remarque qu'aucune sanction n'a été prévue en cas de manquement à cette obligation de signalétique.

3. L'autorité chargée de prononcer les interdictions et de fixer les caractéristiques de la signalétique

L'actuel article 32 de la loi de 1998 prévoit que les mesures d'interdiction sont prononcées par une autorité administrative après avis consultatif d'une commission administrative. L'article 33, tel que modifié par le projet de loi, mentionne la seule autorité administrative et supprime donc l'intervention de la commission administrative.

Le projet de loi prévoit en outre que l'autorité administrative fixe les caractéristiques de la signalétique de classification des documents présentant un risque pour la jeunesse.

Compte tenu du caractère sensible et évolutif des questions en cause, il serait souhaitable que ces caractéristiques soient définies, en fonction des supports et des types de documents, après une concertation de l'ensemble des acteurs concernés. Le texte prévoit seulement que cette signalétique prendra en considération «l'âge» des mineurs.

Enfin, nouveauté résultant des débats à l'Assemblée nationale, l'autorité administrative peut interdire la mise à disposition des mineurs de documents à caractère pornographique ou violent, même s'ils respectent les obligations fixées en matière de signalétique.

2° La création d'une nouvelle incrimination pénale de «proposition sexuelle à un mineur»

L'article 17, II, du projet de loi insère dans le Code pénal l'article 227-22-1, créant ainsi une nouvelle infraction pénale. Celui-ci prévoit que «*le fait pour un majeur de*

3. Voir 2^e partie.

faire des propositions sexuelles à un mineur de quinze ans ou à une personne se présentant comme telle en utilisant un moyen de communication électronique est puni de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 euros d'amende». L'alinéa 2 aggrave les peines à cinq ans d'emprisonnement et 75 000 euros d'amende lorsque les propositions ont été suivies d'une rencontre.

Le Forum des droits sur l'internet avait, dans sa Recommandation «Les enfants du Net II», attiré l'attention de l'ensemble des acteurs sur des dispositions analogues adoptées récemment dans certains pays européens. Il insistait sur la nécessité d'organiser un débat approfondi sur l'opportunité de créer une telle infraction en France, contraire aux principes de droit pénal qui interdisent d'incriminer une seule intention.

À ce titre, il serait utile que la seconde lecture du texte puisse préciser davantage certains éléments constitutifs de l'infraction, tels que la notion de « proposition sexuelle », dont les contours sont encore incertains.

3° Une procédure spéciale de surveillance des réseaux par les forces de l'ordre

La version du projet de loi qui est issue de l'Assemblée nationale a considérablement modifié cette troisième série de mesures, par rapport à la version initiale.

Le texte prévoit ainsi désormais la création d'un article 706-47-3 qui précise que *« dans le but de constater les infractions mentionnées aux articles 227-18 à 227-24 du Code pénal et, lorsque celles-ci sont commises par un moyen de communication électronique, d'en rassembler les preuves et d'en rechercher les auteurs, les officiers ou agents de police judiciaire agissant au cours de l'enquête ou sur commission rogatoire peuvent, s'ils sont spécialement habilités par le procureur général près la cour d'appel de Paris et affectés dans un service spécialisé, procéder aux actes suivants sans en être pénalement responsables :*

« 1° Participer sous un pseudonyme aux échanges électroniques ;

« 2° Être en contact par ce moyen avec les personnes susceptibles d'être les auteurs de ces infractions ;

« 3° Extraire et conserver des contenus illicites dans des conditions fixées par décret ;

« 4° Acquérir ou échanger des contenus illicites.

« À peine de nullité, ces actes ne peuvent constituer une incitation à commettre ces infractions. »

De telles dispositions donnent donc aux forces de l'ordre des moyens nouveaux pour pénétrer les réseaux.

Concernant la possibilité d'acquérir ou d'échanger des contenus illicites (voir 4° suscitée), celle-ci a été introduite par la lecture à l'Assemblée nationale. Dans sa Recommandation «Les enfants du Net II», le Forum l'avait souhaité également, tout en insistant sur la nécessité des garanties procédurales.

Cette faculté n'était effectivement pas prévue dans la première version du texte et le Forum des droits sur l'internet avait estimé en juillet dernier qu'il n'était pas certain, à la lecture du texte, que les agents et officiers de la police judiciaire puissent diffuser des documents à caractère pornographique et utiliser des moyens de paiement afin d'accéder aux serveurs sur lesquels pourraient être commises les infractions des articles 227-18 à 24 du Code pénal. Le doute est donc levé.

Par ailleurs, on remarquera l'utilisation du terme « pseudonyme » préféré au « nom d'emprunt » afin de mieux correspondre à la réalité des utilisateurs de services de communications électroniques.

Le titre XVII du livre IV change d'intitulé pour intégrer aux côtés de la poursuite, de l'instruction et du jugement des infractions en matière de proxénétisme ou de recours à la prostitution des mineurs, les questions relatives à la traite des êtres humains.

Un nouvel article 706-35-1 y est créé et permettra de constater les infractions précitées commises par un moyen de communication électronique, d'en rassembler les preuves, et d'en rechercher les auteurs, en dotant *« les officiers ou agents de police judiciaire agissant au cours de l'enquête ou sur commission rogatoire de facultés nouvelles. Ceux-ci pourront dès lors, sans en être pénalement responsables :*

« 1° Participer sous un pseudonyme aux échanges électroniques ;

« 2° Être en contact par ce moyen avec les personnes susceptibles d'être les auteurs de ces infractions ;

« 3° Extraire et conserver des contenus illicites dans des conditions fixées par décret ».

Bien entendu, ces actes ne pourront constituer une incitation à commettre les infractions poursuivies sous peine de nullité.

4° Le renforcement de la lutte contre les jeux d'argent

Les articles 17 bis A, B, C et E du projet de loi relatif à la prévention de la délinquance visent à renforcer la lutte contre les loteries, jeux et paris prohibés.

Sujet d'actualité par excellence, les « jeux d'argent » font actuellement l'objet d'une attention toute particulière du gouvernement et les dispositions récemment introduites dans ce projet de loi témoignent de la volonté de maintien d'un système monopolistique pourtant sujet à de nombreuses discussions, tant au niveau national que communautaire.

L'article 17 bis A fait écho aux mesures prises récemment dans certains pays pour lutter contre les jeux d'argent en ligne en s'attaquant aux flux financiers générés par ces activités. Ainsi, le ministre des Finances et le ministre de l'Intérieur disposent d'une nouvelle faculté leur permettant d'interdire *« pour une durée de six mois renouvelable, tout mouvement ou transfert de fonds en provenance des personnes physiques ou morales qui organisent des activités de jeux, paris ou loteries prohibés par la loi du 21 mai 1836 portant prohibition des loteries et la loi du 2 juin 1891 ayant pour objet de réglementer l'autorisation et le fonctionnement des courses de chevaux, ainsi que la loi n° 83-628 du 12 juillet 1983 relative aux jeux de hasard ».*

L'article 17 bis B double les peines jusqu'alors encourues par les organisateurs de jeux et leurs complices. La loi du 21 mai 1836 sur la prohibition des loteries et paris sportifs et la loi du 2 juin 1891 réglementant les courses hippiques sont ainsi modifiées.

L'article 17 bis C vise cette fois la publicité faite pour les loteries et paris. Pas moins de cinq lois différentes sont ainsi remaniées afin que les mêmes peines soient encourues par quiconque aura fait de la publicité en faveur d'une loterie prohibée (loi du 21 mai 1836), de paris sur les courses de chevaux (loi du 2 juin 1891), d'une activité de casino non autorisée (loi du 15 juin 1907), d'un cercle de jeux de hasard non

autorisé (loi du 30 juin 1923) ou d'une maison de jeux de hasard non autorisée (loi du 12 juillet 1983). Pour l'ensemble de ces textes, la sanction est de 30 000 € d'amende, le tribunal disposant de la faculté de porter cette amende au quadruple du montant des dépenses publicitaires engagées.

Enfin, l'article 17 bis E modifie la loi pour la confiance dans l'économie numérique en introduisant une nouvelle obligation pour les fournisseurs d'accès à internet et les hébergeurs. Le projet de loi prévoit que ceux-ci «*mettent en place un dispositif facilement accessible et visible permettant de signaler à leurs abonnés les services de communication au public en ligne tenus pour répréhensibles par les autorités publiques compétentes en la matière*» et «*[...] informent également leurs abonnés des risques encourus par eux du fait d'actes de jeux réalisés en violation de la loi*».

5° Liberté de la presse et contenus préjudiciables

Alors qu'auparavant seules les associations dont l'objet les rend légitimes pour agir ou les particuliers faisant la preuve d'un préjudice direct pouvaient saisir le juge des référés afin d'obtenir la fermeture d'un «service de communication au public en ligne» litigieux, cette possibilité sera désormais ouverte au ministère public.

Un intérêt grandissant pour les nouveaux usages

L'étude Médiappro

En 2000, le CLEMI avait procédé à une enquête dans six pays sur la manière dont les jeunes de 12-17 ans percevaient et utilisaient internet. Six ans plus tard, la recherche Mediappro sur les jeunes européens de 12-18 ans nous donne un éclairage sur l'évolution des pratiques des jeunes sur les nouveaux médias et permet de distinguer les usages des jeunes français par rapport à ceux de leurs voisins.

Le premier constat est celui d'une évolution dans la manière dont les jeunes utilisent les médias. Aujourd'hui, la consultation de sites internet et l'utilisation des différents services de communication à distance (messagerie instantanée, mobiles...) fait partie intégrante de la vie de nos enfants.

Il est intéressant de constater que les risques de l'internet ne leur sont pas inconnus. Ceux-ci sont perçus comme des nuisances inhérentes à l'outil et les limites posées par les parents ou éducateurs sont acceptées tant qu'elles sont expliquées et compatibles avec leur besoin de maintenir une relation sociale avec leurs amis.

Néanmoins, on constate une mauvaise maîtrise du langage des médias et un manque de questionnement sur les enjeux de société qui y sont liés. L'acquisition des compétences nécessaires à une meilleure pratique des médias leur semble d'autant plus complexe que l'école est perçue comme trop restrictive, notamment sur les pratiques autorisées dans le cadre scolaire. Dès lors, c'est au sein de leur foyer que les jeunes tentent de nouvelles expériences numériques.

Au niveau européen, cette distinction entre les pratiques à la maison et à l'école est encore plus frappante. Les études comparatives sur les fréquences d'utilisation, les types d'activités... montrent la création d'un véritable fossé entre les deux univers. L'école se montre incapable de remplir son rôle de transmission du savoir et des

compétences nécessaires à une bonne utilisation des médias ; elle refuse les usages de communication pourtant plébiscités par les jeunes.

Les éléments créatifs (blogs, sites personnels...) sont mineurs au niveau européen et font l'objet de très peu de suivi et de mises à jour de la part de leurs jeunes auteurs. Le portable est devenu un élément essentiel de la vie des jeunes sondés du fait du degré d'indépendance et de communication qu'il octroie.

Si les jeux en ligne se développent, le jeu vidéo reste tabou dans le système éducatif où ses aspects positifs sont encore inutilisés.

Enfin, la sécurité est un domaine dans lequel les jeunes ont pris conscience de l'existence d'un danger potentiel auquel cependant peu d'entre eux ont déjà eu à faire face. Néanmoins, on observe un glissement des usages du chat vers la messagerie instantanée qui peut s'expliquer partiellement par ce sentiment de plus grande sécurité.

Les mobiles

Parmi ces nouveaux usages plébiscités par les jeunes, le téléphone mobile est roi. Raison de plus pour que le gouvernement et les opérateurs de téléphonie mobile se rapprochent pour renforcer l'encadrement des contenus dits sensibles sur les réseaux mobiles.

Cela s'est matérialisé par la signature par les opérateurs et le ministre délégué à la Famille, Philippe Bas, le 10 janvier 2006 d'une charte d'engagements sur le contenu multimédia mobile.

Cette charte se traduit par :

- un travail de renforcement et d'harmonisation de la démarche déontologique encadrant le développement des contenus multimédias mobiles dans les kiosques et portails ;
- une meilleure information et la proposition systématique aux parents d'un contrôle parental gratuit, performant et simplement activable ;
- le renforcement de la lutte contre les contenus illicites ;
- la participation des acteurs à l'éducation aux bons usages de tous ;
- l'évaluation et la consultation régulière des acteurs concernés.

Faisant suite à la signature de cette charte, l'AFOM (Association française des opérateurs mobiles) a demandé au Forum des droits sur l'internet de définir un dispositif de classification de ce type de contenu.

L'objectif étant, pour les contenus multimédias accessibles depuis les kiosques et les portails des opérateurs et faisant l'objet d'un contrat entre les opérateurs de téléphonie mobile et les éditeurs de contenus, de :

- définir des niveaux de classification des contenus de manière transparente et commune à l'ensemble des opérateurs ;
- préciser le fonctionnement du dispositif d'autoclassification et du système de contrôle des engagements des éditeurs ;
- articuler les différents contenus avec les systèmes de contrôle parental, afin d'en garantir l'efficacité.

Le Forum des droits sur l'internet a ainsi publié sa recommandation sur la classification des contenus multimédias mobiles, le 18 octobre 2006 (voir deuxième partie).

Enfin, la question de la protection de l'enfance face aux services de téléphonie mobile est également présente dans l'agenda européen puisque la Commission européenne a lancé récemment un document de consultation publique sur ce thème, largement basé sur le rapport remis par l'EICN en juillet 2005 (voir quatrième partie).

Les jeux en ligne

L'autre « nouvel » usage important parmi les jeunes, qui a focalisé toutes les attentions en 2006, a été celui des jeux vidéo. Au-delà de la délicate question des jeux d'argent, à laquelle le projet de loi relatif à la prévention de la délinquance précité tentera d'apporter une réponse, les débats se sont surtout focalisés sur la question des jeux vidéo en ligne. En effet, les fortes capacités interactives de ces jeux ont largement séduit les jeunes européens et il convenait d'adapter un système d'autoclassification (appelé PEGI) qui, bien que cohérent dans le monde réel, se retrouve dépassé par les nouvelles possibilités offertes par le virtuel.

Ainsi, l'ISFE (Interactive Software Federation of Europe) a lancé le chantier d'une évolution du système PEGI à l'univers en ligne. En partie financée par les institutions européennes, cette initiative consistera en :

- l'assurance d'un meilleur degré de protection des mineurs dans un domaine méconnu de leurs parents ;
- l'éducation et l'information des parents sur les enjeux liés à cette nouvelle forme de divertissement.

Le débat sur les jeux vidéo est particulièrement vif en Allemagne où un fait divers a secoué la classe politique. En novembre dernier, un jeune homme de 18 ans a fait irruption dans son ancien collège et a ouvert le feu, blessant plusieurs personnes avant de se suicider. Le forcené étant un fan de jeux vidéo, plus particulièrement d'un FPS (*first person shooter*) nommé « *Counter Strike* », cet accident a suscité un réel débat parmi la classe politique allemande sur l'opportunité de lutter contre les jeux vidéo violents. Rappelons que l'Allemagne est l'un des seuls pays européens à disposer d'un système de classification des jeux vidéo autre que PEGI.

Dans ce contexte, Gunther Beckstein, ministre de l'Intérieur de la Bavière, vient de proposer quelques amendements à un nouveau projet de loi contre les jeux vidéo violents, dans le but de mettre en place une peine de prison à l'encontre de ceux qui créent ou distribuent des jeux vidéo affichant « *des scènes de violence cruelles ou inhumaines contre des humains ou des créatures humanoïdes* ». Cette peine de prison serait également susceptible de toucher le joueur.

Un autre jeu, « *Rule of rose* », a suscité des polémiques en Europe et est remonté jusque dans les plus hautes instances européennes, conduisant le vice-président de la Commission à écrire une lettre aux ministres de l'Intérieur des pays de l'Union pour renforcer la lutte contre les jeux violents. Suite à cette lettre, Viviane Reding, commissaire européen chargée de la société de l'information et des médias, a répondu à M. Frattini en mettant en avant l'intérêt du système PEGI existant.

Le débat sur les jeux vidéo continuera sans nul doute en 2007. À suivre donc.

Les initiatives intéressantes en 2006

Des sites internet « labellisés »

Suite à la saisine, en avril 2005, du ministre de l'Intérieur Dominique de Villepin sur proposition de M. Thierry Breton dans le cadre du chantier cybercriminalité, puis à la saisine, en octobre 2005, du ministre en charge de la Famille, Philippe Bas, le Forum des droits sur l'internet a constitué un groupe de travail sur la création d'un « Certificat citoyen/Label famille ».

La recommandation issue des travaux de ce groupe propose un dispositif reposant sur 70 engagements pour une plus grande sécurisation des usages de l'internet (voir deuxième partie).

Fondé sur la notion de coresponsabilité des acteurs publics et privés, le label « confiance en ligne » a été officiellement présenté en juillet dernier lors du 5^e Comité interministériel pour la société de l'information.

Le projet « Confiance »

Le réseau européen de coopération INSAFE, initié par la Commission européenne, vise à promouvoir un usage éthique et positif des technologies de l'information et de la communication, et à coordonner les actions nationales pour un internet « plus sûr ».

Dans cette optique, un « nœud de sensibilisation » est créé dans chaque État membre.

En France, le plan de sensibilisation est mis en place dans le cadre du projet « Confiance » qui vise à :

- mener une campagne nationale de sensibilisation des enfants et de leurs parents à la sécurité et à la civilité de l'internet ;
- impliquer l'ensemble des acteurs de l'internet concernés par la sécurité et la protection des mineurs pour constituer une structure établie et reconnue de concertation et de partenariat entre les institutions publiques, les associations et les entreprises privées du secteur.

Ce projet s'est matérialisé en 2006 par la création d'un site internet de prévention visant les enfants de 7 à 12 ans ainsi que leurs parents et éducateurs. Les ressources du site www.internetsanscrainte.fr ont été constituées afin de permettre une approche responsable de l'internet.

Le projet EU Kids Online

Fondé dans le cadre du projet de la Commission européenne Safer Internet Plus, le projet EU Kids Online a vu le jour en 2006. Il s'agit d'un programme de recherche européen sur les aspects culturels, contextuels et potentiellement dangereux de l'utilisation d'internet et des nouveaux médias par les enfants.

Entre 2006 et 2009, le projet examinera les usages des jeunes dans dix-huit États membres. Le but de cette collaboration de trois ans est d'identifier des influences communes et les réponses apportées par les parents et les enfants afin de produire un guide de bonnes pratiques.

Et à l'international... ?

Au Royaume-Uni

Le Parlement anglais a modifié sa loi sur la protection des données personnelles (*Data Protection Act 1998*) afin de doter les banques de nouveaux pouvoirs dans la lutte contre la pornographie infantine. Le nouveau texte (*Data Protection Order 2006*) permet ainsi aux banques de traiter les données personnelles sensibles communiquées par les forces de police et de retirer les cartes bancaires utilisées pour accéder ou contracter sur des sites pédophiles. Ces mesures ne s'appliqueront qu'aux personnes ayant admis l'infraction ou déclarées coupables de consultation d'images pornographiques impliquant des mineurs.

Toujours en Grande-Bretagne, 2006 aura vu la création de deux nouveaux organismes :

- le CEOP (*Child Exploitation and Online Protection Centre*) qui travaillera pour assurer une meilleure coopération internationale dans la lutte contre les abus sexuels commis sur des enfants. Le centre fournira des conseils à destination des parents et éducateurs et mettra en place un commissariat virtuel pour signaler les abus sur internet;
- le SOCA (*Serious Organised Crime Agency*) se concentrera sur la lutte contre la drogue, la contrefaçon, le trafic d'êtres humains et les fraudes. Cette nouvelle agence est le résultat de la réunion des compétences du *National Criminal Intelligence Service* et de la *National Crime Squad*.

En Allemagne

Au-delà de la polémique précitée sur les jeux violents en ligne, il convient également de mettre en avant une campagne de sensibilisation menée à l'initiative du ministre de l'Intérieur du *Land* de Bavière. Cette campagne, appelée « Plus de sécurité pour les enfants sur le Net » consiste en un site internet informatif à usage des parents (conseils, quizz...), la diffusion d'une brochure et la mise à disposition d'un programme de filtrage. Mais la réelle originalité de cette campagne est, sans nul doute, l'étroite collaboration menée entre le ministère de l'Intérieur et les services de police puisque les parents qui auront bien répondu au quizz en ligne pourront gagner de nombreux lots, dont des baptêmes de l'air dans un hélicoptère de la police allemande.

Au Canada et aux États-Unis

2006 aura été l'occasion de poursuivre les réflexions sur l'adaptation du droit canadien afin de lutter contre la pornographie juvénile. Ainsi, trois nouveaux projets de loi sont actuellement à l'étude :

- augmentation de l'âge du consentement pour les rapports sexuels de 14 à 16 ans afin de mieux protéger les jeunes contre les prédateurs sexuels. Pour ne pas s'enliser dans la délicate question des rapports sexuels entre mineurs, une exception de « proximité d'âge » serait prévue;
- modification du Code criminel afin de doubler les peines encourues pour l'infraction dite de « leurre d'enfants ». Cette infraction ayant pour objectif d'interdire de

communiquer avec des enfants *via* un système de communication en ligne afin de faciliter ou de commettre certaines infractions à caractère sexuel ;

– enfin, le projet de loi visant à «interdire l'utilisation d'internet pour la diffusion de documents pornographiques impliquant des enfants» confère une nouvelle responsabilité aux fournisseurs d'accès. Ceux-ci doivent désormais obtenir une licence, contrôler le contenu de leurs sites et communiquer les renseignements utiles pour permettre une identification des auteurs de ce type d'infractions.

Aux États-Unis, les débats se focalisent actuellement sur une proposition de loi du sénateur de l'Arizona John McCain. Le «*Stop the Online Exploitation of Our Children Act*» prévoit notamment que les webmasters de sites contenant des forums de discussion, courriels, messagerie instantanée et autre réseau social, dénoncent aux autorités ces contenus pédopornographiques sous peine d'une amende 150 000 dollars en cas de non-dénonciation intentionnelle et de 50 000 dollars pour non-dénonciation par négligence. Le texte, très critiqué, prévoit également que ces prestataires enregistrent et conservent une copie des données litigieuses, dans le respect toutefois du secret des communications.

Le début d'année fut aussi marqué par un bras de fer qui opposa certains opérateurs internet au *Department of Justice* (DoJ) et à l'administration Bush qui souhaitait obtenir des informations personnelles sur les comportements et les recherches des internautes. En cause, le «*Child Online Protection Act*» déclaré inconstitutionnel mais pour lequel l'administration en place souhaitait obtenir des arguments pour démontrer les risques d'exposition à des contenus pornographiques. Plusieurs grands opérateurs répondirent favorablement aux requêtes faites par l'administration ; au moins l'un d'entre eux s'y opposa, déclenchant à son encontre une procédure judiciaire.

Commerce électronique

En matière de commerce électronique, l'année 2006 a fait l'objet d'une riche actualité, tant au niveau communautaire que national, législatif et jurisprudentiel.

Au niveau communautaire, plusieurs thèmes sont particulièrement actifs, parmi lesquels on peut relever la directive «vente à distance», en passe d'être révisée, ou les produits et services réglementés (notamment les jeux d'argents, le tabac et l'alcool), qui se heurtent au principe de libre circulation des biens. Par ailleurs, le cas des «intermédiaires techniques» semble attirer l'attention des autorités communautaires.

Nos voisins européens, dans le prolongement de la directive 2000/31/CE relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information dite «commerce électronique», réfléchissent également à des aménagements de leur législation nationale en vue de favoriser le développement du commerce électronique. Parmi les projets de texte, on peut noter que :

– l'Espagne élabore un projet de loi portant mesures d'incitation de la société de l'information, modifiant la loi du 11 juillet 2002 concernant les services de la société de l'information et la loi du 19 décembre 2003 sur la signature électronique ;

- la Belgique étudie un avant-projet de loi portant détermination d'un cadre juridique pour certains prestataires de services de confiance (archivage, enregistrement électronique, courrier recommandé électronique...);
- enfin, le Portugal travaille sur un projet de décret-loi relatif aux conditions techniques pour l'émission, la conservation et le stockage des factures ou les documents équivalents émis par voie électronique.

S'agissant de la législation nationale, plusieurs textes ou projets peuvent être signalés, tels que le décret du 20 juillet 2005, qui est venu transposer plusieurs directives communautaires concernant la collecte et le recyclage des déchets d'équipements électriques et électroniques (D3E). Ce texte, entré en vigueur le 15 novembre 2006 pour les D3E ménagers, s'applique notamment au commerce électronique, où il pose des difficultés particulières.

Second texte très attendu, le projet de loi en faveur des consommateurs a été déposé le 8 novembre 2006 à l'Assemblée nationale par le ministre de l'Économie et des Finances.

Plusieurs textes réglementaires de moindre ampleur doivent être signalés :

- décret n° 2006-887 du 11 août 2006 pris pour l'application des articles L. 7 et L. 8 du Code des postes et des communications électroniques et relatif au régime de responsabilité applicable aux prestataires de services postaux;
- décret n° 2006-315 du 17 mars 2006 relatif à l'obligation d'information des passagers aériens sur l'identité du transporteur aérien;
- décret n° 2006-174 du 17 février 2006 relatif à l'organisation et à l'exploitation des jeux de loterie autorisés par l'article 136 de la loi du 31 mai 1933 et par l'article 48 de la loi n° 94-1163 du 29 décembre 1994 et modifiant le décret n° 78-1067 du 9 novembre 1978;
- deux arrêtés des 16 et 19 mars 2006 relatifs à l'information sur les prix des services d'assistance des fournisseurs de services de communications et aux contrats de services de communications électroniques.

Enfin, la jurisprudence a précisé un certain nombre de règles liées à la publicité en ligne, aux soldes, aux intermédiaires techniques et à la vente liée.

La révision à venir de la directive sur la vente à distance

La directive 97/7/CE du 20 mai 1997 concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance a harmonisé des règles minimales de protection, communes à l'ensemble des consommateurs de l'Espace économique européen.

Cette directive prévoit notamment des dispositions en matière de :

- information précontractuelle des consommateurs;
- confirmation des informations sur un support durable;
- droit de rétractation : délai minimal de sept jours, frais limités au retour du bien;
- délai maximal de livraison (trente jours) et de remboursement en cas d'annulation d'une commande (même délai);
- protection contre l'utilisation frauduleuse des moyens de paiement...

La Commission conduit actuellement un bilan en vue d'une révision de l'acquis communautaire dans le domaine de la protection des intérêts économiques, couvert par huit directives communautaires.

Dans ce cadre, la Commission a ouvert en 2006 une enquête publique destinée à *«analyser d'éventuelles insuffisances en ce qui concerne la protection des consommateurs, eu égard en particulier aux nouvelles technologies et pratiques commerciales, telles que l'internet et le commerce mobile, et à identifier les incohérences entre les différentes directives en cours d'étude dans le domaine de la protection des consommateurs. Sur la base du résultat de la consultation lancée par le questionnaire et des conclusions du réexamen, la Commission envisagera la nécessité de nouvelles initiatives législatives dans le domaine de la vente à distance, conformément aux objectifs d'amélioration de la réglementation qu'elle s'efforce d'atteindre dans l'optique d'une simplification de l'environnement réglementaire.»*

Plusieurs sujets de discussion ont été lancés par la Commission, comme :

- la définition de l'expression « contrat à distance » ;
- l'interprétation de la notion de « vente aux enchères » pour les systèmes de mise en relation tels que ceux proposés par eBay ou PriceMinister ;
- l'inclusion des taxes et autres frais dans les prix communiqués aux consommateurs ;
- la clarification de la notion de « support durable » pour la confirmation des informations communiquées au consommateur ;
- le point de départ, le mode de calcul et la durée du délai de rétractation, variable d'un pays à l'autre (de sept à quatorze jours) ou encore l'exercice du droit de rétractation en cas de commande de plusieurs produits/services ;
- le point de départ du délai de trente jours pour le remboursement en cas d'exercice du droit de rétractation (manifestation de volonté du consommateur, expédition ou réception du bien par le vendeur) ;
- la forme de la notification de la rétractation ;
- le plafonnement éventuel des frais de retour du bien...

L'ensemble de ces questions est également en cours d'étude au sein du groupe de travail sur le droit de la consommation appliqué au commerce électronique mis en place en 2006 par le Forum des droits sur l'internet.

Les produits et services réglementés – Difficile conciliation des principes communautaires avec la protection des internautes

Les jeux d'argent sur le tapis (vert)

La forte croissance du secteur des jeux d'argent en ligne agite les législateurs de nombreux États. Alors que certains pays ont une législation ouverte, la France a souhaité limiter ce type d'activité en ligne. Dans un souci de protection de l'intérêt général, l'organisation des jeux d'argent est confiée à un nombre restreint d'opérateurs : le GIE « Pari mutuel urbain » (PMU) pour les courses hippiques et le Pari mutuel ; et la Française des jeux en matière de loterie et de pronostics sportifs ; les

casinos pour les jeux de table et les machines à sous. Ces monopoles de fait s'appliquent également pour les jeux d'argent en ligne. Révélée dans les médias par l'arrestation des dirigeants du site BWin, cette position française se marie difficilement avec les principes libéraux qui sous-tendent le marché commun.

1° L'organisation de paris hippiques par ZeTurf, manifestement illicite pour les juges français

La cour d'appel de Paris, dans un arrêt du 4 janvier 2006 opposant la société ZeTurf au Paris mutuel urbain (PMU), a estimé qu'en matière de paris hippiques, *«la réglementation française n'[était] pas contraire à la norme européenne»*.

La société ZETurf, immatriculée à Malte, proposait aux internautes français la possibilité de miser sur des courses relevant du PMU.

Le tribunal de grande instance de Paris, dans une ordonnance de référé du 8 juillet 2005, avait considéré que *«la prise de paris en ligne cause donc bien un trouble manifestement illicite au PMU, dès lors qu'elle n'a pas été autorisée»*. Il avait ordonné *«à la société ZeTurf Ltd de mettre fin à cette adresse à l'activité de prise de paris en ligne sur les courses hippiques organisées en France, et ce sous astreinte provisoire de 15 000 euros par jour de retard à l'expiration du délai de 48 heures faisant suite à la signification de la présente décision»*.

La Cour d'appel de Paris, confirmant l'ordonnance de référé, a relevé que *«les dispositions françaises qui ne poursuivent pas un objectif de nature économique ont pour objet la protection de l'ordre public français»* et *«tendent à éviter que les paris soient une source de profits individuels et [...] les risques de délits et de fraude avec une efficacité qui n'est généralement pas contestée»*. Elle a ajouté que la restriction était justifiée *«par le financement d'actions d'encouragement à l'élevage»* permettant *«la sauvegarde et l'amélioration de la race des chevaux de concours»*. Elle a estimé *«que la réglementation est appliquée de manière non discriminatoire puisque toute société de course, quelle que soit sa nationalité, à condition de répondre aux critères de la loi française, et après contrôle et autorisations, peut être autorisée à organiser les paris (le GIE PMU ne faisant que regrouper les sociétés de course)»*.

2° L'arrestation de deux dirigeants d'une société autrichienne de paris sportifs en ligne

Les dirigeants de la société BWin ont été arrêtés le 15 septembre 2006 par les services de la section judiciaire de la sous-direction des courses et jeux des Renseignements généraux. Une plainte avait été déposée par la Française des jeux et le Pari mutuel urbain pour *«tenue illicite de jeux de hasard, loterie illicite, publicité de loteries prohibées, prise de paris illicite sur des courses de chevaux»* en 2005 auprès du tribunal de grande instance de Nanterre. Les dirigeants de BWin ont été mis en examen à la suite de leur garde à vue.

Dans le prolongement de cette affaire, les ministres Nicolas Sarkozy, Jean-François Lamour et Jean-François Copé ont demandé au Conseil supérieur de l'audiovisuel et à la Ligue de football professionnel de faire respecter l'interdiction de publicité pour les jeux d'argent en ligne illicites.

3° Une loi interdisant les transferts d'argent dans le cadre de paris sur internet aux États-Unis

Le président Bush a signé le 13 octobre 2006 le «SAFE Port Act» qui comporte un titre VIII intitulé «*Unlawful Internet Gambling Enforcement*» («Application des paris illicites sur internet»).

Les objectifs de la loi sont précisés d'entrée de jeu au § 5361 de la loi. Le Congrès américain estime que de nouvelles mesures en matière de paris sur internet sont nécessaires. Les mesures en vigueur se sont en effet avérées inadaptées pour mettre en œuvre la réglementation sur les paris sur internet, spécifiquement quand de tels paris traversent les frontières des États.

Le paragraphe 5363 de cette loi, intitulé «*Prohibition on acceptance of any financial instrument for unlawful Internet gambling*», interdit tout transfert financier effectué par des sociétés ou des particuliers dans le cadre des paris sur internet :

«*No person engaged in the business of betting or wagering may knowingly accept, in connection with the participation of another person in unlawful Internet gambling –*

(1) credit, or the proceeds of credit, extended to or on behalf of such other person (including credit extended through the use of a credit card);

(2) an electronic fund transfer, or funds transmitted by or through a money transmitting business, or the proceeds of an electronic fund transfer or money transmitting service from or on behalf of such other person;

(3) any check, draft, or similar instrument which is drawn by or on behalf of such other person and is drawn on or payable at or through any financial institution; or

(4) the proceeds of any other form of financial transaction, as the Secretary and the Board of Governors of the Federal

Reserve System may jointly prescribe by regulation, which involves a financial institution as a payor or financial inter-mediator on behalf of or for the benefit of such other person ».

4° Une demande d'information officielle envoyée par la Commission européenne à la France

La Commission européenne a envoyé, le 12 octobre 2006, des demandes officielles d'informations à l'Autriche, la France et l'Italie concernant des dispositions de leur législation nationale restreignant la fourniture de certains services de jeux d'argent. En avril 2006, la Commission européenne avait envoyé des demandes similaires au Danemark, à la Finlande, à l'Allemagne, à la Hongrie, à l'Italie, aux Pays-Bas et à la Suède.

La Commission souhaite vérifier la compatibilité de la législation française au droit communautaire et notamment, à l'article 49 du traité CE qui garantit la libre circulation des services.

La Cour de justice des Communautés européennes a déjà eu à traiter de cette question en 2003. Elle avait estimé, dans un arrêt «Gambelli» du 6 novembre 2003, qu'une réglementation nationale qui interdit, sous peine de sanctions pénales, l'exercice d'activités portant sur des paris sportifs en l'absence d'autorisation délivrée par l'État constitue une restriction à la liberté d'établissement et à la libre prestation de services prévues aux articles 43 et 49 du traité CE. Pour autant, la Cour n'avait pas statué sur le fond. En effet, elle indiquait «*qu'il appartient à la juridiction de renvoi de vérifier si une telle réglementation, au regard de ses modalités concrètes d'application, répond*

véritablement aux objectifs susceptibles de la justifier et si les restrictions qu'elle impose n'apparaissent pas disproportionnées au regard de ces objectifs».

S'agissant de la France, «la Commission a posé plusieurs questions concernant toute une série de restrictions imposées aux prestataires de paris sportifs à distance qui ont leur licence et sont établis dans d'autres États membres. La Commission se demande si les mesures prises par la France sont proportionnées dans le cas où des opérateurs qui ont obtenu leur licence dans un autre État membre et sont soumis aux règles en vigueur dans cet État se voient refuser l'accès au marché français des paris sportifs et des paris sur les courses de chevaux pour des motifs tels que la protection des consommateurs contre la dépendance au jeu, il semble cependant que le marché français des paris sportif continue de s'étendre et offre davantage de possibilités et d'occasions de parier aux consommateurs».

Les lettres de mise en demeure constituent la première étape de la procédure d'infraction au titre de l'article 226 du traité CE. La France dispose de deux mois pour répondre à cette mise en demeure.

La Commission a également publié une étude concernant les aspects juridiques et économiques des jeux d'argent et de hasard, étude réalisée par l'Institut suisse de droit comparé à sa demande.

5° Un plan d'action interministériel pour mieux contrôler les jeux d'argent

Le ministre de l'Intérieur et le ministre délégué au Budget et à la Réforme de l'État ont présenté, le 18 octobre 2006 en Conseil des ministres, une communication relative à un plan d'action interministériel pour mieux contrôler les jeux d'argent en ligne.

Ils relèvent que *«le jeu n'est pas une activité comme les autres et comporte, par nature, un certain nombre de risques : il est un vecteur privilégié pour le développement de la fraude ainsi que du blanchiment d'argent et il peut provoquer des phénomènes d'addiction chez les personnes les plus fragiles».*

Le plan visant à renforcer la lutte contre les sites proposant des jeux d'argent illégaux comporte notamment les mesures suivantes :

- engager des poursuites judiciaires systématiques contre les personnes se livrant à de la publicité en faveur de sites de jeux illégaux, ainsi que de leurs complices ;
- examen d'un renforcement des sanctions contre de telles publicités dans le cadre de la discussion du projet de loi relatif à la prévention de la délinquance à l'Assemblée nationale ;
- mise en place d'un observatoire des jeux d'argent liés aux nouvelles technologies piloté par le ministère de l'Intérieur dans le but d'effectuer une veille sur internet.

Sur le volet communautaire, le gouvernement précise que *«la France est résolue à maintenir dans le respect du droit communautaire une organisation des jeux reposant sur un nombre limité d'opérateurs, fortement encadrés, seule à même de garantir un contrôle des flux financiers et de favoriser une pratique du jeu raisonnée».*

6° Le renforcement de la lutte contre les jeux d'argent dans le projet de loi de prévention de la délinquance

Voir la «Présentation du projet de loi» dans la partie consacrée à la «Protection de l'enfance».

Les produits de santé ne se valent pas tous sur le Net

La commercialisation des produits de santé (médicaments, lentilles de contact, produits parapharmaceutiques, etc.) constitue un secteur novateur dans le domaine des nouvelles technologies. Le développement de ces activités est très important. Localisées principalement en Amérique du Nord, en Asie et depuis quelques mois, dans plusieurs pays européens (Pays-Bas, Royaume-Uni, Danemark, Allemagne, etc.), des cyber-officines voient progressivement le jour, permettant ainsi à l'internaute français d'acquérir des produits de santé – et ceci conformément aux principes posés par la CJCE dans un arrêt du 11 décembre 2003.

Face au développement de ce phénomène, et même si la vente et l'importation de tels produits sur le territoire français demeure encore limitée, plusieurs acteurs sont intervenus récemment pour alerter les utilisateurs français sur les risques auxquels ils pouvaient s'exposer en la matière.

Dans un rapport sur l'évolution des pratiques professionnelles d'octobre 2005, l'Académie nationale de pharmacie souhaite un « *encadrement juridique strict au niveau européen* » des « *e-pharmacies et de la vente par correspondance de médicaments* », un mode d'approvisionnement existant déjà dans d'autres pays qui pourrait « *tenter* » certains malades.

Le 19 janvier 2006, l'Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé (AFSSAPS) a émis un bulletin d'alerte estimant que l'achat sur l'internet d'un médicament peut favoriser un mauvais usage, voire exposer le patient au risque d'être victime de produits contrefaits.

Suite à l'ouverture du site internet « *LentillesMoinsCher.com* », le SYFFOC (Syndicat français des fabricants d'optique de contact) a « *alerté les consommateurs sur les dangers à s'approvisionner auprès de fournisseurs (comme les sites internet) qui ne peuvent garantir l'authenticité des produits (même pour un simple renouvellement)* ».

Compte tenu de ces éléments, le Forum des droits sur l'internet va mettre en place début 2007 un groupe de travail sur la vente en ligne de produits de santé.

La publicité en faveur du tabac est une infraction continue

La vente de tabac en ligne est interdite en France. La publicité autour de cette activité est sévèrement encadrée. La chambre criminelle de la Cour de cassation a été amenée à statuer sur le caractère instantané ou continu de l'infraction de publicité en faveur du tabac.

L'association « *Les droits des non-fumeurs* » avait porté plainte contre le gérant d'une société. Celui-ci avait procédé à la mise en ligne, sur son site internet, d'une page pouvant caractériser le délit de publicité en faveur du tabac, page accessible par les internautes antérieurement au 11 avril 2001.

La Cour d'appel de Paris, dans un arrêt du 21 octobre 2005, avait rejeté l'exception de prescription de l'action publique pour propagande ou publicité directe ou indirecte en faveur du tabac, les indications litigieuses figurant toujours sur le site internet le 3 avril 2003, soit moins de trois ans avant cette date. Elle avait considéré que le fait que cette annonce ait été publiée pour la première fois sur internet plus de trois ans

auparavant n'avait pas pour conséquence que l'infraction ne s'était pas poursuivie après cette date. Selon la cour d'appel, la date retenue pour fixer le début du délai de prescription de l'article 65 de la loi du 29 juillet 1881 sur la presse n'avait pas de raison de s'appliquer hors de son domaine, comme en l'espèce, en matière de publicité ou propagande en faveur du tabac.

La chambre criminelle de la Cour de cassation, dans un arrêt du 17 janvier 2006, a rejeté le pourvoi. Elle a considéré qu'à «*la supposer établie, la violation de l'article L. 3511-3 du Code de la santé publique relatif à l'interdiction de toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur du tabac constitue, quel qu'en soit le support, une infraction continue qui se poursuit tant que le message litigieux reste accessible au public*».

Les déchets informatiques recyclés – Un enjeu de développement durable

Le décret n° 2005-829 du 20 juillet 2005 relatif à la composition des équipements électroniques et à l'élimination des déchets issus de ces équipements, complété par divers arrêtés d'application, a été adopté pour transposer les directives 2002/96/CE du 27 janvier 2003 modifiée relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques et 2002/95/CE du 27 janvier 2003 relative à la limitation de l'utilisation de certaines substances dangereuses dans les équipements électriques et électroniques.

Les différents arrêtés d'application avaient pour but de fixer les conditions de mise en place de la filière de collecte sélective et de valorisation des déchets d'équipements électriques et électroniques. Les derniers arrêtés d'application ont été pris le 9 août 2006, achevant le processus de transposition des directives.

Le décret s'applique à la fois aux déchets d'équipements électriques et électroniques des ménages et aux déchets d'équipements électriques et électroniques professionnels. Il fixe des obligations d'information, de collecte et de traitement à la charge des producteurs et des distributeurs d'équipements électriques et électroniques.

Le décret vise explicitement la distribution par la voie de communication à distance. En effet, l'article 3 du décret définit le distributeur comme «*toute personne qui, quelle que soit la technique de distribution utilisée, y compris par communication à distance, fournit à titre commercial des équipements électriques et électroniques à celui qui va les utiliser*».

L'application du décret à la vente à distance pose des difficultés en matière d'exercice du droit de rétractation et de prise en charge des frais liés à l'expédition du bien usagé chez le commerçant.

Le distributeur est en effet placé dans l'obligation de reprendre gratuitement les biens usagés. Cette obligation semble ne pas s'étendre au coût de transport entre le consommateur et le vendeur. Une instruction du ministère de l'Écologie est en effet venue préciser que «*dans le cas d'une livraison à domicile du produit vendu avec reprise de l'ancien, il n'est pas exclu qu'une participation financière soit demandée au consommateur, dès lors que le montant de cette participation reste raisonnable d'une part, et qu'il est expressément indiqué au consommateur qu'il dispose d'une alternative gratuite qui est celle de ramener lui-même l'appareil en magasin d'autre part*».

En cas d'exercice du droit de rétractation par le consommateur, il conviendra de remettre les parties dans la situation où elles se trouvaient antérieurement à la vente et, donc, de procéder à une double restitution, la rétractation s'analysant en anéantissement rétroactif du contrat.

Le projet de loi en faveur des consommateurs

Promis par l'hôte de l'Élysée, très attendu par les associations de consommateurs, le projet de loi en faveur des consommateurs a été déposé à l'Assemblée nationale le 8 novembre 2006 par le ministre de l'Économie. Ce texte, dont la mesure phare tendrait à introduire une action de groupe (« *class action* ») en droit français, comporte plusieurs volets intéressant le commerce électronique, qui seront étudiés en première lecture au début du mois de février.

La transposition de la directive sur les pratiques commerciales déloyales

Le gouvernement entend transposer en droit français la directive 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales du 11 mai 2005.

Le projet de loi reprend la définition posée par la directive : le projet d'article L. 122-11 nouveau du Code de la consommation retient qu'une « *pratique commerciale est déloyale lorsqu'elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère ou est susceptible d'altérer de manière substantielle le jugement du consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, à l'égard d'un bien ou d'un service.* »

Le texte présente deux types de pratiques commerciales déloyales issus de la directive : les pratiques commerciales trompeuses et les pratiques commerciales agressives.

La pratique commerciale est trompeuse lorsqu'elle crée un risque de confusion avec un concurrent, mais aussi lorsqu'elle repose sur des « *allégations, indications ou présentations fausses ou de nature à induire en erreur le consommateur* ». Les éléments pris en considération sont assez larges et concernent notamment le « *service après-vente* » ou encore « *le traitement des réclamations des consommateurs* ».

Le projet de loi prévoit, à l'instar de la directive, le cas particulier de l'utilisation de « *moyens de communication [imposant] des limites d'espace ou de temps* » (par exemple, l'achat par téléphone). La pratique est considérée comme trompeuse si « *elle omet, dissimule ou fournit de façon inintelligible, ambiguë ou à contretemps une information substantielle ou lorsqu'elle n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte* ».

Enfin, le texte sanctionne les pratiques commerciales dites agressives, qui consistent à altérer ou à vicier le consentement d'un consommateur par des sollicitations répétées et insistantes ou l'utilisation d'un moyen de contrainte physique ou morale.

Ces pratiques constitutives d'un vice du consentement sont déjà susceptibles d'être sanctionnées civilement par la nullité relative du contrat. En cas d'abus de faiblesse,

au domaine plus restreint, l'article L. 122-8 du Code de la consommation prévoit une peine d'emprisonnement de cinq ans et une amende de 9 000 €.

Dans l'ensemble, l'élargissement du domaine des pratiques commerciales déloyales est louable et conforme à l'objectif de la directive. Toutefois, les sanctions prévues par le projet de loi apparaissent faibles. Pour les pratiques trompeuses, seule une amende civile plafonnée à 15 000 € est prévue, passant à 25 000 € pour une pratique commerciale agressive.

Le toilettage des règles relatives aux clauses abusives

1° La définition des pratiques et clauses abusives confiée au pouvoir réglementaire

L'encadrement actuel des clauses abusives est relativement complexe. L'article L. 132-1 du Code de la consommation prévoit en effet deux niveaux :

- l'annexe de l'article L. 132-1 du Code, de niveau législatif, fixe une liste dite « grise » de clauses pouvant « être regardées comme abusives » sous réserve que le demandeur établisse, en cas de litige, la preuve de leur caractère abusif ;
- à cette liste s'ajoute une liste dite « noire », définie au niveau réglementaire, de clauses qui « doivent être regardées comme abusives ».

Le projet tend à simplifier le système et à soumettre exclusivement au pouvoir réglementaire la définition des pratiques et clauses abusives. L'annexe de l'article L. 132-1 du Code de la consommation serait supprimée.

Deux décrets devront ainsi être pris en Conseil d'État, après avis de la Commission des clauses abusives, pour définir :

- une liste de clauses présumées abusives (liste grise). La charge de la preuve contraire pèserait désormais sur le professionnel et non plus sur le demandeur ;
- une liste de types de clauses présumées abusives, de manière irréfragable.

Par ailleurs, le projet prévoit un article L. 122-11 nouveau du Code de la consommation selon lequel un décret en Conseil d'État fixera une « liste exhaustive des pratiques commerciales déloyales en toutes circonstances ».

2° Le renforcement des pouvoirs du juge et des associations de consommateurs

L'article 4 du projet de loi accroît les pouvoirs du juge en matière de lutte contre les clauses abusives. Non seulement le juge pourrait soulever d'office le caractère abusif d'une clause en cas de litige, mais encore il pourrait « *déclarer que la clause est réputée non écrite dans tous les contrats conclus par le professionnel avec des non-professionnels ou des consommateurs et lui ordonner d'en informer ceux-ci à ses frais* ».

Le même article intervient également pour briser la jurisprudence de la Cour de cassation, qui avait estimé sans objet l'action en suppression des clauses abusives introduite par une association de consommateurs pour des contrats en cours d'exécution mais qui n'étaient plus proposés aux consommateurs. Les associations de consommateurs se verraient aussi reconnaître la possibilité de demander de déclarer une clause abusive dans tous les contrats conclus par le professionnel.

Le renforcement des droits des consommateurs dans les contrats de fourniture d'accès à internet

1° La gratuité du temps d'attente des « hot lines »

Très attendue de la part des associations de consommateurs, la disposition prévue à l'article 7 du projet de loi limite la possibilité pour les « fournisseurs de services de communications électroniques » (fournisseurs d'accès à internet) de facturer le temps d'attente pour le service après-vente, l'assistance technique et les réclamations liées à l'exécution du contrat.

La disposition ne concerne que les appels d'une ligne fixe sur le territoire et ne couvre pas le temps de traitement effectif de la demande du consommateur. Certaines associations ont regretté que la disposition ne soit pas généralisée à l'ensemble des appels vers des lignes techniques dans les contrats de consommation.

2° L'encadrement de la rupture de l'abonnement

Deux mesures sont prévues à l'article 6 du projet de loi afin de réduire les difficultés liées à la rupture de l'abonnement aux services de fourniture d'accès à internet.

Tout d'abord, la durée du préavis de résiliation serait encadrée et limitée impérativement à dix jours à compter de la réception par le fournisseur de la demande de résiliation, y compris pour les contrats en cours.

Ensuite, l'article L. 121-85 du Code de la consommation serait modifié pour prévoir un délai de restitution des sommes versées au titre d'avance ou de dépôt de garantie par l'abonné. Le fournisseur du service aurait un délai de dix jours pour restituer ces sommes à compter du paiement de la dernière facture ou du retour des objets garantis par le dépôt (modem, décodeur...).

La sanction de cette obligation, dissuasive, consiste à majorer les sommes dues par le professionnel de 50 % en cas de retard.

Les soldes et fins de séries

1° L'uniformisation des périodes des soldes

La pratique des soldes fait l'objet d'une réglementation malmenée par le développement du commerce électronique. Actuellement, les périodes des soldes sont fixées au niveau départemental. Il apparaît cependant artificiel d'appliquer des périodes de soldes différentes aux cybermarchands en fonction de leur lieu d'implantation géographique (voir pour une application l'un des jugements rendus par le tribunal correctionnel de Bordeaux le 9 janvier 2006 et visant CDiscount).

L'objectif du projet est donc d'uniformiser les périodes des soldes sur l'ensemble du territoire. Les soldes d'hiver débuteraient le deuxième mercredi du mois de janvier, ceux d'été démarrant le dernier mercredi du mois de juin.

L'uniformisation est toutefois imparfaite. L'alinéa 4 de l'article L. 310-3 du Code de commerce tel qu'issu de projet de loi laisse subsister des dérogations à cette règle dans certains départements, pour tenir compte du caractère saisonnier de leur activité (départements frontaliers ou de villégiature). La possibilité d'appliquer indifférem-

ment ces dérogations aux cybermarchands et aux commerçants traditionnels est une entorse à l'objectif affiché du projet.

2° L'encadrement des fins de série

Les articles en fin de série seraient dorénavant appréhendés par l'article L. 310-3 III du Code de commerce. Selon le projet de texte, les fins de séries sont *«les ventes accompagnées ou précédées de publicité exclusivement à l'intérieur du point de vente et annoncées comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré des marchandises, dont le stock ne peut être reconstitué car ces produits ne répondent plus à la demande générale en raison de l'évolution de la mode ou de l'apparition de perfectionnements techniques»*.

L'utilisation des termes «fins de série» serait limitée, à l'instar de la désignation «solde».

Une interrogation, déjà évoquée en jurisprudence (voir Cass.com., 14 mars 2006), concerne la définition du point de vente dans le cas d'un site web.

L'action de groupe *a minima*

L'introduction d'une action collective en droit français est discutée depuis plus de vingt ans. Le projet opte pour une introduction minimale de ce type de recours dans le droit français.

L'objet de l'action prévue à l'article 12 serait limité à la réparation du préjudice matériel des consommateurs ayant pour origine un manquement par un professionnel à ses obligations contractuelles, en deçà d'un plafond fixé par décret (vraisemblablement 2 000 €).

Afin d'éviter les dérives du droit américain, seules les associations de consommateurs agréées pourraient introduire une action collective.

Le texte, qui se limite à neuf articles, ne tranche pas toutes les questions. Il a été accueilli avec tiédeur par l'ensemble des acteurs (MEDEF, associations de consommateurs...). Pour mémoire, une proposition de loi visant à instaurer les recours collectifs de consommateurs en France, sensiblement différente, a été déposée le 26 avril 2006 par Luc Chatel.

L'extension des pouvoirs de la DGCCRF

Les articles 15 et 16 du projet de loi renforcent les pouvoirs de la DGCCRF (Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes). Les agents de la direction se verraient en effet reconnaître le pouvoir d'ordonner la mise en conformité d'une prestation de service avec la réglementation en vigueur.

Les agents de la DGCCRF auraient également la possibilité de contrôler les dispositions légales en vigueur dans la vente de voyages et de séjours et le commerce électronique.

Responsabilité des acteurs

La responsabilité au travers du phénomène des blogs

En 2006, sont apparues les premières affaires liées aux blogs tenus par des particuliers. Le 20 janvier 2006, le tribunal correctionnel d'Arras condamnait deux internautes en raison de la publication sur un blog de propos diffamatoires et de menaces de mort contre un maire, un de ses adjoints, deux policiers et un juge d'instruction. Ces propos avaient été tenus à l'occasion des violences urbaines qui suscitèrent beaucoup de polémiques autour de l'usage des blogs. Les condamnations prononcées visaient aussi bien le blogueur, qu'un des commentateurs en raison des messages postés sur le blog.

Au mois de mars 2006, le Tribunal de grande instance de Paris relaxait *un blogueur poursuivi pour diffamation publique en retenant sa bonne foi*. En l'espèce, Christophe G. avait publié sur son blog, consacré à la ville de Puteaux, un article paru dans un journal auquel il avait ajouté quelques commentaires. Le tribunal a considéré que les allégations relatives à la conclusion d'un marché public constituaient un fait imputé à la personne publique portant atteinte à son honneur ou à sa réputation et qu'il s'agissait d'une diffamation au sens de l'article 29 de la loi du 29 juillet 1881. L'élément de publicité étant rapporté par l'accessibilité du site à tous les internautes, c'est à démontrer la bonne foi et à combattre la présomption d'intention de nuire que s'est attachée la défense. La décision mérite d'être signalée car le tribunal a retenu que l'activité du blogueur s'exerçait à titre privé et qu'en raison des modalités de la publication et de l'absence de dénaturation du propos rapporté, celui-ci pouvait voir atténuée son obligation de vérifier le bien fondé des extraits de l'article. Pour certains, cette décision est le signe d'une certaine indulgence vis-à-vis des amateurs.

Dans le milieu scolaire, l'utilisation des blogs conduit dans certains cas à des sanctions visant spécialement les élèves ou le personnel enseignant et administratif. Un collégien fut ainsi exclu définitivement de son établissement pour avoir publié un *«ensemble d'élucubrations caractérisées par leur incontestable bêtise et une profonde vulgarité, mettant en cause nommément des élèves et des professeurs enseignant à l'intérieur de l'établissement public local»* et qui bien que commis à *«l'extérieur de l'enceinte scolaire [...] étaient de nature à perturber le bon fonctionnement du service public»*. Cependant, en raison de sa gravité, la sanction prononcée par le Recteur d'académie fut annulée pour excès de pouvoir par le tribunal administratif de Clermont-Ferrand, le 6 avril 2006.

Enfin, les hébergeurs de blogs, pour voir leur responsabilité engagée en raison des contenus qu'ils hébergent, doivent, en vertu de l'article 6 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique, être notifiés conformément à la procédure établie par cette même loi et les faits litigieux doivent justifier leur retrait immédiat; ce dernier élément faisant écho aux réserves d'interprétation, sur le caractère manifestement illicite des faits notifiés, énoncées par le Conseil constitutionnel lors de son examen du texte de 2004 (TGI, Paris, ord. réf., 19 octobre 2006).

La responsabilité des intermédiaires techniques

L'Union européenne a lancé une consultation sur les articles 12 à 15 de la directive « Commerce électronique ». Six ans après l'adoption de la directive 2000/31/CE relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information dite « commerce électronique », la direction « Marché intérieur » de la Commission européenne a décidé se pencher sur le cas de la responsabilité des prestataires intermédiaires (hébergeurs, fournisseurs d'accès, proxys), dont les règles sont précisées aux articles 12 à 15.

Trois arrêts importants ont été rendus, dont deux d'entre eux visaient la responsabilité des hébergeurs et le troisième, la mise en œuvre de mesures de filtrage imposées à certains fournisseurs d'accès à internet.

Dans un **arrêt du 14 juin 2006 (Société Bell Med contre PMU)**, la Cour d'appel de Paris a confirmé la condamnation de deux hébergeurs d'un site de paris en ligne pour ne pas avoir empêché promptement l'accès au site litigieux dès lors qu'ils avaient connaissance de son contenu illicite.

Cette décision fait suite à la condamnation de la société ZEurf, immatriculée à Malte, par un arrêt du 4 janvier 2006 de la cour d'appel de Paris : le juge avait ordonné à la société de mettre fin à l'activité de paris en ligne sur les courses hippiques en France.

Le PMU avait porté à la connaissance des hébergeurs, sociétés de droit maltais, le caractère manifestement illicite du site de la société ZEurf. Ceux-ci refusant de déférer aux mises en demeure, le PMU avait saisi la justice afin de demander la suspension du site internet litigieux.

En revanche, dans l'affaire **Comité de défense de la cause arménienne (CDCA), que la Cour d'appel de Paris a étudiée le 8 novembre 2006**, la responsabilité de l'hébergeur a été écartée, faute pour le demandeur d'établir la preuve que l'hébergeur avait connaissance du caractère illicite du contenu hébergé sur le site du consul général de Turquie à Paris, ce qui aurait supposé le respect de la procédure de notification prévue par l'article 6 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique.

La Cour d'appel a relevé en outre que les contenus niant le génocide arménien ne revêtaient pas, au jour de l'action en justice du CDCA, un **caractère illicite** au sens de l'article 6 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique, tel qu'interprété strictement par le Conseil constitutionnel dans sa décision du 10 juin 2004.

Enfin, la Cour d'appel de Paris, dans un **arrêt du 24 novembre 2006 (affaire Aaargh)**, a confirmé que les fournisseurs d'accès à internet devaient mettre en œuvre des mesures de filtrage empêchant l'accès à des contenus illicites.

En l'espèce, plusieurs associations de défense des libertés et de lutte contre le racisme et l'antisémitisme avaient assigné les hébergeurs américains d'un site au contenu négationniste afin qu'ils en interdisent l'accès depuis le territoire français sur le fondement de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) du 21 juin 2004.

Devant l'impossibilité d'obtenir l'exécution de la mesure par l'un des hébergeurs du site, les associations avaient assigné plusieurs fournisseurs d'accès à internet sur le fondement de l'article 6-I. 8 de la LCEN afin qu'ils prennent des mesures visant à empêcher l'accès au contenu du site litigieux.

Dans une ordonnance de référé du 13 juin 2005, le président du tribunal de grande instance de Paris avait fait droit à cette demande, mettant à la charge de plusieurs fournisseurs d'accès à internet l'obligation de «*mettre en œuvre toutes mesures propres à interrompre l'accès à partir du territoire français au contenu du service de communication en ligne hébergé à l'adresse XXX*».

Pour écarter les arguments des fournisseurs d'accès à internet, la cour d'appel a estimé que les associations avaient «*accompli les diligences nécessaires pour mettre en cause, par priorité, les sociétés prestataires d'hébergement et que toute possibilité d'agir efficacement à l'encontre de celles-ci [s'avérait] vaine*».

Une décision analogue a été rendue par le Tribunal de commerce de Paris en référé le 17 octobre 2006 en référé (**Konami** – PriceMinister). Après avoir constaté que la société exploitant le site de mise en relation, qualifié d'intermédiaire, avait réagi promptement, le tribunal a prononcé une mesure tendant à rendre inaccessibles les offres d'un utilisateur, considérées comme illicites et portant atteinte aux droits de la société Konami.

La conservation des données de connexion

Le sujet de la conservation des données de connexion qui, depuis l'année 2001, fait l'objet de débats, et plus récemment de jurisprudence, a été placé au centre des préoccupations des acteurs de l'internet par l'effet cumulatif d'une loi, d'une directive, d'un décret et d'un arrêté, tous publiés en 2006.

• La loi n° 2006-64 du 23 janvier 2006

Tout d'abord, la loi n° 2006-64 du 23 janvier 2006 relative à la lutte contre le terrorisme et portant dispositions diverses relatives à la sécurité et aux contrôles frontaliers, modifie les obligations des opérateurs de communications électroniques relatives à la conservation des données de trafic.

Par deux articles, la loi modifie le Code des postes et communications électroniques (CPCE) en introduisant un nouvel alinéa 2 à l'article L. 34-1 I et un nouvel article L. 34-1-1. De ce fait, elle étend aux «cybercafés» les obligations des opérateurs de communications électroniques et précise les modalités d'accès aux «*données conservées et traitées*» par les opérateurs de communication électronique pour la prévention des actes de terrorisme par des agents individuellement désignés et dûment habilités des services de police et de gendarmerie nationales spécialement chargés de ces missions.

Aux termes de l'alinéa 2 de l'article L. 34-1 I CPCE, «*les personnes qui, au titre d'une activité professionnelle principale ou accessoire, offrent au public une connexion permettant une communication en ligne par l'intermédiaire d'un accès au réseau, y compris à titre gratuit, sont soumises au respect des dispositions applicables aux opérateurs de communications électroniques en vertu du présent article*».

Il s'agit à titre principal des cybercafés dont l'activité a pu être pointée du doigt lors de travaux parlementaires notamment pour les facilités que ces lieux avaient pu offrir aux terroristes préparant des attentats. Cependant, comme en témoigne le rapport de l'Assemblée nationale, seraient également concernées les « *personnes qui offrent à leurs clients, dans un cadre public, ou à des visiteurs une connexion en ligne, tels les hôtels, les compagnies aériennes...* », les « *fournisseurs d'accès à des réseaux de communications électroniques accessibles via une borne Wifi* » que ce soit à titre payant ou non.

Il est donc fait obligation à ces personnes de différer la destruction de données de trafic.

La liste des données a été fixée par décret pris en Conseil d'État (décret n° 2006-358 du 24 mars 2006 relatif à la conservation des données des communications électroniques) après avis de la CNIL. Ces données correspondent aux données qui peuvent être conservées pour différentes finalités (recherche, constatation, poursuites des infractions pénales, facturation, paiement...).

Les données dont la conservation est prévue par loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique sont également accessibles pour permettre la prévention du terrorisme. Il s'agit alors des données « *de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services* » dont les fournisseurs d'accès à internet et les fournisseurs d'hébergement sont prestataires (article 6 II bis nouveau LCEN).

• **Le décret n° 2006-358 du 24 mars 2006**

Le décret du 24 mars 2006 relatif à la conservation des données des communications électroniques est venu compléter le nouveau dispositif prévu par la loi de janvier mais il ne couvre pas toutes les situations légales où la « conservation » est prévue. Ainsi, le décret laisse-t-il de côté les hypothèses où la conservation est liée à l'application de la LCEN (article 6, II).

Les « *données relatives au trafic* » sont définies pour l'application des II et III de l'article L. 34-1 du Code des postes et communications électroniques. La définition précise que les données relatives au trafic sont « *des informations rendues disponibles par les procédés de communication électronique, susceptibles d'être enregistrées par l'opérateur à l'occasion des communications électroniques dont il assure la transmission et qui sont pertinentes au regard des finalités poursuivies par la loi* ».

Ces données portent exclusivement sur l'identification des personnes utilisatrices des services fournis par les opérateurs, sur les caractéristiques techniques des communications assurées par ces derniers et sur la localisation des équipements terminaux. Elles ne peuvent en aucun cas porter sur le contenu des correspondances échangées ou des informations consultées, sous quelque forme que ce soit, dans le cadre de ces communications. Les données sont définies par finalité.

Le décret prévoit des durées de conservation variables en fonction des finalités légales.

Une durée fixe d'un an est assignée à la conservation des données relatives au trafic lorsqu'il s'agit de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions.

Cette durée ne peut être réduite et commence à courir à compter de l'enregistrement des données. Des durées variables de conservation sont prévues pour les données nécessaires à la facturation et la commercialisation des services et pour la sécurité. Elles ne peuvent respectivement pas dépasser une année et trois mois. À noter, ce décret fait l'objet d'un recours au fond introduit par l'AFA (Association des fournisseurs d'accès) après avoir été attaqué au travers d'un référé liberté qui fut rejeté par le Conseil d'État.

- **La directive du 15 mars 2006**

Si la situation en France paraît se clarifier quelque peu au travers de l'adoption des textes mentionnés, elle a également évolué au niveau européen par l'adoption d'une directive datée du 15 mars 2006 (directive 2006/24/CE du Parlement européen et du Conseil du 15 mars 2006 sur la conservation de données générées ou traitées dans le cadre de la fourniture de services de communications électroniques accessibles au public ou de réseaux publics de communications, et modifiant la directive 2002/58/CE).

La directive s'applique aux données relatives au trafic et aux données de localisation concernant tant les entités juridiques que les personnes physiques, ainsi qu'aux données connexes nécessaires pour identifier l'abonné ou l'utilisateur enregistré. Elle ne s'applique pas au contenu des communications électroniques, notamment aux informations consultées en utilisant un réseau de communications électroniques. La directive prévoit des durées de conservation comprises entre six et vingt-quatre mois mais la durée maximale peut être dépassée lorsque des circonstances particulières justifient une prolongation.

Ce texte, âprement discuté en amont de son adoption, notamment sur les durées de conservation, fait encore à ce jour l'objet de vives critiques au sein de certains États de l'Union dont l'Allemagne. Les critiques portent sur le manque de précision du champ d'application qui vise « *des fins de recherche, de détection et de poursuite d'infractions graves telles qu'elles sont définies par chaque État membre dans son droit interne.* » La notion « d'infraction grave » est jugée particulièrement imprécise au regard des conséquences sur la vie privée des individus que suppose la conservation des données de communication par voie électronique. La Slovaquie et l'Irlande ont, en mai 2006, introduit un recours en annulation de la directive devant la CJCE. La transposition doit intervenir au plus tard le 15 septembre 2007.

Droit du travail

Les années 2005 et 2006 ont été placées sous le signe de l'approfondissement des règles issues de la jurisprudence Nikon et des deux textes fondateurs adoptés en 2004 en matière d'utilisation des moyens de communication électronique par les salariés (loi du 4 mai 2004 sur le dialogue social et loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique).

Sont à relever l'interdiction des enchères électroniques inversées par l'article 12 de la loi n° 2006-396 du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances et la consécration par la Cour de cassation d'une présomption de caractère professionnel des correspondances des salariés.

Par ailleurs, le télétravail s'est trouvé cette année à trois reprises sous les feux de l'actualité.

L'interdiction des enchères électroniques inversées

Les systèmes d'enchères inversées reposent sur le principe d'une mise en concurrence sous forme d'appel d'offres au moins disant. Ils se sont développés dans le monde physique avec les appels d'offres des marchés publics.

De tels systèmes d'enchères se sont progressivement dématérialisés, sur l'initiative des autorités communautaires. Ils engendrent des réductions de coûts notables pour les entreprises et collectivités qui y recourent, dès lors que le cahier des charges est suffisamment précis et les critères de sélection étroitement définis. Dans le domaine commercial, les enchères sont régies par la loi « Dutreil 2 » du 2 août 2005 en faveur des petites et moyennes entreprises.

L'apparition de systèmes électroniques d'enchères inversées en droit de travail soulève des difficultés, avec un risque de développement du dumping social. Avec un tel outil, un employeur peut proposer une offre d'emploi en ligne et laisser les candidats y postuler pour tirer les salaires vers le bas.

Plusieurs acteurs se sont installés sur ce créneau, comme Jobdumping. de et Jobdealer. net. Le premier dispositif repose sur l'unique critère du salaire, le second s'appuie sur des critères également qualitatifs.

Les partenaires sociaux sont en général assez réservés par rapport à cette pratique.

Dans un communiqué du 18 novembre 2005, la CFE-CGC a manifesté son opposition à l'émergence de sites reposant sur des enchères électroniques inversées.

Le MEDEF, s'il approuve le système des enchères inversées de manière générale, paraît plus réticent lorsque le facteur humain est prépondérant. Selon les lignes directrices du MEDEF de juillet 2004, *« ce mécanisme d'enchère est [...] inadapté pour les biens ou les prestations de services diversifiés ou complexes lorsqu'il s'agit de marchés de travaux, d'entretien et de maintenance ou lorsque les conditions de production de ces biens ou prestations intéressent directement l'ordre public, l'environnement, la santé humaine ou lorsque le facteur humain est prépondérant (ex. : construction d'immeubles ou d'ouvrages publics, transport routier de marchandises, travail temporaire, prestations intellectuelles, fourniture de certaines pièces ou systèmes complexes); ceux-ci doivent être expressément exclus de son champ d'application ».*

Dans le dossier « Relations du travail et internet » du 26 janvier 2006, le Forum des droits sur l'internet avait souligné la nécessité d'encadrer cette pratique. Face à l'absence de prohibition des enchères inversées en droit du travail, M^{me} Kosciusko-Morizet a déposé une proposition de loi, reprise dans la loi pour l'égalité des chances du 31 mars 2006.

Aux termes de l'article L. 121-10 du Code du travail introduit par l'article 12 de la loi du 31 mars 2006, *« les procédures d'enchères électroniques inversées sont interdites en matière de fixation du salaire. Tout contrat de travail stipulant un salaire fixé à l'issue d'une procédure d'enchères électroniques est nul de plein droit. »*

La question de l'extension de cette prohibition aux contrats passés avec des entreprises de travail temporaire a été écartée lors des débats parlementaires.

Le parachèvement de la jurisprudence Nikon

Par deux arrêts du 18 octobre 2006, la chambre sociale de la Cour de cassation est venue compléter le mouvement jurisprudentiel amorcé avec l'arrêt Nikon. Les hauts magistrats ont estimé qu'il existe une présomption de caractère professionnel pour les documents (physiques et numériques) détenus par le salarié dans le bureau de l'entreprise ou aux ressources informatiques mises à sa disposition.

Dans l'affaire Jalma emploi et protection sociale (JEPS), un salarié avait été licencié pour faute lourde après la découverte dans son bureau de documents provenant de son précédent employeur, estimés confidentiels et dont la présence indue était susceptible, selon la lettre de licenciement, d'engager la responsabilité de l'entreprise.

Le salarié contestait la régularité du constat d'huissier, établi en son absence. La Cour de cassation a rejeté le pourvoi au motif *« que les documents détenus par le salarié dans le bureau de l'entreprise mis à sa disposition sont, sauf lorsqu'il les identifie comme étant personnels, présumés avoir un caractère professionnel, en sorte que l'employeur peut y avoir accès hors sa présence »*. En l'occurrence, le salarié n'avait pas soutenu que les documents avaient été identifiés comme étant personnels.

La chambre sociale a rendu le même jour une seconde décision concernant, cette fois-ci, les fichiers et dossiers créés par un salarié grâce à l'outil informatique mis à sa disposition par son employeur, la société Techni-Soft, pour l'exécution de son travail.

Les magistrats ont suivi le même raisonnement que dans l'affaire précédente. Selon eux, *« les fichiers et dossiers [...] sont présumés, sauf si le salarié les identifie comme étant personnels, avoir un caractère professionnel de sorte que l'employeur peut y avoir accès hors sa présence »*.

Incidemment, dans la seconde affaire, le salarié contestait la gravité de la faute retenue par la cour d'appel. En l'occurrence, le salarié avait crypté certains fichiers présents sur son poste informatique, sans autorisation de sa hiérarchie et contrairement aux mises en garde de son employeur. La Cour de cassation a approuvé le raisonnement de *« la cour d'appel, qui a constaté que [le salarié] avait procédé volontairement au cryptage de son poste informatique, sans autorisation de la société faisant ainsi obstacle à la consultation »*. Le pouvoir de contrôle de l'employeur ressort ainsi renforcé, le salarié ne pouvant, *de facto*, empêcher le contrôle de l'employeur par des moyens de cryptage.

Ces deux décisions de la Cour de cassation constituent le troisième temps fort de la jurisprudence sur le contrôle par l'employeur des documents informatiques du salarié, à la suite des arrêts Nikon de 2001 et Cathnet de 2005. Elles peuvent être interprétées comme posant un principe général, également applicable aux correspondances.

Ce mouvement jurisprudentiel est conforme aux réflexions menées au sein du Forum des droits sur l'internet, qui avaient abouti à la recommandation sur les « Relations du travail et internet », du 17 septembre 2002. Le Forum avait alors relevé qu'une utilisation des moyens informatiques par le salarié à des fins personnelles devait être admise, mais qu'il convenait d'établir une *« présomption d'utilisation professionnelle d'internet au travail »*. Il avait également souligné l'importance de la désignation, par

le salarié, des fichiers et correspondances à caractère personnel, afin de délimiter le champ des investigations possibles de l'employeur hors de sa présence.

Il reste, pour le salarié, à marquer les fichiers, dossiers et courriels à caractère personnel de telle sorte qu'aucune confusion n'existe sur leur nature. En effet, à défaut de classement, le caractère personnel pourrait ressortir de l'objet du message ou encore de l'expéditeur. Les chartes d'utilisation du système d'information de l'entreprise sont un moyen d'informer les salariés sur les règles à respecter au sein de l'entreprise pour éviter toute ambiguïté. Certaines décisions, comme le jugement du conseil de prud'hommes de Nanterre du 15 septembre 2005, se sont d'ores et déjà référées à de telles chartes pour retenir le caractère professionnel d'un courriel.

Le télétravail sous les feux de l'actualité

Le télétravail a été placé sous le regard croisé du ministre de l'Emploi, de la Cour de cassation et d'une mission parlementaire.

Tout d'abord, l'**accord national interprofessionnel** relatif au télétravail (ANI) du 19 juillet 2005 a été **étendu** par un arrêté du 30 mai 2006. Cet accord, qui transpose en France l'accord-cadre européen sur le télétravail du 16 juillet 2002, s'est appuyé sur la Recommandation du Forum des droits sur l'internet «Le télétravail en France» du 14 décembre 2004, dont plusieurs propositions ont été reprises (voir le *Rapport annuel 2005 du Forum des droits sur l'internet*).

La Cour de cassation s'est également penchée sur le télétravail, dans un **arrêt du 31 mai 2006**. Un employeur et sa salariée étaient convenus que cette dernière exercerait ses fonctions de responsable de communication à partir de son domicile en ne se présentant au siège de l'entreprise qu'une fois par semaine, l'ensemble de ses frais de déplacement étant pris en charge par son employeur. Au retour du congé maternité de la salariée, l'employeur lui demanda de reprendre ses fonctions tous les jours de la semaine au siège social de la société. Suite à son refus, la salariée fut licenciée pour faute grave (abandon de poste).

La Cour d'appel de Versailles, dans un arrêt du 16 mars 2004, décida que le licenciement était dépourvu de cause réelle et sérieuse considérant que «*le fait pour l'employeur d'imposer [à sa salariée] de travailler désormais tous les jours de la semaine au siège de la société constituait, peu important l'existence d'une clause de mobilité, une modification du contrat de travail que la salariée était en droit de refuser*».

La chambre sociale de la Cour de cassation a rejeté le pourvoi de la société SCC, considérant que «*lorsque les parties sont convenues d'une exécution de tout ou partie de la prestation de travail par le salarié à son domicile, l'employeur ne peut modifier cette organisation contractuelle du travail sans l'accord du salarié*».

Cette décision est conforme aux recommandations du Forum des droits sur l'internet pour qui, une fois passée la période d'adaptation au télétravail au cours de laquelle les parties devraient bénéficier d'un droit unilatéral de revenir aux conditions de travail antérieures, il convient d'aménager «*la possibilité pour l'employeur et le salarié de mettre fin à une activité exercée en télétravail [...] selon des modalités établies par accord individuel ou collectif*».

Enfin, un **rapport sur le travail mobile** a été présenté le 10 novembre 2006 au Premier ministre par Pierre Morel à l'Huissier, député de la Lozère.

À la suite d'une première mission sur le télétravail qui lui avait été confié en 2006, celui-ci, épaulé par Jean-Claude Barrois, contrôleur général économique et financier, et par Christian Gal, inspecteur général des Affaires sociales, a, dans le cadre de cette nouvelle mission, auditionné l'ensemble des partenaires sociaux et des acteurs intéressés par le télétravail au niveau national (entreprises, collectivités, organisations professionnelles et syndicats, tissu associatif).

Par ailleurs, la mission s'est déplacée en Suède, pays à l'avant-garde en matière d'utilisation des technologies de travail à distance. Les systèmes italien, japonais, espagnol et américain ont également été pris en considération.

Les rapporteurs ont cherché à identifier les causes du retard français dans l'utilisation du télétravail (7 % de la population active contre 13 % en Europe). Ces chiffres doivent toutefois être relativisés. En effet, la définition même sur laquelle repose la comparaison fait l'objet de discussions et n'est pas toujours appréhendée dans son acception large par les acteurs publics et privés. Les rapporteurs ont choisi de retenir une définition extensive du télétravail, conforme à la définition posée par le Forum des droits sur l'internet dans la recommandation «Le télétravail en France», incluant à la fois le télétravail à domicile, le télétravail nomade, le travail en réseau et en télécentre.

L'intérêt de la mise en télétravail est souligné dans le rapport. Les principaux obstacles identifiés sont à la fois d'ordre culturel (la mentalité des acteurs français est globalement réticente au déploiement du télétravail) et technique (les technologies de l'information ne sont pas encore pleinement exploitées).

Consulté par la mission parlementaire, le Forum des droits sur l'internet a fourni une contribution, annexée au rapport parlementaire, dans laquelle il a soulevé un certain nombre de questions encore en suspens. Ces réflexions rejoignent les conclusions des rapporteurs. Le Forum a ainsi rappelé que :

- le télétravail dans la fonction publique n'a fait l'objet d'aucune réflexion d'ensemble. L'ANI ne concerne que les salariés (droit privé);
- la mise en télétravail d'urgence, liée à l'émergence de risques de catastrophes de grande ampleur (sanitaire, climatique, terroriste), devrait être appréhendée;
- l'évaluation nécessaire des dispositifs mis en œuvre pour faciliter la mise en télétravail, comme les télécentres.

Afin de remédier aux obstacles identifiés et compte tenu de l'enjeu du télétravail en termes de modernisation de l'économie française, les rapporteurs ont émis une série de préconisations, visant à faire évoluer les mentalités et à étendre le champ du télétravail aux secteurs non appréhendés par l'ANI.

Dans le secteur privé, M. Morel à l'Huissier propose six actions :

- la prise en compte du lieu où le travail est effectivement réalisé par le télétravail, et non celui de l'implantation de l'entreprise, pour bénéficier des avantages fiscaux (ZRR, ZUS...);
- la formation initiale et continue des professionnels à l'utilisation des TIC et au télétravail (en particulier dans les CFA);

- la coordination des projets, leur suivi et leur évaluation au sein d'une structure déconcentrée placée au niveau des DDTEFP ou DRTEFP ;
- l'instauration d'une présomption d'accident du travail lorsque la situation de télétravail a été formalisée par le contrat de travail et que l'accident survient au domicile dans le cadre de la réalisation de ses missions et pendant la période d'exécution de la charge de travail ;
- l'amélioration des conditions de travail du télétravailleur (ergonomie du poste) ;
- la création d'un statut microsocial, à l'image du statut microfiscal.

Le rapport propose également une forte action de mobilisation au sein de la sphère publique :

- faire sortir le télétravail de la clandestinité en diffusant largement les guides et les principes à appliquer. Le rapport préconise la création d'un portail dédié et des communications ministérielles renforcées sur ce sujet ;
- faire entrer le télétravail dans le champ de la négociation collective ;
- faire du télétravail un outil de modernisation de l'État ;
- organiser l'échange d'expériences entre administrations et fonctionnaires ;
- développer la formation des télétravailleurs et leur encadrement à cette démarche ;
- rechercher toutes les fonctions susceptibles de faire l'objet d'une application du télétravail au travers d'audits dans le cadre de la réforme de l'État.

L'écho du rapport de Pierre Morel à l'Huissier démontre l'intérêt que suscite la question traitée. Pour reprendre une formule de l'auteur du rapport, le déblocage de la situation actuelle nécessite « la foi du charbonnier : en d'autres termes moins de colloques et davantage d'action publique ».

Administration électronique et démocratie

Le développement des téléservices

L'année 2006 a débuté par la création d'un pôle unique de modernisation de l'État dont l'une des missions concerne le développement de l'administration électronique. En effet, le décret n° 2005-1792 du 30 décembre 2005 publié au *Journal officiel* le 1^{er} janvier 2006 est venu fondre dans la Direction générale de la modernisation de l'État (DGME) les services qui jusqu'à présent relevaient de l'Agence pour le développement de l'administration électronique (ADAE). Au sein de la DGME, un service du développement de l'administration électronique pilote le programme ADELE. À ce jour, celui-ci compte 371 projets, dont plus des deux tiers sont opérationnels.

En janvier, le Président de la République, dans son allocution de vœux aux fonctionnaires et agents de l'État, indiquait les orientations de l'administration électronique pour l'année 2006 et tirait le bilan de l'année 2005.

L'année 2006 a confirmé le succès de certains services comme ceux de la télédéclaration des revenus : cette année, ce sont 5,7 millions de déclarations qui ont été effectuées par internet, soit une augmentation de 47 % par rapport à l'année 2005. Mais c'est surtout au travers des nouveaux services et des nouveaux chantiers ouverts en 2006 que le déploiement de l'administration électronique progresse en France.

Les usagers peuvent désormais formuler leurs demandes d'actes d'état civil par internet, ce programme en cours de généralisation concerne déjà plus de 500 mairies. Prévu pour 2007, le portail **mon.service-public.fr** a été expérimenté par les usagers au milieu de l'année. Il devrait proposer un accès unique et personnalisé pour les usagers intégrant tous les contenus de Service-Public.fr et un accès simplifié aux télé-services. Ce nouveau portail devrait également disposer d'un coffre-fort de données personnelles permettant à chacun de stocker des documents administratifs en format électronique, de manière à accomplir les démarches en ligne plus facilement.

La **dématérialisation du contrôle de légalité des actes des collectivités territoriales** a progressé durant l'année 2006 après une expérimentation en 2005. La CNIL a, dans sa délibération du 2 mars 2006, estimé que le projet remplissait les conditions posées par la loi de 1978 modifiée pour bénéficier d'une dispense de déclaration. Cette dispense concerne non seulement les collectivités territoriales mais également les sous-préfectures, préfectures et préfectures de région, pour les traitements leur permettant d'assurer la gestion du contrôle de légalité des actes transmis.

Le projet ACTES a été déployé durant l'année 2006; au 30 octobre, trente-quatre préfectures étaient déjà raccordées à l'application et plus de 20 000 actes avaient été transmis. Le projet doit être accessible sur l'ensemble du territoire à la fin de l'année.

Le projet de carte d'identité électronique, qui avait durant l'année 2005 donné lieu à l'organisation d'un débat public sous l'égide du Forum, revient en fin d'année dans une nouvelle version : celle-ci reprend certaines des remarques et propositions qui avaient été faites au cours de la consultation.

La nouvelle version de la **carte d'identité électronique** (CIE) inclut une puce électronique qui contiendra des données biométriques (photographie et empreintes digitales). Une base de données centralisée sera mise en œuvre pour recueillir l'ensemble des données. Les données écrites sur la carte resteront identiques à celles de la carte nationale d'identité sécurisée actuellement en vigueur. La puce électronique permettra une lecture avec et sans contact. La partie sans contact permettra de s'assurer de l'identité mais l'accès aux empreintes nécessitera un équipement spécial. Dans tous les cas, les conditions techniques ne permettront pas un accès aux données contenues dans la carte à l'insu du porteur, celui-ci devant impérativement la présenter pour que les données puissent être accessibles. La partie avec contact permettra de vérifier l'authenticité de la carte. Elle offrira également de manière optionnelle des fonctionnalités d'identification pour des démarches administratives en ligne ou encore pour des services privés.

La carte restera optionnelle mais devrait être payante. Le projet de CIE a été transmis à la CNIL en octobre 2006.

Parallèlement à la carte d'identité, le passeport électronique a été institué par le décret n° 2005-1726 du 30 décembre 2005 publié au *Journal officiel de la République française* le 31 décembre 2005. Ce document de voyage est désormais également un certificat d'identité; il contient, sur une puce sans contact, une photographie numérisée de son porteur. Cette version du passeport est cependant une version encore éloignée des exigences internationales qui devront être mises en œuvre pour 2008.

Quid de l'international ?

À l'international, plus de la moitié des pays européens se sont dotés ou ont pour projet de proposer une carte d'identité électronique. Selon les pays, les cartes incluent des données biométriques ou non. Ainsi les projets du Portugal, du Royaume-Uni et des Pays-Bas prévoient-ils l'utilisation de telles données (photo, empreintes digitales, iris) alors que les projets lettons, lithuaniens, allemands, slovaques, maltais ou hongrois n'y recourent pas. Des cartes électroniques sont d'ores et déjà déployées en Belgique, Espagne, Estonie, Italie, Finlande et Suède. Dans ces derniers pays, les fonctionnalités offertes par la carte varient mais peuvent inclure l'identification dans les bureaux de vote, l'accès à certains services publics ou téléprocédures voire des fonctions de signature électronique pour des usages privés. L'Autriche, la République tchèque et la Slovaquie ne paraissent pas avoir de projet de carte électronique.

Le vote électronique

Faisant suite à l'expérimentation de 2003 sur le **vote électronique à distance**, le mois de juin 2006 a donné lieu à l'expérimentation d'un vote électronique à distance pour le renouvellement partiel des représentants de l'Assemblée des Français de l'étranger. Pour cette seule élection, le corps électoral était constitué de plus de 500 000 électeurs mais seuls 10 000 d'entre eux ont effectivement exprimé leur choix par le moyen d'une transmission par voie électronique.

Le dispositif de vote était prévu par le décret n° 2006-285 du 13 mars 2006 relatif au vote par correspondance électronique des électeurs inscrits sur les listes électorales consulaires des circonscriptions électorales d'Europe et d'Asie et Levant pour les élections de 2006 à l'Assemblée des Français de l'étranger. Le vote électronique à distance a pu être effectué entre le 6 et le 12 juin 2006.

Le système de vote mis en place comportait un bureau du vote par voie électronique chargé du contrôle de l'ensemble des opérations de vote par voie électronique et du dépouillement du scrutin. Une urne électronique recueillant les votes et un fichier distinct des électeurs ont à cette occasion été mis en place.

La CNIL, appelée à se prononcer pour avis sur le respect par le dispositif de vote électronique des principes de la loi de 1978 modifiée, a regretté, dans sa délibération n° 2006-042 du 23 février 2006, l'absence d'expertise indépendante du dispositif de vote électronique au moment du dépôt du dossier de formalités préalables.

Elle a toutefois reconnu l'intérêt de la mise en place d'un bureau central du vote électronique chargé du contrôle de l'ensemble des opérations de vote électronique et du dépouillement du vote qui était assisté par un comité technique. La Commission a demandé que ce comité soit composé d'experts techniques.

Postérieurement aux opérations de vote, cette opération de vote électronique à distance a été fortement critiquée pour manque de sécurité et de fiabilité du dispositif.

Par ailleurs, la Cour de cassation a été appelée à se prononcer le 27 septembre 2006 sur la contestation des élections au barreau de Paris mettant fin à une longue procédure. Aux termes de cette décision, la Cour confirme l'arrêt rendu au fond par la Cour d'appel de Lyon qui avait « *admis la sécurité et la fiabilité du système de vote électronique mis en place* ».

Au plan international, les débats relatifs au vote électronique à distance ou par machine à voter sont très actifs. Pour certains experts, ces dispositifs présentent des failles qui les rendent impropres à garantir la fiabilité et la confidentialité du scrutin. Ainsi, aux Pays-Bas, le gouvernement a-t-il dû faire marche arrière quant à l'utilisation des machines à voter dans les scrutins locaux de la fin d'année. Dans ce même pays, un rapport d'experts est venu démontrer la fragilité des machines. Aux États-Unis, des chercheurs de Princeton présentèrent au moment des élections de mi-mandat, un document destiné à démontrer le caractère falsifiable des résultats produits par certains ordinateurs de vote utilisés aux États-Unis. Ajouté à cela, des défaillances techniques survenues en Belgique et connues sous le nom de bug du «rayon cosmique». Tous ces rapports ou incidents finissent par jeter un certain discrédit sur les ordinateurs de vote.

Pour autant, certains pays comme l'Estonie ont continué leurs expérimentations de vote électronique couplé à l'utilisation d'une carte d'identité électronique; ce fut également le cas du Brésil qui mit en œuvre près de 400 000 urnes électroniques sans contestation.

Première partie

La concertation

Les Recommandations
du Forum des droits sur l'internet
publiées en 2006

Création d'une marque de confiance des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne

Recommandation publiée le 26 avril 2006

Introduction : reconnaître et encourager les contributions des acteurs de l'internet au développement de la civilité sur le Réseau

La proposition de créer une marque de confiance des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne, que décrit le présent rapport, constitue la réponse du Forum des droits sur l'internet aux missions que lui ont confiées le ministre de l'Intérieur et le ministre en charge de la Famille au printemps et à l'automne 2005.

Le projet de marque de confiance traduit l'expression au plus haut niveau de l'État d'une philosophie moderne de régulation de l'espace social de l'internet, en lien avec les préoccupations nouvelles des entreprises en matière de « responsabilité sociale ». Il préfigure un outil de régulation souple d'un type nouveau, puisqu'il illustre très concrètement la détermination des pouvoirs publics à recourir à d'autres outils que la loi pour faire de l'internet un environnement aussi sûr que possible pour tous les citoyens, et qu'il souligne l'engagement volontaire des prestataires eux-mêmes à prendre part au projet de construire la « civilité de l'internet ».

Champ des recommandations

Ce rapport décrit un projet de marque de confiance vouée à distinguer ceux des professionnels de l'internet (fournisseurs d'accès et opérateurs « mobiles », fournisseurs de services en ligne et éditeurs) faisant preuve de la plus grande diligence à protéger leurs usagers contre les principales nuisances et formes de délinquance auxquelles les utilisateurs de l'internet peuvent être confrontés. Cette marque de confiance constitue un paramètre important du choix des usagers de l'internet en faveur de l'un ou l'autre des prestataires.

Le dispositif est constitué de trois composantes :

- une charte d'engagement décrivant, d'une part, les bonnes pratiques attendues des différents prestataires concernés dans les domaines de la protection des mineurs, de la sécurité informatique, de la lutte contre le spam et contre la délinquance astucieuse, et rendant, d'autre part, plus transparents leurs modes de coopération avec les autorités dans le cadre de la recherche et de la poursuite d'infractions ;
- des propositions relatives aux modalités opérationnelles de mise en œuvre et de gestion du dispositif ;
- des propositions relatives à l'établissement d'un signe distinctif et à la mise en œuvre d'une stratégie de communication permettant au public d'identifier les prestataires adhérant à cet ensemble de bonnes pratiques.

Le projet de marque de confiance des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne est remarquable à plus d'un titre.

D'abord, le souhait exprimé par les ministres que des sujets aussi importants pour l'avenir des usages de l'internet que la protection des mineurs ou la coopération des prestataires avec les autorités judiciaires fassent l'objet, au sein du Forum des droits sur l'internet, d'une concertation associant toutes les parties prenantes à ces débats et menant vers un modèle de corégulation souple, témoigne de la maturité des réflexions autour de la régulation de l'internet en France. Parmi les premiers, notre pays a en effet fait le choix pragmatique de confier une partie de la réflexion sur les enjeux de droit et de société liés aux réseaux à la réunion des acteurs de l'internet : acteurs économiques, représentants des utilisateurs et pouvoirs publics. Cette approche de la « gouvernance de l'internet » est aujourd'hui au cœur des réflexions de nombreux États et instances internationales. Au-delà du soutien que l'État a témoigné au cours des cinq dernières années aux méthodes de la corégulation, la mise en œuvre d'une marque de confiance reposant sur la reconnaissance des bonnes pratiques et de l'engagement volontaire des acteurs par les représentants des utilisateurs et par les pouvoirs publics constitue une nouvelle illustration de cette démarche.

Il est également remarquable que les membres de l'industrie, les représentants des utilisateurs et les pouvoirs publics soient parvenus à s'entendre sur un ensemble de bonnes pratiques aussi complet que celui présenté ici. Au cours des huit mois de concertation au cours desquels ont été élaborées la charte d'engagement et les propositions de mise en œuvre du dispositif, un dialogue constructif s'est noué entre acteurs d'horizons divers, parfois peu familiers de la recherche de solutions et d'un intérêt communs. Ensemble, ils ont élaboré au sein du Forum des droits sur l'internet ce témoignage de l'engagement citoyen des professionnels de l'internet en faveur d'un « développement durable de l'internet ».

Contexte et périmètre de la mission du Forum des droits sur l'internet

Création d'un certificat « citoyen »

Le 29 juin 2004, M. Dominique de Villepin, ministre de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales, a confié à M. Thierry Breton, président de France Télécom, la présidence de celui des six chantiers prioritaires du ministère consacré à la lutte contre la cybercriminalité. Les recommandations issues de ce chantier ont été remises en février au ministre, et présentées conjointement le 13 avril par M. de Villepin et M. Breton, ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie⁴.

4. Le discours de M. de Villepin, le rapport de M. Breton, le dossier de presse et l'enregistrement vidéo de la conférence de presse peuvent être consultés sur le site du ministère de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales à l'adresse http://www.interieur.gouv.fr/rubriques/c/c2_le_ministere/c21_actualite/2005_04_13_dossier_presse_cybercriminalite.

Auteur, en 2004 et en 2005, de deux Recommandations consacrées à la protection des mineurs sur l'internet, élaborées en concertation avec les principaux acteurs concernés⁵, le Forum des droits sur l'internet est identifié dans le rapport de M. Breton comme un partenaire central pour deux projets de mobilisation de l'ensemble des acteurs publics et privés contre la cybercriminalité : la définition d'un certificat «citoyen» des fournisseurs de services de l'internet et la constitution d'un forum État/Industrie.

L'idée de créer un certificat «citoyen» des fournisseurs de services de l'internet repose sur une philosophie très proche de celle qui oriente l'action du Forum des droits sur l'internet depuis sa fondation, en mai 2001, selon laquelle *«la lutte contre la cybercriminalité n'est pas le monopole de l'État. Elle concerne l'ensemble des acteurs publics et privés, les entreprises comme les particuliers qui doivent avoir une démarche citoyenne.»*

M. Breton proposait *«d'instituer une régulation souple en créant un certificat "citoyen" attribué aux fournisseurs d'accès ou de services sur internet et s'appuyant sur un système volontaire et déclaratif. Ce certificat s'inscrirait dans le cadre de la responsabilité sociétale d'entreprise. Il impliquerait les trois parties prenantes : fournisseurs de services sur internet (FSI), utilisateurs et État. Il mesurerait l'effort et l'efficacité de la politique de lutte contre la cybercriminalité des FSI, ainsi que leur contribution au développement de la civilité du cyberspace.»* Il suggérait qu'un groupe de travail réunissant les parties prenantes *«pourrait être piloté par le Forum des droits sur internet et devrait préciser les critères pertinents, la procédure d'attribution du certificat, l'organisme qui pourrait en être le porteur»*⁶.

Dans un courrier en date du 22 avril 2005, M. de Villepin a confié au Forum des droits sur l'internet la responsabilité de mener la réflexion sur la création du certificat «citoyen»⁷. Avec l'appui du cabinet du ministre, un groupe de travail a été constitué en juin 2005 rassemblant des représentants des services de l'État, des acteurs économiques de l'internet et d'associations familiales.

On peut noter que par sa composition et la nature des questions abordées entre représentants de l'industrie et du ministère de l'Intérieur, notamment, ce groupe de travail préfigure le forum État/Industrie souhaité par MM. Villepin et Breton.

Préfiguration d'un label « Famille »

Le Premier ministre Dominique de Villepin et le ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille, Philippe Bas, ont présidé, le 22 septembre 2005, la Conférence de la famille. La «Protection de l'enfant

5. «Les enfants du Net I» – Les mineurs et les contenus préjudiciables sur l'internet, 11 février 2004, et «Les enfants du Net II» – Pédopornographie et pédophilie sur l'internet, 25 janvier 2005, disponibles à l'adresse : <http://www.foruminternet.org/recommandations/>

6. L'extrait du rapport de M. Breton peut être consulté en annexe 4 du présent document.

7. Un fac-similé de la lettre de mission de M. de Villepin est produit en annexe 2 du présent document.

et les usages de l'internet» constituaient l'un des deux thèmes centraux du rendez-vous annuel des acteurs de la politique familiale.

Ce dossier avait fait l'objet d'un rapport et de propositions remis au ministre le 19 mai 2005 par M. Joël Thoraval, président de la Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH)⁸.

Trois des recommandations figurant au rapport de M. Thoraval ont été retenues dans le cadre de la Conférence de la famille et présentées par le Premier ministre :

- «Sécuriser la navigation des enfants» grâce aux logiciels de contrôle parental ;
- «Informer et sensibiliser les parents» par la diffusion, en 2006, d'une campagne télévisée et la mise en place d'un programme pédagogique d'information à destination des éducateurs, parents et enfants volontaires ;
- «La création d'un label "Famille"» devant être *«apposé sur les outils, services et contenus internet, sur la base d'un cahier des charges respectueux de la protection de l'enfant, [qui] permettra de distinguer les produits ne présentant pas de danger pour l'ensemble des publics.»*⁹

Mandaté par le ministre en charge de la Famille en vue de préparer la mise en œuvre de ce dernier projet, le Forum des droits sur l'internet a proposé au ministre, après avoir consulté les membres du groupe de travail «certificat "citoyen"», d'élargir les travaux de ce dernier et d'en renforcer la dimension «famille» pour répondre aux objectifs énoncés au cours de la Conférence de la famille.

Dans le même temps, le ministre en charge de la Famille a chargé M. Thoraval de faire des propositions sur la structure susceptible de gérer, à partir du cahier des charges établi par le Forum des droits sur l'internet, l'ensemble du dispositif.

Composition, méthode et agenda du groupe de travail

Le groupe de travail¹⁰ constitué en juin 2005 à la demande de M. de Villepin en vue *«d'élaborer les critères pertinents, la procédure d'attribution et l'organisme qui pourrait être porteur»*¹¹ du certificat «citoyen», puis de proposer au ministre en charge de la Famille un projet de cahier des charges d'un label «famille», a rassemblé des représentants des pouvoirs publics, des professionnels de l'internet, et un représentant des associations familiales :

8. Joël Thoraval, Olivier Peraldi, «Protection de l'enfance et usages de l'internet : conférence de la famille 2005», Ministère des Solidarités, de la Santé et de la Famille, Paris, 2005. http://www.famille.gouv.fr/doss_pr/conf_famille2005/rapport_protection.pdf.

9. Extraits du dossier de presse «Conférence de la famille, 2005», 22 septembre 2005, p. 19-23 http://www.famille.gouv.fr/doss_pr/conf_famille2005/dossier_presse_220905.pdf. L'extrait du dossier de presse relatif à la création d'un label «Famille» peut être consulté en annexe 5 du présent document.

10. La composition du groupe peut être consultée en annexe 9 du présent document.

11. Conformément aux termes employés dans le rapport *Chantier sur la lutte contre la cybercriminalité*.

- Administrations :
 - Conseil supérieur de la télématique (CST);
 - Délégation interministérielle à la famille (DIF);
 - Délégation aux usages de l'internet (DUI);
 - Direction du développement des médias (DDM);
 - Ministère de la Défense (Gendarmerie nationale);
 - Ministère de l'Intérieur;
 - Ministère de la Justice.
- Professionnels :
 - Association des fournisseurs d'accès et de services internet (AFA);
 - Association française des opérateurs mobiles (AFOM);
 - Société Free;
 - Société Lycos;
 - Société Microsoft France;
 - Société Orange France.
- Associations familiales :
 - Union nationale des associations familiales (UNAF).

La Fédération des conseils de parents d'élèves des écoles publiques (FCPE), invitée à prendre part aux travaux du groupe, a également été consultée.

Le groupe de travail a consulté une sélection resserrée de professionnels (sociétés MSN, Telefun-Skyrock) et d'experts des questions relatives à la certification de services (association Consommation, logement, cadre de vie – CLCV, Fédération des entreprises de la vente à distance – FEVAD, sociétés AFAQ-AFNOR et Temesis).

La diversité des métiers, des sensibilités et des aspirations des membres du groupe de travail ont permis, au cours d'une vingtaine de séances, d'élaborer une recommandation relative à la création d'une marque de confiance pour les professionnels de l'internet.

Le rapport du groupe de travail a fait l'objet d'une consultation auprès de l'ensemble des membres du Forum des droits sur l'internet du 3 mars au 10 mars 2006. Il a été définitivement adopté par une consultation électronique du Conseil d'orientation du Forum le 4 avril 2006.

PRÉSENTATION DE LA CHARTE D'ENGAGEMENT

Introduction : proposer aux prestataires d'adhérer à une charte d'engagement et impulser une dynamique vertueuse

Issue de la concertation, la charte d'engagement proposée par le Forum des droits sur l'internet aux professionnels de l'internet propose aux plus volontaires de ceux-ci de mettre en valeur leurs choix de prendre part au développement de la civilité sur l'internet et de favoriser un «développement durable» du réseau. Elle témoigne du fait que la loi ne peut assurer seule la sécurité des mineurs, l'intégrité de l'équipement informatique des usagers ou la confidentialité de leurs données personnelles, et reconnaît la valeur de l'engagement des prestataires dans ces différents domaines.

En effet, la complexité du réseau, l'évolutivité des technologies et des usages qui y ont cours, le relatif anonymat et la liberté dont bénéficient ses usagers et la diversité toujours renouvelée des risques d'atteinte aux droits des internautes (vie privée, confidentialité des données, protection des mineurs...), défient la loi comme outil unique de régulation sur l'internet. Il convient dès lors, pour faire de cet espace de société un espace de «civilité», de rechercher des formes élargies de régulation, où chaque acteur peut apporter sa contribution à la construction d'un environnement sûr et respectueux de chacun.

– Le premier ensemble d'outils clés que la loi ne peut seule actionner est l'information et la sensibilisation des usagers du réseau : mieux avertis, ces derniers sont moins exposés à la diversité des risques que comportent certains usages et « mésusages » de l'internet. Cette information (sur les moyens de protéger son ordinateur, d'accompagner les enfants dans leur découverte du réseau...), les fournisseurs d'accès à l'internet et les prestataires de services en ligne, points de passage quotidiens des internautes et créateurs d'usages, sont parmi les mieux placés pour la dispenser.

– Un deuxième ensemble de moyens est constitué par certains outils techniques et services que les professionnels peuvent placer à la disposition de leurs utilisateurs et clients : outils de contrôle parental, modération des espaces interactifs, outils protégeant les usagers contre les messages publicitaires non sollicités ou les logiciels espions, etc.

– Enfin, les prestataires s'engagent à communiquer de manière transparente à leurs clients les modalités, dans le cadre prévu par la loi, des relations de coopération avec les autorités judiciaires, de police et de gendarmerie. Cette transparence est une garantie pour les utilisateurs d'une mise en œuvre des principes de la loi dans des conditions connues de tous.

La charte d'engagement rassemble et formalise les meilleures pratiques dans ces trois domaines, proposant ainsi une mise à niveau «par le haut» des engagements de tous les prestataires concernés.

Fondée sur une démarche volontaire, elle doit impulser une dynamique positive et encourager le plus grand nombre possible de professionnels de l'internet à faire

évoluer leurs pratiques. Elle permet, dans le cadre de la loi, de décrire avec précision les comportements les plus volontaires et les plus initiatives les plus efficaces des prestataires. Fondée sur une approche volontaire, elle ne saurait en aucun cas fonder une quelconque régulation « administrative » de l'activité des professionnels de l'internet, ni se substituer au caractère obligatoire de la loi. À ce titre, de nombreux acteurs ont fait part de leur souhait que les engagements pris ne constituent pas une base de travail destinée à leur imposer des obligations supplémentaires par l'intermédiaire d'un texte législatif ou réglementaire ultérieur.

Réguler par les chartes ?

La certification d'un service peut se définir comme une démarche volontaire tendant à la mise en place d'un système-qualité, à la mise en évidence et au renforcement, au sein des entreprises certifiées, de procédures permettant d'atteindre à cette qualité.

On le verra, les démarches de certification de services et de « labellisation ¹² » ne sont pas neuves sur l'internet. Émanant habituellement de groupes d'acteurs économiques désireux d'afficher leurs engagements en matière de qualité de service, elles ont connu un « âge d'or » entre 1999 et 2002. Destinées à désigner des services « de confiance », elles ont le plus souvent rendu compte des engagements des prestataires en matière d'accessibilité technique, de sécurité des paiements ou de gestion respectueuse des données personnelles des clients et utilisateurs des services.

Les axes de réflexion proposés au Forum des droits sur l'internet par les ministres de l'Intérieur et en charge de la Famille suggéraient de transposer ces démarches « qualité » à des objectifs de développement d'un internet « citoyen » et « respectueux du principe de protection des enfants ».

On se propose donc ici, par un dispositif d'adhésion volontaire reconnaissant d'emblée la valeur de leur participation, de mesurer et d'encourager la contribution des professionnels de l'internet à des objectifs d'intérêt général, sur la base de leur engagement à observer des pratiques plus exigeantes ou plus précises que celles fixées par la loi, qui est par nature de portée générale et techniquement « neutre ».

Plus qu'un nouveau projet de certification de la qualité des services en ligne, la création de cette marque de confiance d'intérêt général pourrait donc constituer un développement original de la notion de responsabilité sociale et éthique d'entreprise dans le domaine de la fourniture de services internet. D'après le Livre vert consacré à cette notion par la Commission européenne en 2001, « *le concept de responsabilité sociale des entreprises signifie essentiellement que celles-ci décident de leur propre initiative de contribuer à améliorer la société (...)* » ¹³. C'est la démarche observée par de nombreuses grandes entreprises en France et en Europe, notamment dans le secteur des télécommunications, qui toutefois ne semblent pas s'être fixé jusqu'ici d'objectifs

12. Le terme, dont l'emploi est commun mais souvent impropre, est employé ici avec des réserves, explicitées ci-après.

13. Commission européenne, *Livre vert, Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises*, Bruxelles, 18 juillet 2001, COM (2001) 366 FINAL.
http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/fr/com/2001/com2001_0366fr01.pdf

en matière de prévention de la délinquance ou de protection des mineurs. La « charte des prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à internet en matière de lutte contre certains contenus spécifiques », dite « Net+Sûr », signée par quinze sociétés membres de l'AFA sous l'égide du ministre délégué à l'Industrie, le 14 juin 2004, constitue ainsi le seul précédent connu pour ce type d'actions¹⁴.

Plus généralement, ces dispositifs de certification, de « labellisation » ou de charte éthique paraissent susceptibles de s'inscrire naturellement dans le cadre de la corégulation et de prolonger utilement certaines initiatives de concertation telles que les organise le Forum des droits sur l'internet depuis sa fondation, en 2001. Le dispositif à venir, fondé sur l'adoption volontaire d'un ensemble de bonnes pratiques par les professionnels de l'internet, découle en effet de la concertation des acteurs et de la recherche – dans le cadre et en complément de la loi – d'une « norme » mutuellement acceptée, qui se trouve consignée dans la charte d'engagement présentée plus loin. Parmi les diverses recommandations du Forum des droits sur l'internet, certaines pourraient ainsi peut-être trouver une prolongation dans de nouvelles chartes ou d'autres certificats ou « labels ». La mise en place de la marque de confiance « citoyenne » peut, à ce titre, avoir valeur de test.

Une diversité d'acteurs et de métiers

La charte d'engagement proposée par le Forum des droits sur l'internet concerne une grande diversité de professionnels. Elle s'adresse, en tout premier lieu, aux fournisseurs d'accès à l'internet fixes et mobiles et à la diversité des fournisseurs de services de communication en ligne : prestataires d'hébergement, prestataires de services interactifs (chats, forums, blogs), de services de courrier électronique, éditeurs de logiciels de messagerie instantanée. Ces acteurs ont pour particularité commune d'exercer des activités qui font d'eux des médiateurs et des points de passage privilégiés pour les internautes lorsqu'ils accèdent à des contenus ou contactent des pairs sur l'internet. De ce fait, ils occupent une position stratégique leur permettant de diffuser efficacement une information et des outils utiles à la sécurité des utilisateurs.

Il faut préciser, cependant, afin de dissiper tout risque de confusion et ne pas conférer à la charte d'engagement un caractère interprétatif du droit existant, que les catégories de métiers retenues par la charte n'ont pas pour objet d'influer sur la qualification juridique de ceux-ci au regard, notamment, de la loi pour la confiance dans l'économie numérique.

Les principales activités prises en compte par la charte d'engagement sont les suivantes :

- fournisseurs d'accès à l'internet ;
- opérateurs de téléphonie mobile ;
- fournisseurs spécialisés de services de messagerie électronique (webmail) ;
- exploitants de services interactifs (chats et forums) ;

14. Charte des prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à internet en matière de lutte contre certains contenus spécifiques.
http://www.afa-france.com/charte_contenusodieux.html.

- éditeurs de logiciels et exploitants de services de messagerie instantanée ;
- prestataires d'hébergement de pages personnelles ou de sites commerciaux et exploitants de services de blogs ;
- éditeurs de contenus.

La plupart des bonnes pratiques inscrites dans la charte d'engagement concernent les services destinés au grand public en général, et parfois aux familles en particulier (comme par exemple : les fournisseurs d'accès à l'internet, les services interactifs, etc.). Cependant, afin que les prestataires de services destinés aux professionnels ne soient pas exclus du dispositif et puissent y adhérer, un ensemble spécifique d'engagements leur est également proposé.

L'activité d'éditeur de contenus a également été incluse au nombre des métiers concernés par la charte d'engagement, que cette activité soit principale ou accessoire. Cependant, une telle adhésion de l'éditeur, si elle témoigne de son respect de quelques bonnes pratiques en matière de prévention de l'exposition des mineurs à des contenus potentiellement préjudiciables, ne saurait constituer une preuve de l'adéquation des contenus en cause à un jeune public.

La charte d'engagement pourra évoluer ultérieurement pour prendre en compte d'autres métiers de l'internet, la convergence de l'ensemble des médias (internet, téléphonie mobile, télévision, etc.) ou supports de communication (téléphone mobile, ordinateur, objets communicants) et les modifications législatives ou réglementaires. Les usages de certains moteurs de recherche en matière de fourniture d'outils de « filtrage » optionnel des résultats, de sensibilisation des utilisateurs à la diversité des contenus accessibles par cet intermédiaire ou de signalement de contenus illicites pourraient, par exemple, être utilement inclus dans un ensemble de bonnes pratiques spécifiques à ce métier¹⁵.

Cinq domaines de contribution

Le groupe de travail a identifié cinq domaines principaux dans lesquels les professionnels de l'internet peuvent contribuer utilement à la prévention des risques à destination des utilisateurs de leurs services et à la lutte contre la cybercriminalité :

- la protection des mineurs sur l'internet ;
- la sécurité de l'équipement et des données de leurs clients ;
- la lutte contre les messages publicitaires non sollicités (spam) ;
- la lutte contre les escroqueries et la délinquance astucieuse ;
- la mise en œuvre, de façon transparente, des principes de la loi en matière de coopération avec les autorités judiciaires, de police et de gendarmerie.

En premier lieu, le souhait exprimé par le ministre en charge de la Famille de voir figurer la « protection de l'enfant » au cahier des charges d'un futur label a conduit

15. Voir à ce propos les études du Home Office britannique : *Good Practice Guidance for the Moderation of Interactive Services for Children et Good Practice Guidance for Search Service Providers and Advice to the Public on How to Search Safely*, 19 janvier 2006. <http://police.homeoffice.gov.uk/operational-policing/crime-disorder/child-protection-taskforce?version=2>.

le groupe de travail à renforcer les exigences de la charte d'engagement dans ce domaine. Elles en constituent désormais assurément l'un des pivots.

En second lieu, les engagements proposés aux professionnels de l'internet dans le dernier ensemble de pratiques prennent acte du fait que de nombreux textes existent dans l'ordre juridique français fixant un cadre à la coopération des prestataires avec les autorités judiciaires.

Seulement, si le cadre existe, celui-ci n'est pas forcément explicite pour l'ensemble des acteurs : certains textes ont été adoptés avant le développement des technologies actuelles ; plusieurs mesures n'ont pas fait l'objet de textes réglementaires nécessaires à leur mise en application.

Il est donc apparu important, de clarifier les conditions d'application de ces textes par les prestataires et les autorités publiques et de faire figurer, sous forme d'engagements, les bonnes pratiques en la matière. Ces engagements n'ont pas pour objet d'aller au-delà de la loi, mais de rendre transparente sa mise en œuvre.

Enfin, ce choix s'avère protecteur des citoyens à double titre. D'une part, ils sont informés des modalités de coopération des prestataires avec les autorités. D'autre part, ces modalités font l'objet d'une discussion multi-acteurs, associant l'ensemble des parties prenantes. En définitive, de tels engagements sont exigeants tant pour les prestataires que pour les autorités publiques ; ils contribuent à mettre en place une « maison de verre » où les clients peuvent connaître les modalités de coopération avec les autorités et notamment, l'usage qui sera fait de leurs données personnelles.

Présentation des principaux éléments de la charte

La charte se compose d'un ensemble de soixante-dix engagements que les prestataires intéressés seront invités à respecter suivant les métiers qu'ils exercent.

À l'exception des engagements proposés aux professionnels de l'internet en matière de coopération avec les autorités, chacun des grands chapitres abordés dans le cadre de la charte est composé :

- d'actions en matière de sensibilisation et d'information des usagers des services en ligne ;
- d'outils susceptibles de leur être fournis dans le cadre de ces services ;
- de différentes bonnes pratiques des prestataires.

Protection des mineurs

L'engagement de chaque prestataire à sensibiliser les jeunes usagers de l'internet et leurs parents sur les principaux risques d'exposition à des contenus préjudiciables ou aux enjeux liés à la maîtrise des données personnelles répond au besoin d'information régulièrement exprimé par les familles et leurs associations représentatives. La page d'information figurant sur le site du prestataire ou accessible depuis celui-ci renverra vers divers sites d'information pertinents comme celui de la CNIL ou DroitDuNet.fr. Elle sera accessible depuis la page d'accueil. Les propos qui y figureront devront être adaptés au public ciblé (jeunes, adultes).

Par ailleurs, la publicité constitue l'un des vecteurs d'exposition des mineurs à certains contenus potentiellement préjudiciables. L'ensemble des prestataires souhaitant acquérir la marque de confiance s'engagent à ne pas diffuser, dans les espaces qu'ils éditent et qui sont destinés aux mineurs, des publicités faisant la promotion de certains biens ou services inappropriés aux jeunes utilisateurs de l'internet ou contraires à la recommandation «Enfant» du BVP. Cela vise par exemple les services de rencontres pour adultes, la publicité en faveur du tabac, de l'alcool ou des jeux d'argent.

Afin de limiter encore les risques d'exposition involontaire des mineurs à des contenus potentiellement préjudiciables, les contenus relevant de l'article 227-24 du Code pénal (pornographie et extrême violence, notamment) que pourrait éditer le prestataire titulaire de la marque de confiance, ne sont pas rendus accessibles depuis la page d'accueil de ses sites. Ces contenus ne sont proposés que dans des espaces ou rubriques réservés aux adultes et protégés par un dispositif empêchant les mineurs de consulter ces contenus.

Cependant et à défaut d'indications issues de la jurisprudence précisant les conditions satisfaisant, sur l'internet, aux objectifs fixés par l'article 227-24 du Code pénal, il n'a pas été possible de recommander aux prestataires de mettre en œuvre un type particulier de dispositif de contrôle d'accès. Enfin, les professionnels titulaires de la marque de confiance ne pourront faire figurer de publicités en faveur de tels contenus que dans les espaces de leurs sites réservés aux adultes.

En matière d'accès à l'internet, et afin de renforcer la cohérence entre les différentes initiatives publiques en matière de protection des mineurs sur l'internet, la charte d'engagement reprend l'accord relatif à la fourniture d'outils de contrôle parental conclu le 16 novembre 2005 entre fournisseurs d'accès à l'internet et le ministre en charge de la Famille Philippe Bas. De même, la charte prévoit que les opérateurs mobiles souhaitant acquérir la marque de confiance se conformeront à la charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile du 10 janvier 2006.

Les hébergeurs sont invités à adopter et à porter à la connaissance de leurs utilisateurs une charte d'hébergement décrivant les contenus et comportements acceptés ou proscrits dans le cadre de l'utilisation de leurs services. Ils doivent également informer les créateurs de contenus utilisant leurs services de leur obligation d'empêcher les mineurs d'accéder à tout contenu relevant de l'article 227-24 du Code pénal. Ils mettent en place un moyen de signaler certains contenus illicites aux services de police et de gendarmerie, éventuellement par l'intermédiaire du Point de contact de l'AFA.

En sorte de faciliter l'identification de créateurs de contenus problématiques, les hébergeurs sont invités à procéder à la vérification de la validité d'au moins un élément d'identification de leur client préalablement à l'activation de cet espace. Le prestataire peut, par exemple, adresser le code d'activation du service à l'utilisateur par courrier électronique ou postal, ou s'appuyer sur un élément d'identification préexistant (type adresse mail Passport).

Tous les prestataires de services interactifs prévoient des outils permettant de signaler aux responsables du service des contenus ou des comportements contraires à la charte d'utilisation ou à la loi.

La charte d'engagement désigne sous le terme de «prestataires de services interactifs asynchrones autre que de correspondance privée» les fournisseurs de services de forums, de blogs, etc. Ces professionnels doivent encourager leurs utilisateurs, créateurs d'espaces interactifs, à procéder à une modération des contenus qui y sont publiés par d'autres internautes (commentaires dans un blog, messages dans un forum, etc.). La charte d'engagement encourage les prestataires à sensibiliser les créateurs de ces espaces à leurs obligations. Afin de limiter la multiplication des espaces interactifs «en friche» et des cas dans lesquels des personnes n'administrant plus leur espace interactif pourraient voir leur responsabilité engagée à raison des contenus qui y seraient publiés, les prestataires s'engagent à prévoir contractuellement une modalité de suspension de toute possibilité de publier en l'absence de toute mise à jour, modification, intervention ou modération d'un contenu depuis un délai de trois mois.

Les prestataires de services interactifs doivent proposer à leurs utilisateurs un outil permettant d'informer les responsables du service en cas de contenus ou comportements contraires à la charte ou à la loi. Pour les espaces synchrones destinés aux mineurs, ces responsables devront répondre en direct aux sollicitations.

Il convient de noter que, même si les messages y sont modérés *a priori*, entraînant parfois un délai de quelques minutes avant leur diffusion, les services de chat proposés sur les réseaux et terminaux mobiles conservent, au regard de la charte d'engagement, la qualité de services interactifs synchrones et doivent, dès lors, respecter les engagements qui sont liés à cette activité.

Enfin, les prestataires de services interactifs qui éditeraient également un ou plusieurs services à destination d'utilisateurs mineurs (salons de discussion ou forums créés à l'initiative du prestataire du service) doivent prévoir un dispositif de modération de cet espace. Les responsables et modérateurs de ces espaces sont formés aux procédures à mettre en œuvre en cas de signalement de contenus ou de comportements préjudiciables aux mineurs.

Sécurité de l'équipement client

Cette série d'engagements a pour objectif de renforcer, par l'intermédiaire des prestataires de services, l'information des utilisateurs sur les risques informatiques existants (virus, spyware, etc.) et sur les comportements ou les outils permettant de limiter, voire de remédier à ces risques.

Les équipements permettant la connexion sans fil (technologie Wifi) de plusieurs ordinateurs à un même réseau local et le partage d'une connexion à l'internet entre ces différents terminaux sont de plus en plus communs. Improprement configurés, ces équipements peuvent faire encourir certains risques à leurs utilisateurs. La charte d'engagement invite les fournisseurs d'accès à l'internet proposant de tels équipements à leurs clients à les sécuriser de façon à prévenir toute interception des communications de l'abonné ou toute utilisation à son insu de sa connexion à l'internet.

Afin de prévenir l'émergence de risques affectant les nouveaux supports d'accès à l'internet, les opérateurs de téléphonie mobile sont invités à assurer une veille des risques existants en matière de sécurité et à diffuser, si cela s'avère nécessaire, une information auprès de leurs clients.

L'instance en charge de la gestion opérationnelle de la marque de confiance devra d'ailleurs régulièrement réexaminer les engagements de la charte en matière de sécurité, compte tenu de l'évolution rapide des connaissances et des risques en matière de sécurité informatique.

La fourniture de logiciels ou de services antivirus fait l'objet d'une vive concurrence entre prestataires. Ce type de prestations n'a donc pas été inclus dans la charte d'engagements. En fonction de l'évolution des offres proposées par les prestataires, l'instance de gestion pourra examiner ultérieurement l'opportunité de faire évoluer la charte d'engagement dans ce domaine.

Lutte contre le spam

L'information et la sensibilisation des utilisateurs sur les précautions à prendre pour une bonne utilisation du courrier électronique et les moyens de protéger leurs données personnelles sont au cœur des engagements proposés aux prestataires en matière de lutte contre le spam. Les professionnels informeront également leurs usagers de la diversité des outils permettant de limiter l'afflux de courriers électroniques indésirables.

En vue de renforcer la cohérence des initiatives publiques en matière de lutte contre le spam, la charte d'engagement renvoie aux schémas techniques et aux recommandations qui pourraient être émis dans le cadre du dispositif Signal-spam, mis en œuvre par la Direction du développement des médias (DDM).

Lutte contre les escroqueries et la délinquance astucieuse

La charte d'engagement prend en considération, dans cette partie, le développement récent de certaines techniques de fraude de nature économique comme le filoutage (*phishing*), le scam ou, plus généralement, les dispositifs permettant de capter le numéro de carte bancaire d'utilisateurs de l'internet.

À ce stade, il est proposé aux professionnels de contribuer à l'information des utilisateurs de l'internet sur ces risques et sur les moyens qui leur sont offerts pour lutter ou contrer certaines de ces pratiques.

Transparence dans la coopération des prestataires avec les autorités

Les engagements figurant dans cette section identifient et rassemblent, de manière transparente et dans le cadre strict prévu par la loi et le respect des droits et libertés des internautes, certaines des modalités de coopération ayant cours entre les prestataires et les autorités, en vue de prévenir ou de réprimer toute infraction.

Ces engagements n'établissent pas une norme de comportement différente de celle fixée par la loi. Ils explicitent les conditions de son application dans un souci de transparence et d'efficacité envers les citoyens.

Tout d'abord, la charte fixe les modalités de coopération régulière des prestataires avec les autorités. Elle prévoit, ainsi, la participation des signataires aux travaux d'élaboration de la future plate-forme de signalement de contenus illicites engagés par le ministère de l'Intérieur.

La charte d'engagement suggère, également, aux professionnels des engagements minimaux en matière de délais de réponse aux réquisitions portant sur des données permettant l'identification de personnes dans le cadre d'enquêtes judiciaires. Il convient de préciser que le respect de ces délais devra être analysé de manière globale en tenant compte, à la fois de la formulation de la demande émanant des autorités et des éventuelles difficultés techniques rencontrées par les professionnels.

Concernant les opérateurs de téléphonie mobile, l'identification du titulaire d'une adresse de courrier électronique ou d'une adresse IP est aujourd'hui considérée comme une demande « non standard » ouvrant droit, selon les termes de la charte d'engagement, à un temps de réponse supérieur. Ce régime pourrait évoluer au gré des révisions de la charte, et de la banalisation de ce type de demandes auprès des opérateurs de téléphonie mobile.

Il est également proposé aux professionnels de communiquer aux autorités compétentes les coordonnées des personnes responsables du traitement des réponses aux réquisitions judiciaires aux autorités compétentes. La communication des coordonnées d'une personne susceptible d'initier un tel traitement en cas d'urgence est également prévue, au bénéfice exclusif de l'OCLCTIC et du STRJD de la Gendarmerie nationale. Ces derniers centraliseront et traiteront lesdites demandes urgentes.

Concernant les nouvelles techniques de communication, la charte fait une distinction entre les opérateurs de téléphonie sur IP et les fournisseurs de service de voix sur IP. Les premiers, qui permettent à leurs utilisateurs d'établir une communication avec le réseau téléphonique commuté, s'engagent à permettre, dans le cadre fixé par la loi en la matière, l'interception des communications téléphoniques.

Les seconds, dont le service permet la communication de poste informatique à poste informatique, s'engagent à faciliter, par un dialogue technique avec les autorités, notamment, l'analyse des éléments obtenus par les autorités à la suite d'une interception des communications réalisées sur leurs services. Dans tous les cas, les modalités opérationnelles de mise en œuvre de ces engagements devront être déterminées dans le cadre d'un dialogue étroit avec les autorités compétentes.

Ensuite, la charte explicite les modalités de lutte contre les contenus manifestement illicites telles que prévues par la loi pour la confiance sur l'économie numérique et l'interprétation donnée par le Conseil constitutionnel dans sa décision du 10 juin 2004. La charte éclaire ainsi les dispositions de l'article 6-I-7 de la loi qui invite les prestataires à signaler un nombre limité de contenus.

Afin de clarifier les conditions du retrait et de mise à disposition des autorités de contenus manifestement illicites (définis comme tels par le Conseil constitutionnel : incitations à la haine raciale, pornographie infantile...) constatés par un prestataire d'hébergement, il est proposé aux professionnels exerçant cette activité de trans-

mettre aux autorités la copie des contenus suspendus ou retirés concomitamment au signalement opéré en application de la LCEN.

À des fins d'efficacité, certains services répressifs souhaitent que les contenus manifestement illicites ainsi transmis par les prestataires d'hébergement soient accompagnés des données de connexion et/ou de facturation permettant l'identification des auteurs des contenus signalés. Le ministère de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés publiques consultera le ministère de la Justice et la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) en vue de se faire préciser dans quelles mesures un tel engagement, qui permettrait la transmission de données d'identification hors du cadre de la procédure pénale, est conforme ou non avec l'obligation, pour les prestataires, de veiller à la confidentialité de ces données à caractère personnel. Ce point pourrait être examiné à nouveau dans le cadre d'une prochaine révision de la charte d'engagement, à la lumière des réponses à ces consultations.

Que ces données soient requises par les autorités ou transmises d'initiative en accompagnement d'un signalement, il est proposé aux professionnels de s'engager à communiquer les contenus aux autorités dans un format identique à leur mode d'affichage préalablement à leur retrait ou suspension. Il s'agit pour le prestataire de ne pas délivrer des extractions brutes de sa base de données, mais de les remettre en forme afin de permettre aux autorités de connaître la manière dont ceux-ci s'affichaient à l'écran. Nonobstant ces éléments, il est utile de rappeler que le prestataire qui a procédé au retrait ou à la suspension d'un contenu en dehors des cas prévus par la loi pourrait voir sa responsabilité civile être engagée.

Enfin, la charte propose aux prestataires de procéder au signalement des contenus et comportements faisant apparaître un danger imminent pour les personnes. Il s'agit d'inviter les professionnels à transmettre, par exemple, les messages de détresse qui seraient portés à leur connaissance, les menaces réelles d'atteintes à l'intégrité physique de personnes désignées. On peut citer le cas, suite à une telle coopération, de l'arrestation d'un internaute qui recrutait par l'intermédiaire de forums de discussion d'autres internautes dans le but de procéder au viol de sa voisine. Dans de telles situations, la charte engage l'ensemble des prestataires à transmettre, avec le signalement, les données permettant l'identification du contenu concerné – s'ils en disposent. Cette procédure de transmission de données à caractère personnel en dehors de toute réquisition ou demande judiciaire s'inscrit dans les dispositions de l'article 122-7 du Code pénal et le cadre protecteur des libertés fixé par la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique et aux libertés.

Proposition de dispositif opérationnel

Introduction : de la nécessité d'adosser le projet de charte d'engagement à un modèle de dispositif opérationnel

Comme on l'a vu, Philippe Bas, ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille a confié, à l'issue de la Conférence de la famille, en octobre 2005, une mission complémentaire à Joël Thoraval, président

de la CNCDH. Ce dernier est mandaté afin de proposer «la ou les structures existantes ou à créer qui pourront délivrer ce label et en assurer le suivi».

Néanmoins, les membres du groupe de travail constitué au sein du Forum des droits sur l'internet ont également souhaité proposer quelques pistes relatives à la mise en œuvre opérationnelle de la marque de confiance ainsi élaborée.

Ce souhait était dicté par une double nécessité. Tout d'abord, il s'agit de répondre intégralement à la mission confiée par le ministre de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales en matière d'élaboration d'un «certificat citoyen» et qui intégrait un volet de mise en œuvre opérationnelle.

Ensuite, il a été nécessaire, lors de l'élaboration de la charte d'engagement, d'en projeter les conditions de mise en œuvre. En effet, l'internet étant un environnement changeant où les usages évoluent rapidement, il est apparu important de concevoir le prototype d'un dispositif cohérent avec la charte d'engagement pouvant être mis en œuvre sans délai, capable de faire évoluer les engagements souscrits proposés aux professionnels et d'en contrôler le respect par les prestataires souscrivant à la démarche.

Charte, certificat, «label», marque de confiance

La mission confiée au Forum des droits sur l'internet par le ministre de l'Intérieur concerne la mise en place d'un «certificat citoyen» des fournisseurs d'accès et de services de l'internet. La lettre de mission du ministre en charge de la Famille demande au Forum d'élaborer le cahier des charges d'un «label Famille» des produits, services et contenus en ligne les plus appropriés au public familial.

Ces deux notions ne sont pas strictement équivalentes et méritent d'être clarifiées et comparées avec quelques concepts voisins : sceaux, marques de confiance, chartes.

Un certificat, un «label» sont des signes visibles, des expressions synthétiques des engagements volontaires des professionnels qui en sont titulaires à fournir des produits ou des services d'un niveau de qualité reconnu et contrôlé. Ces «marques de confiance» ont pour fonction d'apporter au consommateur des gages de cette qualité, et de gagner sa confiance dans les services du prestataire titulaire.

Les démarches de certification émanent le plus souvent de groupes de professionnels désireux de se distinguer parmi leurs concurrents sur des critères directement liés à leur activité marchande. Ainsi, bon nombre de certificats et «labels» se sont proposés de résoudre le déficit de confiance dont a longtemps souffert le web marchand, en matière de sécurité des transactions, notamment, ou de gestion des données personnelles des clients. Les marques de confiance se sont multipliées au début des années 2000 : on a compté jusqu'à 600 de ces initiatives en 2002, de fiabilité très inégale. La plupart n'ont pas connu le succès escompté, et n'ont pas su s'imposer auprès de sociétés qui ont construit la confiance autour de leurs propres marques. Cette profusion de marques de confiance n'a sans doute pas été favorable à l'émergence de marques de qualité de référence, et a nui à la notoriété indispensable à une bonne appropriation par les consommateurs et à la crédibilisation de ces dispositifs.

Un rapport et un avis du Conseil national de la consommation (CNC)¹⁶ ont contribué, en juillet 2003, à clarifier ces notions.

On peut identifier plusieurs types de sceaux et marques de confiance :

- la certification de services, telle qu'elle est définie et encadrée par la loi n° 94-442 du 3 juin 1994 ;
- des dispositifs de « 2^e niveau », qui ne se conforment pas à toute la législation relative à la certification, mais en respectent les principes, notamment celui du contrôle par un organisme distinct du bénéficiaire de la marque de confiance ;
- des dispositifs d'« autoproclamation » n'offrant pas les garanties d'un contrôle indépendant.

La loi n° 94-442 du 3 juin 1994 modifie le Code de la consommation en matière de certification des produits industriels et des services et la commercialisation de certains produits et définit les caractéristiques et les méthodologies associées à la notion de certification de services. Les articles R. 115-1 à R. 115-12 précisent les dispositions législatives concernant les organismes certificateurs (R. 115-1 à R. 115-5), l'accréditation (R. 115-6 et R. 115-7), les référentiels (R. 115-8 et R. 115-9), l'information des consommateurs et des utilisateurs (R. 115-10 et R. 115-11) et les dispositions pénales associées (R. 115-12).

L'article 1^{er} de la loi insère un article L. 115-27 du Code de la consommation ainsi rédigé : « *constitue une certification de produit ou de service (...) l'activité par laquelle un organisme, distinct du fabricant, de l'importateur, du vendeur ou du prestataire, atteste, à la demande de celui-ci effectuée à des fins commerciales, qu'un produit ou un service est conforme à des caractéristiques décrites dans un référentiel et faisant l'objet de contrôles.* »

Les organismes certificateurs doivent déposer auprès de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF/MINEFI) une déclaration justifiant de leur « compétence » et de leur « impartialité ».

Le référentiel est, selon les termes de la loi, « *un document technique définissant les caractéristiques que doit présenter un produit ou un service et les modalités du contrôle de la conformité du produit ou du service à ces caractéristiques.* » Il doit être élaboré en concertation entre l'ensemble des parties intéressées (professionnels, consommateurs et pouvoirs publics), et être publié au *Journal officiel*. La délivrance du certificat et son contrôle doivent également associer les différentes parties concernées.

Plusieurs certificats existent en matière de services en ligne ; ils n'ont pas connu le développement espéré par leurs promoteurs, l'AFAQ (Webcert), le BVQI (Webvalue), Sysqua (Elitesitelabel), SGS (Qualicert) ou AFNOR Certification.

Dans le cas du certificat Webcert, l'organisme certificateur (AFAQ) fait procéder, par des auditeurs indépendants et préalablement à l'attribution du certificat, à un audit « initial » du service en ligne candidat et au sein de l'entreprise, suivant des procédures de contrôle connues de l'entreprise certifiée, qui a ainsi pu y adapter son organisation interne pour se conforter au mieux à ses engagements. De nouveaux contrôles sont

16. http://www.minefi.gouv.fr/DGCCRF/boccrf/04_04/a0040039.htm

opérés à intervalles réguliers (tous les six mois en ligne, et tous les ans dans l'entreprise). Les rapports d'audit délivrés à la suite de ces contrôles peuvent faire état d'«écarts» par rapport aux engagements ou de «non-conformités» majeures dont la correction conditionne l'attribution ou le maintien du certificat.

Les termes «sceaux» et «marques de confiance» sont préférés, pour désigner les dispositifs n'entrant pas dans le cadre strictement défini par la loi; celui de «label» est celui que l'administration réserve à certains domaines d'activités spécifiques, le domaine agroalimentaire notamment.

Cependant, certaines initiatives s'inscrivant en marge du cadre réglementaire peuvent s'appuyer sur un référentiel et des procédures aussi solides que certains certificats «officiels». C'est par exemple le cas de l'«habilitation des sites marchands» L@belsite, que gère la Fédération des entreprises de vente à distance (FEVAD), l'une des rares initiatives de «2^e niveau» encore en activité.

En définitive, au moins trois principes généraux sont communs à l'ensemble de ces démarches, qu'elles s'inscrivent ou non dans le cadre strict de la certification de services tel qu'il est défini par la loi :

- le respect de la réglementation constitue un préalable, et tout certificat ou marque de confiance doit encourager les candidats à mettre en place des pratiques allant au-delà de la réglementation;
- une tierce partie, souvent un auditeur «certifié» mandaté par l'organisme qui attribue les certificats ou marques de confiance, procède à des contrôles réguliers de la conformité des pratiques des acteurs s'étant vu délivrer la marque avec les pratiques de référence prévues par le dispositif;
- ces démarches respectent des règles de transparence en mettant, par exemple, à disposition du public la liste des critères d'attribution de la marque de confiance, ou encore en datant l'attribution à un acteur de la marque de confiance.

Le choix d'un dispositif «allégé» de marque de confiance

La marque de confiance que le Forum des droits sur l'internet a mission de concrétiser comporte au moins deux particularités qu'il convient de considérer avec attention avant de décrire le dispositif opérationnel.

D'une part, si le présent projet de marque de confiance a suscité le plus vif intérêt auprès de nombreux professionnels, certains prenant volontiers part aux travaux du groupe à l'origine de cette proposition, ce sont les pouvoirs publics, et non les acteurs de l'internet eux-mêmes, qui sont à l'origine de cette démarche. Le Gouvernement a ainsi pris l'initiative dans un domaine dans lequel rares sont les entreprises à avoir investi spécifiquement et fait valoir leurs engagements auprès du public.

D'autre part, c'est la première fois qu'une marque de confiance est bâtie sur un ensemble aussi complet d'objectifs «citoyens» et de «respect des familles». À l'exception du projet catalan IQUA, dont la charte d'engagement sommaire inclut par exemple des objectifs en matière de «protection des mineurs», de «l'ordre public» ou de «la dignité humaine», aucune initiative comparable n'est connue du Forum

des droits sur l'internet en Europe¹⁷. Le dispositif Net+Sûr, promu en 2004 par les membres de l'AFA, sous l'égide du ministre délégué à l'Industrie, matérialise la contribution des signataires dans le domaine de la lutte contre les « contenus odieux » sous la forme d'un code de bonne conduite décrivant une douzaine d'engagements, et d'une signalétique présente sur les sites desdits membres. Cependant, à la différence du projet de marque de confiance, ces engagements ont donné lieu à une négociation bilatérale entre pouvoirs publics et professionnels, et ne font pas l'objet de contrôles réguliers par une entité indépendante.

Ces premières observations sont loin de réduire l'intérêt d'une marque de confiance : si elle fait l'objet d'une communication appropriée, cette dernière répondra aux attentes du public de plus en plus sensible en matière de sécurité et de protection des mineurs ; elle pourra créer une émulation positive entre professionnels. Elles suggèrent en revanche que, pour qu'une « masse critique » d'entreprises adhère au dispositif proposé aux professionnels, le dispositif encadrant la mise en œuvre de la charte d'engagement soit aussi souple et peu coûteux que possible. Rappelons que le coût annuel des procédures d'audit en vigueur dans le domaine de la certification de services peut s'élever de 1 000 à 10 000 euros par prestataire : un consensus sur le financement de telles actions en plus d'une structure permanente de gestion du dispositif serait difficile à établir.

Se basant sur ces éléments, les membres du groupe de travail ont souhaité retenir deux principes relatifs à l'adhésion des prestataires à la charte d'engagement.

Une adhésion volontaire et déclarative

L'attribution de la marque de confiance doit résulter d'une démarche volontaire de chaque prestataire qui, en adhérant au dispositif, s'engage à respecter l'ensemble des engagements figurant dans la charte et non d'une démarche plus administrée comme peut l'être la certification.

Le groupe de travail a procédé au début de ses travaux à l'examen des règles de la « certification de services » telles que les établit la loi de 1994. Les dispositions de la loi fondent un protocole sûr, où l'indépendance des parties et l'exigence des engagements auxquels souscrivent les attributaires du certificat ont pour contrepartie des délais et des coûts de mise en place et de gestion importants.

S'il paraît souhaitable que la marque de confiance soit construite en conformité aux grands principes du dispositif légal, il ne s'agit pas, pour autant, de créer un « certificat » au sens de la loi, obéissant à l'ensemble des obligations. Cette marque de confiance doit, en effet, répondre à plusieurs contraintes que le régime juridique du certificat ne permet pas de lever : mise en œuvre dans les délais rapides et courts souhaités par les ministères de la Famille et de l'Intérieur, adoption par le plus grand nombre possible de prestataires et sans que d'importants moyens financiers doivent y être consacrés.

17. La charte d'engagement de la marque de confiance « IQUA » peut être consultée à l'adresse : <http://www.iqua.net/archivos/1569-91-archivo/Verificacion.pdf>

En pratique, après avoir vérifié la nature juridique et la gamme de services proposés par un prestataire candidat, l'organisme en charge de la gestion de la marque de confiance pourrait, à la demande du prestataire, l'assister dans la définition des actions à entreprendre en vue de mettre ses services en conformité avec la charte d'engagement. L'organisme recueillerait enfin l'engagement du fournisseur d'accès ou de services à respecter chacun des engagements le concernant figurant dans la charte d'engagement annexée au contrat sur lequel devra s'appuyer chaque engagement de prestataire.

Cette démarche, par laquelle le prestataire s'assure lui-même de la conformité de ses services avec les engagements qu'il a souscrit, permet :

- la mise en place d'un dispositif nécessitant des moyens tant humains que financiers réduits;
- l'adoption et le déploiement rapide de la marque de confiance par les principaux acteurs;
- la responsabilisation des acteurs concernés.

En échange de cette adhésion, l'organisme en charge de la gestion de la marque de confiance accorde au prestataire le droit d'associer cette dernière à sa propre marque et à sa communication, dans des conditions à préciser (logo ou « sceau » affiché sur la page d'accueil du ou des sites du prestataire, sur ses services et produits, site web détaillant les bonnes pratiques auxquelles chaque opérateur souscrit, etc.).

L'adhésion d'une marque, d'un nom commercial ou d'un titre

L'adhésion d'une structure à la charte d'engagement peut s'opérer sur différentes bases : adhésion de l'entité juridique, adhésion en fonction de la marque ou adhésion par service proposé par la marque.

Compte tenu de l'objectif affiché, à savoir une appropriation par les utilisateurs de la charte d'engagement et de la marque de confiance qui lui est liée, le Forum des droits sur l'internet propose que les structures souhaitant adhérer au dispositif de marque de confiance engagent l'adhésion de tous leurs services rassemblés sous une même « marque », c'est-à-dire par le nom, le nom commercial, l'image communiquée auprès des internautes.

L'entité propriétaire de la marque devra alors souscrire à tous les engagements visant l'ensemble des services exploités sous ladite marque.

Pour les structures non marchandes, comme les associations, l'adhésion se fera selon le titre de l'association – au sens de la loi du 1^{er} juillet 1901.

« Citoyen » ou « famille » : quelle dénomination pour la marque de confiance ?

À l'occasion des deux missions confiées respectivement par le ministre de l'Intérieur et le ministre en charge de la Famille, deux dénominations ont été évoquées pour la marque de confiance construite par le Forum des droits sur l'internet. La première invitait à la création d'un certificat « citoyen ». La seconde invitait à la création du cahier des charges d'un label « Famille ».

Les membres du groupe de travail se sont résolument prononcés contre l'hypothèse de la création de deux marques de confiance distinctes dans un environnement où des initiatives comparables préexistent, et alors que la lisibilité et l'appropriation de la marque de confiance par les prestataires comme par le grand public constituant, de l'avis de tous, des facteurs déterminants du succès du projet.

L'identité de la future marque de confiance s'enracine donc dans ces deux terrains : « familial » et « citoyen ».

La dénomination de « famille » pourra sembler proche des attentes des familles et des nouveaux internautes désirant être accompagnés dans leur découverte et leurs usages des nouvelles technologies. Elle ne constitue toutefois que l'un des aspects de la charte d'engagement. Comme nous l'avons vu, celle-ci aborde des thématiques dépassant le strict domaine des préoccupations familiales, et s'étend par exemple aux questions de sécurité informatique ou de lutte contre toutes les formes de cybercriminalité. Le terme de « famille » peut également induire en erreur le public qui s'attendrait à un label de qualification des contenus comme ceux particulièrement destinés aux mineurs. Or, l'objectif du présent projet est autre.

Plusieurs des représentants des professionnels de l'internet consultés par le Forum des droits sur l'internet ont exprimé plus d'intérêt pour une marque de confiance enracinée dans le terrain « citoyen ». En effet, une majorité de prestataires désireux de souscrire aux divers engagements inclus dans la charte s'adresse à un public composé principalement de célibataires et de jeunes adultes, et craint que l'affichage d'une marque « familiale » ne rencontre pas les valeurs recherchées par leur cible ; un tel affichage pourrait même, selon certains professionnels, avoir un effet opposé à celui escompté.

En conséquence, il apparaît au Forum des droits sur l'internet qu'une marque de confiance « citoyenne » porterait sans doute le mieux les engagements décrits dans la charte et constituerait une réponse crédible par rapport aux souhaits exposés par les deux ministères de faire de tout prestataire un acteur impliqué et responsable sur la toile mondiale.

En tout état de cause, un travail complémentaire devra être mené par des structures spécialisées dans le marketing et la promotion des marques afin d'identifier, en lien avec les divers acteurs intéressés, le meilleur slogan/logo à attribuer à la marque de confiance (« citoyen », « famille » mais également « civilité » ou « confiance ») permettant de lui assurer des fondations stables.

L'importance déterminante de l'accompagnement marketing de la marque de confiance

Une signalétique visible distinguant les sites et les produits concernés, à concevoir

Le prestataire ayant accompli la démarche en vue de l'obtention de la marque de confiance se verrait décerner l'autorisation d'insérer – sur ses pages web, services, produits et documentation – un signe distinctif – ou « sceau » – à créer. Ce signe

distinctif pourrait être accompagné d'une mention explicative de la signification de cette marque, et associé à un lien hypertexte pointant vers une page décrivant les engagements auxquels souscrit le prestataire, et leurs limites.

Dès lors que l'une des principales motivations à acquérir la marque de confiance doit reposer sur la perception qu'en aura le grand public, la notoriété de cette marque et du signe distinctif, son principal vecteur, est stratégique pour le succès du dispositif.

L'une des premières missions de l'organisme désigné serait alors de concevoir ce signe distinctif, tout en tenant compte des marques publiques ou privées existantes – et le cas échéant de proposer le rapprochement d'initiatives équivalentes.

Plusieurs initiatives de différentes natures ont, à ce jour, souhaité s'appuyer sur une signalétique proche des préoccupations du groupe de travail :

- **Label Net+Sûr**



L'Association des fournisseurs d'accès et de services internet (AFA) et ses membres ont signé le 14 juin 2004, sous l'égide de Patrick Devedjian, ministre délégué à l'Industrie, une charte qui définit les contributions de la profession en matière de lutte contre certains contenus «odieux». Afin de permettre une meilleure identification des engagements pris dans la charte, l'AFA a fait réaliser le «label Net+sûr». Les membres de l'AFA qui respectent les engagements se sont ainsi engagés à faire figurer le «label» sur leur portail et/ou sur tout autre support de communication. Les engagements figurant dans la charte Net+Sûr sont aujourd'hui compris dans la charte d'engagement de la marque de confiance ici étudiée.

- **Campagne Internet+Sûr**



À la différence du «label Net+Sûr» et du présent projet de marque de confiance, le logo «Internet+Sûr» n'a pas pour fonction de symboliser d'éventuels engagements des prestataires qui l'arborent, mais constitue un repère permettant aux internautes de s'informer sur les questions de sécurité sur l'internet. Il s'agit du nom donné à la première semaine nationale de la sécurité informatique organisée du 3 au 10 juin 2005 à l'initiative de la Délégation aux usages de l'internet. Ce sigle a été utilisé dans les différentes campagnes de sensibilisation opérées par les partenaires de l'opération.

- **Projet Confiance**



Le logo «Confiance», sera également amené à occuper une part du «territoire» de la sensibilisation et de la sécurité des usagers de l'internet. Il représente le projet Confiance. Ce plan d'action national de sensibilisation aux enjeux et aux risques de l'internet, a été proposé par la Délégation aux usages de l'internet (DUI) à la Commission européenne, qui l'a retenu en novembre 2004, dans le cadre de son Plan d'action pour un internet plus sûr (SIAP).

Une large information du public : communication gouvernementale, création d'un site de référence, etc.

Parallèlement à la création d'une signalétique adaptée, il apparaît nécessaire de mener, dès le lancement de la marque de confiance, une vaste campagne de communication basée sur un partenariat entre acteurs publics et acteurs privés, et visant à porter à la connaissance du public le contenu des principaux engagements, tout en établissant la notoriété du « sceau » distinctif des prestataires engagés dans le dispositif.

À cette fin, l'ensemble des futures campagnes d'information et de sensibilisation organisées par les pouvoirs publics, et en particulier celles prochainement programmées par le ministère de la Famille à la suite de la Conférence de la famille et du programme Confiance dans le cadre du Plan d'action européen pour un internet plus sûr (SIAP), devraient intégrer un message informant le public de l'existence et de la signification de la marque de confiance, faire référence aux principaux engagements souscrits par les prestataires et renvoyer à un site d'information dédié permettant d'en savoir plus.

Ce site de référence est un outil indispensable. Il présenterait de manière intelligible par le grand public les principales thématiques et engagements de la charte d'engagement, y donnerait un accès à l'intégralité de ses dispositions et devrait référencer l'ensemble des prestataires ayant souscrit à la charte.

Un lien hypertexte visible devra être réalisé vers ce site de référence depuis le site des prestataires ayant souscrit aux engagements et depuis le site des ministères intéressés, le site portail « Internet. gouv.fr », celui de la Délégation aux usages de l'internet et de la Délégation interministérielle à la famille.

Enfin, et afin d'assurer une base de notoriété importante à cette marque de confiance, une communication forte devrait être réalisée à l'occasion de l'annonce de sa création et de la signature de la charte d'engagement par les prestataires. Cette communication pourrait associer, outre les dirigeants des premiers prestataires ayant manifesté leur souhait d'adhérer au dispositif, les ministères intéressés (Famille, Intérieur, Industrie, Économie, Jeunesse et Sports) et le Premier ministre. Le Service d'information du Gouvernement pourrait également mettre ses moyens et son expertise au service de la promotion de la marque de confiance. Au final, l'impact et la viabilité de la marque de confiance seront étroitement liés aux moyens notamment financiers que les pouvoirs publics décideront d'allouer à cette communication.

Enfin, cette communication devra s'appuyer sur les nombreux réseaux d'écoute des préoccupations des internautes et notamment des familles, en particulier les associations familiales.

Une instance chargée de la gestion du dispositif

En matière de gestion de la charte d'engagements souscrits par les prestataires distingués par la marque de confiance, trois questions doivent être soulevées : qui contrôle le respect des engagements par les prestataires partenaires, à la demande de qui, et quelles sont les mesures qui peuvent être ordonnées en cas de manquement à ces engagements.

La nature et le mode de fonctionnement de l'instance responsable de la gestion de la marque de confiance feront l'objet de réflexions complémentaires des ministères de l'Intérieur et de la Famille, ce dernier éclairé par les propositions de Joël Thoraval. La charte d'engagement, toutefois, ne saurait être strictement détachée de la description des principes selon laquelle elle sera appliquée. Le modèle d'instance de gestion du dispositif – chargée notamment de la vérification des engagements pris – qui est dessiné ici à grands traits est issu de la même démarche de concertation que la charte d'engagement.

La nature de l'instance en charge de la gestion de la charte d'engagement

L'intention des ministres à l'origine du projet de marque de confiance, l'esprit dans lequel le contenu de la charte d'engagement a été élaboré, la nature volontaire de l'adhésion des professionnels indiquent, selon le Forum des droits sur l'internet, que la gestion des engagements soit assurée par une instance au sein de laquelle seraient représentées, à parité, toutes les parties concernées (pouvoirs publics, professionnels et utilisateurs). Une telle composition sera à même d'assurer la neutralité de l'instance de gestion vis-à-vis d'un demandeur identifié ou d'un prestataire particulier. À ce titre, il conviendra peut-être d'associer au sein de l'instance, non pas les prestataires ayant souscrit la charte d'engagement, mais leurs fédérations professionnelles (AFOM, AFA). L'implication des pouvoirs publics dans l'organisme est également importante dès lors que la protection de l'enfance est un enjeu majeur de politique publique.

Cette instance aurait pour mission de recevoir et d'instruire les signalements d'éventuels manquements aux règles d'engagement auxquelles ils ont souscrit, et de s'assurer de l'application des engagements par les prestataires de services titulaires de la marque.

L'instance de gestion qui sera finalement arrêtée pourrait être une structure parapublique existante comme le Forum des droits sur l'internet, une structure administrative au sein de laquelle seraient représentées les différentes parties, ou une structure publique, voire privée, créé à cet effet. Les ministères à l'initiative du projet de marque de confiance sauront retenir la solution la plus efficiente, la plus viable économiquement, la plus représentative de la diversité des intérêts en jeu et respectueuse de l'esprit dans lequel s'est construite la charte d'engagement.

Les personnes pouvant saisir l'instance de gestion

L'instance de gestion pourrait se saisir elle-même d'un manquement à la charte d'engagement ou être saisie d'un manquement par tout membre de l'instance, autorité publique, association ou professionnel, signalant la non-exécution d'un engagement.

On pourrait également envisager, en sorte de renforcer le dispositif, que tout utilisateur de l'internet qui constaterait un non-respect des engagements puisse saisir l'instance de gestion. Dans cette éventualité, la saisine pourrait se faire par voie électronique, et pourrait même être simplifiée par l'affichage d'une adresse électronique ou l'association d'un lien hypertexte auprès de la marque distinctive matérialisant les engagements du prestataire.

Toutefois, l'expérience du Forum des droits sur l'internet en matière d'animation de « hotlines » enseigne que la masse de signalements impropres ou mal qualifiés peut être telle que l'instance de gestion doit disposer, pour faire face au nombre, d'importants moyens de qualification et de traitement de ces signalements. Il semble donc nettement souhaitable de privilégier une saisine de l'instance par les associations représentatives du secteur non marchand qui siègeraient en son sein.

L'instance de gestion instruirait chaque réclamation. Elle signalerait les manquements avérés au prestataire concerné et pourrait, dans les cas les plus simples, les résoudre directement avec le prestataire dans un délai précis. En cas d'échec de cette procédure, l'instance de gestion serait amenée à statuer sur le différend et à prendre une décision.

Les mesures pouvant être prises par l'instance de gestion

Afin de tenir compte des évolutions technologiques et des usages de l'internet, mais aussi de permettre aux prestataires désireux d'obtenir la marque de confiance d'adapter leurs services aux engagements souscrits, les mesures pouvant être prises par l'instance de gestion répondraient au principe de réponses échelonnées.

Ainsi, l'instance en charge de la gestion de la marque pourrait adresser une mise en demeure au prestataire pris en défaut. Cette démarche ouvrirait un délai au cours duquel le prestataire pourrait procéder à la mise en conformité de son service ou indiquer les raisons pour lesquelles il n'applique pas l'engagement concerné.

À défaut de réaction du prestataire à l'expiration du délai indiqué dans la mise en demeure, l'instance de gestion pourrait notifier au prestataire que les droits d'utilisation de la marque de confiance lui sont retirés. Cette décision pourrait être rendue publique.

L'instance de gestion aurait enfin pour mission de procéder à la protection des usages non autorisés de la marque de confiance qui pourraient être constatés. À cette fin, elle devrait être titulaire de la personnalité juridique, avoir procédé à la protection de la marque de confiance et des visuels associés sous le régime du droit des marques tel que prévu au sein du Code de la propriété intellectuelle. Elle devrait veiller, le cas échéant en ayant recours à des actions judiciaires, à ce que des acteurs ne procèdent pas à l'affichage de la marque de confiance sans avoir souscrit, au préalable, aux engagements.

La révision des engagements souscrits

Les bonnes pratiques figurant dans la charte d'engagement devront évoluer en fonction des développements technologiques, des mutations des usages des internautes et de l'éventuelle évolution des lois et règlements. Il est donc nécessaire que le dispositif prévoit la possibilité que les représentants de toutes les parties prenantes à l'élaboration de la marque de confiance puissent envisager d'éventuelles évolutions des engagements souscrits par les prestataires, à un rythme annuel ou bisannuel. Les évolutions de la charte d'engagement seront rendues publiques.

La mission d'organiser les réflexions liées à cette évolution serait confiée à l'instance de gestion du dispositif, chaque proposition devant être agréée par un groupe de travail constitué pour l'occasion, éventuellement au sein du Forum des droits sur l'internet et devant faire l'objet d'une consultation des prestataires déjà titulaires du sceau.

L'instauration d'une période transitoire

Afin de tenir compte des nombreux engagements auxquels peuvent être soumis des prestataires signataires de la charte, il a semblé nécessaire d'instaurer une période transitoire permettant à tous les acteurs d'harmoniser leurs pratiques et éventuellement de procéder aux modifications techniques induites par la signature de la charte.

Une période de six mois à compter de la signature de la charte devrait donc être allouée à chaque prestataire qui le souhaiterait pour de se mettre en conformité avec les stipulations de la charte.

Conclusion

La création d'une marque de confiance rassemblant les divers prestataires de service à l'internet constitue à n'en pas douter un projet important et symbolique. Pour la première fois, et à la demande des pouvoirs publics, l'ensemble des acteurs de l'internet sont invités à se rassembler autour d'un même signe distinctif visant à renforcer la confiance des utilisateurs dans le réseau et permettant la construction d'une citoyenneté numérique.

Ce projet est, par ailleurs, susceptible de devenir emblématique car il constitue le résultat d'un travail de concertation réussi entre les pouvoirs publics et les diverses parties prenantes de l'internet, chacun décidant de prendre leur responsabilité autour d'un objectif commun.

Ce travail concrétise une méthode, la corégulation, associant l'ensemble des acteurs et consacrée depuis plusieurs mois au plan international, à la fois par la Commission européenne notamment dans le secteur de la protection de l'enfance, l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) en matière de lutte contre les contenus racistes et antisémites ou, plus récemment, par l'Organisation des Nations unies (ONU) dans le cadre de l'Agenda de Tunis pour la société de l'information annonçant la création d'une structure multi-acteurs, le Forum de gouvernance de l'internet (FGI).

La marque de confiance pourrait ainsi constituer un nouvel outil fort de régulation de l'internet susceptible de servir de modèle à d'autres pays de l'Union européenne.

C'est pourquoi cette marque de confiance devrait bénéficier d'un soutien important du Premier ministre et de l'ensemble des ministères potentiellement concernés. Il pourrait en être ainsi des ministères en charge de la Famille, de l'Intérieur, de l'Industrie, de la Justice, de l'Éducation nationale ou de la Jeunesse et des sports.

Parallèlement, et afin d'assurer à cette marque de confiance des fondements solides, il semble nécessaire qu'une masse critique constituée des principaux prestataires soit

signataire de la charte d'engagement lors de son lancement. Il serait ainsi raisonnable d'avoir, comme premiers signataires, les principaux fournisseurs d'accès à l'internet, hébergeurs, prestataires de services interactifs et opérateurs de téléphonie mobile. Ceux-ci pourraient soutenir efficacement le lancement de la campagne de communication gouvernementale associée à la marque de confiance. Un soutien financier important de l'État au lancement de cette marque sera donc déterminant de sa viabilité et de son impact auprès du grand public.

Outre la finalisation par les pouvoirs publics des modalités de gestion des engagements sur la base des conclusions du rapport de Joël Thoraval, un travail complémentaire et incontournable devrait être mené afin de déterminer avec précision la dénomination à retenir pour la marque de confiance. Au-delà de la portée symbolique qu'elle serait alors susceptible de revêtir, ce choix pourrait être l'élément déterminant à la fois de l'adhésion des prestataires mais également de l'appropriation de la marque de la confiance et de son esprit par les consommateurs.

En tout état de cause, ces futurs travaux devront se poursuivre dans le même esprit de concertation que celui qui a prévalu à l'élaboration de la présente charte d'engagement.

Annexe 1

Charte d'engagement

Introduction

Les prestataires adhérant à la charte s'engagent à souscrire à chacun des engagements énoncés dans le présent document, suivant leur domaine de spécialité :

- fournisseurs d'accès à l'internet¹⁸;
- opérateurs de téléphonie mobile;
- fournisseurs spécialisés de services de messagerie électronique (webmail);
- exploitants de services interactifs (chats et forums);
- éditeurs de logiciels et exploitants de services de messagerie instantanée;
- prestataires d'hébergement de pages personnelles ou de sites commerciaux et exploitants de services de blogs;
- éditeurs de contenus¹⁹.

Les classifications retenues n'emportent aucune conséquence sur le régime juridique applicable aux différents prestataires visés par le référentiel, et en particulier quant à l'application de l'article 6 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique.

Les engagements s'appliquent à chaque prestataire en fonction des services qu'il propose. Par exemple, les fournisseurs de services de blogs qui souhaitent adhérer à la charte d'engagement relèveraient à la fois des éléments du référentiel prévus pour l'ensemble des prestataires, les prestataires d'hébergement et les prestataires de services interactifs.

Définitions :

Le fournisseur d'accès à l'internet : il s'agit de la personne offrant à ses abonnés un accès aux services de communication au public en ligne.

Le prestataire de service d'hébergement : il s'agit de la personne stockant des données relatives à des pages personnelles, des sites commerciaux, des blogs, etc.

Le fournisseur de services interactifs : il s'agit de la personne offrant un service permettant à une personne de créer un service interactif sur son serveur.

Le créateur d'un espace interactif : il s'agit de la personne qui décide de créer l'espace interactif et dispose des moyens techniques d'administrer cet espace. Aux termes de la recommandation du Forum des droits sur l'internet du 8 juillet 2003, le créateur de l'espace interactif est le commanditaire de cet espace.

L'utilisateur d'un espace interactif : il s'agit de la personne susceptible de publier des contenus sur l'espace interactif.

18. L'adhésion à la présente charte est ouverte aux fournisseurs d'accès à l'internet s'adressant à un public de professionnels, qui devront se conformer a minima aux engagements 5.1 à 5.8.

19. L'adhésion à la présente charte est ouverte aux éditeurs de contenus qui devront se conformer à minima, en cette qualité, aux engagements 1.1 à 1.6.

Charte d'engagement (information, outils, coopération avec les autorités judiciaires)

1. Contributions à la protection des mineurs

Engagements communs à l'ensemble des prestataires

1.1 Le prestataire s'engage à diffuser ou à rendre accessible à l'ensemble de ses clients une page d'information sur la protection des mineurs sur l'internet à destination des jeunes utilisateurs de l'internet et de leurs parents. Cette page souligne notamment les principaux risques d'exposition à des contenus préjudiciables, les enjeux liés à la sauvegarde des données personnelles des mineurs et les moyens de les maîtriser. Cette page comporte des liens vers des sites d'information pertinents et vers les pages et sites permettant d'opérer le signalement de contenus ou comportements illicites.

1.2 Le prestataire insère, sur la page d'accueil de son portail ou de son principal site web, un lien pointant vers les pages décrites précédemment.

1.3 Le prestataire ne diffuse pas, dans les pages qu'il édite sauf dans les espaces réservés aux adultes, des publicités faisant la promotion de contenus violents, pornographiques ou attentatoires à la dignité humaine.

1.4 Le prestataire ne diffuse pas, sur les services et les contenus manifestement destinés aux mineurs qu'il édite, de publicités faisant la promotion de certains biens ou services inappropriés (par exemple : contenus érotiques, services de rencontres pour adultes, loteries commerciales, jeux d'argent, alcool, tabac) ou contraires à la recommandation « Enfant » du BVP.

1.5 Le prestataire s'engage à ne pas diffuser, sur les pages qu'il édite sauf dans les espaces réservés aux adultes (protégés par un dispositif empêchant les mineurs de consulter ces contenus), des contenus pornographiques, violents ou attentatoires à la dignité humaine. Il s'engage, en outre, à ne pas faire figurer des liens hypertextes vers de tels contenus depuis sa page d'accueil.

1.6 Le prestataire qui propose des services téléphoniques fixes ou mobiles à tarification majorée s'engage à respecter les recommandations déontologiques afférentes de l'organisme de régulation compétent.

Fournisseurs d'accès à l'internet

1.7 Le prestataire s'engage à diffuser ou à rendre accessible une page d'information sur les logiciels et services de contrôle parental des contenus et de l'activité des jeunes internautes. La page d'information comporte des liens vers une sélection de bancs d'essais accessibles gratuitement et datant de moins de deux ans.

1.8 Le fournisseur d'accès à l'internet s'engage à fournir au client, dès son inscription, un outil de contrôle parental conformément aux dispositions énoncées dans le cadre de l'accord bilatéral conclu le 16 novembre 2005 entre les fournisseurs d'accès à l'internet et le Gouvernement, à la suite à la Conférence de la famille 2005²⁰. Ce

20. Voir annexe 6.

dispositif de contrôle parental est notamment proposé en téléchargement et distribué par l'intermédiaire du kit de connexion.

Opérateurs de téléphonie mobile

1.9 L'opérateur de téléphonie mobile s'engage à respecter la charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile du 10 janvier 2006²¹.

1.10 L'opérateur de téléphonie mobile s'engage à interdire, sur ses kiosques et portails, l'accès à tout contenu ou service à caractère pornographique, violent ou attentatoire à la dignité humaine aux personnes qui sont déclarées mineures.

1.11 L'opérateur de téléphonie mobile s'engage à fournir gratuitement à ses clients un outil de contrôle parental permettant de bloquer l'accès à l'internet, aux contenus « portails et kiosques » pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes et aux sites de rencontres.

1.12 L'opérateur de téléphonie mobile s'engage à ce que toutes les parties publiques des services interactifs (chats, blogs, etc.) accessibles sur son portail ou par les kiosques soient modérées par leurs éditeurs. Pour ce faire, il inclut une telle obligation dans les contrats le liant aux éditeurs de tels services.

Prestataires d'hébergement

(stockage de pages personnelles, de sites commerciaux, de blogs, etc.)

1.13 Le prestataire de services d'hébergement s'engage à informer leurs utilisateurs des risques liés à certains usages de l'internet. Le prestataire veille tout particulièrement à sensibiliser les utilisateurs mineurs aux enjeux de la confidentialité de certaines données personnelles (téléphone, adresse, etc.) et des risques que peut entraîner leur divulgation. Il leur rappelle également les règles de droit que tout auteur de contenus doit respecter.

1.14 Le prestataire de service d'hébergement s'assure de la validité d'au moins un élément permettant d'identifier le créateur d'un espace préalablement à l'activation de cet espace (par exemple : envoi par courrier électronique ou à une adresse postale d'un code permettant l'activation de l'espace).

1.15 Le prestataire de service d'hébergement met en œuvre une « charte » d'hébergement donnant des exemples de contenus et comportement autorisés ou interdits et rappelant les responsabilités en jeu, notamment pour les mineurs.

1.16 Le prestataire de service d'hébergement informe les éditeurs de contenus de leur obligation d'empêcher les mineurs d'accéder à tout contenu pornographique, violent ou attentatoire à la dignité humaine susceptible d'être perçu par un mineur.

1.17 Le prestataire de service d'hébergement met en place sur son portail un moyen de signaler des contenus pédopornographiques, incitant à la haine raciale ou faisant apparaître un danger imminent pour les personnes aux services de police et de gendarmerie (page dédiée, lien hypertexte), éventuellement *via* le Point de contact de l'AFA.

21. Voir annexe 7.

Fournisseurs de services interactifs autres que de correspondance privée (forums, blogs, chats, etc.)

1.18 Le fournisseur de services interactifs, y compris ceux spécifiquement destinés aux mineurs, informe les utilisateurs des risques pouvant être liés à certains usages de ces services.

1.19 Le fournisseur de services interactifs s'engage à instaurer une charte d'utilisation de ses services décrivant les contenus et comportements autorisés ou interdits et rappelant les responsabilités en jeu, notamment pour les mineurs.

1.20 Le fournisseur de services interactifs s'engage à informer les créateurs d'espaces interactifs de l'obligation d'empêcher les mineurs de consulter leur espace lorsque celui-ci est spécifiquement destiné aux adultes ou véhicule des contenus violents, pornographiques ou attentatoires à la dignité humaine²².

1.21 Le fournisseur d'un service interactif prévoit des mesures d'accompagnement adaptées aux créateurs d'espaces identifiés comme mineurs (par exemple : recueil de l'âge ou d'une information sur la minorité afin de procéder à l'affichage d'une information ciblée au moment de la création d'un compte, de la création d'un espace, de la création ou de la modération d'un contenu).

Fournisseurs de services interactifs asynchrones (forums, blogs, etc.)

1.22 Le fournisseur de services interactifs asynchrones encourage les créateurs d'espace à modérer les commentaires publiés par d'autres internautes (par exemple : activation par défaut de la modération *a priori*, sensibilisation des créateurs d'espaces à la modération, etc.).

1.23 Le fournisseur de services interactifs asynchrones informe un internaute lors de la saisie d'un commentaire de sa responsabilité sur le contenu du message. Cette information pourra se faire sous la forme d'une mention particulière ou d'un lien vers une page dédiée.

1.24 Le fournisseur de services interactifs asynchrones prévoit contractuellement une modalité de suspension de la possibilité de publier, par des personnes autres que le créateur de l'espace, de nouveaux contenus en l'absence de toute mise à jour, modification, intervention ou modération d'un contenu depuis trois mois. Il peut également prévoir des mesures de suspension ou de suppression de l'espace.

1.25 Le fournisseur de services interactifs asynchrones propose aux utilisateurs de tous les espaces, publics et privés, un outil leur permettant d'informer à tout moment les responsables du service des contenus ou des comportements contraires à la charte ou à la loi. Ces derniers répondent rapidement aux sollicitations; ils sont spécifiquement informés des procédures à mettre en œuvre en cas de signalement de contenus ou de comportements illicites.

22. L'article 227-24 du Code pénal punit «*le fait soit de fabriquer, de transporter, de diffuser par quelque moyen que ce soit et quel qu'en soit le support un message à caractère violent ou pornographique ou de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine, soit de faire commerce d'un tel message (...) lorsque ce message est susceptible d'être vu ou perçu par un mineur.*»

Fournisseurs de services interactifs synchrones (chats, etc.)²³

1.26 Le fournisseur de services interactifs synchrones propose aux utilisateurs de tous les espaces, publics et privés, un outil leur permettant d'informer à tout moment les responsables du service des contenus ou des comportements contraires à la charte ou à la loi. Ces derniers répondent rapidement aux sollicitations; ils sont spécifiquement informés des procédures à mettre en œuvre en cas de signalement de contenus ou de comportements illicites. Sur les espaces destinés aux mineurs, les responsables du service répondent en direct aux sollicitations.

Éditeurs de services interactifs

1.27 Lorsqu'il crée un espace interactif spécifiquement dédié aux mineurs, le prestataire s'engage à modérer les propos échangés conformément à la charte d'utilisation prévue au 1.19, tout le temps de leur accessibilité au public. Le modérateur répond aux sollicitations; il est spécifiquement informé des procédures à mettre en œuvre en cas de signalement de contenus ou de comportements illicites.

1.28 Lorsqu'il crée un espace interactif spécifiquement destiné aux adultes ou véhiculant des contenus à caractère pornographique, violent ou attentatoire à la dignité humaine, le prestataire créateur de services interactifs met en place un dispositif empêchant l'accès des mineurs à cet espace.

Éditeurs de logiciels et de services de messagerie instantanée

1.29 Le prestataire de service de messagerie instantanée met en place dans l'interface de son logiciel et/ou sur son site un outil de signalement de contenus ou de comportements illicites aux services de police et de gendarmerie (page dédiée, lien hypertexte), éventuellement *via* le Point de contact de l'AFA.

1.30 Le prestataire de service de messagerie instantanée informe, lors de l'inscription, ses utilisateurs du caractère public ou non des informations personnelles qu'il est invité à saisir.

1.31 Par défaut, le logiciel ou le service bloque les messages provenant de personnes non référencées au préalable par l'utilisateur.

1.32 Le prestataire de service de messagerie instantanée offre la possibilité à ses utilisateurs de bloquer les messages de certains utilisateurs.

2. Contributions à la sécurisation de l'équipement client

Fournisseurs d'accès à l'internet

2.1 Le prestataire s'engage à diffuser ou à rendre accessible une information générale sur les risques existants en matière de sécurité des données et des équipements de l'utilisateur. Cette information porte notamment sur les virus, les spywares, les logiciels de connexion vers des numéros surtaxés, le piratage de la connexion d'accès

23. Pour l'application de la présente charte d'engagement, il est convenu de tenir compte de certaines particularités liées à la technologie utilisée par les opérateurs de téléphonie mobile. Tel est le cas, en particulier, des services interactifs synchrones qui conservent cette qualité malgré une modération *a priori* des messages.

à l'internet, la sécurisation du réseau Wifi, les nouveaux phénomènes et les risques émergents en matière de sécurité. Cette information est complétée par des liens vers des contenus pertinents.

2.2 Le prestataire s'engage à diffuser une information sur l'existence et la typologie des logiciels permettant de se prémunir des risques préalablement énumérés. Une attention est portée sur la nécessité pour l'utilisateur de mettre à jour lesdits logiciels.

2.3 Le fournisseur d'accès à l'internet met en œuvre des mesures adaptées (par exemple : information, suspension, résiliation, blocage de certains ports, etc.) auprès des clients mettant en jeu la sécurité du réseau ou abusant du service (PC zombie, ordinateur infecté, mail bombing, etc.).

2.4 Le fournisseur d'accès à l'internet s'engage, lorsqu'il fournit des équipements Wifi à l'utilisateur, à les préconfigurer de façon à sécuriser la connexion selon l'état de l'art, et notamment pour prévenir l'interception des communications de l'abonné et l'utilisation de sa connexion à son insu. L'application de ce critère prend en compte les possibilités de configuration des équipements déjà commandés par le prestataire lors de la création du « certificat ».

2.5 Le fournisseur d'accès à l'internet diffuse ou rend accessible des conseils sur la sécurisation des matériels Wifi que pourrait par ailleurs mettre en œuvre l'internaute.

Opérateurs de téléphonie mobile

2.6 Le prestataire s'engage à assurer une veille sur les risques existants en matière de sécurité des données et des équipements de l'utilisateur. Il diffuse auprès de ses utilisateurs, en tant que de besoin, une information sur les risques émergents.

Fournisseurs de services de courrier électronique

2.7 Le prestataire s'engage à diffuser ou à rendre accessible une information générale sur les risques existants en matière de sécurité des données et des équipements de l'utilisateur. Cette information porte sur les virus, les spyware, les kits de connexion vers des numéros surtaxés, le piratage de la connexion d'accès à l'internet, la sécurisation du réseau Wifi, les nouveaux phénomènes ou les risques émergents en matière de sécurité. Cette information est complétée par des liens vers les contenus pertinents.

2.8 Le prestataire s'engage à diffuser une information générale sur l'existence et la typologie des logiciels permettant de se prémunir des risques préalablement énumérés. Une attention est portée sur la nécessité pour l'utilisateur de mettre à jour lesdits logiciels.

3. Contributions à la lutte contre le spam

Fournisseurs de services de courrier électronique

3.1 Le prestataire diffuse ou rend accessible une information générale sur les bonnes pratiques existantes en matière d'usage des services de messagerie électronique.

3.2 Le prestataire diffuse ou rend accessible une information générale sur les moyens d'éviter et de lutter contre le spam. En particulier, le prestataire s'assure de la diffusion des informations suivantes : conseils en matière d'utilisation d'une adresse de

courrier électronique, protection des données personnelles, nécessité de sécurisation du poste client. L'information propose un panorama des logiciels anti-spam ou des liens pertinents.

3.3 Le prestataire met en œuvre une politique adaptée de lutte contre le spam (filtrage de premier niveau, lien de signalement, application de quotas d'envoi...)

3.4 Le prestataire s'engage à créer une adresse de type abuse@ et à traiter les messages reçus sur celle-ci.

3.5 Le prestataire participe au dispositif Signal-spam.

Opérateurs de téléphonie mobile

3.6 Le prestataire met en œuvre une politique adaptée de lutte contre le spam.

3.7 Le prestataire participe au dispositif Signal-spam.

Éditeurs de logiciels et de services de messagerie instantanée

3.8 Le prestataire diffuse ou rend accessible une information générale sur les bonnes pratiques existantes en matière d'usage des services de messagerie électronique.

3.9 Par défaut, le logiciel ou le service bloque les messages provenant de personnes non référencées au préalable par l'utilisateur.

4. Contributions à la lutte contre les escroqueries et la délinquance astucieuse

Fournisseurs de services de courrier électronique

4.1 Le prestataire diffuse ou rend accessible une information générale sur certaines escroqueries et délits astucieux, sur les nouveaux phénomènes ou les risques émergents en matière de délinquance économique, pouvant être commis sur l'internet (notamment scam, phishing, captation du numéro de carte bancaire). Cette information inclut, notamment, des éléments concernant l'existence d'outils destinés à lutter ou contrer certaines pratiques (barres anti-phishing) et les précautions à prendre en matière de saisie et de communication des données liées à l'utilisation de la carte bancaire.

5. Éléments de transparence sur la contribution des prestataires en matière de coopération avec les autorités

En application notamment du Code pénal, du Code de procédure pénale et des dispositions de la loi pour la confiance dans l'économie numérique, les prestataires sont soumis à un certain nombre d'obligations en matière de coopération avec les autorités. Les engagements décrits ci-après précisent et rendent publiques les modalités de cette coopération dans le cadre de la loi.

Engagements communs à l'ensemble des prestataires

5.1 Conformément à la loi, le prestataire signale aux autorités les contenus et comportements qui lui ont été notifiés susceptibles de relever des infractions visées aux

cinquième et huitième alinéas de l'article 24 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse²⁴ et à l'article 227-23²⁵ du Code pénal.

5.2 Le prestataire signale également, dans les mêmes conditions, les contenus et comportements faisant apparaître un danger imminent pour les personnes. Dans ce dernier cas, et lorsqu'il dispose des données pouvant contribuer à l'identification de l'auteur du contenu concerné, le prestataire accompagne le signalement de ces informations afin de pouvoir empêcher l'atteinte à l'intégrité physique de la personne qui lui a été signalée.

5.3 Le prestataire s'engage à apporter son concours, éventuellement à travers sa fédération professionnelle, aux travaux de préparation de la future plate-forme de signalement des contenus illicites du ministère de l'Intérieur.

5.4 Le prestataire s'engage à déférer dans les meilleurs délais aux réquisitions judiciaires. À ce titre, il s'efforce de permettre l'identification du titulaire d'une adresse de courrier électronique deux jours ouvrés après réception d'une réquisition et de celui d'une adresse IP auprès du fournisseur d'accès à l'internet sous cinq jours ouvrés suivant la réception du document. Il s'efforce, pour les réquisitions et demandes officielles non standard, à apporter une première réponse (accusé de réception, indication du délai estimé de réponse à la demande, etc.) dans un délai de huit jours ouvrés.

5.5 Le prestataire communique aux directeurs généraux de la Police nationale, de la Gendarmerie nationale, des Douanes et droits indirects et au directeur des Affaires criminelles et des Grâces du ministère de la Justice les coordonnées des personnes responsables du traitement des réponses aux réquisitions judiciaires. Ces coordonnées font l'objet d'une diffusion restreinte, dans le cadre d'un strict usage en rapport à leur objet.

5.6 Le prestataire communique, pour leur seul usage, à l'Office central de lutte contre la criminalité liée aux technologies de l'information et de la communication (OCLCTIC) et à la division de lutte contre la cybercriminalité du service technique de recherches judiciaires et de documentation de la Gendarmerie nationale, les coordonnées d'une personne susceptible, en cas d'urgence, d'initier le traitement de ces réponses.

5.7 Les coordonnées communiquées en application des points 5.4 et 5.5 devront être régulièrement mises à jour.

5.8 Le prestataire participe, éventuellement par l'intermédiaire de sa fédération professionnelle, à des sessions d'information et de formation organisées par les autorités.

24. Apologie des crimes visés au premier alinéa, des crimes de guerre, des crimes contre l'humanité ou des crimes et délits de collaboration avec l'ennemi. Provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée.

25. Représentation d'un mineur présentant un caractère pornographique.

Fournisseurs d'accès à l'internet

5.9 Conformément à la loi et aux exceptions qu'elle prévoit²⁶, le prestataire conserve toutes les données de connexion lorsque celles-ci sont nécessaires pour les besoins de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales. Il détient et conserve les données de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services dont il est prestataire.

Opérateurs de téléphonie mobile

5.10 Conformément à la loi et aux exceptions qu'elle prévoit²⁷, le prestataire conserve toutes les données relatives au trafic lorsque celles-ci sont nécessaires pour les besoins de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales. Il détient et conserve les données de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services dont il est prestataire.

Opérateurs de voix et de téléphonie sur IP

5.11 Les opérateurs de téléphonie sur IP s'engagent à permettre, dans le cadre prévu par la loi et d'une concertation sur les modalités techniques avec les autorités publiques, l'interception des communications téléphoniques. Les fournisseurs de services de voix sur IP sans interconnexion avec le réseau téléphonique commuté s'engagent à ouvrir un dialogue technique avec les autorités judiciaires pour faciliter l'interception des communications réalisées sur leurs services.

Prestataires de services d'hébergement (hébergement de pages personnelles, de sites commerciaux, hébergement de blogs, etc.)

5.12 Conformément à la loi, le prestataire détient et conserve les données de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services dont il est prestataire.

5.13 Le prestataire s'engage à retirer ou à suspendre promptement les contenus sur réquisition des autorités ou sur demande judiciaire.

5.14 Lorsqu'il procède au retrait d'un contenu et le signale aux autorités, le prestataire procède à la transmission d'une copie intégrale des données retirées.

5.15 Le prestataire s'engage à restituer ou à rétablir les données dans le format dans lesquelles elles s'affichaient avant retrait ou suspension.

Fournisseurs de services de courrier électronique

5.16 Le prestataire fournit, dans le cadre prévu par la loi et sur demande des autorités, les messages électroniques reçus postérieurement à cette demande par un client déterminé.

26. Le Code des postes et communications électroniques prévoit un principe général d'effacement ou d'anonymisation des données de trafic, tempéré par plusieurs exceptions au bénéfice, notamment, de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales.

27. *Idem.*

5.17 Le prestataire fournit, sur réquisition et dans le cadre prévu par la loi, les messages électroniques reçus par le client et lus par ce dernier lorsqu'ils sont encore stockés sur le serveur du prestataire.

5.18 Conformément à la loi et aux exceptions qu'elle prévoit, le prestataire conserve toutes données de connexion lorsque celles-ci sont nécessaires pour les besoins de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales.

5.19 Dans le cadre de la communication des données de connexion, le prestataire communique les éléments d'identification en sa possession permettant aux autorités de déterminer l'identité du fournisseur d'accès à l'internet utilisé par l'internaute pour l'envoi de ses messages par l'intermédiaire d'un webmail.

Exploitants de services interactifs

5.20 Conformément à la loi, l'exploitant détient et conserve les données de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services dont il est prestataire.

Éditeurs de logiciels et de services de messagerie instantanée

5.21 Conformément à la loi et aux exceptions qu'elle prévoit, l'éditeur conserve toutes les données de connexion lorsque celles-ci sont nécessaires pour les besoins de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales.

Annexe 2

Lettre de mission de Dominique de Villepin, ministre de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales



MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR,
DE LA SÉCURITÉ INTÉRIEURE ET DES LIBERTÉS LOCALES

Paris, le 22 avril 2005

LE MINISTRE
CABINETS N° 440

Madame la Déléguée Générale,

Le 13 avril dernier, à l'occasion de la conférence de presse pour la remise du rapport sur la lutte contre la cybercriminalité, j'ai approuvé un certain nombre de propositions élaborées dans le cadre du chantier présidé par Monsieur Thierry BRETON, alors qu'il était à la tête de France Télécom.

Je souhaite notamment que se concrétisent le plus rapidement possible deux de ces mesures, à savoir la création d'un "certificat citoyen" et la constitution d'un Forum Etat/Industrie. Au demeurant, ces mesures viendront opportunément affermir l'esprit de coopération qui s'est noué ces dernières années entre acteurs publics et privés. Leur aboutissement suppose cependant, au préalable, une nouvelle phase de réflexion et de concertation avec l'ensemble des partenaires concernés.

Connaissant votre intérêt marqué pour ces questions et le concours que votre association est en mesure d'apporter en la matière, je serais très honoré que vous acceptiez d'assurer la présidence d'un groupe de travail ad hoc dont la mission serait de finaliser ces deux propositions en vue d'une mise en œuvre au plus tard à l'automne prochain.

Si cette proposition vous agréait, le Général MIGNAUX, Conseiller au sein de mon cabinet, prendra attache avec vous afin d'examiner le concours que les services du Ministère seraient amenés dans ce cadre à vous apporter.

Je vous prie d'agréer, Madame la Déléguée Générale, l'assurance de mes respectueux hommages.

Dominique DE VILLEPIN

Madame FALQUE-PIERROTIN
Déléguée Générale
Forum des Droits sur Internet
6 rue Déodat de Severac
75017 PARIS

ADRESSE POSTALE : PLACE BEAUJOUX 75800 PARIS CEDEX 08 - STANDARD 01.49.27.49.27 - 01.40.07.60.60
ADRESSE INTERNET : www.interieur.gouv.fr

Annexe 3

Lettre de mission de Philippe Bas, ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille



*Le Ministre délégué à la Sécurité sociale,
aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées
et à la Famille*

Cab/FXR/MGD/D.12674

Paris, le 25 OCT. 2005

Madame la Présidente,

Lors de la Conférence de la famille 2005, il a été décidé de créer un label « famille » destiné à signaler les outils, services et contenus en ligne appropriés au public familial et respectueux de la protection de l'enfant. Cette proposition fait suite aux conclusions du groupe de travail « Protection de l'enfant et usages de l'Internet » préparatoire à la Conférence de la famille.

Dans le prolongement de la mission qui vous été confiée par le ministre de l'Intérieur visant à la mise en place d'un « Certificat citoyen », je vous demande de me faire connaître les éléments qui, selon vous, pourraient constituer le cahier des charges définissant le champ et le fonctionnement de ce label.

Pour ce qui concerne les outils de contrôle parental, le Forum des droits sur l'Internet fera des propositions concrètes afin de disposer d'un référentiel opérationnel de qualité pour le filtrage des sites, sur lequel les éditeurs de logiciels de contrôle parental et les fournisseurs d'accès à l'Internet pourront s'appuyer pour faire évoluer leurs offres et satisfaire la demande des familles.

Dans ce cadre, il apparaît nécessaire :

- de procéder à l'audition des industriels, des représentants des mouvements familiaux, des associations de protection de l'enfance et des d'associations de consommateurs ;
- d'expertiser les options techniques qui seraient à mettre en œuvre (listes noires, listes blanches, modération, etc.) au regard des trois axes concernés par le label : les outils, les services et les contenus.

Je vous remercie de me rendre vos conclusions d'ici début 2006.

Je vous prie d'agréer, Madame la Présidente, l'expression de mes hommages.

Philippe BAS

Mme Falque-Pierrotin
Présidente du Forum des droits sur l'Internet
6, rue Déodat de Séverac
75017 PARIS

Extrait du rapport de Thierry Breton : Chantier sur la lutte contre la cybercriminalité ²⁸

La définition d'un certificat « citoyen » des fournisseurs de services de l'internet

La lutte contre la cybercriminalité n'est pas le monopole de l'État. Elle concerne l'ensemble des acteurs publics et privés, les entreprises comme les particuliers qui doivent avoir une démarche citoyenne.

S'agissant des fournisseurs de service internet, la loi, tout en limitant leur responsabilité pénale²⁹, leur crée des obligations, notamment en ce qui concerne la lutte contre la pédopornographie, l'apologie des crimes contre l'humanité ou l'incitation à la haine raciale. Les fournisseurs de services sont tenus à conserver les données de trafic³⁰ et de contenu³¹ pour répondre aux réquisitions des autorités judiciaires.

Les prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à internet sont conscients de leurs responsabilités. L'Association des fournisseurs d'accès et de services internet (AFA) a signé, le 14 juin 2004, une charte qui précise les dispositifs de signalement et la mise en œuvre d'outils de contrôle parental, les diligences auprès des autorités publiques compétentes et les règles de coopération avec les autorités judiciaires. Dans cet esprit, elle a créé un label³². Pour tenir compte des efforts déployés par certains fournisseurs d'accès et de services internet, il est proposé d'instituer une régulation souple en créant un certificat³³ « citoyen » attribué aux fournisseurs d'accès ou de services sur internet et s'appuyant sur un système volontaire et déclaratif. Ce certificat s'inscrirait dans le cadre de la responsabilité sociétale d'entreprise. Il impliquerait les trois parties prenantes : fournisseurs de services sur internet (FSI), utilisateurs et État. Il mesurerait l'effort et l'efficacité de la politique de lutte contre la cybercriminalité des FSI, ainsi que leur contribution au développement de la civilité du cyberespace.

28. Thierry Breton, *Chantier sur la lutte contre la cybercriminalité*, remis au ministre de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales le 25 février 2005, Ministère de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales, p. 16.
http://www.interieur.gouv.fr/rubriques/c/c2_le_ministere/c21_actualite/2005_04_13_dossier_presse_cybercriminalite/rapport_breton.pdf.

29. Article 6 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

30. Article 34 de la loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle.

31. Article 6 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

32. Label : mot anglais, marque élaborée par un syndicat professionnel et imposée par ses adhérents sur un produit pour en attester l'origine et la qualité des conditions de fabrication.

33. Certificat : attestation écrite émanant d'une autorité compétente et garantissant un fait.

Le principe ayant reçu un accueil favorable des organismes consultés (AFA, Forum des droits sur internet), il est proposé de mettre en place un groupe de travail réunissant les parties prenantes. Ce groupe pourrait être piloté par le Forum des droits sur internet et devrait préciser les critères pertinents, la procédure d'attribution du certificat, l'organisme qui pourrait en être le porteur.

Annexe 5

Extrait du dossier de presse **Conférence de la famille**³⁴

Création d'un label « Famille »

Le label « Famille » prendra en compte les dispositifs de sécurisation des pratiques de l'internet par les enfants, notamment grâce à des logiciels de filtrage, voire des systèmes de restriction de navigation.

Basé sur le partenariat, le référencement s'appuiera sur le volontariat des industriels et s'accompagnera d'une campagne d'information et de sensibilisation des parents (cf. fiche « Sensibilisation des parents »), notamment à travers les réseaux familiaux et associatifs.

Les objectifs de cette mesure sont de :

- 1) donner aux parents des repères clairs, simples et pertinents, sur les outils, services et contenus de l'internet ;
- 2) répondre aux souhaits exprimés par de nombreux observateurs familiaux et acteurs de la protection de l'enfance, soulignant la nécessité de disposer d'une « classification pour l'internet » comme il en existe pour les autres médias audiovisuels ;
- 3) donner la possibilité aux industriels et aux promoteurs de services sur l'internet de distinguer de façon positive leurs produits, d'afficher une volonté éthique et citoyenne, de trouver une visibilité auprès des familles.

Le ministre en charge de la Famille missionnera le Forum des droits sur l'internet afin de faire des propositions sur les éléments qui devront figurer dans le cahier des charges du label, et cela d'ici à la fin de l'année.

Le ministre en charge de la Famille chargera également M. Joël Thoraval, président de la Commission nationale consultative des droits de l'homme, de faire des propositions sur la structure susceptible de gérer, à partir du cahier des charges établi sur les bases des travaux du Forum des droits sur l'internet, l'ensemble du dispositif, et cela dès la fin de l'année.

Les labels commenceront à être mis en place au cours du premier semestre 2006.

34. Dossier de presse. Conférence nationale de la famille, Hôtel de Matignon, jeudi 22 septembre 2005.
http://www.premier-ministre.gouv.fr/IMG/pdf/Conference_nationale_de_la_Famille.pdf.

Annexe 6

Contrôle parental sur internet : relevé de conclusions FAI – Ministère délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille

Philippe BAS, ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille, a tenu une table ronde aujourd'hui avec les fournisseurs d'accès internet, les opérateurs de téléphonie mobile et les associations familiales et de protection de l'enfance. Les fournisseurs d'accès internet ont présenté un ensemble de solutions concrètes et performantes de contrôle parental qui seront offertes gratuitement aux familles.

À son issue, les participants ont signé les engagements ci-dessous :

Relevé de conclusions

Internet est un formidable outil de communication et d'éducation. Il présente aussi des risques non négligeables pour les enfants (contenus choquants, rencontres dangereuses, etc.).

Aussi, à la demande du Premier ministre, les fournisseurs d'accès internet et le ministre en charge de la Famille ont cherché, dans la concertation, les moyens de rendre plus sûre la navigation des enfants sur internet.

Les parties prenantes se félicitent du travail accompli et de l'esprit de concertation qui l'a animé. Ce travail a permis de déboucher sur un document présentant un ensemble d'engagements concrets et opérationnels. Les grandes lignes en sont les suivantes :

- les fournisseurs d'accès internet s'engagent à fournir à leurs abonnés un outil de contrôle parental performant, facile à installer, et sans surcoût pour l'utilisateur. Des discussions sont en cours avec les éditeurs de logiciels sous l'égide des pouvoirs publics;
- le logiciel de contrôle parental devra répondre à un cahier des charges très précis en termes de fonctionnalités. Il offrira notamment des services différenciés (listes blanches, listes noires), selon que l'utilisateur est un enfant ou un adolescent;
- le logiciel sera disponible dans tous les kits de connexion à internet au cours du premier trimestre 2006. Tous les nouveaux abonnés se verront ainsi systématiquement sensibilisés aux risques d'internet et proposés d'installer ce logiciel, s'ils le souhaitent.

Les fournisseurs d'accès et les pouvoirs publics mèneront des campagnes de communication afin de sensibiliser enfants et parents à ces problématiques et leur permettre d'installer gratuitement ces outils de protection. Les campagnes d'information utiliseront de nombreux vecteurs : courriers électroniques, bandeaux publicitaires, liens sur les portails des FAI, fenêtres pop-up, et pour l'État, des campagnes institutionnelles télévision et radio, qui seront relayées par les acteurs du secteur.

Un comité de suivi présidé par le ministre en charge de la Famille suivra attentivement la mise en œuvre des engagements. Les fournisseurs d'accès à internet mettront en place des indicateurs permettant de mesurer le développement de ces outils de protection auprès des internautes.

Les moyens mis en œuvre et le calendrier serré qui a été retenu devraient ainsi permettre d'offrir rapidement à la plupart des parents les outils, gratuits, faciles d'installation et performants, pour mieux protéger leurs enfants sur internet.

Annexe 7

Charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile

Préambule

Le téléphone mobile fait désormais partie de la vie quotidienne de près de 46 millions de Français et touche toutes les classes d'âge. Outil par nature personnel, au départ destiné à transmettre la voix, il s'est depuis largement diversifié dans ses usages. Les nouvelles générations de téléphones mobiles permettent ainsi de transmettre des textes, des images fixes ou animées, des vidéos, ou d'accéder à internet. Ce foisonnement de nouveaux services, source de diversité et de richesse, peut cependant engendrer des abus ou permettre l'accès à des contenus dit « sensibles » (définition ci-après).

Acteurs responsables, conscients de ces enjeux, et anticipant un accès généralisé aux nouveaux contenus multimédias, les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM (Bouygues Telecom, Orange France et SFR) ont décidé de donner à tous les utilisateurs l'information et les outils nécessaires à la maîtrise de l'usage du multimédia mobile. Pour cela, ils compléteront et renforceront les dispositifs existant, en prenant en compte les spécificités techniques des terminaux et des réseaux mobiles.

Ils rappellent également que, au-delà de leurs engagements, la protection de l'enfance dépend de l'implication de toutes les parties prenantes, en particulier les pouvoirs publics, les parents, les associations, les éditeurs. Les opérateurs soulignent que leurs actions, notamment la fourniture d'outils techniques de contrôle parental, ne seront pleinement efficaces que dans la mesure où les pouvoirs publics sensibilisent activement les parents et les enfants aux nouveaux usages et risques qui apparaissent ainsi qu'aux précautions à prendre pour s'en prémunir.

De même, les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM considèrent que la protection de l'enfance implique une action homogène et insistent sur la nécessité d'un engagement identique de l'ensemble des acteurs de la profession. C'est pourquoi l'AFOM a recueilli l'adhésion sur ces propositions des nouveaux acteurs du secteur (MVNO) qui viennent de la rejoindre : Omer Telecom, Debitel, Universal Mobile, M6 Mobile. Le ministère de la Famille facilitera les discussions avec l'ensemble des opérateurs mobiles virtuels non membres de l'AFOM en vue d'aboutir à des engagements identiques chez tous les acteurs mobiles exerçant leur activité en France.

L'initiative des opérateurs de téléphonie mobile s'inscrit dans le cadre de la démarche d'autorégulation préconisée par la Commission européenne, en particulier au titre de l'article 16-1-e de la directive 2000/31/CE du 8 juin 2000, dite directive « Commerce électronique », et de la recommandation « Protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information » du Conseil en date du 24 septembre 1998. Elle prend acte des recommandations du Forum des droits sur l'internet en matière de protection des mineurs sur l'internet et les réseaux mobiles.

Objectif du document

L'objet de la charte est de renforcer l'encadrement des contenus « sensibles » sur les réseaux mobiles et d'accentuer la lutte contre les contenus illicites. Elle engage ses signataires, soit les opérateurs mobiles membres de l'AFOM : Bouygues Telecom, Orange France, SFR, Debitel, M6 Mobile, Omer Telecom, Universal Mobile et le ministère de la Famille.

Champ d'application

Les engagements de la charte couvrent le multimédia mobile, c'est-à-dire les contenus mêlant textes, images, sons. Avoir accès à ces contenus multimédias nécessite d'utiliser des téléphones mobiles « compatibles » (par exemple à écran couleur), et d'être abonnés aux services correspondants.

Ces engagements ne s'appliquent pas à des contenus qui ne sont pas spécifiquement mobiles, comme les services vocaux à revenus partagés (de type audiotel) ou qui ne sont pas multimédias (type SMS par exemple).

Deux grandes typologies de contenus multimédias sont accessibles depuis les mobiles :

- les contenus pour lesquels il existe un lien contractuel entre, d'une part, un éditeur de contenu qui conçoit, réalise et décide de mettre en ligne son contenu et, d'autre part, un opérateur qui accepte de référencer le contenu de l'éditeur dans le portail opérateur ou dans des kiosques (offres i-mode, Orange World, Vodafone Live, Gallery). Ces contenus représentent aujourd'hui la grande majorité des consultations sur les réseaux mobiles ;
- les contenus pour lesquels il n'existe aucun lien contractuel entre l'éditeur et l'opérateur. Ces contenus ne sont pas référencés par les portails et kiosques des opérateurs. Les utilisateurs doivent par exemple composer une adresse spécifique (par exemple, une adresse internet) pour les consulter. En l'absence de lien contractuel, les opérateurs mobiles sont dans l'impossibilité de faire respecter les engagements déontologiques visés au point 1 de la présente charte. Ils sont toutefois en mesure d'appliquer tous les autres engagements.

Définitions

Les « contenus attentatoires à la dignité humaine » sont les contenus illicites visés par l'article 6, 1-7 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN – loi n° 2004-575 du 21 juin 2004), soit l'apologie des crimes contre l'humanité, l'incitation à la haine raciale et la pornographie infantine.

Les opérateurs entendent par « contenus sensibles », des contenus dont la consultation peut heurter certains utilisateurs tout en étant licites et ne relevant pas de l'incrimination visée à l'article L. 227-24 du Code pénal. On distingue dans cette catégorie :

- les « contenus pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes » (par exemple certains contenus dits « de charme » et/ou violents) qui peuvent être consultés librement mais qui seront bloqués par un outil de contrôle parental lorsqu'il est activé. L'interdiction ou non de consultation de ces contenus relève de la seule décision des parents ;

– les « contenus réservés aux adultes » (par exemple la pornographie) qui ne pourront être consultés, dans les kiosques et portails des opérateurs, qu’après validation de l’âge de l’utilisateur (qui doit être majeur).

Engagements

• Les opérateurs mobiles membres de l’AFOM s’engagent à :

1. Renforcer et harmoniser la démarche déontologique encadrant le développement des contenus multimédias mobiles dans les kiosques et portails.

1.1 Les opérateurs mobiles travaillent déjà activement depuis plusieurs années, au sein du Conseil supérieur de la télématique (CST), à l’élaboration de codes déontologiques communs destinés à encadrer contractuellement le développement des services qu’ils référencent. Ainsi, les contenus présents dans le kiosque Gallery respectent les recommandations édictées par cette instance. Les contenus des portails opérateurs s’inscrivent également dans cette logique.

1.2 Ces codes de déontologie prévoient par exemple dès aujourd’hui que toutes les parties publiques des « chats » (dialogues interactifs anonymes) proposés par un éditeur de service doivent être « modérées » (surveillées). Ils interdisent également l’existence d’une offre de contenus exclusivement réservés aux adultes sur les kiosques et portails des opérateurs tant que l’âge de l’utilisateur n’est pas identifiable.

1.3 Afin de renforcer la démarche au-delà des codes de déontologie existants :

– les opérateurs mobiles entendent définir avec les partenaires concernés (administrations, associations familiales, autorités indépendantes, etc.) une grille de classification des contenus multimédias et des règles d’application qui devront être respectées par chaque éditeur et opérateur quels que soient les services mobiles multimédias. C’est l’objet des travaux débutés dès octobre 2005 au sein du Forum des droits de l’internet qui doivent aboutir au premier semestre 2006 ;

– les parties publiques des services de « chats » et « blogs » disponibles dans les kiosques et les portails des opérateurs font déjà l’objet d’une « modération » par les éditeurs de services. Les opérateurs de téléphonie mobile vont travailler avec les éditeurs de services pour renforcer encore les conditions de cette modération.

2. Informer largement et proposer systématiquement aux parents un contrôle parental gratuit, performant et simplement activable.

Les opérateurs de téléphonie mobile membres de l’AFOM proposent déjà à leurs clients, un outil technique de contrôle parental gratuit, performant et simplement activable car basé sur un système technique directement intégré à leurs réseaux : leurs clients n’ont donc pas à se préoccuper de paramétrages ou d’installation de logiciels complémentaires.

Suite à la Conférence de la famille du 22 septembre 2005, des discussions ont eu lieu entre les opérateurs mobiles et le ministère de la Famille pour en faire évoluer le périmètre et les modes d’activation. La présente charte intègre le résultat de ces discussions.

Ainsi que déjà rappelé, la question de la protection des enfants sur les réseaux doit passer par une mobilisation de toutes les parties prenantes : pouvoirs publics,

parents, opérateurs, éditeurs, associations, etc. L'action éducative des parents et des enseignants reste en particulier centrale dans la protection de l'enfance à l'égard des contenus en ligne. En effet, l'efficacité du contrôle parental ne peut pas reposer sur les seuls outils techniques car ces derniers peuvent toujours être contournés. Les opérateurs mobiles ne peuvent donc pas être tenus pour responsables d'une éventuelle défaillance des outils mis en œuvre.

• **Engagements des opérateurs mobiles :**

2.1 Chaque opérateur mobile met dès à présent à disposition de ses utilisateurs un outil technique permettant de bloquer l'accès aux contenus et services multimédias mobiles pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes. Cet outil est :

- gratuit pour le client ;
- activable par simple appel téléphonique au service client.

Une fois activé, ce contrôle permet au minimum, quel que soit l'opérateur signataire de cette charte :

- d'empêcher l'accès à des contenus pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes (par exemple les contenus « charme ») ;
- d'empêcher l'accès aux sites de rencontres ;
- d'empêcher l'accès aux contenus pour lesquels il n'existe pas de liens contractuels entre l'opérateur et l'éditeur de service (accès internet).

2.2 Les opérateurs mobiles s'engagent, dès décembre 2005, à renforcer la communication auprès de tous leurs clients, de manière récurrente, concernant l'intérêt du contrôle parental. L'objectif est d'informer l'ensemble des parents sur les moyens mis à leur disposition afin qu'ils puissent effectuer un choix éclairé d'activation de l'outil de contrôle parental. Ce plan de communication est détaillé dans la quatrième partie du présent document.

Par ailleurs, dans la perspective de la modification de leur parcours client (voir point 2.3), les opérateurs vont communiquer vis-à-vis des nouveaux clients de la manière suivante :

- une présentation pédagogique de l'outil de contrôle parental, de son intérêt et des moyens de l'activer sera insérée dans les documentations commerciales présentes en point de vente ;
- une sensibilisation des vendeurs à la problématique du contrôle parental (boutique ou téléconseillers) sera effectuée par chaque opérateur ;
- une information incitative apparaîtra sur les sites web des opérateurs lors de la prise de commande en ligne.

2.3 Les opérateurs engagent également, dès à présent, les études techniques nécessaires à la modification de leur parcours client. Ainsi, dès novembre 2006, les opérateurs interrogeront systématiquement toute personne ouvrant une ligne et l'inciteront à activer le contrôle parental si l'utilisateur est un mineur. Il est cependant reconnu qu'il ne peut être question de demander ou de contraindre l'opérateur à vérifier, préalablement ou postérieurement à l'ouverture de la ligne, la véracité de cette déclaration préalable, ni la qualité de l'adulte faisant cette déclaration (en particulier sur la vérification de son autorité parentale réelle).

La formulation précise de la question posée à l'ouverture de la ligne sera propre à chaque opérateur en fonction de son parcours client. Chaque opérateur informera le ministère de la Famille de la formulation retenue dans les documents concernés.

2.4 Le contrôle parental proposé aujourd'hui est strict et les opérateurs de téléphonie mobile ont conscience qu'il pourrait évoluer pour s'adapter aux différents stades de développement du mineur : un contrôle parental n'est pas forcément similaire pour un adolescent ou pour un enfant plus jeune. Ils s'engagent donc à étudier dès à présent une évolution du système de contrôle parental vers plusieurs profils qui intégreraient des périmètres différents. Cette évolution intégrera les discussions en cours au sein du Forum des droits sur l'internet sur la grille de classification du contenu multimédia mobile (voir 1.3 de la présente charte). Un premier point sera fait en novembre 2006.

2.5 Les opérateurs de téléphonie mobiles ont bien noté la demande du ministère de la Famille de faire évoluer le blocage de l'accès aux contenus hors kiosques et portails pour qu'il n'interdise pas la consultation de sites non préjudiciables pour les enfants. Il est indispensable, pour avancer sur ce sujet, de mener des études, notamment techniques et juridiques complémentaires pour analyser cette sollicitation et définir une éventuelle mise en œuvre. À titre d'illustration, l'élaboration des listes de sites acceptables ou non pour les enfants ne peut pas être de la responsabilité des opérateurs de téléphonie mobile. Ces listes devront également intégrer les profils de contrôle parental qui seront définis dans le cadre des discussions en cours au sein du Forum des droits sur l'internet. Les opérateurs mobiles s'engagent à lancer dès aujourd'hui la réflexion sur cette évolution.

2.6 Enfin, d'une manière générale, conformément aux recommandations du Forum des droits sur l'internet, les opérateurs mobiles s'engagent également à assurer une veille sur le développement de nouveaux outils de contrôle parental adaptés aux supports mobiles afin d'en faire bénéficier leurs utilisateurs.

3. Renforcer la lutte contre les contenus illicites.

3.1 Soucieux de contribuer efficacement à la lutte contre les contenus illicites, les opérateurs mobiles répondent déjà avec diligence aux réquisitions judiciaires qui leur sont adressées par les autorités.

3.2 Conformément aux dispositions de l'article 6-1-7 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN – loi n° 2004-575 du 21 juin 2004), les opérateurs :

- ont mis en place un dispositif facilement accessible et visible permettant à toute personne de porter à leur connaissance des contenus attentatoires à la dignité humaine ;
- informent avec diligence les autorités publiques compétentes de l'existence de contenus attentatoires à la dignité humaine, destinés à être consultés sur des terminaux mobiles, qui leur seraient signalés par leurs utilisateurs.

Les opérateurs mobiles s'engagent à renforcer cette lutte, notamment en améliorant régulièrement les dispositifs de signalement afin de les rendre mieux adaptés aux contraintes des réseaux mobiles.

3.3 Les opérateurs mobiles s'engagent en outre à agir promptement pour retirer ou rendre l'accès impossible à des contenus qu'ils hébergent dès lors que ceux-ci leur ont été signalés comme manifestement illicites.

4. Informer largement le grand public sur les actions entreprises et participer à l'éducation aux bons usages pour tous.

En complément des actions et outils mis en place par les opérateurs, les utilisateurs demeurent les acteurs centraux pour s'assurer d'une bonne utilisation des services multimédias mobiles. C'est pourquoi, les opérateurs mobiles s'engagent à adopter une démarche pédagogique active afin de sensibiliser les parents et enfants aux bons usages du téléphone mobile et de les informer largement sur les actions entreprises.

À cette fin, les opérateurs mobiles s'engagent notamment à continuer à sensibiliser et informer les éditeurs de contenus sur les outils et actions mis en place dans le cadre de cette charte.

Dès décembre 2005, l'information du public sera renforcée.

4.1 L'AFOM diffuse déjà largement un guide de sensibilisation des parents, cosigné avec l'Union nationale des associations familiales (UNAF), présentant les bons usages d'un téléphone mobile par les enfants. Ce guide donne lieu à une déclinaison sur internet, sous la forme d'un site dédié librement accessible. Il est de plus diffusé gratuitement par différents partenaires et peut être demandé depuis le site web de l'AFOM : www.afom.fr.

4.2 Les opérateurs mobiles amplifieront les opérations de communication de leur base client actuelle sur l'existence du contrôle parental en utilisant les moyens les plus appropriés. L'objectif est d'informer l'ensemble des parents sur les moyens mis à leur disposition afin qu'ils puissent effectuer un choix éclairé d'activation de l'outil de contrôle parental. Cette information donnera lieu au minimum aux actions listées ci-après, mises en œuvre dès 2006.

- Vis-à-vis des nouveaux clients :

- une présentation pédagogique de l'outil de contrôle parental, de son intérêt et des moyens de l'activer sera insérée dans les documentations commerciales présentes en point de vente ;
- une sensibilisation des vendeurs à la problématique du contrôle parental (boutique ou téléconseillers) sera effectuée par chaque opérateur ;
- une information incitative apparaîtra sur les sites web des opérateurs lors de la prise de commande en ligne.

- Vis-à-vis des clients existants :

- une présentation, en des termes pédagogiques, de l'outil de contrôle parental et des moyens de l'activer sera insérée sur les sites web des opérateurs : des espaces de communication internes aux sites inciteront les internautes à prendre connaissance de cette présentation ; un lien pérenne en page d'accueil des portails internet des opérateurs renverra vers cette présentation ;
- au moins deux articles sur l'outil de contrôle parental et les moyens de l'activer seront insérés dans la brochure papier envoyée aux abonnés par chaque opérateur dans le courant de l'année 2006 ;
- un article sur le contrôle parental sera inclus dans les lettres d'information électroniques diffusées aux clients de chaque opérateur. Cette information sera répétée trois fois durant l'année 2006 ;

– une information sur le contrôle parental sera insérée directement sur les factures envoyées aux abonnés. Cette opération sera répétée deux fois durant l'année 2006.

Ces actions seront complétées par des actions propres à chaque opérateur en fonction des types de clients et des outils de communication de chacun. Elles pourront être reconduites en 2007, suivant le bilan qui en sera fait en fin d'année.

4.3 Les opérateurs reprendront sur leurs sites internet les messages de sensibilisation développés par le Gouvernement sur la protection des enfants dans un univers mobile.

4.4 Les opérateurs participeront aux actions de sensibilisation des parents et des enfants aux bons usages de la téléphonie mobile avec les partenaires concernés.

5. Évaluer, informer et consulter régulièrement l'ensemble des parties concernées par cette démarche déontologique.

5.1 Afin de tenir compte du développement rapide de nouveaux services, la démarche déontologique mise en place par les opérateurs de téléphonie mobile devra périodiquement être évaluée et, éventuellement, adaptée. À cette fin, les opérateurs s'engagent à échanger de manière régulière sur les actions mises en place et leurs éventuelles adaptations avec l'ensemble des parties concernées : gouvernement, autorités, organisations familiales, éditeurs...

Cet échange visera également à faire le point sur les actions engagées par les opérateurs dans le cadre de la présente charte.

5.2 Les opérateurs proposent des critères objectifs visant à mesurer la mise en œuvre des mesures engagées :

- bilan des informations sur l'existence du contrôle parental parues dans les outils de communication commerciale des opérateurs ;
- bilan des opérations de sensibilisation initiées par l'AFOM ;
- nombre d'informations ciblées envoyées à la base client ;
- respect du calendrier indiqué dans la suite de ce document.

Ils rappellent cependant que la question du contrôle parental ne peut pas reposer seulement sur des outils techniques et que seule une mobilisation de toutes les parties prenantes (pouvoirs publics, parents, opérateurs, éditeurs) permettra de réellement sensibiliser les parents à ces enjeux. Le nombre de contrôles parentaux activés ne peut donc pas constituer un critère de mesure pertinent de l'implication des opérateurs sur ces aspects : il pourrait être considéré, à la limite, comme une mesure partielle de la pertinence des actions de l'ensemble des partenaires. Il convient de rappeler que le choix de l'activation ou non du contrôle parental relève au final du choix éclairé des parents : un faible nombre d'activations pourrait donc traduire simplement l'analyse d'un risque modéré pour leurs enfants équipés d'un téléphone mobile.

Fait, à Paris, le 10 janvier 2006

M. Philippe BAS

Ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille

M. Jean-Marie DANJOU

Délégué général de l'Association française des opérateurs mobiles

M. Emmanuel FOREST

Bouygues Telecom

M. Jean-Noël TRONC

Orange France

M. Pierre BARDON

SFR Debitel

M. Nicolas SCHAEITTEL

M6 Mobile

M. Philippe SCHILD

Universal Mobile

M. Jean-François BLONDEL

Omer Telecom

Annexe 8

Présentation du dispositif «Signal-spam»

- **Lutte contre le spam, du projet à l'action**

Un an après l'expérience de la «boîte à spam» lancée avec succès par la Commission nationale de l'informatique et des libertés française (CNIL), le Gouvernement français a mis en place en juillet 2003, une plate-forme de concertation publique-privée, dont les travaux ont permis le développement d'un projet de centre national de signalement des spams : Signal-spam, destiné à reprendre et pérenniser les missions de la boîte à spam.

Avec Signal-spam, la France franchit une étape supplémentaire dans la lutte contre le spam.

Signal-spam est un projet exemplaire car il permet à tous les utilisateurs victimes du spam de contribuer concrètement à la lutte contre cette nuisance.

Il porte une démarche ambitieuse et concrète qui vise à doter la France d'un outil public-privé unique, apportant une réponse coordonnée au phénomène du spam, grâce à l'association active des administrations, des professionnels et des utilisateurs autour d'un objectif commun.

C'est un modèle à fort potentiel fédérateur autour duquel peuvent se réunir tous les pays souhaitant mettre en place à courte échéance un outil national de lutte contre le spam.

- **Ne pas se laisser tromper par les apparences**

La perception des effets nuisibles du spam peut sembler limitée auprès des utilisateurs confirmés d'internet, capables d'installer des dispositifs de sécurisation sur leurs ordinateurs. Cette apparence ne doit cependant pas masquer la gravité du phénomène qui touche tout autant les professionnels que la majeure partie de la population internautes.

- **Le signalement du spam devient le premier acte de défense de l'utilisateur**

Signal-spam est une solution centralisée de recueil et de traitement des spams sur réseaux. Elle donne la possibilité aux utilisateurs français des réseaux d'agir contre le spam en signalant toute sollicitation non consentie par simple renvoi vers un formulaire, une adresse de courrier électronique ou un numéro de téléphone spécifique.

Forts de ces signalements, tous ceux qui luttent contre le spam pourront agir avec plus d'efficacité et de rapidité.

- **Le recueil et le traitement des signalements renforcent les dispositifs légaux de recours contre les spammeurs**

Après enregistrement, les signalements sont traités par les experts de Signal-spam. Cette action a pour effets :

- d'optimiser les actions de lutte contre le spam des opérateurs par l'identification de ces sollicitations non consenties ;

- d'améliorer la pratique d'envoi de courriers électroniques publicitaires ou de lettres d'information des commerçants en ligne en donnant aux utilisateurs la possibilité de signaler ce qu'ils perçoivent comme un abus, et aux commerçants en ligne d'être avertis sur cette perception ;
- de permettre, grâce à la collecte méthodique d'informations, l'engagement de poursuites contre les émetteurs de spams identifiés, la mise en œuvre d'actions en direction des prestataires régulièrement impliqués dans des opérations d'envois massifs de courriers électroniques non sollicités, et l'élaboration d'actions de coopération internationale.

- **Des fonctionnalités avancées et un accès simplifié : Signal-spam est au service de la communauté des internautes**

Les actions de Signal-spam reposent sur un socle technologique solide comportant plusieurs fonctionnalités avancées dont un système de désinscription assistée permettant de reconnaître les expéditeurs de confiance.

L'utilisateur peut s'identifier volontairement et accéder ainsi à son compte personnel par l'interface web de Signal-spam pour consulter, à tout moment, l'ensemble des indicateurs et des tableaux de bord qui constituent son historique personnel. S'il a donné son accord, il peut également être contacté dans le cadre d'une procédure engagée contre le spammeur signalé.

- **Une coopération active publique-privée donne force et cohérence aux actions, afin d'obtenir des résultats concrets**

Géré par une structure de droit privé, Signal-spam a comme interlocuteur unique la Direction du développement des médias – service du Premier ministre français, qui assure la coordination de la politique nationale anti-spam. Il transmet à cette direction les dossiers susceptibles de donner lieu à l'engagement de poursuites qui seront eux-mêmes retransmis, après contrôle et validation, à l'autorité compétente selon la nature du délit que constitue le spam.

Signal-spam réunit aussi les utilisateurs et les professionnels, notamment au travers de leurs organisations représentatives : activités de l'informatique, des télécoms, du commerce électronique, consommateurs...

- **Tous les acteurs concernés par la lutte contre le spam sont impliqués**

Alliance de toutes les volontés engagées dans la lutte contre le spam, Signal-spam constitue un terrain de travail coopératif extrêmement dynamique et opérationnel.

Cette spécificité unique lui permettra de contribuer activement à l'amélioration constante du traitement du spam, qu'il s'agisse de l'élaboration de projets de standards communs, de codes de bonne conduite des professionnels ou encore de recommandations aux pouvoirs publics, dans l'intérêt des utilisateurs et du développement d'un internet de confiance.

- **Un projet résolument ouvert vers l'international**

Grâce au recueil des informations provenant des signalements et à la visibilité qu'il donne, à l'échelle nationale, sur la circulation des spams, Signal-spam permettra à la

France de prendre toute sa place dans la lutte contre le spam engagée par la communauté internationale.

Conçu pour être facilement mis en place par les pays partenaires de la France, Signal-spam permettra également de renforcer la cohérence de la lutte contre le spam engagée par ces pays en leur proposant un modèle directement opérationnel qu'ils pourront mettre en œuvre dans des délais très courts.

Annexe 9

Composition du groupe de travail

- **Association des fournisseurs d'accès et de services internet (AFA)**

Marine JANIAUD, adjointe au délégué général

Benoît LAVIGNE, juriste, chargé de mission

Estelle de MARCO, juriste, chargée de mission

Stéphane MARCOVITCH, délégué général

Giuseppe de MARTINO, président, directeur juridique d'AOL

- **Association française des opérateurs mobiles (AFOM)**

Olivier GAINON, chargé de mission

- **Commission nationale à l'informatique et aux libertés (CNIL)**

Leslie BASSE, attachée, division des affaires économiques, direction des affaires juridiques

Thomas DAUTIEU, attaché, division des affaires économiques, direction des affaires juridiques

- **Conseil supérieur de la télématique (CST)**

Hervé SOYMIE, secrétaire général

- **Délégation interministérielle à la famille (DIF)**

Géraldine CHICANOT-ROUSSET, chargée de mission

Olivier PERALDI, adjoint au délégué

- **Délégation aux usages de l'internet (DUI)**

Pierre PERREZ, secrétaire général

- **Direction du développement des médias (DDM)**

Claire SEILLER, bureau des évaluations économiques et de la société de l'information

Eric WALTER, chef du bureau des évaluations économiques et de la société de l'information

- **Fédération des conseils de parents d'élèves des écoles publiques (FCPE)**

Françoise MOUGIN

- **Ministère de la Défense**

Eric FREYSSINET, sous-direction de la police judiciaire, Direction générale de la Gendarmerie nationale

- **Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie**

Chantal RUBIN, adjointe au sous-directeur, sous-direction des industries de réseaux, du multimédia et de la communication en ligne, Direction générale aux entreprises (DGE)

- **Ministère de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales**

Catherine CHAMBON, commissaire divisionnaire, chef de l'Office central de lutte contre la criminalité liée aux technologies de l'information et de la communication (OCLCTIC)

Marie LAJUS, commissaire principale, adjointe au chef de l'OCLCTIC

Pierre-Yves LEBEAU, capitaine de police, chef de la plateforme nationale de signalement de l'OCLCTIC

- **Ministère de la Justice**

Joël FERRY, officier de liaison de la Gendarmerie nationale, Direction des affaires criminelles et des grâces

- **Société Iliad – Free**

Alexandre ARCHAMBAULT, directeur des affaires réglementaires

- **Société Lycos France**

Olivier SOUSSAN, directeur marketing

- **Société Microsoft France**

Jean-Sébastien MARIEZ, chargé d'affaires juridiques

- **Société Orange France**

Jean-Paul LEROUX, responsable déontologie

- **Union nationale des associations familiales (UNAF)**

Jean-Pierre QUIGNAUX, responsable médias et nouvelles technologies

Les travaux ont été coordonnés par Matthieu LERONDEAU, assisté de Benoit TABAKA, chargés de mission au Forum des droits sur l'internet, rapporteurs du groupe de travail.

Annexe 10

Auditions entreprises par le groupe de travail

- **Société AFAQ-AFNOR Certification**

Patrice LABROUSSE, responsable commercial services

- **Fédération des entreprises de vente à distance (FEVAD)**

Marc LOLIVIER, délégué général

- **Association Consommation, logement, cadre de vie (CLCV)**

Frédérique PFRUNDER, chargée de mission

- **Sociétés Microsoft / MSN**

Virginie HUPE, Privacy & Compliance Manager, Microsoft EMEA

Alban PELTIER, Communication Services Lead, MSN

- **Société Telefun – Skyrock**

Frank CHENEAU, directeur général délégué

Rémi KIRCHE, directeur marketing

David ROIZEN, responsable des relations publiques

- **Société Temesis**

Elie SLOÏM, qualicien

Les publiciels et esplogiciels

Recommandation publiée le 11 juillet 2006

Introduction

Un groupe de travail sur la « Publicité en ligne » a été mis en place le 10 mars 2004 par le Forum des droits sur l'internet. Ce groupe a rendu publique une recommandation³⁵ le 26 juillet 2005 sur les « Liens commerciaux ».

Le groupe a souhaité compléter ses travaux en s'intéressant à la question des annonces publicitaires générées par des logiciels installés sur le disque dur des utilisateurs : les « publiciels », ou « adware » en anglais.

La distribution du publiciel repose sur le modèle économique suivant : un bien ou un service est délivré gratuitement à un utilisateur contre son acceptation d'être le destinataire de publicités. Ainsi, l'internaute peut utiliser certains programmes informatiques ou accéder à certains sites web s'il accepte d'installer un publiciel.

Les publiciels peuvent dans certains cas poser plusieurs catégories de difficultés :

- pour l'utilisateur : celui-ci peut être importuné par le caractère intrusif de certaines annonces générées par les publiciels. Par ailleurs, certaines personnes n'apprécient pas le ciblage des publicités, dès lors que celui-ci suggère l'existence d'un traitement d'informations les concernant ;
- pour les autres supports de publicité, c'est-à-dire les sites web visités par l'utilisateur du publiciel : ils peuvent subir un préjudice du fait que des annonces pour une enseigne concurrente peuvent apparaître au moment où l'internaute visite leurs pages. Par ailleurs, certains publiciels peuvent donner à l'internaute l'impression erronée que le support visité et l'annonceur affiché sont en relation d'affaire.

En conséquence, la présente recommandation a pour objet, à partir d'une clarification du terme de « publiciel », de formuler conseils et interprétations afin d'assurer un développement des publiciels respectueux des données personnelles, de la sécurité informatique et du principe de concurrence loyale.

La présente recommandation a fait l'objet d'une consultation des membres du Forum des droits sur l'internet du 26 juin 2006 au 10 juillet 2006. Elle a été définitivement adoptée par le Conseil d'orientation du Forum le 11 juillet 2005.

Définition et caractéristiques du publiciel

On veillera dans la présente recommandation à distinguer, selon des critères juridiques, les publiciels des esplogiciels.

35. <http://www.foruminternet.org/recommandations/lire.phtml?id=919>

Publiciels

Le terme publiciel est une traduction de l'anglais «adware», qui contracte les mots «advertisement» (publicité) et «software» (logiciel).

Les publiciels sont des programmes informatiques à vocation publicitaire distribués sous la forme de fichiers exécutables, le plus souvent comme modules d'autres applications auxquelles ils sont plus ou moins indissociablement liés. Ces logiciels génèrent l'affichage d'annonces publicitaires parfois ciblées en fonction des habitudes de navigation de l'utilisateur du poste informatique sur lequel ils sont installés. Les publicités s'affichent soit dans le module principal du logiciel installé – c'est le cas, par exemple, de la version gratuite de certains logiciels –, soit sous la forme de fenêtres intruses («pop-ups»), soit sous la forme d'encarts publicitaires intégrés dans les pages web visitées par l'utilisateur du poste informatique équipé du publiciel.

Dans certains cas, l'utilisation de publiciels aux fins de diffuser des messages publicitaires peut être à l'origine de situations ambiguës : l'annonce publicitaire générée par le logiciel peut par exemple se positionner en lieu et place d'un message d'un concurrent, des liens publicitaires peuvent être positionnés à la volée sur n'importe laquelle des pages web que visite l'internaute, un publiciel peut également parfois modifier l'affichage du résultat de certaines recherches.

Le fonctionnement d'un publiciel, le traitement et la transmission par ce programme d'informations présentes sur le poste informatique sur lequel il est installé sont régis par les réglementations relatives à la protection des données à caractère personnel et aux règles de la sécurité informatique.

Les publiciels présentant d'autres finalités non visibles à caractère malveillant et ne se conformant pas aux dispositions de ces réglementations sont à apparenter à la famille des logiciels espions, ou espioiciels.

Espioiciels

Le terme espioiciel est une traduction de l'anglais «spyware», qui contracte les mots «spy» (espion) et «software» (logiciel). Les espioiciels effectuent des opérations à l'insu de l'utilisateur. Ils peuvent simplement être des publiciels, présentant d'autres finalités non visibles, qui ne respectent pas la législation en vigueur relative à leur installation. Ils peuvent encore avoir pour fonction de récolter des données – généralement des données de navigation, mais parfois aussi des données à caractère personnel ou de sécurité (telles qu'un mot de passe) –, et sont programmés pour transmettre ces informations vers les serveurs de leurs créateurs ou bénéficiaires. Les espioiciels sont également constitués de fichiers exécutables; ils s'installent sans notification ni consentement de l'internaute comme modules ou compléments d'autres programmes, ou peuvent encore tirer partie d'éventuelles failles de sécurité logicielles ou du manque de vigilance de l'utilisateur au cours de la visite d'un site.

Conclusion

Les publiciels ont pour objet d'afficher des publicités, éventuellement ciblées. Ils doivent respecter des principes de transparence et de loyauté tant lors de leur instal-

lation qu'au long de leur fonctionnement. Dès lors qu'un logiciel à vocation publicitaire traite des données stockées sur un poste informatique et ne respecte pas les réglementations relatives à la protection des données à caractère personnel et à la sécurité et à l'intégrité des systèmes d'information, il devient illicite et s'apparente à un espioniciel.

Respecter l'utilisateur : la protection des données à caractère personnel et des systèmes informatiques

Les représentants des utilisateurs présents au sein du groupe de travail «Publicité en ligne» du Forum des droits sur l'internet ont exprimé deux principales inquiétudes concernant ces outils. La première concerne la loyauté des traitements des données à caractère personnel. La seconde concerne la sécurité des systèmes informatiques.

La protection des données personnelles

Aux fins d'afficher des publicités ciblées, certains publiciels traitent et recueillent des informations sur le poste informatique où ils sont installés. Ces opérations peuvent être régies par les dispositions de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers, et aux libertés.

Les données à caractère personnel sont les informations permettant d'identifier ou de reconnaître, directement ou indirectement, une personne déterminée. Il peut s'agir, lorsque ces informations permettent réellement l'identification d'une personne précise, d'un nom, prénom, d'une date de naissance, d'une adresse postale, d'une adresse électronique, parfois de l'adresse IP d'un ordinateur, d'un numéro de téléphone, d'un numéro de carte de paiement...

S'agissant de l'établissement du profil de l'internaute, les données qui peuvent être recueillies par le publiciel sont généralement des données «comportementales» ou «de navigation» (telles que l'heure de connexion, le chemin de navigation emprunté sur un site, la langue et la version du navigateur utilisé, etc.), qui excluent les données permettant l'identification de l'utilisateur. Ce sont des données techniques communiquées à l'annonceur sous forme de statistiques globales qui permettent par exemple de mesurer l'efficacité d'une campagne. On peut ainsi contrôler le lieu de diffusion de la publicité et la population ciblée. La collecte et le traitement informatisés de ces données ne remettent donc pas en cause, *a priori*, l'anonymat de l'utilisateur et, plus généralement, la protection de ses données personnelles.

La question du recueil du consentement préalablement au traitement et à la collecte de données à caractère personnel

Dès lors qu'un publiciel traite et/ou collecte des données à caractère personnel, ou que d'autres informations collectées par le publiciel sont recoupées avec des données à caractère personnel qui auraient été collectées antérieurement ou postérieurement, par exemple par l'intermédiaire d'un questionnaire lors de l'installation du publiciel ou, parfois,

de l'enregistrement de l'adresse IP de l'utilisateur, des obligations en matière de recueil du consentement de l'utilisateur doivent être respectées par le responsable du traitement.

En premier lieu, l'article 7 de la loi du 6 janvier 1978 prévoit qu'«*un traitement de données à caractère personnel doit avoir reçu le consentement de la personne concernée*». Ce principe est tempéré par un certain nombre d'exceptions prévues au même article et notamment, dès lors que le traitement cherche à satisfaire au besoin de «*l'exécution, soit d'un contrat auquel la personne concernée est partie, soit de mesures précontractuelles prises à la demande de celle-ci*» (article 7, 4°) ou de «*réalisation de l'intérêt légitime poursuivi par le responsable du traitement ou par le destinataire, sous réserve de ne pas méconnaître l'intérêt ou les droits et libertés fondamentaux de la personne concernée*» (article 7, 5°).

Interrogée par le Forum des droits sur l'internet quant à l'application de ces dispositions au cas des publiciels, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) a indiqué dans une réponse en date du 21 décembre 2005 que la publicité générée par «*publiciels peut être entendue comme étant justifiée par un motif légitime dès lors que l'utilisation des données ne porte pas atteinte de façon excessive aux droits des personnes et à condition que celle-ci soit réalisée dans les conditions prévues par les dispositions de la loi "informatique et libertés"*».

Une obligation générale d'information

L'article 32-II de la loi du 6 janvier 1978 pose le principe d'une obligation générale d'information en cas d'accès à des informations stockées sur un terminal de connexion ou d'inscription d'informations dans ce terminal, qui, selon la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), s'impose «*à l'utilisation de publiciels dans la mesure où ces procédés permettent d'inscrire, par voie de transmission électronique, des informations dans l'équipement terminal de connexion de l'utilisateur des réseaux de communications électroniques*».

Cette obligation est, selon l'interprétation donnée par la CNIL, «*applicable uniquement si les procédés tendant à accéder ou à inscrire des informations dans l'équipement terminal de connexion de l'utilisateur mettent en œuvre un traitement de données à caractère personnel*». Toutefois, la CNIL recommande dans ce contexte que ces mesures d'informations puissent encore «*être assurées quand bien même son utilisation ne porterait que sur des données anonymes*». Cette position s'inspire, selon la Commission, de l'esprit de la directive n° 2002/58/CE qui rappelle dans son considérant 24 que l'équipement terminal de l'utilisateur d'un réseau de communications électroniques ainsi que toute information stockée sur cet équipement relèvent de la vie privée de l'utilisateur, qui doit être protégée au titre de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales.

Par ailleurs, les dispositions de l'article 32-II énoncent que «*toute personne utilisatrice des réseaux de communications électroniques doit être informée de manière claire et complète par le responsable du traitement ou son représentant : de la finalité de toute action tendant à accéder, par voie de transmission électronique, à des informations stockées dans son équipement terminal de connexion, ou à inscrire, par la même voie, des informations dans son équipement terminal de connexion [et] des moyens dont elle dispose pour s'y opposer*».

En conséquence, le Forum des droits sur l'internet recommande que l'accès à tout type d'informations – à caractère personnel ou non – stockées sur le poste informatique de l'utilisateur, ou l'inscription de ces mêmes informations dans l'équipement d'un utilisateur du réseau, soit en principe conditionné par l'information de ce dernier.

Il convient de noter que cette obligation d'information n'est pas applicable « *si l'accès aux informations stockées dans l'équipement terminal de l'utilisateur ou l'inscription d'informations dans l'équipement terminal de l'utilisateur, soit a pour finalité exclusive de permettre ou faciliter la communication par voie électronique, soit est strictement nécessaire à la fourniture d'un service de communication en ligne à la demande expresse de l'utilisateur.* » C'est par exemple le cas des cookies, ces fichiers au format texte créés et stockés à l'initiative de l'éditeur d'un service en ligne sur la machine de l'utilisateur et permettant l'échange d'informations entre un navigateur et un serveur web, lorsque ces fichiers ne contiennent que des informations techniques de nature à permettre ou faciliter la navigation, ou strictement nécessaires à la fourniture d'un service.

Si, outre l'accès à des informations et l'inscription d'informations sur le poste informatique de l'utilisateur du publiciel, d'autres traitements sont opérés, le responsable du traitement devra informer cet utilisateur, conformément aux dispositions de l'article 32-I de la loi du 6 janvier 1978, sous réserve du dernier alinéa du I de ce même article :

- de l'identité du responsable du traitement et, le cas échéant, de son commanditaire;
- de la finalité poursuivie par le traitement auquel les données sont destinées;
- du caractère obligatoire ou facultatif des réponses;
- des conséquences éventuelles, à son égard, d'un défaut de réponse;
- des destinataires ou catégories des destinataires des données;
- des droits d'accès, d'opposition et de rectification que l'utilisateur tient des articles 38, 39 et 40 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée;
- le cas échéant, des transferts de données à caractère personnel envisagés à destination d'un État non membre de la Communauté européenne.

La sécurité des systèmes informatiques

La loi n° 88-19 du 5 janvier 1988 dite « loi Godfrain » garantit la sécurité des systèmes informatiques en punissant l'accès ou le maintien frauduleux dans un système informatique; l'accès ou le maintien frauduleux dans un système informatique avec dommages involontaires (modification ou suppression de données, altération du fonctionnement du système); l'entrave volontaire au fonctionnement d'un système informatique; l'introduction, la suppression, la modification intentionnelles et frauduleuses de données; la falsification de documents informatiques et l'usage de document falsifié³⁶. Ces infractions peuvent également être constituées lorsque le publiciel stocke des données de manière autonome sans les transmettre à des tiers.

36. Insérée par la « loi Godfrain » à l'article 462-5 ancien du Code pénal, cette incrimination figure dorénavant, de manière plus globale, à l'article 441-1 du Code pénal.

L'éditeur du publiciel ne pourra pas, néanmoins, voir sa responsabilité engagée si la personne physique détenant les droits d'administration du système a consenti à ces opérations.

Ce dispositif est complémentaire de celui prévu par la loi du 6 janvier 1978 : l'installation d'un logiciel et l'échange de données entre un serveur distant et un terminal informatique, de manière non conforme aux dispositions de la loi de 1978 modifiée relatives à l'information et au consentement des personnes physiques, doivent être considérées comme frauduleuses au regard de la loi du 5 janvier 1988 qui indique que toute installation de logiciel, et tout traitement et recueil de données, à caractère personnel ou non, sur le poste informatique d'un utilisateur des réseaux ne doit pas être frauduleux.

Conclusion

Le Forum des droits sur l'internet condamne la distribution et l'emploi d'espioniciels et, plus généralement, toute activité consistant à collecter, par des moyens informatiques installés sur le poste informatique des personnes concernées et à leur insu, des informations à caractère personnel ou concernant leur équipement, lorsqu'une telle collecte ne rentre pas dans les causes d'exonération légitimes du responsable du traitement.

Le Forum rappelle qu'un publiciel :

- ne peut être installé sur un poste informatique que si son utilisateur a été informé de sa finalité et des moyens dont il dispose pour s'y opposer, et que s'il a consenti à cette installation, sauf à ce que le traitement soit fondé sur un motif légitime conformément à l'article 7, et notamment du 4° et 5° de la loi de 1978 modifiée ;
- doit fonctionner dans le respect des autres dispositions de la loi relative à la protection des données à caractère personnel et des dispositions qui assurent la sécurité des systèmes informatiques.

Ainsi, l'utilisateur doit rester libre de son choix quant à l'installation de ces logiciels. Il doit ainsi consentir en principe à l'installation d'un publiciel, sous réserve des droits d'accès dont peut bénéficier l'exploitant de ce logiciel. Il doit avoir à tout moment, et sous réserve de dispositions contractuelles particulières, la possibilité de le désinstaller facilement, c'est-à-dire par exemple ne pas être contraint de recourir à l'utilisation d'un logiciel spécifique pour effectuer cette opération, sauf si un tel logiciel permet une désinstallation plus efficace et qu'il est accessible aisément et sans entrave excessive à l'utilisateur.

Lorsque le publiciel procède au traitement de données à caractère personnel, l'utilisateur doit consentir à ce traitement en vertu de l'article 7 de la loi de 1978, sous réserve des exceptions prévues au 4° et 5° de ce même article. Il doit encore être informé précisément par le responsable du traitement de la finalité de l'accès et de l'inscription des informations dans son terminal, d'autres traitements éventuels et de la faculté de s'y opposer.

Sous ces conditions, l'installation et l'utilisation de publiciels permettant, le cas échéant, le traitement de données à caractère personnel, est licite.

Respecter les supports visités par l'internaute (sites, portails...) : prévenir les actes de concurrence déloyale et responsabilité

Certains publiciels offrent aux annonceurs la possibilité de cibler l'internaute en fonction de mots clés repérés sur le site qu'il visite.

Ces publiciels peuvent, par exemple, générer une fenêtre d'ouverture automatique (pop-up) qui affichera une annonce pour une marque de véhicules si le site visité porte sur l'automobile. Cela peut poser problème au regard de la concurrence déloyale et, plus précisément, du parasitisme³⁷. Jusqu'à présent cette problématique ne s'est pas présentée en France. Le Forum des droits sur l'internet souhaite néanmoins prévenir son apparition en formulant des recommandations à l'attention des éditeurs de publiciels, des annonceurs ou de leurs représentants dont la responsabilité serait susceptible d'être mise en cause.

Notons que les juges pourraient indiquer que la responsabilité de l'éditeur d'un publiciel est susceptible d'être retenue si, sur le site d'une société A apparaissait – par emploi de mots clés utilisant sa marque – une publicité pour une société B, concurrente de la première, sous réserve de la démonstration d'une faute punissable. Un arrêt de la Cour de cassation, portant sur une affaire relative à un système de couponnage électronique, permet d'entrevoir le type de responsabilité que le concepteur d'un publiciel pourrait avoir à supporter dans des circonstances analogues (affaire *Catalina*, Cass.com., 18 novembre 1997 ; CA, Aix, 30 juin 1995)³⁸.

Si le même constat ne peut être réalisé pour l'affichage d'une marque concurrente à partir d'un mot clé générique ou à partir d'une analyse purement contextuelle et systématique, l'affichage d'une publicité sur la base d'un traitement sémantique peut être, néanmoins, source de conflit.

En conséquence le Forum des droits sur l'internet recommande la plus grande prudence, de la part des acteurs concernés, dans l'utilisation de ce genre de systèmes. Ainsi, lorsque l'annonceur ou son représentant a eu à sélectionner, en toute connaissance de cause, les mots clés à partir desquels il souhaite que son annonce apparaisse, ce dernier doit veiller à ne pas porter atteinte aux droits de ses concurrents.

37. Le 26 mars 2004, le tribunal de première instance de Cologne, en Allemagne, a ainsi sanctionné la société de publicité électronique *Claria*, anciennement dénommée *Gator*, pour avoir affiché, lorsque les utilisateurs de son publiciel visitaient le site allemand de la société *Hertz*, des *pop-up* contenant des annonces publicitaires de marques concurrentes à *Hertz*. Le tribunal a dû faire injonction à *Claria* de cesser « de faire apparaître ou de permettre l'apparition systématique de publicité contrôlée par logiciel sur le site <http://www.hertz.de> sans le consentement de *Hertz*, en particulier sous forme de fenêtre publicitaire apparaissant en *Pop-up* ou *Pop-under* ». Des affaires similaires ont également été traitées aux États-Unis notamment sur le fondement de la contrefaçon de marque.

38. Dans cette affaire, la société *Catalina Marketing France* avait élaboré un système de couponnage électronique permettant de déclencher, par lecture optique d'un code à barres au moment du passage en caisses d'un produit acheté par un client, l'émission d'un bon de réduction à valoir sur l'achat ultérieur d'un produit concurrent. La responsabilité de la société *Catalina Marketing France* a été engagée pour les actes de concurrence déloyale qu'un annonceur pouvait porter à un autre en recourant à ce système.

Recommandations

À l'attention des éditeurs de publiciels

Respect des règles relatives à la protection des données à caractère personnel

Le Forum des droits sur l'internet rappelle que la réglementation liée aux fichiers et aux traitements informatiques contenant des données à caractère personnel s'applique en matière de traitement et de recueil de données à caractère personnel sur l'ordinateur des personnes concernées.

Les éditeurs de publiciels et responsables de traitements doivent veiller à respecter tous les droits des personnes concernées³⁹.

Les responsables de traitements de données à caractère personnel devront notamment recueillir le consentement de l'utilisateur du poste informatique, préalablement à toute opération, en vertu de l'article 7 de la loi du 6 janvier 1978, sous réserve des exceptions prévues aux 4° et 5° de ce même article.

Dès lors qu'un publiciel accède à des informations – à caractère personnel ou non – stockées sur le poste informatique de l'utilisateur, ou qu'il y inscrit des données, le responsable de ce traitement est tenu par l'article 32-II de la loi du 6 janvier 1978 modifiée de communiquer aux personnes concernées les éléments suivants :

- la finalité de l'accès et de l'inscription, *via* le publiciel, d'informations stockées sur le poste informatique équipé;
- les moyens dont elles disposent pour s'opposer au traitement.

Dès lors que le publiciel opère d'autres traitements de données à caractère personnel que ceux visés précédemment, le responsable du traitement est également tenu d'informer l'utilisateur du poste informatique, sous réserve des dispositions du dernier alinéa de l'article 32 – I :

- de l'identité du responsable du traitement et, le cas échéant, de son commanditaire;
- de la finalité poursuivie par le traitement auquel les données sont destinées;
- du caractère obligatoire ou facultatif des réponses;
- des conséquences éventuelles, à son égard, d'un défaut de réponse;
- des destinataires ou catégories des destinataires des données;
- des droits d'accès, d'opposition et de rectification que l'utilisateur tient des articles 38, 39 et 40 de la loi du 6 janvier 1978 modifiée;
- le cas échéant, des transferts de données à caractère personnel envisagés à destination d'un État non membre de la Communauté européenne.

39. Le tableau figurant en annexe 2 du présent document résume, au regard de la loi du 6 janvier 1978 modifiée, les obligations du responsable du traitement d'informations par un publiciel suivant les types d'informations et les types de traitement (simple traitement ou recueil).

Le Forum des droits sur l'internet recommande que, pour satisfaire aux objectifs de clarté et d'exhaustivité prévus par la loi, les éditeurs de publiciels détaillent ces informations dans une étape séparée, au cours de l'installation du publiciel.

Le Forum recommande également que ces informations restent accessibles à tout moment au cours de l'utilisation du programme, par l'intermédiaire de sa rubrique d'aide, par exemple.

Respect des règles relatives à la sécurité informatique

Au regard de la loi n° 88-19 du 5 janvier 1988, aucun logiciel, et *a fortiori* publiciel ne peut être installé sur un poste informatique de manière frauduleuse.

Pour veiller à l'absence de fraude, le Forum des droits sur l'internet recommande à l'éditeur de publiciel de se conformer notamment aux dispositions de la loi du 6 janvier 1978 relatives à l'information et au consentement de la personne physique. Compte tenu du caractère intrusif du publiciel lorsqu'il n'est pas accepté et de l'en-trave qu'il peut impliquer dans la navigation, le Forum des droits recommande, au-delà du respect de la loi, qu'il soit indiqué à l'internaute, de manière claire et concise, l'identité du créateur du programme, les différentes fonctionnalités de ce dernier, éventuellement le type d'informations directement traitées sur son disque dur, celles qui sont communiquées à un centre serveur et celles qui sont communiquées à partir du centre serveur vers son disque dur.

Le Forum des droits sur l'internet recommande que les éditeurs de publiciels détaillent ces informations dans une étape séparée, au cours de l'installation du publiciel, et qu'elles restent accessibles à tout moment au cours de l'utilisation du programme, par l'intermédiaire de sa rubrique d'aide, par exemple.

Le Forum recommande également à l'éditeur du publiciel de prévoir des modalités de désinstallation complète de son programme visibles, accessibles et utilisables pour tout utilisateur et sans recours à un outil spécifique, sauf dans le cas où la nécessité d'un tel outil a été mentionnée avant l'installation et qu'elle permet une désinstallation plus efficace.

Recommandations relatives au respect du support visité

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux éditeurs de publiciels de s'engager à ne pas programmer volontairement l'apparition d'annonces qui seraient préjudiciables au support visité par l'internaute : les éditeurs de publiciels devront être tout particulièrement attentifs à ne pas diffuser d'annonces contrevenant aux recommandations du Bureau de vérification de la publicité dont les recommandations « Enfant » et « Support internet », au droit des marques ou provoquant une situation de concurrence déloyale.

Le Forum des droits sur l'internet rappelle aux éditeurs de publiciels que, en vertu de l'article 20 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, « *toute publicité, sous quelque forme que ce soit, accessible par un service de communication au public en ligne, doit pouvoir être clairement identifiée comme telle.* »

Le Forum des droits sur l'internet recommande que les éditeurs de publiciels contribuent à rendre possible cette identification en apposant une mention claire sur la fenêtre ouverte par le publiciel ou sur les contenus publicitaires générés par le publiciel. Cette mention pourrait indiquer, d'une part, le nom du publiciel et, d'autre part, le fait qu'il s'agit d'un logiciel installé sur l'ordinateur de l'internaute, et être par exemple formulée de la manière suivante : « Publicité générée par [nom du publiciel], présent sur votre ordinateur. »

À l'attention des annonceurs et de leurs représentants

Le Forum des droits sur l'internet recommande à tout annonceur et à ses représentants qui souhaitent recourir aux services d'un publiciel de vérifier que l'éditeur de ce logiciel s'engage :

- vis-à-vis des internautes : à respecter des dispositions des lois du 6 janvier 1978 modifiée, dite loi « Informatique et libertés », et du 5 janvier 1988, dite loi « Godfrain » ;
- vis-à-vis des supports : à ne pas diffuser volontairement d'annonces contrevenant aux recommandations du BVP dont les Recommandations « Enfants » et « Support internet », au droit des marques ou provoquant une situation de concurrence déloyale.

Le Forum des droits sur l'internet rappelle aux annonceurs et leurs représentants souhaitant recourir aux services d'un publiciel les dispositions de l'article 20 de la loi du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, selon lesquelles la publicité doit notamment « *rendre clairement identifiable la personne physique ou morale pour le compte de laquelle elle est réalisée* » (article 20).

Le Forum des droits sur l'internet recommande enfin aux annonceurs et à leurs représentants de ne sélectionner aucun mot clé, pour l'apparition de leurs annonces, qui correspondrait au signe distinctif d'un concurrent.

À l'attention des utilisateurs

Le Forum des droits sur l'internet souhaite informer les utilisateurs sur les précautions à prendre pour préserver au mieux la protection de leurs données personnelles.

Recommandations spécifiques à l'installation de publiciels

Le Forum recommande aux utilisateurs de l'internet de :

- 1 – lire attentivement les conditions d'utilisation des logiciels et les informations délivrées au cours de leur installation et s'assurer, avant de les installer, qu'elles sont conformes à la loi et aux présentes recommandations ;
- 2 – ne dévoiler aucune information personnelle si, a minima, les informations suivantes ne sont pas clairement délivrées lors de l'installation du programme :
 - la nature du traitement qui sera opéré et la finalité de celui-ci ;
 - les moyens permettant de s'opposer à ces traitements.

Recommandations générales ayant trait à la sécurisation des postes clients

Il ne suffit parfois pas de vérifier le respect des obligations légales par les éditeurs de logiciels pour préserver la confidentialité des informations stockées sur un poste informatique. Le Forum recommande ainsi aux utilisateurs de postes informatiques connectés à l'internet de se conformer à ces quelques conseils de prudence :

- 1 – installer un pare-feu personnel (ou logiciel firewall, filtrant les flux de donnée entrant et sortant de l'ordinateur);
- 2 – utiliser un logiciel antivirus. Préférer ceux qui traquent également les logiciels espions et autres logiciels malveillants;
- 3 – utiliser si nécessaire un logiciel anti-spyware permettant la détection et la désinstallation d'autres variétés de programmes espions;
- 4 – mettre en œuvre ces logiciels en les paramétrant pour la détection des logiciels espions (spyware) et autres logiciels malveillants;
- 5 – mettre scrupuleusement à jour l'ensemble des logiciels énumérés ci-dessus;
- 6 – effectuer des diagnostics réguliers, notamment après avoir installé des économiseurs d'écran, des utilitaires de téléchargement, d'aide à la navigation et d'échange de poste à poste (P2P), visité des sites ne paraissant pas satisfaire à toutes les règles légales et éthiques, procédé à un enregistrement de licence en ligne, visité des forums de discussion ou ouvert des courriers électroniques non sollicités;
- 7 – effectuer régulièrement les mises à jour du système d'exploitation et du navigateur en sorte de combler les éventuelles failles de sécurité dont pourraient tirer profit certains logiciels espions.

Plusieurs de ces actions sont explicitées dans la fiche pratique délivrée en annexe de ces recommandations.

À l'attention des pouvoirs publics

Étant donné la prolifération des logiciels espions risquant d'être gravement préjudiciables aux internautes et aux entreprises, le Forum des droits sur l'internet recommande aux pouvoirs publics de mener ou commander une étude précise et indépendante, destinée à être rendue publique, sur ce type de logiciels, les risques qu'ils représentent et les moyens existants et à mettre en œuvre pour lutter efficacement contre eux.

Annexe 1

Composition du groupe de travail

- **Association des fournisseurs d'accès et de services internet (AFA)**

Estelle de MARCO, juriste, responsable affaires publiques
Stéphane MARCOVITCH, délégué général

- **Bureau de vérification de la publicité (BVP)**

Anne CHANON, conseiller de la direction générale, en charge du développement déontologique
Mohamed MANSOURI

- **Consommation, logement, cadre de vie (CLCV)**

Frédérique PFRUNDER, chargée de mission

- **Direction du développement des médias (DDM) – Premier ministre**

Axelle HOVINE, adjointe du chef du bureau du régime juridique de la presse et des services d'information

- **Google**

Mats CARDUNER, Managing Director
Catherine GLAUBERT, Paralegal
Patricia MOLL, European Policy Manager

- **Internet advertising bureau (IAB) France**

Claudie VOLANT-RIVET, déléguée générale

- **Observatoire des usages de l'internet (OUI)**

Michel ELIE, président

- **Overture**

Sophie PRADERE, European Legal Counsel

- **Société Générale**

François COUPEZ, juriste
Stéphane VENDRAMINI, juriste

- **Union des annonceurs (UDA)**

Laura BOULET, juriste
Christine REICHENBACH, directeur juridique
Françoise RENAUD, directrice marketing relationnel et nouvelles technologies

- **Union nationale des associations familiales (UNAF)**

Nicolas REVENU, juriste, chargé de mission

- **Expert**

Alain HAZAN, avocat au barreau de Paris

La coordination des travaux était assurée par Lionel THOUMYRE puis par Matthieu LERONDEAU, assisté de Benoit TABAKA, chargés de mission au Forum, rapporteurs du groupe de travail.

Annexe 2

Fiche pratique « Maîtriser les espionciels »

Plusieurs mesures peuvent être suivies par l'internaute pour se prémunir des effets non désirés des espionciels.

« Prudence est mère de sûreté »

Il convient tout d'abord de prendre garde à ce que l'on installe sur son ordinateur. Une plus grande vigilance est notamment recommandée dans le cas des logiciels téléchargés auprès de sources non clairement identifiées.

Une des caractéristiques majeures des espionciels est qu'ils sont souvent installés à l'insu de l'utilisateur. Lorsqu'elles existent, les boîtes de dialogue d'installation offrent ainsi rarement à l'utilisateur la possibilité de s'opposer à la mise en œuvre de leurs fonctionnalités. Lorsqu'une installation personnalisée d'un logiciel est proposée, on désactivera les modules additionnels qui ne sont pas absolument nécessaires au fonctionnement du logiciel.

Un certain discernement quant aux actions à effectuer, propre aux utilisateurs avertis, est cependant nécessaire.

Lire attentivement entre les lignes

Une seconde précaution élémentaire consiste à lire attentivement le contrat de licence d'utilisateur final (CLUF ou EULA pour *End-User License Agreement*) qui contient généralement en toutes lettres la mention de l'intégration de fonctionnalités de surveillance ou de collecte de données à caractère personnel dans le logiciel que l'utilisateur s'apprête à installer.

La difficulté vient du fait que ces contrats sont peu lisibles et souvent ambigus, ce qui n'incite pas à leur lecture. Il est toujours possible de refuser ce contrat de licence et de ne pas procéder à l'installation du programme. Le choix d'un logiciel concurrent disposant de fonctionnalités équivalentes mais dépourvu de fonctions d'espionnage pourra alors constituer une bonne alternative.

Effectuer des diagnostics réguliers et surveiller les activités de sa machine

L'usage d'un logiciel antivirus et d'un pare-feu (firewall) personnel peut se révéler utile.

Pour transmettre les données collectées, l'espionciel utilise obligatoirement une connexion internet. L'utilisation d'un pare-feu (firewall), indispensable, notamment, aux utilisateurs de connexion permanente à haut débit à l'internet, permettra de contrôler les tentatives de connexion à des serveurs distants, hors navigation volontaire de l'utilisateur. Pour une plus grande sécurité, il conviendra de le paramétrer de telle manière qu'il contrôle aussi bien les connexions sortantes qu'entrantes.

Procéder à des nettoyages réguliers

Le moyen le plus efficace de se prémunir contre les espioniciels est d'avoir recours à des programmes permettant de les identifier et de les mettre hors d'usage ou de les détruire.

Certains sites listent ainsi les espioniciels connus, leur limite résidant dans l'absence d'exhaustivité et dans l'obsolescence rapide de ces listes.

Il existe encore plusieurs programmes anti-spyware, disponibles gratuitement sur l'internet, dont l'efficacité paraît satisfaisante (voir les liens ci-dessous). Ces logiciels permettent de réaliser des diagnostics des programmes installés sur un poste informatique, ils identifient et permettent la désinstallation des espioniciels indésirables.

La désinstallation d'un espioniciel pourra parfois s'avérer difficile lorsque les fonctionnalités de ce dernier conditionnent le bon fonctionnement du programme principal.

L'usage de ces techniques de protection est toutefois réservé à des utilisateurs confirmés, une mauvaise manipulation des logiciels ou des effacements malencontreux de fichiers pouvant être préjudiciables au bon fonctionnement de la machine.

En cas de doute, n'hésitez pas à vous entourer des conseils de personnes qualifiées en informatique.

Quelques adresses utiles

- Moteur de recherche sur les programmes intégrant des espioniciels : <http://www.spychecker.com/> (anglais)
- Site d'information sur la sécurité internet ayant réalisé un dossier complet sur les spyware : <http://www.secuser.com/> (français)
- Le logiciel Ad-Aware, de l'éditeur américain Lavasoft, connaît un grand succès : <http://www.lavasoftusa.com/> (anglais)

Cette liste sera mise à jour par le Forum des droits sur l'internet dans la fiche pratique qui sera disponible sur son site d'information du grand public : DroitDuNet.fr (<http://www.droitdunet.fr>)

Annexe 3

Tableau de synthèse des obligations du responsable du traitement d'informations par un publiciel au regard de la loi du 6 janvier 1978 modifiée

Types de données traitées \ Types de traitements	Simple accès ou inscription sur le poste informatique équipé du publiciel	Autre traitement des données par le publiciel
Données à caractère personnel	Recueil du consentement et exceptions : article 7 Information de l'utilisateur : article 32-II	Recueil du consentement et exceptions : article 7 Information de l'utilisateur : article 32-I
Données sans caractère personnel (données techniques...)	Information de l'utilisateur : article 32-II	

Classification des contenus multimédias mobiles

Recommandation publiée le 17 octobre 2006

Introduction

Plus de 49 millions de Français possédaient en juin 2006 un téléphone mobile, faisant de cette technologie un outil touchant toutes les classes d'âge : 80 % de la population française⁴⁰, et 66 % des jeunes de 12 à 17 ans étaient équipés d'un téléphone mobile⁴¹.

Outil personnel, le « mobile » permet, outre d'établir des télécommunications vocales, d'avoir accès à de nombreux usages, en perpétuel renouvellement. Les nouvelles générations de téléphones mobiles permettent ainsi de transmettre des textes, des images fixes ou animées, des vidéos, ou d'accéder à internet. Les jeunes utilisateurs des réseaux mobiles sont les plus curieux de ces nouveaux usages : plus de 20 % des jeunes de 12 à 17 ans utilisent aujourd'hui leur mobile pour naviguer sur l'internet, contre 8 % de l'ensemble de la population ; en juin 2004, 74 % des 12-17 ans avaient déjà téléchargé une sonnerie, un logo ou un jeu sur leur mobile, contre 29 % de l'ensemble de la population⁴².

Ce foisonnement de nouveaux services, source de diversité et de richesse, mais aussi parfois d'inquiétude, a été pris en compte par le Forum des droits sur l'internet, dans sa recommandation⁴³ du 11 février 2004 – « Les enfants du Net I ». Le Forum avait encouragé, à cette occasion, « *les opérateurs, fabricants de matériel et éditeurs de solutions de contrôle parental à favoriser autant que possible, en complément des actions déjà entreprises, l'adaptation de tels outils aux nouveaux modèles de terminaux* ».

De manière complémentaire, le Réseau européen de corégulation de l'internet (EICN) remettait en juillet 2005 à la commissaire européenne à l'Éducation et aux Médias, Viviane Reding, une note d'analyse concernant la « prévention de l'exposition des mineurs à des contenus préjudiciables sur les terminaux mobiles »⁴⁴. Ce rapport, préparé par l'Oxford Internet Institute (OII) et le Forum des droits sur l'internet, tous

40. ARCEP, *Suivi des indicateurs mobiles*, juin 2006.

41. Régis Bigot, *La diffusion des technologies de l'information dans la société française*, Paris, CREDOC, 2004.
<http://www.art-telecom.fr/publications/etudes/et-credoc-2004.zip>.

42. *Ibid.*

43. <http://www.foruminternet.org/recommandations/lire.phtml?id=694>.

44. EICN, *Protecting Minors from Exposure to Harmful Content on Mobile Phones*, 28 juillet 2005.
http://network.foruminternet.org/article.php3?id_article=24.

deux membres du Réseau, jette les bases d'un code de conduite européen en matière de contenus multimédias mobiles s'appuyant notamment sur la classification des contenus, et susceptible d'être décliné pays par pays.

Enfin, pour anticiper le développement accéléré de services et contenus multimédias sur les mobiles, les opérateurs de téléphonie mobile ont décidé de mettre en place, au-delà de la réglementation existante et des démarches déontologiques déjà mises en œuvre dans le cadre du Conseil supérieur de la télématique (CST), des engagements communs permettant de garantir une meilleure protection des mineurs face au risque d'exposition à des contenus susceptibles de heurter leur sensibilité. Depuis la remise des conclusions de la Conférence de la famille, le 22 septembre 2005, le ministère en charge de la Famille a encouragé cette démarche des professionnels.

La «Charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile», qui formalise ce dispositif, a été signée le 10 janvier 2006 par les sept opérateurs membres de l'Association française des opérateurs mobiles (AFOM) et Philippe Bas, ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille.

Les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM s'y engagent notamment à :

- renforcer et harmoniser la démarche déontologique encadrant le développement des contenus multimédias mobiles dans les kiosques et portails ;
- informer largement et proposer systématiquement aux parents un contrôle parental gratuit, performant et simplement activable.

Ils se proposent de définir avec les partenaires concernés une grille de classification des contenus multimédias et des règles d'application qui devront être respectées par chaque éditeur et opérateur, quels que soient les services mobiles multimédias.

En octobre 2005, les opérateurs français de téléphonie mobile représentés au sein de l'AFOM ont sollicité le Forum des droits sur l'internet afin qu'il les aide à définir ce dispositif de classification des contenus multimédias mobiles.

Objectifs

À la demande de l'AFOM, le Forum des droits sur l'internet a constitué un groupe de travail en vue :

- de déterminer, de manière homogène à tous les opérateurs mobiles, les niveaux pertinents de classification des contenus accessibles depuis les services enregistrés sur les kiosques et portails des opérateurs mobiles, à l'exclusion des contenus et services qui ne sont pas spécifiquement mobiles ou multimédias, comme les services à revenus partagés ou les SMS ;
- de nommer les meilleures pratiques pouvant être exigées des fournisseurs de services interactifs en matière d'information du public, de vigilance et de modération ;
- de préciser le fonctionnement d'un dispositif d'autoclassification systématique des contenus et services accessibles par les portails et les kiosques mobiles, et du système de contrôle des engagements de l'ensemble des éditeurs à mettre en place en conséquence ;

– de détailler l’articulation entre les différentes natures de contenus et les outils de contrôle parental mis à la disposition des usagers par les opérateurs de téléphonie mobile.

Les réflexions entreprises par le groupe de travail s’inspirent et s’inscrivent dans le cadre d’un ensemble plus large d’initiatives prises au niveau européen.

Dès 2004, les six opérateurs britanniques de téléphonie mobile ont par exemple signé une charte en vue de l’établissement de dispositifs de contrôle parental et d’un schéma de classification concernant les contenus multimédias accessibles depuis les terminaux mobiles. Un organisme de contrôle de l’autoclassification des contenus par les éditeurs, l’Independent Mobile Classification Body (IMCB)⁴⁵ a été créé à la suite de cette prise d’engagements, en octobre 2004. L’initiative britannique a été suivie d’autres engagements des opérateurs mobiles en Italie et en Irlande, à l’initiative des professionnels comme des pouvoirs publics.

Le groupe de travail a également considéré avec beaucoup d’intérêt le dispositif de classification à l’œuvre dans le domaine des jeux vidéo. Avec le soutien de la Commission européenne, l’Interactive Software Federation of Europe (ISFE) a su mettre en œuvre depuis 2003 un dispositif « paneuropéen » de classification des jeux vidéo. Fondé sur des outils d’analyse du contenu des jeux reconnus et un schéma institutionnel solide, PEGI (Pan European Game Information) constitue un exemple inspirant de dispositif de classification à l’initiative d’une profession.

Définitions

On entend par « opérateurs de téléphonie mobile » ou par « opérateurs », les opérateurs de téléphonie membres de l’AFOM et signataires de la charte d’engagements du 10 janvier 2006. Le présent document pourra être adopté par tout opérateur mobile non membre de l’AFOM ou non signataire de la charte d’engagements.

On entend par « éditeur d’un contenu multimédia mobile » ou par « éditeur », l’éditeur d’un contenu, référencé sur les portails des opérateurs et/ou dans les kiosques, susceptible de faire l’objet d’une classification. Le contenu est parfois édité par un opérateur qui est dans ce cas considéré comme un éditeur.

On entend par « fournisseur de services interactifs », l’éditeur d’un service interactif (chat, blog, forum de discussion) ne faisant pas, conformément à la charte d’engagements, l’objet d’une classification mais pouvant être visé par certaines mesures (blocage par contrôle parental).

On entend par « acteurs des contenus et services interactifs », l’ensemble formé des éditeurs de contenus multimédias mobiles et de fournisseurs de services interactifs.

On entend par « service interactif de rencontres », un service qui a pour fonction de faciliter la mise en relation de personnes en vue d’établir des relations à caractère amoureux. Ces services interactifs peuvent être de formes et de natures variées : petites annonces, blogs, forums ou chats.

45. <http://www.imcb.org.uk/>.

Méthodologie

Le Forum des droits sur l'internet a constitué un groupe de travail réunissant des représentants des différentes parties prenantes, pouvoirs publics (CSA, CST, ministères en charge de la Famille, de l'Industrie, de la Justice), représentants des utilisateurs et des intérêts familiaux (UNAF, FCPE, CIEM), opérateurs (AFOM, Bouygues Telecom, Orange France, SFR) et acteurs des contenus et services interactifs (ACSEL, GESTE)⁴⁶. Le présent document et la grille d'évaluation des contenus multimédias mobiles qui l'accompagne sont le produit des réflexions et des consultations de ce groupe de travail.

On y distingue, d'une part, les contenus multimédias, qui seront soumis à classification et, d'autre part, les services interactifs (chats, blogs, forums...) pour lesquels un blocage d'accès par contrôle parental sera susceptible d'intervenir et auxquels certaines bonnes pratiques tendant à accroître la sécurité des mineurs s'appliqueraient.

Ce rapport a fait l'objet d'une consultation auprès de l'ensemble des membres du Forum des droits sur l'internet du 26 juillet au 30 août 2006. Il a été définitivement adopté par le Conseil d'orientation du Forum le 17 octobre 2006.

Évaluation et classification des contenus multimédias

Définition et objectifs de la grille d'évaluation des contenus multimédias

La grille d'évaluation et son «mode d'emploi» constituent un outil de classification cohérent et homogène applicable à tous les services (ou sites) de contenus référencés sur les portails des opérateurs et/ou dans les kiosques (Gallery...). Ils rendent plus homogène et confortent la pertinence du système de contrôle parental limitant ou restreignant l'accès aux contenus et services accessibles depuis le terminal mobile, que décrit la «Charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile» du 10 janvier 2006.

La grille d'évaluation, annexée au présent document, est mise à la disposition des éditeurs d'un contenu multimédia mobile pour leur permettre de classer eux-mêmes les services qu'ils rendent accessibles depuis les terminaux mobiles en fonction du caractère potentiellement préjudiciable aux jeunes utilisateurs des contenus qui y sont mis à disposition, quelle que soit la nature de ces contenus : textes, sons, images fixes ou animées, ou encore jeux vidéo. Cette classification permettra également aux opérateurs de mettre en œuvre un dispositif de contrôle parental des contenus accessibles sur mobile.

46. La composition du groupe de travail figure en annexe du présent document.

Tous les types de contenus accessibles depuis les kiosques et les portails des opérateurs (textes, images fixes ou animées, jeux vidéo...) sont sujets à classification. Les MMS sont exclus, dans un premier temps, de cette grille de classification. Dès lors que ceux-ci seront disponibles, leur intégration sera examinée dans le cadre de l'évolution de la présente grille.

La classification des contenus multimédias mobiles ne se substitue pas mais intervient subsidiairement, dans l'environnement mobile, aux dispositifs en vigueur pour certains médias : programmes audiovisuels et radiophoniques, œuvres cinématographiques et jeux vidéo.

Niveaux de classification des offres de contenus

La fixation de seuils de classification

Il est proposé aux éditeurs de contenus de classer leurs services suivant une segmentation en catégories. Ces catégories permettront aux opérateurs de mettre en œuvre un contrôle parental de plusieurs niveaux en fonction des spécifications techniques retenues.

Les quatre catégories retenues sont :

- « tous publics » ;
- « -12 » ou « déconseillé aux moins de 12 ans » ;
- « -16 » ou « déconseillé aux moins de 16 ans » ;
- « -18 » ou « réservé aux adultes ».

Afin de faciliter la lecture et l'appropriation de la classification par les familles, cette segmentation est proche de celles pratiquées sur d'autres médias : télévision, cinéma, jeux vidéo. Un tel choix permet de maintenir une cohérence entre les différents dispositifs de signalétique en vigueur.

En dépit de leur pertinence, et de la plus grande précision qu'ils pourraient apporter à l'information des utilisateurs des services multimédias mobiles, il n'a pas été retenu de segments d'âge inférieur (« déconseillé aux moins de 10 ans » ou « déconseillé à un très jeune public », par exemple). En effet, il est apparu que la multiplication des seuils pourrait soulever des difficultés de mise en œuvre du dispositif de contrôle d'accès qui doit s'adosser au schéma de classification. En outre, les opérateurs ont choisi de ne pas encourager la diffusion des téléphones mobiles auprès des plus jeunes.

La nature des contenus, objet de la classification

La grille d'évaluation ne traite pas des contenus illicites qui relèvent du seul droit pénal. Il en est notamment, de la pédopornographie (article 227-23 du Code pénal), de l'apologie de crimes de guerre, de la soumission d'une personne à des tortures ou à des actes de barbarie (article 221-1 du Code pénal), certaines violences, provocation au suicide (article 223-1 du Code pénal), discrimination vis-à-vis de personnes physiques à raison, notamment, de leur origine, de leur sexe, de leur état de santé, de leur handicap, de leurs mœurs ou de leur orientation sexuelle (article 24 de la loi du 29 juillet 1881), la provocation aux crimes et délits et notamment la provocation à

commettre des atteintes volontaires à la vie ou à l'intégrité des personnes, des vols, extorsions ou des destructions volontaires dangereuses pour les personnes (article 23 de la loi du 29 juillet 1881) ou de la cruauté envers les animaux comme la zoophilie (article 521-1 du Code pénal).

Il est à noter que les opérateurs conservent la possibilité, d'un point de vue contractuel et pour des raisons qui leur sont propres, d'interdire des contenus légaux.

La grille d'évaluation traite par conséquent des contenus qui sont acceptés dans les kiosques et portails mais sont considérés comme devant faire l'objet d'un contrôle et d'une évaluation rigoureuse, en particulier :

- nudité/sexe ;
- violence ;
- contenus susceptibles d'inciter les mineurs à commettre des actes dangereux ou illicites.

L'explicitation des niveaux de classification

Tous publics

Sont classés « tous publics » les contenus qui ne relèvent d'aucun des types de contenus énoncés plus bas, et ne présentant aucun risque pour le développement psychique et moral des mineurs.

Déconseillé aux moins de 12 ans

Sont classés « déconseillés aux moins de 12 ans » les services dont les contenus comportent des représentations ou descriptions de scènes à caractère sexuel, de violence physique ou psychologique, ou susceptibles d'inciter les mineurs de 12 ans à commettre des actes dangereux ou réprouvés par la société. Les services dont les contenus font systématiquement l'emploi d'un langage grossier sont également classés « déconseillés aux moins de 12 ans »⁴⁷.

Déconseillé aux moins de 16 ans

Sont classés « déconseillés aux moins de 16 ans » les services dont les contenus comportent des représentations et descriptions de scènes visant à l'excitation sexuelle de l'utilisateur, de grande violence, ou susceptibles d'inciter les mineurs de 16 ans à commettre des actes dangereux ou réprouvés par la société. Les services dont les contenus font systématiquement l'emploi d'un langage cru, ordurier ou obscène sont également classés « déconseillés aux moins de 16 ans ».

47. Il convient de noter que les « contenus pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes » tels que décrits par la « Charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile » correspondent, dans la présente classification, aux contenus « déconseillés aux moins de 12 ans » et à ceux « déconseillés aux moins de 16 ans ».

Réservé aux adultes

Sont classés «réservé aux adultes», les contenus comportant des représentations ou des descriptions de scènes à caractère pornographique, de scènes de très grande violence, ou d'actions susceptibles d'inciter les mineurs à commettre des actes illégaux ou réprouvés par la société. Il s'agit notamment des contenus relevant de l'article 227-24 du Code pénal, qui interdit la diffusion de «messages pornographiques, violents ou portant gravement atteinte à la dignité humaine» lorsqu'ils sont susceptibles d'être vus ou perçus par des mineurs.

La grille d'évaluation fournit aux éditeurs de contenus multimédias mobiles, pour chacune des catégories décrites ici, des exemples devant les aider à identifier la catégorie dont relèvent leurs contenus.

Modulation de l'évaluation des services examinés

Il convient, au moment d'évaluer les contenus proposés au public par un service en ligne, de tenir compte d'éléments susceptibles d'influer sur la perception que l'on peut avoir du contenu qui y est mis à disposition.

Le contexte, l'actualité au moment de la classification, le traitement et l'intention de la représentation ou de la description peuvent ainsi avoir un effet aggravant ou atténuant sur la perception du contenu concerné et conduire l'éditeur à élever ou à abaisser le niveau de classification de son contenu.

On observera que, de façon générale, tout ce qui permet de restituer du sens aux images ou aux messages peut conduire à une appréciation plus souple de la classification; à l'inverse, tout ce qui court-circuite le sens (par le montage, la rapidité, le cadrage...) peut conduire à une appréciation plus stricte de la classification.

L'intention et le contexte

Le contexte dans lequel intervient la représentation ou la description d'une scène détermine une partie du sens et de l'appréciation qui pourra en être faite.

Ainsi, le traitement à des fins pédagogiques, artistiques ou humoristiques d'un sujet potentiellement préjudiciable à des mineurs est susceptible d'en atténuer l'impact. À l'inverse, une représentation de ce sujet à des fins strictement «récréatives» ou d'excitation du public, l'incitation à accomplir l'acte représenté sont susceptibles de rendre le sujet plus sensible et donc à classer de manière plus stricte.

De même, l'inscription d'un sujet potentiellement préjudiciable aux mineurs dans un contexte narratif plus élaboré est susceptible d'en atténuer sa perception préjudiciable.

Ainsi, la description d'actes sexuels ou la représentation d'organes génitaux dans un contexte strictement pédagogique est susceptible de justifier que la classification d'un contenu soit atténuée, de même que la diffusion d'une image violente à des fins et dans un cadre informatif.

L'actualité

L'actualité constitue un autre élément de contexte de nature à influencer sur la perception d'un contenu. La classification doit donc naturellement en tenir compte.

L'évocation de certains sujets peut ainsi devenir inappropriée en fonction de l'actualité du moment, et justifier un renforcement de la classification d'un contenu (ex. : tsunami).

Le traitement

Le traitement réservé à un sujet peut influencer considérablement sur la perception qu'en aura le public. Ainsi, le support d'expression (dessin, image, texte...), le caractère plus ou moins réaliste et détaillé d'un contenu, le format de la représentation, le niveau sonore et l'abondance de scènes comparables sont susceptibles d'atténuer ou de renforcer le caractère choquant d'un contenu.

De même, une unique scène isolée représentant une posture suggestive sera probablement classée de manière atténuée lorsqu'elle s'inscrit dans un récit.

A contrario, un extrait de film (ex. : bande annonce) peut, s'il est centré sur un ou plusieurs scènes à caractère potentiellement préjudiciable, être beaucoup plus impactant pour un mineur que la même scène diffusée dans le cadre d'un film de longue durée.

Enfin, la quantité ou l'insistance de certaines représentations peut conduire à une forme de banalisation susceptible d'induire une classification supérieure (banalisation d'images de violence, ou banalisation d'images de sexualité).

Classifications antérieures

Comme on l'a vu, le dispositif de classification décrit ici a vocation à s'appliquer à toute forme de contenus accessibles *via* les kiosques et les portails des opérateurs, lorsque ces derniers n'ont pas fait l'objet d'une classification antérieure.

À l'inverse, lorsque les contenus ont fait l'objet d'une classification antérieure les déconseillant aux mineurs de 12 à 18 ans, cette classification est conservée dans l'univers mobile, avec, le cas échéant les réserves et aménagements suivants.

Films de cinéma

Toute représentation publique d'une œuvre cinématographique en France est soumise, en application de l'article 19 du Code de l'industrie cinématographique, à l'obtention préalable d'un visa d'exploitation délivré par le ministre de la Culture, après avis de la Commission de classification des œuvres cinématographiques. Elle veille, notamment, à protéger les enfants et les adolescents des impacts indésirables que certaines œuvres cinématographiques peuvent avoir sur leur personnalité ou leur développement et à en informer le public.

C'est dans cet objectif qu'elle propose au ministre de la Culture, après avoir visionné collectivement et intégralement chaque film, y compris ses bandes-annonces, de le classer dans l'une des quatre catégories suivantes : autorisation « tous publics » ou

interdiction à un groupe d'âge : moins de 12 ans, moins de 16 ans, moins de 18 ans. Chacune de ces mesures peut être accompagnée d'un avertissement destiné à l'information du spectateur sur le contenu de l'œuvre ou certaines de ses particularités.

Le décret du 23 février 1990 impose la reprise, lors de la diffusion audiovisuelle ou la représentation sous forme de vidéogramme, de la classification adoptée par la Commission. En conséquence, une telle obligation s'impose également à l'éditeur du service.

Lorsqu'un film de cinéma subit une altération (extrait), il est sujet à nouvelle classification par l'éditeur qui le met à disposition. Du fait des modalités spécifiques de l'accès aux services sur les mobiles, les éditeurs sont invités à donner une classification supérieure dès que cela leur paraît utile pour la protection des mineurs.

Programmes audiovisuels

Les programmes audiovisuels et radiophoniques – sur lesquels la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique confirme la compétence du Conseil supérieur de l'audiovisuel quel que soit le support sur lequel ils sont acheminés – suivent, sur les mobiles, les dispositifs de protection des mineurs recommandés par le CSA.

En revanche, la présente classification des contenus multimédias mobiles s'applique aux services de distribution de contenus audiovisuels à la demande.

Lorsqu'un contenu audiovisuel distribué à la demande a déjà fait l'objet d'une classification par une chaîne de télévision, l'éditeur peut s'appuyer sur celle-ci pour opérer la classification lors de sa distribution sur les réseaux mobiles.

Mais il doit tenir compte du fait que lors de sa diffusion à la télévision des coupes ont pu être faites; dès lors que le contenu a subi une altération, il doit être sujet à nouvelle classification par l'éditeur du service qui le met à disposition. L'éditeur tient compte également des observations faites par le CSA aux chaînes qui l'ont diffusé.

Jeux vidéo

Si un jeu vidéo conçu à destination des supports mobiles a été classé par son éditeur suivant le schéma de classification PEGI, l'éditeur reprend au minimum cette classification.

Pratiques applicables aux espaces publics des services interactifs

Les contenus publiés dans les espaces publics des services interactifs (chats, blogs, forums, services de rencontres, services de petites annonces...) ne sont, par définition, pas susceptibles de faire l'objet d'une classification *a priori*, et ne relèvent donc pas du dispositif décrit précédemment.

En effet, les auteurs de ces contenus sont, potentiellement, tous les utilisateurs des services interactifs sur lesquels il est impossible matériellement d'imposer une démarche d'autoclassification préalable des contenus qu'ils s'approprient à publier.

Néanmoins, la charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile prévoit que l'activation des fonctionnalités de contrôle parental bloque l'accès aux services interactifs de rencontres et que le système de contrôle parental pourrait évoluer pour s'adapter aux différents profils des utilisateurs.

En complément, il a semblé important de distinguer les pratiques devant être exigées des fournisseurs de services interactifs en matière d'information du public, de vigilance et de modération.

Ainsi, il convient de prendre acte du consensus des acteurs du secteur (opérateurs, acteurs des contenus et services interactifs) à exiger, dans les dispositions déontologiques des contrats qui lient les opérateurs aux fournisseurs de services interactifs, le respect des principes suivants :

- Les fournisseurs de services interactifs modèrent, de manière systématique, les messages destinés à être publiés dans les parties publiques de tous les services interactifs disponibles dans les kiosques et portails des opérateurs.

Les fournisseurs de services interactifs veillent notamment à empêcher, sur ces services, la diffusion de messages manifestement illicites ou visés à l'article 227-24 du Code pénal, dès lors que ces derniers sont susceptibles d'être vus ou perçus par des mineurs.

Il convient de noter que les opérateurs de téléphonie mobile se sont engagés, dans la charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile, à travailler avec les fournisseurs de services interactifs pour renforcer les conditions de la modération des services interactifs.

- Les fournisseurs de services interactifs dispensent aux utilisateurs des informations sur les risques pouvant être liés à certains usages de leurs services, ainsi que des conseils élémentaires de prudence, dans des termes simples et compréhensibles par les mineurs.
- Les fournisseurs de services interactifs permettent aux utilisateurs de contacter les responsables de ces services pour leur signaler un contenu ou un comportement illicite ou contraire à la charte de modération (voir annexe).
- Des procédures sont établies par les fournisseurs de services interactifs pour traiter conformément à la loi les contenus et comportements illicites qui pourraient être signalés aux responsables du service ou constatés par les modérateurs.

Contrôle d'accès et affichage d'une signalétique

La démarche de classification systématique des offres de contenus par les éditeurs de contenus multimédias mobiles doit permettre aux opérateurs de mettre à la disposition des parents un dispositif de contrôle parental.

La mise en œuvre de cette démarche nécessite un certain nombre d'actions de la part des acteurs des contenus et services interactifs et de la part des opérateurs de téléphonie mobile.

Autoclassification et affichage d'une signalétique par les acteurs des contenus et services interactifs

Chaque éditeur doit, pour proposer un contenu sur un kiosque ou sur le portail d'un opérateur, procéder à la classification préalable de son offre de contenus. Il doit de plus prévoir d'afficher, à destination de ses clients, une signalétique rappelant le niveau de classification de son offre de contenus.

Autoclassification des offres de contenus

La grille d'évaluation des contenus donne aux éditeurs de contenus multimédias mobiles les éléments nécessaires pour les aider à déterminer la catégorie à laquelle appartient leur offre de contenu.

L'éditeur de contenus multimédias mobiles évalue la nature des contenus proposés dans le cadre de son service, et classe ce dernier préalablement à sa mise en ligne (ou dans un délai à déterminer pour les contenus déjà en ligne).

Lorsqu'il met à jour les contenus accessibles sur l'un de ses services, cet éditeur veille à ce que ces derniers restent conformes aux premières descriptions et classifications du service. Dans l'éventualité où la nature et le niveau de classification appliqués à un ou plusieurs contenus du service changent à l'occasion d'une mise à jour, l'éditeur doit procéder à la modification de la classification du service préalablement à ladite mise à jour⁴⁸.

Affichage d'un avertissement et d'une signalétique

Cet éditeur s'engage à insérer à chaque point d'entrée de chacun des sites qu'il édite et dont les contenus font l'objet d'une classification autre que « tous publics » un avertissement préalable relatif à la nature des contenus et aux publics auxquels ce contenu est déconseillé (12 ans, 16 ans) ou interdit (18 ans).

L'avertissement préalable sera composé d'un texte et d'une signalétique (logo). L'affichage du texte d'avertissement ne sera plus nécessaire au sein d'un service à compter de la troisième consultation de ce service par l'utilisateur⁴⁹. À l'inverse, la signalétique demeurera.

Le fournisseur de services interactifs s'engage à insérer à l'entrée de chaque service interactif qu'il édite un avertissement informant des contenus ou comportements qui y sont recommandés ou, au contraire, déconseillés voire interdits. Il accompagne cet avertissement d'une signalétique indiquant le public auquel ce service est déconseillé ou interdit.

48. Les modalités techniques de cette modification restent à préciser.

49. Le contrôle d'accès est fondé sur la carte SIM.

Dans un souci d'harmonisation, les éléments devant figurer dans ces messages d'avertissement sont précisés en annexe.

La signalétique reprendra, sous réserve de modalités à déterminer entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel et l'organisme en charge du suivi de ces questions, les signalétiques adoptées pour la télévision.

Mise en œuvre d'un contrôle d'accès par les opérateurs de téléphonie mobile

L'opérateur affecte également au service la solution de contrôle d'accès correspondant au niveau de classification déclaré.

Contrôle parental de premier niveau

Selon les termes de la charte d'engagements, les opérateurs mettent dès à présent à disposition de ses utilisateurs *«un outil technique permettant de bloquer l'accès aux contenus et services multimédias mobiles pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes»*. Le dispositif de contrôle parental peut *«dès à présent être activé par simple appel téléphonique au service client»*. Dès novembre 2006, les opérateurs *«inciteront toute personne ouvrant une ligne à activer le contrôle parental si l'utilisateur est un mineur»*.

Cette fonctionnalité s'appuie sur le dispositif de classification. Une fois activé, le dispositif permet au minimum d'empêcher l'accès :

- aux contenus classés «déconseillés aux moins de 16 ans» ;
- aux services interactifs de rencontres ;
- «aux contenus pour lesquels il n'existe pas de lien contractuel entre l'opérateur et l'éditeur de service», soit l'internet.

Concernant les contenus et services situés hors de leurs portails et kiosques, les opérateurs assument exclusivement le rôle de fournisseur d'accès impliquant le respect du principe de neutralité à l'égard de ces contenus et services. Dans ce cadre, ils ont mis en place un dispositif de blocage total de ces contenus et services. Les opérateurs de téléphonie mobile se sont engagés dans la charte du 10 janvier 2006, à commencer de réfléchir sur les moyens *«de faire évoluer le blocage de l'accès aux contenus hors kiosques et portails pour qu'il n'interdise pas la consultation de sites non préjudiciables pour les enfants»*.

Contrôle parental renforcé

Les opérateurs se sont de plus engagés à *«étudier dès à présent une évolution du système de contrôle parental vers plusieurs profils qui intégreraient des périmètres différents»*. Ces profils pourront être élaborés, à terme, sur la base des divers niveaux de classification retenus par les éditeurs de services (12 ans, 16 ans).

Ainsi, en cas d'activation du contrôle parental renforcé, le dispositif permet de bloquer l'accès :

- aux contenus classés déconseillés aux moins de 12 et 16 ans ;
- aux services interactifs ;

– «aux contenus pour lesquels il n'existe pas de lien contractuel entre l'opérateur et l'éditeur de service», soit l'internet.

Le Forum des droits sur l'internet recommande que les parents puissent, dès l'année 2007, choisir d'activer un dispositif de contrôle parental renforcé.

Contrôle d'accès à d'éventuels contenus «réservés aux adultes»

Dans ce dispositif, les éventuels contenus classés «réservés aux adultes» – aujourd'hui proscrits des kiosques et portails opérateurs par les chartes de déontologie et chartes en vigueur – resteraient inaccessibles à l'ouverture de la ligne. Par un processus à déterminer, l'adulte titulaire de la ligne pourrait cependant y accéder en justifiant de sa majorité.

Le Forum des droits sur l'internet n'a pas souhaité recommander aux opérateurs une modalité particulière d'ouverture de l'accès aux contenus adultes.

Il pourra s'agir d'un procédé reposant sur l'indication d'un numéro de carte bancaire ou de l'envoi, dans un courrier spécifique, d'un code à donner au service clientèle. Une indication de l'activation ou non du contrôle parental pourrait en outre figurer sur la facture délivrée au client.

Période transitoire

Compte tenu des services existants, il sera nécessaire d'instaurer une période transitoire destinée à permettre aux acteurs des contenus et services interactifs de se mettre en conformité avec le nouveau dispositif ainsi adopté.

Afin de tenir compte des contraintes des éditeurs et de la volonté des opérateurs et du ministère de la Famille de rendre opérationnel le mécanisme de classification le plus rapidement possible, les éditeurs de contenus multimédias mobiles devraient classer leurs services d'ici le 1^{er} janvier 2007.

Au terme de ce délai, seuls les contenus multimédias mobiles classés par leurs éditeurs resteraient accessibles depuis les kiosques et portails.

Dans l'intervalle, opérateurs et acteurs des contenus et services interactifs mèneront des discussions approfondies sur les implications techniques du nouveau schéma de contrôle d'accès.

Mise en œuvre de la classification

Afin d'assurer une gestion opérationnelle des engagements souscrits par les éditeurs et les opérateurs en matière de classification des contenus multimédias mobiles un dispositif de gestion et de résolution des éventuels litiges relatifs à la classification semble devoir être mis en œuvre⁵⁰.

50. Le GESTE, membre du groupe de travail, n'a pas souhaité s'associer aux recommandations prévues dans cette partie. Il estime qu'une réflexion plus approfondie sur le dispositif de mise en œuvre de la classification est nécessaire.

Principes devant entourer la gestion du schéma de classification des contenus multimédias mobiles

Le dispositif opérationnel devra avoir les moyens d'accomplir deux missions complémentaires l'une de l'autre : une mission de gestion et une mission de conciliation des différends qui pourraient être portés à sa connaissance.

Quelle que soit l'organisation finalement retenue, le Forum des droits sur l'internet recommande que celle-ci soit composée :

- d'une part, d'une instance de gestion chargée de faire évoluer le schéma de classification;
- d'autre part, d'une instance de conciliation statuant ou donnant un avis sur les contestations portant sur la classification des contenus et services.

Missions de l'instance de gestion

Les opérateurs mettront en place des bases de données permettant à l'instance de gestion d'être informée du niveau de classification retenu par chaque éditeur pour chacun de ses contenus et services.

Afin de tenir compte de l'évolution des usages, des services, des pratiques et des mœurs, mais aussi des difficultés rencontrées par les éditeurs dans leur démarche de classification de leurs contenus, l'instance de gestion pourrait proposer et décider d'éventuelles évolutions des niveaux de classification déterminés dans la grille.

L'instance de gestion aura aussi la possibilité de saisir l'instance de conciliation de différends portant sur la classification d'un contenu ou la modération d'un service interactif qui pourraient être portés à sa connaissance.

Missions de l'instance de conciliation

L'instance de conciliation sera saisie de différends et aura vocation à rendre, sous un bref délai, une décision ou un avis, sur le niveau de classification à retenir pour le service ou des mécanismes de modération à mettre en œuvre pour l'espace interactif.

Lorsqu'elle constate des violations répétées de la part d'un acteur des contenus et services interactifs, la structure de conciliation pourra recommander les mesures de nature à y mettre fin.

Nature et composition des instances

Plusieurs formes peuvent être envisagées selon que les acteurs désirent une régulation de nature privée, parapublique ou publique. S'il n'appartient pas au Forum des droits sur l'internet de statuer sur la forme souhaitable de ces instances, il est utile de rappeler que les acteurs se déclarent favorables à un choix en faveur de structures paritaires associant l'ensemble des parties prenantes à ce secteur, pouvoirs publics, représentant d'opérateurs, représentants d'éditeurs et des associations familiales.

Le choix parmi l'ensemble des modèles de régulation existants devra notamment être réalisé au regard des contraintes inhérentes aux engagements souscrits par les opérateurs de téléphonie mobile. Dès lors que l'offre de contrôle parental doit se généraliser le plus rapidement possible, la classification des contenus devra s'accompagner, parallèlement, de la mise en œuvre du dispositif de gestion opérationnelle de l'ensemble.

Annexe 1

Grille d'évaluation

	« -12 » / « Contenus déconseillés aux moins de 12 ans »	« -16 » / « Contenus déconseillés aux moins de 16 ans »	« -18 » / « Contenus réservés aux adultes »	Interdits par une loi ou un règlement
Nudité – sexe	Représentation ou description de scènes à connotation sexuelle Nudité intégrale Postures suggestives	Représentation et description de scènes visant à l'excitation sexuelle de l'utilisateur Attitude provocante Représentation destinée à réduire l'être à un objet sexuel	Représentation ou description de scènes à caractère pornographique Mise en avant ou exposition d'organes génitaux	Violence sexuelle Positions et actes dégradants, atteintes à la dignité humaine
	Nudité associée à des situations suggestives Représentation insistante de scènes de nu (vidéo, quantité de représentations)	Attouchements et actes sexuels simulés ou suggérés	Attouchements sexuels et masturbation Actes sexuels non simulés ou laissant apparaître les organes génitaux	Soumission Scatologie Zoophilie
Violence physique – psychologique	Représentation ou description de scènes de violence physique ou psychologique Violence gratuite à l'encontre de personnages imaginaires Représentation positive ou insistante de l'usage d'armes réalistes	Représentation ou description de scènes de grande violence Violence à l'égard d'êtres humains ou d'animaux Scènes sanguinolentes ou de suicide	Représentation ou description de scènes de très grande violence Violence à l'égard d'êtres humains vulnérables Sang et/ou blessures en grandes quantités ou en détail	Scènes d'humiliation Sadisme, tortures Apologie du suicide
	Scènes angoissantes	Scènes d'horreur	Mutilations Slapping	

Langage	Langage grossier	Langage cru, ordurier, obscène	Représentation ou description d'actions susceptibles d'inciter les mineurs à commettre des actes illégaux ou réprouvés par la société	
Danger potentiel – comportements réprouvés par la société	<p>Représentation ou description d'actions susceptibles d'inciter les mineurs de moins de 12 ans à commettre des actes dangereux ou réprouvés par la société</p> <p>Destruction gratuite et délibérée d'objets</p> <p>Usage d'objets et de produits dangereux</p>	<p>Représentation ou description d'actions susceptibles d'inciter les mineurs de moins de 16 ans à commettre des actes dangereux ou réprouvés par la société</p> <p>Jeux d'argent opérés par de structures autorisées</p> <p>Représentation positive de la consommation de tabac et d'alcool</p> <p>Présentation d'actes délictueux ou criminels sous un jour positif</p> <p>Consommation de stupéfiants</p> <p>Activités susceptibles d'être imitées et pouvant entraîner des blessures graves ou la mort</p>	<p>Représentation ou description d'actions susceptibles d'inciter les mineurs à commettre des actes illégaux ou réprouvés par la société</p> <p>Valorisation d'activités susceptibles d'être aisément imitées et pouvant entraîner des blessures graves ou la mort</p>	<p>Incitation à la consommation de stupéfiants</p> <p>Discrimination sexuelle, raciale, ethnique, nationale, religieuse...</p>

Modalités de mise en œuvre

Tous les services de contenus répertoriés sur les kiosques et portails sont classifiés par leurs éditeurs suivant les indications de la présente grille.

Les opérateurs interdisent contractuellement la représentation de certains contenus sur les kiosques et portails. Il en est pris acte ici.

L'activation des fonctionnalités de contrôle parental bloque l'accès à l'internet et aux services des kiosques et portails classés 16+ / «Contenus déconseillés aux moins de 16 ans».

L'activation des fonctionnalités de contrôle parental renforcé bloque également l'accès aux services 12+ / «Contenus déconseillés aux moins de 12 ans».

En l'absence de distinction entre contrôle parental et contrôle parental renforcé, l'activation de ces fonctionnalités bloque l'accès aux contenus classifiés 16+ / «Contenus déconseillés aux moins de 16 ans».

Des contenus classifiés 18+ / «Contenus réservés aux adultes» ne sont accessibles que lorsque l'utilisateur justifie de sa majorité.

Contexte

Le contexte, l'actualité au moment de la classification, le traitement et l'intention de la représentation ou de la description peuvent ainsi avoir un effet aggravant ou atténuant sur la perception du contenu concerné et conduire l'éditeur à élever ou à abaisser le niveau de classification de son contenu.

Intention

L'intention guidant la représentation ou la description d'une scène détermine une partie du sens et de l'appréciation qui pourra en être faite. Le traitement à des fins éducatives, artistiques ou humoristiques d'un sujet potentiellement préjudiciable à des mineurs est ainsi susceptible d'en atténuer l'impact par rapport à une représentation à des fins strictement «récréatives» ou d'excitation du public, tandis que l'incitation à accomplir un acte est susceptible de rendre le sujet plus sensible. De même, l'inscription d'un sujet potentiellement préjudiciable aux mineurs comme élément d'un contexte narratif plus élaboré est susceptible d'en atténuer la perception.

Exemples atténuant : description d'actes sexuels ou représentation d'organes génitaux dans un contexte pédagogique. Diffusion d'une image violente à des fins et dans un cadre d'information.

Exemple renforçant : représentation positive de la destruction gratuite d'objets.

Traitement

Le traitement réservé à un sujet est susceptible d'influer considérablement sur la perception qu'en aura le public. Ainsi, le support d'expression (dessin, image, texte...), le réalisme d'une scène, le format de la représentation, le niveau sonore, le contexte dans lequel s'inscrit la représentation et l'abondance de scènes comparables sont susceptibles, entre autres, d'atténuer ou de renforcer la perception d'un contenu.

Exemple atténuant : une scène isolée représentant fortuitement une posture suggestive ou la nudité d'un protagoniste dans un contexte suggestif est susceptible d'être perçue de manière atténuée lorsqu'elle s'inscrit par ailleurs dans un récit.

Exemple renforçant : un extrait de film (cf. : bande-annonce) peut, s'il est centré sur un ou plusieurs scènes à caractère potentiellement préjudiciable, être beaucoup plus impactant pour un mineur que la même scène diffusée dans le cadre d'un film de longue durée.

Annexe 2

Message d'avertissement dans l'univers multimédia mobile

Contenus	-12 Ce service propose des contenus déconseillés aux moins de 12 ans.	-16 Ce service propose des contenus déconseillés aux moins de 16 ans.	-18 Ce service propose des contenus réservés aux adultes.
Chat/Blog	-12 Ne communiquez pas vos coordonnées personnelles. Vous ne pouvez jamais savoir avec certitude qui est votre interlocuteur.		
Services de «rencontres»	-16 Vous ne pouvez jamais savoir avec certitude qui est votre interlocuteur. Privilégiez une première rencontre en étant accompagné(e) ou du moins dans un lieu public. Pour une première rencontre, n'y allez pas seul!		

Les principes retenus en matière d'avertissements :

- 1 – Faire afficher des messages différents en fonction que l'utilisateur accède à un contenu ou à un service «interactif» (chat, blog, rencontres).
- 2 – Lors des premières consultations, l'avertissement apparaît en haut de la page dédiée et est accompagné d'un pictogramme. À partir de la troisième visite de l'internaute, l'avertissement disparaît. Seul demeure le pictogramme en haut de la page.
- 3 – Pour les services de chats, blogs, rencontres, il est nécessaire de donner une information sur la problématique de la transmission de coordonnées. Ce message doit apparaître en permanence (même après le troisième passage).
- 4 – Pas de référence à l'entrée du service sur la possibilité d'activer le contrôle parental.
- 5 – Les pictogrammes seront fournis par l'instance en fonction de l'accord qui sera conclu entre celle-ci et le Conseil supérieur de l'audiovisuel quant à la réutilisation de ceux-ci.

Annexe 3

Charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile

Préambule

Le téléphone mobile fait désormais partie de la vie quotidienne de près de 46 millions de Français et touche toutes les classes d'âge. Outil par nature personnel, au départ destiné à transmettre la voix, il s'est depuis largement diversifié dans ses usages. Les nouvelles générations de téléphones mobiles permettent ainsi de transmettre des textes, des images fixes ou animées, des vidéos, ou d'accéder à internet. Ce foisonnement de nouveaux services, source de diversité et de richesse, peut cependant engendrer des abus ou permettre l'accès à des contenus dit « sensibles » (définition ci-après).

Acteurs responsables, conscients de ces enjeux, et anticipant un accès généralisé aux nouveaux contenus multimédias, les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM (Bouygues Telecom, Orange France et SFR) ont décidé de donner à tous les utilisateurs l'information et les outils nécessaires à la maîtrise de l'usage du multimédia mobile. Pour cela, ils compléteront et renforceront les dispositifs existant, en prenant en compte les spécificités techniques des terminaux et des réseaux mobiles.

Ils rappellent également que, au-delà de leurs engagements, la protection de l'enfance dépend de l'implication de toutes les parties prenantes, en particulier les pouvoirs publics, les parents, les associations, les éditeurs. Les opérateurs soulignent que leurs actions, notamment la fourniture d'outils techniques de contrôle parental, ne seront pleinement efficaces que dans la mesure où les pouvoirs publics sensibilisent activement les parents et les enfants aux nouveaux usages et risques qui apparaissent ainsi qu'aux précautions à prendre pour s'en prémunir.

De même, les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM considèrent que la protection de l'enfance implique une action homogène et insistent sur la nécessité d'un engagement identique de l'ensemble des acteurs de la profession. C'est pourquoi l'AFOM a recueilli l'adhésion sur ces propositions des nouveaux acteurs du secteur (MVNO) qui viennent de la rejoindre : Omer Telecom, Debitel, Universal Mobile, M6 Mobile. Le ministère de la Famille facilitera les discussions avec l'ensemble des opérateurs mobiles virtuels non membres de l'AFOM en vue d'aboutir à des engagements identiques chez tous les acteurs mobiles exerçant leur activité en France.

L'initiative des opérateurs de téléphonie mobile s'inscrit dans le cadre de la démarche d'autorégulation préconisée par la Commission européenne, en particulier au titre de l'article 16-1-e de la directive 2000/31/CE du 8 juin 2000, dite directive « Commerce électronique », et de la recommandation « Protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information » du Conseil en date du 24 septembre 1998. Elle prend acte des recommandations du Forum des droits sur l'internet en matière de protection des mineurs sur l'internet et les réseaux mobiles.

Objectif du document

L'objet de la charte est de renforcer l'encadrement des contenus «sensibles» sur les réseaux mobiles et d'accentuer la lutte contre les contenus illicites. Elle engage ses signataires, soit les opérateurs mobiles membres de l'AFOM : Bouygues Telecom, Orange France, SFR, Debitel, M6 Mobile, Omer Telecom, Universal Mobile et le ministère de la Famille.

Champ d'application

Les engagements de la charte couvrent le multimédia mobile, c'est-à-dire les contenus mêlant textes, images, sons. Avoir accès à ces contenus multimédias nécessite d'utiliser des téléphones mobiles «compatibles» (par exemple à écran couleur), et d'être abonnés aux services correspondants.

Ces engagements ne s'appliquent pas à des contenus qui ne sont pas spécifiquement mobiles, comme les services vocaux à revenus partagés (de type audiotel) ou qui ne sont pas multimédias (type SMS par exemple).

Deux grandes typologies de contenus multimédias sont accessibles depuis les mobiles :

- les contenus pour lesquels il existe un lien contractuel entre, d'une part, un éditeur de contenu qui conçoit, réalise et décide de mettre en ligne son contenu et, d'autre part, un opérateur qui accepte de référencer le contenu de l'éditeur dans le portail opérateur ou dans des kiosques (offres i-mode, Orange World, Vodafone Live, Gallery). Ces contenus représentent aujourd'hui la grande majorité des consultations sur les réseaux mobiles ;
- les contenus pour lesquels il n'existe aucun lien contractuel entre l'éditeur et l'opérateur. Ces contenus ne sont pas référencés par les portails et kiosques des opérateurs. Les utilisateurs doivent par exemple composer une adresse spécifique (par exemple, une adresse internet) pour les consulter. En l'absence de lien contractuel, les opérateurs mobiles sont dans l'impossibilité de faire respecter les engagements déontologiques visés au point 1 de la présente charte. Ils sont toutefois en mesure d'appliquer tous les autres engagements.

Définitions

Les «contenus attentatoires à la dignité humaine» sont les contenus illicites visés par l'article 6, 1-7 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN – loi n° 2004-575 du 21 juin 2004), soit l'apologie des crimes contre l'humanité, l'incitation à la haine raciale et la pornographie infantine.

Les opérateurs entendent par «contenus sensibles», des contenus dont la consultation peut heurter certains utilisateurs tout en étant licites et ne relevant pas de l'incrimination visée à l'article L. 227-24 du Code pénal. On distingue dans cette catégorie :

- les «contenus pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes» (par exemple certains contenus dits «de charme» et/ou violents) qui peuvent être consultés librement mais qui seront bloqués par un outil de contrôle parental lorsqu'il est activé. L'interdiction ou non de consultation de ces contenus relève de la seule décision des parents ;
- les «contenus réservés aux adultes» (par exemple la pornographie) qui ne pourront être consultés, dans les kiosques et portails des opérateurs, qu'après validation de l'âge de l'utilisateur (qui doit être majeur).

Engagements

• Les opérateurs mobiles membres de l'AFOM s'engagent à :

1. Renforcer et harmoniser la démarche déontologique encadrant le développement des contenus multimédias mobiles dans les kiosques et portails.

1.1 Les opérateurs mobiles travaillent déjà activement depuis plusieurs années, au sein du Conseil supérieur de la télématique (CST), à l'élaboration de codes déontologiques communs destinés à encadrer contractuellement le développement des services qu'ils référencent. Ainsi, les contenus présents dans le kiosque Gallery respectent les recommandations édictées par cette instance. Les contenus des portails opérateurs s'inscrivent également dans cette logique.

1.2 Ces codes de déontologie prévoient par exemple dès aujourd'hui que toutes les parties publiques des « chats » (dialogues interactifs anonymes) proposés par un éditeur de service doivent être « modérées » (surveillées). Ils interdisent également l'existence d'une offre de contenus exclusivement réservés aux adultes sur les kiosques et portails des opérateurs tant que l'âge de l'utilisateur n'est pas identifiable.

1.3 Afin de renforcer la démarche au-delà des codes de déontologie existants :

– les opérateurs mobiles entendent définir avec les partenaires concernés (administrations, associations familiales, autorités indépendantes, etc.) une grille de classification des contenus multimédias et des règles d'application qui devront être respectées par chaque éditeur et opérateur quels que soient les services mobiles multimédias. C'est l'objet des travaux débutés dès octobre 2005 au sein du Forum des droits de l'internet qui doivent aboutir au premier semestre 2006 ;

– les parties publiques des services de « chats » et « blogs » disponibles dans les kiosques et les portails des opérateurs font déjà l'objet d'une « modération » par les éditeurs de services. Les opérateurs de téléphonie mobile vont travailler avec les éditeurs de services pour renforcer encore les conditions de cette modération.

2. Informer largement et proposer systématiquement aux parents un contrôle parental gratuit, performant et simplement activable.

Les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM proposent déjà à leurs clients, un outil technique de contrôle parental gratuit, performant et simplement activable car basé sur un système technique directement intégré à leurs réseaux : leurs clients n'ont donc pas à se préoccuper de paramétrages ou d'installation de logiciels complémentaires.

Suite à la Conférence de la famille du 22 septembre 2005, des discussions ont eu lieu entre les opérateurs mobiles et le ministère de la Famille pour en faire évoluer le périmètre et les modes d'activation. La présente charte intègre le résultat de ces discussions.

Ainsi que déjà rappelé, la question de la protection des enfants sur les réseaux doit passer par une mobilisation de toutes les parties prenantes : pouvoirs publics, parents, opérateurs, éditeurs, associations, etc. L'action éducative des parents et des enseignants reste en particulier centrale dans la protection de l'enfance à l'égard des contenus en ligne. En effet, l'efficacité du contrôle parental ne peut pas reposer sur les seuls outils techniques car ces derniers peuvent toujours être contournés. Les opérateurs mobiles ne peuvent donc pas être tenus pour responsables d'une éventuelle défaillance des outils mis en œuvre.

• Engagements des opérateurs mobiles :

2.1 Chaque opérateur mobile met dès à présent à disposition de ses utilisateurs un outil technique permettant de bloquer l'accès aux contenus et services multimédias mobiles pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes. Cet outil est :

- gratuit pour le client ;
- activable par simple appel téléphonique au service client.

Une fois activé, ce contrôle permet au minimum, quel que soit l'opérateur signataire de cette charte :

- d'empêcher l'accès à des contenus pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes (par exemple les contenus « charme ») ;
- d'empêcher l'accès aux sites de rencontres ;
- d'empêcher l'accès aux contenus pour lesquels il n'existe pas de liens contractuels entre l'opérateur et l'éditeur de service (accès internet).

2.2 Les opérateurs mobiles s'engagent, dès décembre 2005, à renforcer la communication auprès de tous leurs clients, de manière récurrente, concernant l'intérêt du contrôle parental. L'objectif est d'informer l'ensemble des parents sur les moyens mis à leur disposition afin qu'ils puissent effectuer un choix éclairé d'activation de l'outil de contrôle parental. Ce plan de communication est détaillé dans la quatrième partie du présent document.

Par ailleurs, dans la perspective de la modification de leur parcours client (voir point 2.3), les opérateurs vont communiquer vis-à-vis des nouveaux clients de la manière suivante :

- une présentation pédagogique de l'outil de contrôle parental, de son intérêt et des moyens de l'activer sera insérée dans les documentations commerciales présentes en point de vente ;
- une sensibilisation des vendeurs à la problématique du contrôle parental (boutique ou téléconseillers) sera effectuée par chaque opérateur ;
- une information incitative apparaîtra sur les sites web des opérateurs lors de la prise de commande en ligne.

2.3 Les opérateurs engagent également, dès à présent, les études techniques nécessaires à la modification de leur parcours client. Ainsi, dès novembre 2006, les opérateurs interrogeront systématiquement toute personne ouvrant une ligne et l'inciteront à activer le contrôle parental si l'utilisateur est un mineur. Il est cependant reconnu qu'il ne peut être question de demander ou de contraindre l'opérateur à vérifier, préalablement ou postérieurement à l'ouverture de la ligne, la véracité de cette déclaration préalable, ni la qualité de l'adulte faisant cette déclaration (en particulier sur la vérification de son autorité parentale réelle).

La formulation précise de la question posée à l'ouverture de la ligne sera propre à chaque opérateur en fonction de son parcours client. Chaque opérateur informera le ministère de la Famille de la formulation retenue dans les documents concernés.

2.4 Le contrôle parental proposé aujourd'hui est strict et les opérateurs de téléphonie mobile ont conscience qu'il pourrait évoluer pour s'adapter aux différents stades de développement du mineur : un contrôle parental n'est pas forcément similaire pour un adolescent ou pour un enfant plus jeune. Ils s'engagent donc à étudier dès à présent

une évolution du système de contrôle parental vers plusieurs profils qui intégreraient des périmètres différents. Cette évolution intégrera les discussions en cours au sein du Forum des droits sur l'internet sur la grille de classification du contenu multimédia mobile (voir 1.3 de la présente charte). Un premier point sera fait en novembre 2006.

2.5 Les opérateurs de téléphonie mobiles ont bien noté la demande du ministère de la Famille de faire évoluer le blocage de l'accès aux contenus hors kiosques et portails pour qu'il n'interdise pas la consultation de sites non préjudiciables pour les enfants. Il est indispensable, pour avancer sur ce sujet, de mener des études, notamment techniques et juridiques complémentaires pour analyser cette sollicitation et définir une éventuelle mise en œuvre. À titre d'illustration, l'élaboration des listes de sites acceptables ou non pour les enfants ne peut pas être de la responsabilité des opérateurs de téléphonie mobile. Ces listes devront également intégrer les profils de contrôle parental qui seront définis dans le cadre des discussions en cours au sein du Forum des droits sur l'internet. Les opérateurs mobiles s'engagent à lancer dès aujourd'hui la réflexion sur cette évolution.

2.6 Enfin, d'une manière générale, conformément aux recommandations du Forum des droits sur l'internet, les opérateurs mobiles s'engagent également à assurer une veille sur le développement de nouveaux outils de contrôle parental adaptés aux supports mobiles afin d'en faire bénéficier leurs utilisateurs.

3. Renforcer la lutte contre les contenus illicites.

3.1 Soucieux de contribuer efficacement à la lutte contre les contenus illicites, les opérateurs mobiles répondent déjà avec diligence aux réquisitions judiciaires qui leur sont adressées par les autorités.

3.2 Conformément aux dispositions de l'article 6-1-7 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN – loi n° 2004-575 du 21 juin 2004), les opérateurs :

- ont mis en place un dispositif facilement accessible et visible permettant à toute personne de porter à leur connaissance des contenus attentatoires à la dignité humaine;
- informent avec diligence les autorités publiques compétentes de l'existence de contenus attentatoires à la dignité humaine, destinés à être consultés sur des terminaux mobiles, qui leur seraient signalés par leurs utilisateurs.

Les opérateurs mobiles s'engagent à renforcer cette lutte, notamment en améliorant régulièrement les dispositifs de signalement afin de les rendre mieux adaptés aux contraintes des réseaux mobiles.

3.3 Les opérateurs mobiles s'engagent en outre à agir promptement pour retirer ou rendre l'accès impossible à des contenus qu'ils hébergent dès lors que ceux-ci leur ont été signalés comme manifestement illicites.

4. Informer largement le grand public sur les actions entreprises et participer à l'éducation aux bons usages pour tous.

En complément des actions et outils mis en place par les opérateurs, les utilisateurs demeurent les acteurs centraux pour s'assurer d'une bonne utilisation des services multimédias mobiles. C'est pourquoi, les opérateurs mobiles s'engagent à adopter

une démarche pédagogique active afin de sensibiliser les parents et enfants aux bons usages du téléphone mobile et de les informer largement sur les actions entreprises.

À cette fin, les opérateurs mobiles s'engagent notamment à continuer à sensibiliser et informer les éditeurs de contenus sur les outils et actions mis en place dans le cadre de cette charte.

Dès décembre 2005, l'information du public sera renforcée.

4.1 L'AFOM diffuse déjà largement un guide de sensibilisation des parents, cosigné avec l'Union nationale des associations familiales (UNAF), présentant les bons usages d'un téléphone mobile par les enfants. Ce guide donne lieu à une déclinaison sur internet, sous la forme d'un site dédié librement accessible. Il est de plus diffusé gratuitement par différents partenaires et peut être demandé depuis le site web de l'AFOM : www.afom.fr.

4.2 Les opérateurs mobiles amplifieront les opérations de communication de leur base client actuelle sur l'existence du contrôle parental en utilisant les moyens les plus appropriés. L'objectif est d'informer l'ensemble des parents sur les moyens mis à leur disposition afin qu'ils puissent effectuer un choix éclairé d'activation de l'outil de contrôle parental. Cette information donnera lieu au minimum aux actions listées ci-après, mises en œuvre dès 2006.

- Vis-à-vis des nouveaux clients :

- une présentation pédagogique de l'outil de contrôle parental, de son intérêt et des moyens de l'activer sera insérée dans les documentations commerciales présentes en point de vente;
- une sensibilisation des vendeurs à la problématique du contrôle parental (boutique ou téléconseillers) sera effectuée par chaque opérateur;
- une information incitative apparaîtra sur les sites web des opérateurs lors de la prise de commande en ligne.

- Vis-à-vis des clients existants :

- une présentation, en des termes pédagogiques, de l'outil de contrôle parental et des moyens de l'activer sera insérée sur les sites web des opérateurs : des espaces de communication internes aux sites inciteront les internautes à prendre connaissance de cette présentation; un lien pérenne en page d'accueil des portails internet des opérateurs renverra vers cette présentation;
- au moins deux articles sur l'outil de contrôle parental et les moyens de l'activer seront insérés dans la brochure papier envoyée aux abonnés par chaque opérateur dans le courant de l'année 2006;
- un article sur le contrôle parental sera inclus dans les lettres d'information électroniques diffusées aux clients de chaque opérateur. Cette information sera répétée trois fois durant l'année 2006;
- une information sur le contrôle parental sera insérée directement sur les factures envoyées aux abonnés. Cette opération sera répétée deux fois durant l'année 2006.

Ces actions seront complétées par des actions propres à chaque opérateur en fonction des types de clients et des outils de communication de chacun. Elles pourront être reconduites en 2007, suivant le bilan qui en sera fait en fin d'année.

4.3 Les opérateurs reprendront sur leurs sites internet les messages de sensibilisation développés par le Gouvernement sur la protection des enfants dans un univers mobile.

4.4 Les opérateurs participeront aux actions de sensibilisation des parents et des enfants aux bons usages de la téléphonie mobile avec les partenaires concernés.

5. Évaluer, informer et consulter régulièrement l'ensemble des parties concernées par cette démarche déontologique.

5.1 Afin de tenir compte du développement rapide de nouveaux services, la démarche déontologique mise en place par les opérateurs de téléphonie mobile devra périodiquement être évaluée et, éventuellement, adaptée. À cette fin, les opérateurs s'engagent à échanger de manière régulière sur les actions mises en place et leurs éventuelles adaptations avec l'ensemble des parties concernées : gouvernement, autorités, organisations familiales, éditeurs...

Cet échange visera également à faire le point sur les actions engagées par les opérateurs dans le cadre de la présente charte.

5.2 Les opérateurs proposent des critères objectifs visant à mesurer la mise en œuvre des mesures engagées :

- bilan des informations sur l'existence du contrôle parental parues dans les outils de communication commerciale des opérateurs ;
- bilan des opérations de sensibilisation initiées par l'AFOM ;
- nombre d'informations ciblées envoyées à la base client ;
- respect du calendrier indiqué dans la suite de ce document.

Ils rappellent cependant que la question du contrôle parental ne peut pas reposer seulement sur des outils techniques et que seule une mobilisation de toutes les parties prenantes (pouvoirs publics, parents, opérateurs, éditeurs) permettra de réellement sensibiliser les parents à ces enjeux. Le nombre de contrôles parentaux activés ne peut donc pas constituer un critère de mesure pertinent de l'implication des opérateurs sur ces aspects : il pourrait être considéré, à la limite, comme une mesure partielle de la pertinence des actions de l'ensemble des partenaires. Il convient de rappeler que le choix de l'activation ou non du contrôle parental relève au final du choix éclairé des parents : un faible nombre d'activations pourrait donc traduire simplement l'analyse d'un risque modéré pour leurs enfants équipés d'un téléphone mobile.

Fait, à Paris, le 10 janvier 2006

M. Philippe BAS

Ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille

M. Jean-Marie DANJOU

Délégué général de l'Association française des opérateurs mobiles

M. Emmanuel FOREST

Bouygues Telecom

M. Jean-Noël TRONC

Orange France

M. Pierre BARDON

SFR Debitel

M. Nicolas SCHAETTEL

M6 Mobile

M. Philippe SCHILD

Universal Mobile

M. Jean-François BLONDEL

Omer Telecom

Annexe 4

Composition du groupe de travail

- **Association pour le commerce et les services en ligne (ACSEL)**

Gérard LADOUX, secrétaire général

- **Association française des opérateurs mobiles (AFOM)**

Olivier GAINON, chargé de mission

Frédéric GERAUD de LESCAZES, chargé de mission

- **Bouygues Telecom**

François-Xavier FARASSE, direction juridique

Benjamin LORTHIOIS, direction multimédia mobile i-mode

- **Cegetel – SFR**

Frédéric DEJONCKHEERE, juriste

Ulrika MORTIMER-SCHUTTS, responsable éthique et contrôle des contenus et services

- **Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA)**

Sophie JEHEL, chargée de mission, direction des programmes

- **Conseil supérieur de la télématique (CST)**

Hervé SOYMIE, secrétaire général

- **Délégation interministérielle à la famille (DIF)**

Géraldine CHICANOT-ROUSSET, chargée de mission

Olivier PERALDI, adjoint au délégué

- **Délégation aux usages de l'internet (DUI)**

Pierre PEREZ, secrétaire général

- **Fédération des conseils aux parents d'élèves (FCPE) – Collectif interassociatif « Enfance et médias » (CIEM)**

Françoise MOUGIN, chargée de mission

- **Groupement des éditeurs de services en ligne (GESTE)**

Laure de LATAILLADE, directeur

Marie-Christine MERY, présidente de la commission rémunération de l'information du GESTE

Marine POUYAT, ministre délégué à l'Industrie

Chantal RUBIN, adjointe au sous-directeur, sous-direction des industries de réseaux, du multimédia et de la communication en ligne, Direction générale aux entreprises (DGE)

- **Ministère de la Justice**

Joël FERRY, officier de liaison de la Gendarmerie nationale, Direction des affaires criminelles et des grâces

- **Orange France**

Jean-Paul LEROUX, responsable déontologie

Jean-Luc OTTENSEN, direction marketing multimédia

- **Premier ministre**

Axelle HOVINE, adjointe, bureau du régime juridique de la presse et des services de la société de l'information, Direction du développement des médias (DDM)

Éric WALTER, chef du bureau des évaluations et de la société de l'information, Direction du développement des médias (DDM)

- **Union nationale des associations familiales (UNAF)**

Jean-Pierre QUIGNAUX, chargé de mission

La coordination des travaux était assurée par Matthieu LERONDEAU et Benoit TABAKA, chargés de mission au Forum, rapporteurs du groupe de travail.

Internet et communication électorale

Recommandation publiée le 17 octobre 2006

Actualisation de la recommandation du 29 août 2002

Introduction

Plus encore qu'en 2002, les campagnes des années 2007 et 2008 se dérouleront sur le web. La généralisation du haut débit dans les foyers français⁵¹, comme la reconnaissance de l'internet en tant que média, obligent à considérer le rôle de l'internet comme vecteur des idées politiques et comme lieu du débat démocratique.

Affirmée avec force par toutes les lois modernes sur la communication, la liberté de la communication est l'un des enjeux et l'une des attentes des partis et des citoyens face aux échéances électorales. Mise en exergue⁵² de la loi pour la confiance dans l'économie numérique, cette liberté fondamentale de l'environnement numérique se trouve plus que jamais sollicitée et mise à l'épreuve de l'expression et de la propagande politiques.

Aucune des grandes formations politiques n'est absente de la toile. Pour certaines, l'utilisation de l'internet n'est pas nouvelle et s'inscrit dans une politique de communication et d'organisation fondée sur une expérience de plus de dix ans. Pour d'autres, la découverte est plus récente et, par voie de conséquence, obéit à une démarche très novatrice pour le fonctionnement du parti. Certains n'hésitent pas à investir d'importants moyens humains⁵³ et financiers⁵⁴.

Au-delà de cette présence variable sur la toile, il apparaît clairement que les partis et des candidats⁵⁵ ont pour la première fois intégré, de façon quasi généralisée, les outils de la communication par internet dans leurs plans de communication et qu'ils testent tous leur efficacité.

51. <http://www.arcep.fr/fileadmin/reprise/observatoire/haut-debit/trim01-2006/htdebit-t1-2006.pdf>

52. Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004.

« Art. 1^{er}. – **La communication au public par voie électronique est libre.** » L'exercice de cette liberté ne peut être limité que dans la mesure requise, d'une part, par le respect de la dignité de la personne humaine, de la liberté et de la propriété d'autrui, du caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion et, d'autre part, par la sauvegarde de l'ordre public, par les besoins de la défense nationale, par les exigences de service public, par les contraintes techniques inhérentes aux moyens de communication, ainsi que par la nécessité, pour les services audiovisuels, de développer la production audiovisuelle. (*NDA c'est nous qui soulignons*).

53. Les équipes consacrées à la « web campagne » peuvent atteindre six permanents et bénéficier de l'appui de plusieurs dizaines de bénévoles.

54. Certains budgets atteignent 100 000 € par mois.

55. Le terme de candidat est ici utilisé au sens de candidat déclaré ou en référence à la possibilité d'une candidature à une fonction électorale ou à l'investiture d'un parti.

En 2002, le Forum des droits sur l'internet avait présenté une recommandation⁵⁶ sur l'utilisation de l'internet à des fins électorales. Cette recommandation, si elle reste pertinente à de nombreux égards, doit dès lors être remaniée pour prendre en compte les nouvelles pratiques et présenter les évolutions récentes du cadre légal. À cette fin, un groupe de travail a été mis en place⁵⁷.

Les travaux du Forum des droits sur l'internet ont été conduits sur une période s'étendant de mai à septembre 2006. Ils ont été réalisés en deux phases. Durant les mois de mai et juin, les membres du groupe de travail se sont attachés à envisager les principales questions et à actualiser la précédente recommandation. De juillet à septembre, plusieurs auditions ont été conduites en sollicitant directement plusieurs partis dans le dessein d'obtenir des éléments de stratégie, de vérifier la pertinence des questions envisagées, ou de recueillir de nouvelles interrogations.

La proximité des premières échéances électorales a conduit le groupe de travail à limiter le nombre des auditions. Les membres se sont cependant efforcés de respecter le pluralisme de l'expression politique nationale.

La présente recommandation vise essentiellement à fournir aux candidats et aux formations politiques une information argumentée et raisonnée sur les conditions d'utilisation d'internet dans la perspective de l'élection présidentielle de 2007 et des législatives qui la suivront⁵⁸. Des références aux autres élections ont été intégrées à la présente recommandation pour faciliter l'anticipation de ces échéances par les personnes intéressées. Un suivi sera effectué tout au long de la période 2007-2008 par le Forum des droits sur l'internet et des compléments d'information seront publiés s'ils s'avèrent utiles.

La présente recommandation présente successivement le cadre légal applicable à la propagande⁵⁹ sur internet (I), la question du financement de la web campagne (II) et de l'accompagnement de l'action militante (III).

56. Recommandation du 29 août 2002 « Internet et communication électorale ». <http://www.foruminternet.org/recommandations/lire.phtml?id=386>

57. Voir annexe 1 : Composition du groupe de travail.

58. Un document spécialement adapté sera diffusé pour accompagner l'action militante sur la toile et fournir des informations aux citoyens sur l'utilisation de l'internet dans le contexte électoral.

59. Le terme de propagande est utilisé en référence au Code électoral, il ne doit pas être compris dans un sens péjoratif de manipulation des idées et des opinions.

Première partie

LA PROPAGANDE SUR INTERNET

Les principaux partis comme de très nombreux candidats aux fonctions électives des années 2007 et 2008 disposent déjà de leur propre site internet. Pour l'heure, les auditions conduites n'ont pas mis en évidence de mouvement important en ce qui concerne les élections législatives et *a fortiori* les élections municipales ou cantonales⁶⁰, même si ces échéances électorales sont envisagées et bénéficieront des enseignements issus de la campagne présidentielle sur internet.

Dans le cadre de la préparation de l'échéance majeure de 2007 que sera la présidentielle, les postulants à la magistrature suprême se sont, pour une bonne part d'entre eux, dotés de sites ou de blogs. À de rares exceptions près, ces sites ne font pas figure de sites officiels de campagne dans la mesure où les candidats ne sont pas encore nécessairement investis par leurs partis ou que les arbitrages stratégiques sur l'utilisation du web de campagne n'ont pas été rendus.

Pour un certain nombre de partis, il est d'ores et déjà prévu de mettre en œuvre des dispositifs spécifiques (sites de campagnes, webTV, plate-forme de blog...) pour assurer la campagne du candidat, dissociant ainsi clairement le candidat en campagne de l'organisation politique à laquelle il appartient ou de la fonction qu'il remplit. Ces dispositifs se mettront en place dans les semaines à venir.

D'ores et déjà, les observations réalisées à partir des sites de partis ou des sites de candidats permettent de préciser le cadre juridique applicable à la web campagne bien que celle-ci ne soit pas encore pleinement développée.

L'utilisation de l'internet par les candidats à des fins de communication politique doit se faire dans le respect des règles du droit commun de la communication. À ce titre, la loi pour la confiance dans l'économie numérique est venue modifier les qualifications juridiques des services de la communication par voie électronique en distinguant deux types de services.

Elle différencie ainsi, les services de communication au public en ligne, qui se définissent comme la transmission, sur demande individuelle, de données numériques n'ayant pas un caractère de correspondance privée, par un procédé de communication électronique permettant un échange réciproque d'informations entre l'émetteur et le récepteur (un site internet, par exemple) des services audiovisuels, qui recouvrent toute communication au public par voie électronique de services autres que de radio et de télévision et mettant à la disposition du public ou d'une catégorie du public des œuvres audiovisuelles, cinématographiques ou sonores. Ces deux types de services de communication par voie électronique doivent être envisagés.

L'utilisation de ces services n'échappe, naturellement pas, à l'application des règles encadrant la propagande édictées par le Code électoral. L'examen comme l'inter-

60. Les dispositions spéciales à certaines élections seront signalées dans le corps du texte de la présente recommandation.

prétation de l'état actuel du droit sont nécessaires pour prendre en considération le recours croissant des candidats à l'outil numérique.

Ce nouvel outil doit être analysé, dans sa dimension de « diffusion » de données mais aussi lorsqu'il offre un mode plus interactif de communication.

La communication politique diffusée

Pour diffuser des données, le candidat peut avoir recours aux deux formes de communication au public par voie électronique, distinctes de la correspondance privée, soit au travers de services de communication au public en ligne, soit par le recours à des services qui relèvent de la communication audiovisuelle.

L'utilisation de services de communication au public
en ligne : les sites internet

Règles générales applicables aux services de communication au public en ligne

Principalement prévues à des fins d'information, les mentions légales permettent aisément de délivrer une information sur l'éditeur du site. Depuis quelques mois, les sites internet non officiels foisonnent. Pour beaucoup, l'ambition parodique ou critique ne fait pas de doute mais, pour certains, l'utilisation de noms de domaines incluant le nom d'un candidat ou d'un mouvement pourrait prêter à confusion. À la vérité, aucun des grands partis auditionnés ne paraît redouter le risque de confusion et le détournement du flux de visiteurs par un site non officiel : la démarche paraît même inverse. Les personnes entendues estiment que les visiteurs qui pourraient prendre connaissance du contenu d'un site tiers analyseront rapidement celui-ci comme étant non officiel.

Cependant, le respect des mentions légales doit permettre aux internautes de connaître l'éditeur du site et d'exercer leurs droits le cas échéant.

La loi n° 2004-575 du 24 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique est venue modifier la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication. Le nouveau régime issu de cette loi modifie les règles de la communication au public par voie électronique et impose des obligations nouvelles aux éditeurs de sites.

Les sites internet sont désignés comme des services de communication au public en ligne. En vertu de l'article 6 III de la loi, les personnes physiques ou morales éditrices de services de communication au public en ligne sont tenues de s'identifier auprès des destinataires de leurs services. Les personnes physiques éditant un site à titre non professionnel, c'est-à-dire essentiellement dans le cadre d'une activité personnelle de loisir, ne sont pas soumises à cette obligation mais doivent s'identifier auprès de leur hébergeur.

Les partis, groupements politiques, associations ou personnalités politiques qui éditent un service de communication au public en ligne ne peuvent bénéficier de cet « anonymat relatif », leur activité ne relevant pas d'une activité non professionnelle ; ils

sont donc tenus de mettre à la disposition du public les informations permettant de les identifier.

De surcroît, ils doivent fournir, en tant qu'éditeurs de services de communication au public en ligne, des informations d'identification de leur hébergeur et indiquer le nom du directeur ou du codirecteur de la publication et, le cas échéant, celui du responsable de la rédaction.

À cet égard, le directeur de la publication est la personne physique éditrice du service ou le représentant légal de la personne morale éditrice (membre de l'association, président du directoire ou du conseil d'administration).

Les personnes bénéficiant d'une immunité parlementaire nationale ou européenne ne pouvant, en application de l'article 93-2 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982, être directrices de la publication, il est nécessaire de désigner un codirecteur de la publication ne bénéficiant pas de l'immunité si le directeur est un parlementaire.

Les services de communication au public en ligne édités par les candidats ou pour leur compte restent soumis à la réglementation sur la protection des données personnelles et ne peuvent bénéficier de l'exonération de déclaration décidée par la délibération 2005-284 du 22 novembre 2005 de la CNIL. Cette exonération ne vise en effet que les particuliers dans le cadre de leur activité strictement personnelle, ce qui exclut les activités professionnelles, politiques, syndicales ou associatives. Sous certaines réserves tenant aux finalités des traitements, les particuliers désireux d'éditer un site internet d'information pourront bénéficier de la dispense de déclaration prévue par la dispense n° 6⁶¹.

Les candidats et partis bénéficient cependant d'un régime de déclaration simplifié mis en place par la norme simplifiée n° 34⁶².

Par ailleurs la CNIL ne propose plus de formulaire de télédéclaration des sites, cette modalité particulière ne se justifiant plus à l'heure de la banalisation du recours à internet. Une téléprocédure reste proposée mais ne vise plus spécifiquement les sites internet.

Règles spéciales de la propagande électorale : applicabilité aux services de communication au public en ligne

Alors que la précédente campagne d'élections nationales permettait une lecture relativement simple de la carte du web politique, les échéances à venir s'affirment déjà comme le champ privilégié des expérimentations de ces nouveaux moyens de communication.

Les exemples de l'année 2005-2006, tirés de l'utilisation de l'e-mailing, des premières campagnes d'achat de liens sponsorisés, d'adhésion en ligne, de création de sites participatifs ou de réseaux de blogs démontrent à quel point la campagne présidentielle/législative marquera l'entrée du monde politique sur la toile.

61. **Délibération n° 2005-284 du 22 novembre 2005** décidant la dispense de déclaration des sites web diffusant ou collectant des données à caractère personnel mis en œuvre par des particuliers dans le cadre d'une activité exclusivement personnelle (dispense n° 6).

62. <http://www.cnil.fr/index.php?id=1239>

Le Code électoral formule un ensemble de règles destinées à encadrer le recours aux médias à des fins de propagande. Ces règles éclairées par la jurisprudence du Conseil constitutionnel et du Conseil d'État sont suffisamment adaptées au contexte audiovisuel pour permettre, dans une certaine mesure, de répondre aux interrogations sur l'utilisation, à des fins de communication politique, de ces nouveaux outils. Cependant ces nouveaux médias appellent sur certains points des réponses spécifiques ou un travail d'adaptation et d'interprétation des règles existantes.

Télématique et numéros d'appel téléphoniques

L'article L. 50-1 du Code électoral prévoit que *« pendant les trois mois⁶³ précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, aucun numéro d'appel téléphonique ou télématique gratuit ne peut être porté à la connaissance du public par un candidat, une liste de candidats ou à leur profit. »*

La jurisprudence⁶⁴ et plusieurs réponses ministérielles⁶⁵ indiquent que la mise en ligne et la mise à jour des sites de campagne, bien qu'elles nécessitent l'établissement d'une communication téléphonique, fût-elle gratuite, n'entrent pas dans le champ d'application des articles L. 50-1 du Code électoral.

Un site internet ne peut, en effet, être regardé comme un « numéro d'appel téléphonique ou télématique »⁶⁶ dont la communication au profit du candidat est interdite trois mois avant le scrutin en vertu de l'article L. 50-1 du Code électoral. On ne saurait en effet assimiler des numéros verts téléphoniques à des sites internet.

Le Forum des droits sur l'internet considère que, dans la ligne de cette jurisprudence, l'article L. 50-1 du Code électoral ne doit pas faire obstacle à ce que le candidat ou la liste mentionnent l'adresse de leur site sur leurs documents de propagande, tracts et affiches.

Plus nouvelle est la question des offres dites de « web call back » ou de « click and call » (« cliquer-parler »⁶⁷ en français). À la différence du démarchage téléphonique, qui lui est permis s'il ne repose pas sur un support commercial, cette pratique se définit comme un « service permettant à un internaute d'établir une liaison vocale avec un opérateur et de dialoguer avec lui pendant qu'il visite un site ». Elle repose ou peut reposer sur l'utilisation de la VoIP⁶⁸ et permet au moyen de logiciels dédiés ou par le biais d'une ligne téléphonique classique de mettre en relation le visiteur d'un site avec un interlocuteur à même de lui fournir des informations.

63. Pour l'élection présidentielle à venir la date est donc le 1^{er} janvier 2007.

64. Conseil d'État, 2/1 SSR, 8 juillet 2002, *Élections municipales de Rodez*, n° 239220, ccl. I de Silva.

65. Voir par exemple question écrite, *Zimmermann*, n° 39358. <http://questions.assemblee-nationale.fr/q11/11-39358QE.htm>.
Et question écrite, *Liebgott Michel*, n° 37328. <http://questions.assemblee-nationale.fr/q11/11-37328QE.htm>

66. Conseil d'État, 2/1 SSR, 8 juillet 2002, précité.

67. Voir base CRITER, entrée *callback*.

68. *Voice on internet protocol / Voix sur IP, téléphonie sur IP.*

Particulièrement adaptée au commerce, cette technique peut également intéresser le monde politique⁶⁹ en fournissant sans coût de télécommunication pour l'internaute, une information vivante et personnalisée.

La technique s'apparente fortement au numéro vert en raison de l'absence de coût pour la personne bénéficiaire du service. Elle s'en distingue cependant par l'absence de communication d'un numéro à appeler. Le bénéficiaire n'est alors tenu que d'indiquer le numéro sur lequel il souhaite être rappelé ou de « cliquer » sur un bouton dédié réalisant de façon automatique un appel. En fonction de la technique utilisée, l'appelant est, soit l'internaute lui-même, soit son correspondant.

La prohibition prévue par l'article L. 50-1 du Code électoral vise à interdire la mise en place de services gratuits de téléphonie, tels des numéros verts par ou au profit des candidats⁷⁰. Cet article ne prévoit pas l'hypothèse inverse de l'appel émis par les équipes de campagne sur demande d'un visiteur du site ou l'utilisation d'un système de voix sur IP.

Dès lors qu'aucun numéro d'appel gratuit n'est publié sur le site, se pose la question de l'application de cet article à la technique du « call back ». Si la technologie employée peut différer entre les numéros téléphoniques gratuits et les systèmes décrits précédemment, la fonction de ces services reste la même : mettre en relation un électeur potentiel avec une personne chargée d'assurer la promotion du candidat ou de répondre aux interrogations de l'électeur.

La jurisprudence publiée à ce jour par le Conseil d'État⁷¹ sur l'article L. 50-1 du Code électoral n'a pas eu à se prononcer sur l'utilisation des systèmes de mise en relation. Il paraît cependant possible d'interpréter le texte de l'article L. 50-1 du Code électoral comme prohibant la mise en place d'un système téléphonique ou télématique gratuit dédié à la propagande électorale d'un candidat, d'une liste ou au profit d'un candidat.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux partis, candidats et à leurs soutiens, à titre de précaution et dans l'attente d'une réponse certaine sur le champ d'application de l'article L. 50-1 du Code électoral, de ne pas mettre à disposition des visiteurs de leurs sites internet de dispositif de type « web call back » ou de bouton de mise en relation téléphonique par VoIP durant la période d'interdiction prévue par l'article L. 50-1 du Code électoral.

69. À ce jour et à notre connaissance, un seul site de parti met en œuvre le « cliquer-parler » pour assurer une information directe aux internautes.

70. Conseil d'État, 1/4 SSR, 1993-07-09, 143447, publié aux Tables du *Recueil Lebon*.

71. Conseil d'État, Juge des référés, 2005-05-13, 280353, inédit au *Recueil Lebon*; Conseil d'État, Juge des référés, 2005-05-09, 280263, mentionné aux Tables du *Recueil Lebon*; Conseil d'État, 2/1 SSR, 2002-07-08, 239220, publié aux Tables du *Recueil Lebon*; Conseil d'État, 2^e et 1^{re} sous-sections réunies, 2002-07-08, 239220, mentionné aux Tables du *Recueil Lebon*; Conseil d'État, 3/5 SSR, 1998-11-30, 195125, inédit au *Recueil Lebon*; Conseil d'État, 1/4 SSR, 1993-07-09, 143447, publié aux Tables du *Recueil Lebon*.

Publicité commerciale et pratiques assimilables

Les rapports entre la communication politique et la publicité ont toujours présenté une grande singularité. La défiance envers certains procédés jugés contraires à une expression sereine du débat démocratique ou jadis particulièrement coûteux tend à se reporter naturellement sur l'internet dès lors que ce dernier offre de nouvelles possibilités.

L'utilisation de procédés publicitaires pour assurer la promotion des idées des candidats est clairement identifiée comme l'un des points sensibles et qui suscitent l'interrogation des partis et des personnes désirant apporter leur soutien à un candidat.

À titre liminaire, il importe de savoir si un site de campagne constitue en lui-même un procédé de publicité commerciale et se trouve, par conséquent, soumis à l'interdiction de la publicité commerciale à des fins de propagande électorale prévue par l'article L. 52-1 du Code électoral⁷² et, pour le seul cas des émissions publicitaires à caractère politique, par l'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication⁷³. Si tel était le cas, tout site se verrait interdit trois mois avant l'élection.

Il apparaît que cette règle ne s'applique pas nécessairement aux sites de campagne. Le Conseil d'État⁷⁴ juge en effet que, si la réalisation et l'utilisation d'un site internet peuvent constituer une forme de propagande électorale par voie de communication audiovisuelle, cette action de propagande ne tombe pas sous le coup de l'article L. 52-1 du Code électoral⁷⁵, dès lors que le site n'est accessible qu'aux électeurs se connectant volontairement, et dans la mesure où le candidat ne recourt pas à une modalité de promotion de son site qui serait sujette à caution.

La seule circonstance que le site serait mentionné dans des moteurs de recherche n'équivaut pas, à elle seule, à une méconnaissance l'article L. 52-1 du Code électoral.

72. Article L. 52-1 du Code électoral :

« Pendant les trois mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle est interdite.

À compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, aucune campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ne peut être organisée sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin. Sans préjudice des dispositions du présent chapitre, cette interdiction ne s'applique pas à la présentation, par un candidat ou pour son compte, dans le cadre de l'organisation de sa campagne, du bilan de la gestion des mandats qu'il détient ou qu'il a détenus. Les dépenses afférentes sont soumises aux dispositions relatives au financement et au plafonnement des dépenses électorales contenues au chapitre V bis du présent titre. »

73. <http://www.legifrance.gouv.fr/texteconsolide/PCEAJ.htm>

74. Conseil d'État, 2/1 SSR, 8 juillet 2002, *Élections municipales de Rodez*, n° 239220, ccl. I de Silva.

75. Conseil d'État, 2/1 SSR, 8 juillet 2002, précité : « que, si la réalisation et l'utilisation d'un site internet par la liste de M. X ont constitué une **forme de propagande électorale par voie de communication audiovisuelle**, cette action de propagande n'a, en l'espèce, alors que le contenu du site, dont le candidat assurait l'entière responsabilité à des fins électorales, n'était accessible qu'aux électeurs se connectant volontairement, **pas revêtu un caractère de publicité commerciale** au sens des dispositions précitées de l'article L. 52-1 ».

Rendue avant l'adoption de la loi sur la confiance dans l'économie numérique, cette jurisprudence apporte deux éléments importants. Elle inclut les sites internet comme étant des formes de «propagande électorale» par voie audiovisuelle et exclut qu'il s'agisse d'un procédé de publicité commerciale en l'espèce. Cette jurisprudence reste pertinente malgré les modifications apportées par la loi pour la confiance dans l'économie numérique du 24 juin 2004 et doit être approuvée en ce qu'elle soumet les sites internet à l'article L. 52-1 du Code électoral.

Au-delà de la lettre de la loi, il apparaît que l'article L. 52-1 du Code électoral vise à interdire toute démarche de publicité commerciale sur les médias durant la période des trois mois précédant le mois de l'élection. L'article L. 52-1 du Code électoral visait, lors de son adoption, toutes les formes de communication disponibles comme support publicitaire et n'entendait donc pas exclure un média en particulier.

Il apparaît donc que si les nouvelles définitions des catégories juridiques⁷⁶ sont de nature à modifier le champ d'application de l'article L. 52-1 du Code électoral, elles ne sauraient remettre en cause sa finalité.

De façon générale, le Forum des droits sur l'internet insiste sur le fait que les modifications de catégories juridiques apportées par la loi pour la confiance dans l'économie numérique du 24 juin 2004 ne doivent pas modifier le champ d'application de l'article L. 52-1 du Code électoral tel que défini par la jurisprudence du Conseil d'État rendue sous l'empire de la loi antérieure.

Le Forum des droits sur l'internet considère que l'article L. 52-1 du Code électoral doit être interprété comme incluant dans son champ d'application les services de communication au public en ligne.

Publicité commerciale (bandeaux et bannières)

Le préalable relatif à l'existence même d'un site internet au regard de l'article L. 52-1 ayant été levé, il faut analyser l'impact de ces dispositions au travers des différents procédés publicitaires que sont la publicité par bandeaux, l'utilisation des liens hypertextes et le référencement.

De nouveaux procédés publicitaires apparaissent sur l'internet : bannières publicitaires, fenêtres pop-up, bandeaux défilants, floating ad, skyscraper, slide in, notamment. Se pose nécessairement la question de leur utilisation par les candidats. Ces techniques publicitaires permettent toutes, selon des modalités techniques différentes, de faire apparaître sur un site un message à caractère promotionnel.

La vente de ces espaces publicitaires aux annonceurs politiques apparaît pour un certain nombre d'entre eux comme une opportunité nouvelle de promouvoir leur action. Pour l'heure, la communication publicitaire par affichage reste très limitée, ce type de support n'attirant pas beaucoup de partis ni de candidats.

76. La communication audiovisuelle est opposée aux services de communication au public en ligne au sein de communication par voie électronique.

On peut d'ores et déjà estimer que la publicité pourra intervenir, non pas dans un but de promotion de la «marque» candidat comme ce peut être le cas pour promouvoir des biens et services marchands, mais au contraire dans une perspective plus informative des internautes. Ainsi, rien n'exclut que les candidats ou leurs soutiens ne se portent acquéreurs d'espaces publicitaires pour faire l'annonce de manifestations spéciales sur la toile ou dans le «monde physique». Les quelques manifestations spécialement destinées au public des internautes qui ont été relayées par les blogs et par les courriels pourraient dans un avenir proche être annoncées par des fenêtres publicitaires.

Du strict point de vue juridique, ces publicités sont soumises aux dispositions de l'article L. 52-1 du Code électoral. La difficulté qui doit être soulignée tient aux qualifications retenues par la loi du 21 juin 2004. Comme il a été dit précédemment⁷⁷, l'examen de la loi pour la confiance dans l'économie numérique ne s'est pas accompagné d'une modification de l'article L. 52-1 du Code électoral.

Une application littérale de cet article ferait échapper à la prohibition édictée par l'article L. 52-1 du Code électoral la quasi-totalité des procédés publicitaires disponibles sur internet. La jurisprudence antérieure à la loi⁷⁸ incluait le web dans le périmètre de l'interdiction édictée par l'article L. 52-1 du Code électoral car il relevait alors de la communication audiovisuelle. La loi nouvelle ayant modifié la qualification du web en l'excluant du champ de la communication audiovisuelle, les procédés publicitaires ne se trouveraient plus visés par l'interdiction de l'article L. 52-1 du Code électoral. Il paraît cependant possible que le juge souhaite maintenir le périmètre de l'interdiction prévue par l'article L. 52-1 du Code électoral, soit en considérant que l'article L. 52-1 du Code électoral vise toutes formes de publicité sans tenir compte du média (radio, TV, presse, internet), soit en maintenant artificiellement une qualification de communication audiovisuelle pour les services du web. Faute d'une telle lecture, le recours à des procédés publicitaires cesserait d'être prohibé dans la période définie à l'article L. 52-1 du Code électoral.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux partis, candidats ou à leurs soutiens qui souhaitent utiliser des espaces publicitaires sur des sites tiers dans le cadre de leurs activités de propagande électorale, de cesser tout recours à ces procédés pendant les trois mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour du scrutin où l'élection est acquise.

Les liens simples et les liens sponsorisés

La question de l'utilisation des liens hypertextes et spécialement des liens sponsorisés est au centre des préoccupations de la majorité des personnes auditionnées mais rencontre aussi un important écho chez les internautes.

77. Voir les réserves d'interprétation exprimées ci-dessus.

78. Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 relative à la confiance dans l'économie numérique.

Les liens hypertextes pour la promotion des sites de campagne constituent l'une des modalités les plus récentes du marketing politique. Deux types de liens doivent être distingués : les liens simples pointant sur le site du candidat, d'une part, les liens dits commerciaux ou sponsorisés, d'autre part.

Les liens sponsorisés constituent une modalité de publicité en forte expansion, qui repose sur la sélection de mots-clés permettant l'affichage des messages publicitaires sur des sites partenaires ou dans les pages de résultats des moteurs de recherche⁷⁹.

Le recours par certains partis⁸⁰, candidats⁸¹, personnalités politiques⁸², aux liens sponsorisés a donné lieu à des polémiques essentiellement quant au choix des mots-clés utilisés. À cet égard, les principales critiques qui ont été formulées tenaient à l'utilisation de termes jugés dégradants ou à l'utilisation des patronymes des adversaires politiques.

Il semble que trois positions se fassent jour quant à l'utilisation des liens sponsorisés :

- pour certains, l'utilisation des liens sponsorisés permet d'atteindre un large public et l'utilisation de tout terme⁸³ permettant d'orienter le public vers un site ou blog doit être admise. L'utilisation des noms des adversaires politiques entrant dans le cadre de la liberté d'expression, elle s'avère nécessaire au débat politique et à la comparaison des idées qui sont l'un des moyens de la démocratie ;
- pour d'autres, le principe de l'utilisation des liens sponsorisés ne pose pas de question de principe mais la sélection des mots-clés utilisés ne peut se faire que dans le périmètre sémantique du parti et selon les thématiques « naturelles » du parti ou encore l'actualité⁸⁴. Il s'ensuit que l'utilisation de mots-clés appartenant au registre de langage des adversaires ne peut être envisagée, de même l'utilisation des patronymes des adversaires ne paraît pas devoir être retenue ;
- enfin, une troisième catégorie d'acteurs se montre particulièrement réticente au principe même de l'utilisation des liens sponsorisés, qui relèverait de la publicité.

Cette technique publicitaire propre à l'internet présente d'indéniables avantages pour des « annonceurs » politiques. Elle permet d'offrir une visibilité importante pour un coût faible et parfaitement maîtrisé. Elle présente en outre l'intérêt d'être une technique publicitaire extrêmement réactive vis-à-vis de l'actualité, ce qui permet d'orienter très directement le public vers le message ou l'information en lien avec sa recherche.

Très majoritairement, le recours à ce type de message est reconnu comme présentant un intérêt pour la promotion des idées des partis et des candidats ; seules les modalités de sélection des mots-clés appellent des réserves de la part de certains.

79. Recommandation du Forum des droits sur l'internet « Liens commerciaux » du 26 juillet 2005.

80. UMP avec un de nombreux mots-clés dont des noms de personnalités de l'opposition.

81. Marie Georges Buffet avec « Marie Georges Buffet ».

82. Arnaud Montebourg avec « Sarkozy ».

83. À l'exception de termes injurieux, contraire aux bonnes mœurs ou à une réglementation.

84. Cette utilisation des thèmes d'actualité pour assurer le trafic vers les sites des partis soulève en elle-même la question de l'utilisation des thèmes de l'actualité pour orienter les internautes vers un site sans lien nécessaire avec cette actualité.

Ces messages publicitaires prennent la forme d'un très bref descriptif d'un service ou d'un slogan auquel est adjoint un lien hypertexte pointant vers le site de l'annonceur. La rémunération du service est liée soit au nombre d'apparitions du message lors de la requête d'un internaute (rémunération au « coût par mille » ou CPM), soit à la connexion du requérant au service bénéficiant de la publicité (rémunération au « coût par clic » ou CPC).

S'agissant d'un procédé de publicité commerciale, la prohibition de l'article L. 52-1 du Code électoral connaît les mêmes limites que celles qui ont été décrites précédemment en matière de bannières et de spots publicitaires concernant les qualifications retenues par la loi pour la confiance dans l'économie numérique. De ce fait, l'utilisation des techniques de liens commerciaux ne peut, en l'état actuel de la législation, être considérée comme une technique prohibée. Sa légalité reste soumise à l'interprétation du juge. Celui-ci peut en effet considérer que la prohibition vise toute forme de publicité et non celles effectuées sur les seuls supports de presse écrite et audiovisuels.

De surcroît, ces liens commerciaux pourraient se trouver indirectement interdits dans la mesure où ils permettraient l'accès à un contenu prohibé⁸⁵. Ce serait notamment le cas si ces liens permettaient d'accéder à des contenus prohibés aux termes de l'article L. 52-1 du Code électoral comme le sont les procédés relevant de la publicité commerciale diffusés, lors de la période d'interdiction, sur des services audiovisuels relevant de la communication électronique.

En tout état de cause, les candidats ou ceux de leurs militants qui utiliseront des liens commerciaux pourront, pour la sélection de leurs mots-clés, se référer aux recommandations⁸⁶ du Forum des droits sur l'internet concernant cette question.

Plus généralement, et au-delà de la question des liens commerciaux, les liens hypertextes sont utilisés largement par les sites des candidats ou de leurs soutiens pour assurer la navigation des internautes et la diffusion de l'information. Sous peine de méconnaître la nature même de l'internet, toute forme de lien hypertexte pointant vers le site d'un candidat ne doit pas être assimilée à une forme de publicité commerciale. La possibilité de placer un lien hypertexte relève en grande partie de la liberté de chacun mais obéit également aux règles de la netiquette qui prévoient par courtoisie une information de l'éditeur du site pointé. Les personnes désireuses de mettre en place de tels liens pourront prendre connaissance des règles d'apposition des liens dans la page de mentions légales figurant sur les sites.

Les techniques reposant sur des liens automatiques⁸⁷ présentent en elles-mêmes des risques supérieurs de confusion sur l'auteur d'un propos. En effet, le caractère automatique de ce lien ne permet pas dans tous les cas de déterminer l'origine tierce

85. Tribunal correctionnel, Épinal, 24 octobre 2000.

86. Recommandation du Forum des droits sur l'internet « Liens commerciaux » du 26 juillet 2005.

87. *Lien automatique* : lien activé sans action spécifique de l'utilisateur (ex. : liens déclenchés automatiquement à l'affichage d'une page web, etc.) L'activation du lien dépend donc du concepteur de la page et non de l'internaute. Les liens automatiques sont souvent utilisés dans les cas de transclusions (*framing* et *inline linking*).

du contenu affiché. Ainsi un site donné peut inclure une ressource tierce sans que l'auteur de celle-ci soit informé de l'inclusion de son contenu dans un site auquel il ne souhaite pas être associé ⁸⁸. Les utilisateurs de ces techniques pourront se référer aux recommandations du Forum des droits sur l'internet concernant les liens hypertextes ⁸⁹.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux partis, candidats ou à leurs soutiens qui souhaitent utiliser des liens commerciaux dans le cadre de leurs activités de propagande électorale de cesser tout recours à ces procédés pendant les trois mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour du scrutin où l'élection est acquise.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux annonceurs de vérifier que les mots-clés qu'ils souhaitent sélectionner pour faire apparaître leurs annonces ne porteront pas atteinte aux droits d'un tiers ou qu'ils disposent, le cas échéant, des droits nécessaires pour en faire usage et de délivrer au prestataire fournisseur de liens commerciaux, sur première demande, la preuve des droits dont ils disposent.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux prestataires fournisseurs de liens commerciaux de retirer dans les meilleurs délais le mot-clé litigieux qui a généré l'apparition de leur annonce, lorsqu'ils ont connaissance du fait que cette situation porte atteinte aux droits d'un tiers

Référencement

L'encadrement de la publicité pose également la question de la licéité de certaines pratiques de référencement dans les annuaires et les moteurs de recherche. Souvent le référencement du site du candidat est opéré gratuitement à la demande du candidat. Dans certains cas, notamment pour les élections nationales, il est même effectué systématiquement à l'initiative de l'annuaire ou du moteur à des fins d'information et d'orientation des usagers du réseau.

La difficulté peut naître des pratiques de certains moteurs ou annuaires qui proposent contre rémunération, soit un référencement accéléré, soit la sélection de mots-clés. Dans les deux cas, ces services peuvent se révéler indispensables pour la visibilité des sites des candidats. C'est notamment vrai pour les élections locales où les moteurs et annuaires ne pratiquent pas un référencement systématique et où les campagnes sont parfois courtes au point qu'un délai classique de référencement en six semaines enlève une bonne part de son intérêt à la constitution d'un site.

88. Ce sera le cas si par exemple un site A inclut de façon automatique un message de soutien adressé par une personnalité aux idées exprimées sur un site B. L'activation automatique du lien laissera à penser que le message de soutien est adressé au site A et non au site B créant ainsi une confusion et un dévoiement du propos. À l'opposé, le caractère automatique du lien pourra conduire à la publication d'une ressource non souhaitée. Par exemple : le site A intégrera par un lien automatique une ressource B, en cas de modification de la ressource B en B', la publication sera immédiatement actualisée faisant apparaître la ressource B' dans le site A en lieu et place de la ressource B.

89. Recommandation du 3 mars 2003 du Forum des droits sur l'internet «Hyperliens : statut juridique».

Le principe reste que chaque candidat est libre de choisir les moyens de se faire connaître, avec pour seule réserve qu'il ne peut pour cela recourir à de la publicité commerciale dans le cadre d'un service de communication audiovisuelle⁹⁰. Or le référencement, compte tenu de son importance dans le fonctionnement du web, revêt une portée plus informative que véritablement commerciale. De même qu'un candidat est libre de dépenser de l'argent pour imprimer des affiches, il apparaît important de permettre aux candidats de se faire référencer, même contre rémunération⁹¹.

Le référencement peut prendre plusieurs formes qui doivent être distinguées. Il peut tout d'abord s'agir du référencement naturel qui ne repose sur aucune démarche de publicité commerciale mais s'apparente à un système d'indexation automatisé. À l'opposé, le référencement ou l'inscription dans un annuaire peut reposer sur une démarche publicitaire visant à obtenir, contre rémunération, une place privilégiée. Cette dernière hypothèse semble bien s'inscrire dans le cadre de la prohibition prévue par l'article L. 52-1 du Code électoral et ne peut donc être réalisée au-delà de la date butoir du premier jour du troisième mois précédant le mois de l'élection.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux partis, candidats ou à leurs soutiens qui souhaitent se faire référencer, contre paiement, dans le cadre de leurs activités de propagande électorale de cesser tout recours à ces procédés pendant les trois mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour du scrutin où l'élection est acquise.

Les algorithmes d'indexation des sites mis en place par les moteurs de recherche prennent en compte les liens sortants et entrants sur un site ainsi que de nombreux autres paramètres. Ainsi, lors du référencement automatique de ce site, le rang de présentation dans la page de résultat de la recherche dépend en partie du nombre mais aussi de la qualité des liens. Dans ce contexte, il apparaît clairement que la constitution d'une galaxie de blogs actifs autour d'un site et pointant vers ce site est un moyen d'améliorer la qualité du référencement opéré par les moteurs de recherche. Il apparaît au travers des auditions réalisées que le mouvement de création de blogs de soutien permet d'accroître la visibilité du site central. Ce point focal bénéficie donc d'une très forte visibilité sur le web ce qui renforce l'impact de la communication qui y est réalisée. Il reste cependant que les réseaux de blogs permettent l'expression et la promotion de leurs idées par les internautes et s'avèrent être un facteur de développement de la e-démocratie.

Matériel électoral

La diffusion du matériel électoral par l'internet n'apparaît pas comme un point important de l'utilisation des services de communication au public en ligne. Cette question essentiellement technique comporte un nombre de règles spéciales fixant pour chaque type d'élection et chaque type de document les conditions de réalisation et

90. Article 52-1 du Code électoral.

91. Essentiellement au travers d'annuaires.

d'impression de ceux-ci. Se pose néanmoins la question de l'encadrement de l'offre de téléchargement des bulletins de vote sur les sites internet des candidats.

Le recours à l'internet pour offrir le téléchargement des bulletins peut permettre aux candidats des économies d'impression de leurs bulletins, notamment dans le cas des élections nationales où tous les candidats n'ont pas de représentants sur l'ensemble du territoire. Ce recours au téléchargement n'est pas interdit et paraît avoir déjà été validé implicitement par la jurisprudence⁹². Il n'est pas considéré que le premier alinéa de l'article R. 29, qui limite le nombre de bulletins que chaque candidat peut faire imprimer, s'oppose à l'offre de téléchargement de bulletins. Le téléchargement des bulletins de vote sur internet appelle cependant certaines précautions.

Le Code électoral, tout en laissant à chaque candidat le soin de faire adresser et diffuser ses bulletins de vote (hormis pour l'élection du Président de la République), fixe des règles concernant la diffusion et le format des bulletins. Ainsi l'article L. 165 du Code électoral prévoit une limitation du nombre et des dimensions des bulletins de vote pour les candidats aux élections législatives⁹³.

Ces règles visent notamment à imposer un format strict pour les bulletins de façon à assurer le secret du vote. L'article R. 30 du Code électoral précise des dimensions autorisées et renvoie aux prescriptions applicables pour chaque catégorie d'élections pour fixer le contenu des bulletins⁹⁴. Les règles peuvent également imposer la remise d'un bulletin à une commission départementale de propagande siégeant auprès du préfet⁹⁵.

Les candidats doivent donc veiller à respecter les règles ou formats applicables à l'élection en cause sous peine de voir le juge annuler les suffrages exprimés par des bulletins irréguliers ou considérer que l'élection est entachée d'irrégularités. De même, les électeurs qui voudraient utiliser les bulletins mis à leur disposition devront prendre toutes les précautions utiles pour que les manipulations informatiques des fichiers comme celles liées à l'impression (qualité, nature du papier) ou la mise aux dimensions de la feuille (redimensionnement ou découpage) n'entraînent aucune modification et ne permettent pas de distinguer les bulletins imprimés des autres.

92. Conseil d'État, Assemblée, 3 décembre 1999.

93. Voir pour les élections cantonales l'article L. 211 du Code électoral et pour les élections municipales l'article L. 240 du Code électoral.

94. Voir pour les élections législatives les articles R. 103 à R. 105 du Code électoral, pour les élections cantonales l'article R. 111 du Code électoral, pour les élections municipales l'article L.O. 247-1 du Code électoral.

(NB : seuls les bulletins de vote pour les élections municipales dans les communes comptant moins de 3500 habitants ne connaissent pas de pareilles règles).

95. À titre d'exemple, dans le cas des élections européennes, l'article 12 du décret du 28 février 1979 interdit notamment la prise en compte des bulletins autres que ceux qui sont remis par les mandataires des listes dont les noms sont notifiés aux préfets de département en application de l'article 2 du même décret. Le Conseil d'État (Assemblée, 3 décembre 1999) a ainsi jugé que ne pouvaient pas être pris en compte dans un département donné les bulletins en faveur d'une liste qui n'avait pas désigné de mandataire dans le département en question et dont aucun mandataire n'avait donc remis un modèle de bulletin. Autrement dit, dans un tel cas, les bulletins téléchargés sur internet ne pouvaient pas être pris en compte.

Enfin, pour l'élection présidentielle, seuls les bulletins imprimés par l'administration sont valables (décret n° 2001-213 du 8 mars 2001 modifié, article 24⁹⁶), les autres bulletins ne sont pas pris en compte pour l'expression des suffrages.

Il apparaît donc que les candidats comme les électeurs doivent se montrer circonspects en raison du risque de voir le bulletin reproduit considéré comme nul. L'opération de téléchargement des bulletins, qui peut paraître une commodité pour le candidat, comporte cependant des risques de nature à relativiser l'intérêt du recours à une telle technique.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats qui décident de diffuser leurs bulletins de vote par téléchargement sur leur site internet de s'assurer du respect de toutes les règles posées par les textes concernant l'élection en cause, s'agissant notamment du dépôt d'exemplaires des bulletins de vote auprès des autorités.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats de n'offrir sur leur site internet le téléchargement des bulletins de vote qu'en utilisant des formats informatiques qui garantissent le respect des normes posées par les textes, notamment en ce qui concerne la dimension des bulletins, et ne permettent aucune modification du contenu du bulletin par l'électeur.

Le Forum des droits sur l'internet rappelle aux candidats à l'élection présidentielle que :

- seuls les bulletins imprimés par l'administration sont valables;***
 - la diffusion par internet de tels bulletins n'est pas autorisée;***
 - en tout état de cause, ces bulletins seraient considérés comme nuls.***
-

Diffusion des résultats, sondages et enquêtes

La réalisation de sondages sur les intentions de votes et sur les votes occupe une place importante dans le paysage politique. La loi du 19 juillet 1977⁹⁷ a institué dans son article 5 une « *commission des sondages*⁹⁸ *chargée d'étudier et de proposer des règles tendant à assurer dans le domaine de la prévision électorale l'objectivité et la qualité des sondages publiés ou diffusés* ». L'article 1^{er} de cette même loi précise son champ d'application qui concerne : « *la publication et la diffusion de tout sondage d'opinion ayant un rapport direct ou indirect avec un référendum, une élection présidentielle ou l'une des élections réglementées par le Code électoral ainsi qu'avec l'élection des représentants au Parlement européen. Les opérations de simulation de vote réalisées à partir de sondages d'opinion sont assimilées à des sondages d'opinion pour l'application de la présente loi.* »

96. Décret n° 2006-459 du 21 avril 2006 modifiant le décret n° 2001-213 du 8 mars 2001 portant application de la loi n° 62-1292 du 6 novembre 1962 relative à l'élection du Président de la République au suffrage universel.

97. <http://www.legifrance.gouv.fr/texteconsolide/PPEAE.htm>

98. Voir site de la commission des sondages, à paraître.

L'article L. 52-2 du Code électoral (legifrance.gouv.fr) dispose : « *en cas d'élections générales, aucun résultat d'élection, partiel ou définitif, ne peut être communiqué au public par la voie de la presse ou par tout moyen de communication électronique (...) avant la fermeture du dernier bureau de vote (...). En cas d'élections partielles, les mêmes dispositions s'appliquent jusqu'à la fermeture du dernier bureau de vote de la circonscription territoriale intéressée.* »

Cette interdiction s'applique donc aux sites internet des partis, des candidats comme à tout service communication par voie électronique.

Par un **arrêt du 4 septembre 2001**, la Cour de cassation a jugé que la **loi du 19 juillet 1977** dont l'article 11 interdisait la publication, la diffusion et le commentaire de tout sondage pendant la semaine précédant un scrutin était incompatible avec les stipulations de l'article 10 de la **Convention européenne des droits de l'homme**. En conséquence, la **loi du 19 février 2002** a modifié le régime de la publication des sondages⁹⁹. Depuis l'entrée en vigueur de ce texte, l'interdiction de publication est limitée à la veille du scrutin et au jour du scrutin lui-même. Par ailleurs, même si l'article 11 modifié prévoit que l'interdiction « *ne fait pas obstacle à la poursuite de la diffusion des publications parues ou des données mises en ligne avant cette date* », toute nouvelle publication, tout nouveau commentaire ou toute nouvelle diffusion du sondage sont interdits.

Au regard de cette prohibition, deux procédés doivent être mentionnés : les liens hypertextes conduisant à des pages diffusant des résultats de sondages ; les flux RSS et autres outils dynamiques de syndication.

Le juge a déjà pu interpréter la présence d'un lien hypertexte, réalisé pendant la période interdite depuis le site d'un candidat, comme étant un nouveau mode d'accès au sondage : le tribunal de grande instance de Paris a ainsi estimé que « *la mise en place en France d'un hyperlien – entre le site français de Paris Match¹⁰⁰ et le site américain "geocities", sur lequel était hébergée la page personnelle à Paris Match, des sondages – constitue bien l'infraction reprochée* »¹⁰¹. La mise en place d'un lien hypertexte vers un site qui diffuse de nouveaux sondages pendant la période interdite risque donc de contrevenir aux dispositions de l'article 11 de la loi du 19 juillet 1977 modifiée.

Cette dernière observation doit également être prise en compte par ceux qui souhaitent utiliser des fils RSS notamment pour agréger des données publiées par la presse étrangère. En effet, le caractère automatique des fils RSS conduit à la publication de contenus sans vérification préalable. Il s'ensuit qu'un sondage publié à l'étranger pendant la période d'interdiction pourrait, au travers d'un fil RSS, se trouver publié automatiquement sur un site français sans que l'éditeur de ce site ait la volonté d'outrepasser la loi.

99. http://www.interieur.gouv.fr/sections/a_votre_service/elections/les_elections_en_france/elections-france/downloadFile/attachedFile/opinion.pdf?nocache=1147439498.54#search=%22commission%20des%20sondages%22

100. www.parismatch.com

101. TGI de Paris, 6 avril 2001, *MM. Amaury, Jeambar, Théron et Sergent c/ Ministère public*.

En conséquence, la modification de la loi du 19 juillet 1977, intervenue en 2002, même si elle répond à une question sensible, ne résout pas toutes les questions ayant trait à la publication des sondages. Elle permet cependant dans une large mesure de limiter l'impact de la publication de tels sondages. La période d'interdiction, même si elle est maintenant plus brève, suscite des stratégies de contournement sans cesse renouvelées notamment par le biais de liens hypertextes qui restent malgré tout difficilement prévisibles et contrôlables.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux personnes disposant de liens automatiques ou de fils RSS pointant sur des pages susceptibles de diffuser, depuis le territoire national ou l'étranger, des sondages pendant la période d'interdiction, de désactiver ces dispositifs.

Par ailleurs, sont récemment apparus de nouveaux outils de consultation des internautes. Ces modules permettent simplement de restituer les pourcentages de votes sur les questions posées¹⁰². Ils sont fréquemment présentés comme des sondages, mais ils n'en partagent que très rarement les méthodes¹⁰³.

De telles enquêtes ne peuvent dès lors pas être assimilées aux sondages définis par l'article 1^{er} de la loi du 19 juillet 1977 et ne sont pas soumises aux prohibitions définies par l'article L. 52-2 du Code électoral. Cependant, il apparaît souhaitable, comme l'indique la Commission des sondages, que les commanditaires de ces enquêtes et leurs diffuseurs apportent une information claire et circonstanciée au public sur la nature et la portée des consultations.

Il importe donc que lorsqu'elles ne sont pas fondées sur une méthode scientifique ou qu'elles ne sont pas soumises à la procédure prévue à l'article 3 de la loi du 19 juillet 1977, ces enquêtes précisent de façon non équivoque qu'elles ne peuvent être assimilées à un sondage. Les commanditaires et diffuseurs pourront informer le public de l'absence de représentativité de l'enquête et préciser que la portée en est nécessairement limitée par la méthode de consultation retenue ainsi que le nombre de personnes interrogées.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux commanditaires et aux diffuseurs d'enquêtes ne reposant pas sur un échantillonnage représentatif et ne présentant pas un caractère scientifique de ne pas présenter ces enquêtes comme étant des « sondages » et d'informer le public sur leur portée, leur représentativité et le nombre de personnes ayant répondu à l'enquête.

102. Voir par exemple <http://sntic.parti-socialiste.fr/wp-polls.php>.

103. De la même façon, des outils récents permettent de cartographier les réseaux de blogs ou de mesurer l'activité de la blogosphère politique, voir par exemple <http://www.observatoire-presidentielle.fr/>. Ces outils permettent de mesurer l'influence et la visibilité de certains sites.

Les règles applicables varient dans le temps et dans l'espace

La variation dans le temps en fonction de la proximité de l'élection

Pour les sites des collectivités territoriales, un délai particulier est prévu au deuxième alinéa de l'article L. 52-1 du Code électoral. À partir du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, les collectivités ne peuvent engager, sur le territoire de l'élection concernée, de campagne de promotion publicitaire de leurs réalisations ou de leur gestion. Les sites internet des collectivités se voient appliquer le même régime que les bulletins imprimés d'information municipale. La jurisprudence et des réponses ministérielles ont dégagé des critères d'application de cette règle. Il n'y a d'ambiguïté dans l'usage de ces sites que si l'ambiguïté ressort des intentions des élus lorsque ceux-ci sont, par ailleurs, candidats. Le site n'est pas susceptible, aux yeux du juge de l'élection, de participer à la propagande des candidats s'il a pour vocation une information générale et dépersonnalisée sur la collectivité, sans rapport avec les échéances électorales à venir.

Si la publication nouvelle d'éléments de promotion publicitaire de leurs réalisations ou de leur gestion est interdite dans la période visée à l'alinéa 2 de l'article L. 52-1 du Code électoral, les documents publiés antérieurement à cette date ne paraissent pas visés par la prohibition. Aucune modification du site ou des documents ainsi publiés n'est nécessaire mais les responsables de sites veilleront à ne pas procéder à des manipulations internes au site pouvant s'apparenter à une nouvelle publication.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux services de collectivités territoriales de veiller au caractère dépersonnalisé des informations diffusées sur leurs sites institutionnels six mois avant le mois de chaque échéance électorale générale, élection présidentielle comprise.

Plus de trois mois avant le mois d'une élection, les règles de propagande mentionnées au paragraphe «Publicité commerciale et pratiques assimilables» ci-dessus ne s'appliquent pas. Les candidats sont soumis pour leur site de campagne aux règles du droit commun de la communication rappelées au point «Télématique et numéros d'appel téléphoniques».

La veille et le jour du scrutin, les règles de propagande sont renforcées. En vertu de l'article L. 49 du Code électoral, sont interdits, d'une part, la distribution des bulletins, circulaires et autres documents le jour du scrutin, d'autre part, la diffusion par tout moyen de communication au public par voie électronique de messages ayant le caractère de propagande électorale à partir de la veille du scrutin à zéro heure. Le Conseil d'État¹⁰⁴ et le Conseil constitutionnel¹⁰⁵ ont interprété ces dispositions avec

104. Conseil d'État, 1/2 SSR, 6 mars 2002, *Élections municipales de Bagnères-de-Luchon*, n° 235950; Conseil d'État, 2/1 SSR, 8 juillet 2002, *Élections municipales de Rodez*, n° 239220, ccl. I de Silva.

105. Conseil constitutionnel, 20 janvier 2003 : http://www.conseil-constitutionnel.fr/wconsti/WCC_fvisu.ow?CCONSTIT1=2718104905621574&C_visu=5&C_affnum=21
Conseil constitutionnel, 19 décembre 2002 : http://www.conseil-constitutionnel.fr/wconsti/WCC_fvisu.ow?CCONSTIT1=2718104905621574&C_visu=2&C_affnum=18

souplesse, jugeant que le maintien sur un site internet, le jour du scrutin, d'éléments de propagande électorale n'est pas assimilable à la distribution de documents de propagande et ne constitue pas une opération de diffusion prohibée, lorsqu'aucune modification (qui s'analyserait en l'émission d'un nouveau message) n'a été opérée.

Le Forum de droits sur l'internet recommande aux candidats de cesser toute nouvelle publication la veille du scrutin à zéro heure sur leur site. Il conseille également aux responsables de sites de candidats de faire cesser tout postage de matériel de propagande par voie électronique dans ce délai, ainsi que de suspendre tout accès aux fonctionnalités facilitant l'envoi de textes et autres ressources depuis le site du candidat.

La propagande à l'étranger

Pour l'élection du Président de la République, les articles 10 et 11 de la loi organique du 31 janvier 1976¹⁰⁶ prévoient des règles spéciales de propagande électorale à destination des Français établis hors de France. Le principe est celui de la prohibition de toute communication électorale à l'exception de cas de figure prévus à l'article 10¹⁰⁷. L'interdiction de la communication vise donc aussi bien les sites internet que les envois faits par les candidats aux électeurs établis à l'étranger. La loi organique n° 2005-821 du 20 juillet 2005 a modifié la loi du 31 janvier 1976 pour prendre en compte, dans une certaine mesure, l'utilisation des nouvelles technologies en permettant l'envoi par courrier électronique des informations civiques et électorales par les postes consulaires et ambassades. Cependant, il apparaît que la relation directe des candidats avec les électeurs établis à l'étranger n'est pas autorisée. L'accessibilité planétaire des sites internet comme l'impossibilité matérielle de déterminer simplement l'origine d'une adresse de courrier électronique militent pour une interprétation souple de cette règle.

Le Forum des droits sur l'internet estime qu'en l'état de la technique, la diffusion depuis un site sur le territoire français comme l'envoi d'un courrier électronique sollicité par une personne, ne doit pas être regardé comme tombant nécessairement sous le coup de la prohibition prévue par l'article 10.

106. Relative au vote des Français établis hors de France pour l'élection du Président de la République.

107. Loi organique n° 2005-821 du 20 juillet 2005, article 3.

Article 10 : « Sans préjudice des dispositions des traités relatifs à la Communauté et à l'Union européennes et des actes pris pour leur application ainsi que de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales du 4 novembre 1950 et des protocoles qui lui sont annexés, toute propagande électorale à l'étranger est interdite, à l'exception
1° De l'envoi ou de la remise aux électeurs des circulaires et bulletins de vote des candidats effectués par les ambassades et les postes consulaires ;
2° De l'affichage offert aux candidats à l'intérieur des locaux des ambassades et des postes consulaires et des bureaux de vote ouverts dans d'autres locaux. »

L'utilisation des services audiovisuels par les candidats

Expression sur les services audiovisuels

Les services audiovisuels et plus spécialement les services de communication audiovisuelle dans leur définition issue de la loi pour la confiance dans l'économie numérique¹⁰⁸, restent soumis à la réglementation spéciale du droit électoral en matière de propagande, de publicité commerciale et de droit de réponse.

En vertu du premier alinéa de l'article L. 52-1 du Code électoral, les services de radio ou de télévision diffusés au titre de la communication audiovisuelle ne peuvent accueillir les messages publicitaires des candidats pendant les trois mois précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise. Cette prohibition s'applique aux services fournis par voie électronique et qui relèvent de la communication audiovisuelle. Il s'agira notamment des services dits de webTV et de webradio. L'article 14 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifié par l'article 22 de la loi n° 90-55 du 15 janvier 1990 relative à la limitation des dépenses électorales et à la clarification du financement des activités politiques interdit « Les émissions publicitaires à caractère politique » sans introduire de restriction quant à la période.

Toutefois, et eu égard aux définitions données par la loi sur la confiance dans l'économie numérique¹⁰⁹, il est possible d'exclure du champ de l'interdiction les messages diffusés par le biais d'un service de communication au public en ligne quand bien même ceux-ci pourraient être d'expression audiovisuelle. Ainsi les podcasts, videocasts, clips vidéo en téléchargement ou en flash, dont il apparaît qu'ils peuvent être des services d'expression audiovisuelle mais non des services de communication audiovisuelle, n'entrent pas dans le champ d'application de l'article L. 52-1 du Code électoral. Cette lecture littérale de l'article L. 52-1 du Code électoral reste cependant soumise aux réserves formulées précédemment concernant l'interprétation des termes « tout procédé de publicité »¹¹⁰.

Le deuxième alinéa de l'article L. 52-1 du Code électoral dispose qu'« à compter du premier jour du sixième mois précédant le mois au cours duquel il doit être procédé à des élections générales, aucune campagne de promotion publicitaire des réalisations ou de la gestion d'une collectivité ne peut être organisée sur le territoire des collectivités intéressées par le scrutin ». La prohibition ainsi édictée vise l'ensemble des moyens de communication et inclut nécessairement les services de communication audiovisuelle comme ceux de la communication au public en ligne.

108. On entend par communication audiovisuelle toute communication au public de services de radio ou de télévision, quelles que soient les modalités de mise à disposition auprès du public, ainsi que toute communication au public par voie électronique de services autres que de radio et de télévision et ne relevant pas de la communication au public en ligne telle que définie à l'article 1^{er} de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

109. Voir première partie, « Champ des recommandations ».

110. Voir *supra* « publicité ».

Le Forum des droits sur l'internet estime à cet égard que la référence au «territoire des collectivités intéressées» doit être interprétée comme désignant le public local destinataire de la campagne de communication. Il s'ensuit que la création d'un site ou d'un service de communication audiovisuelle accessible depuis tout point du globe mais spécifiquement conçu pour le contexte local et un public territorial est soumise à la législation précitée.

À l'inverse, l'article L. 49 du même code impose, «à partir de la veille du scrutin à zéro heure», l'arrêt de la diffusion «par tout moyen de communication au public par voie électronique» de «tout message ayant le caractère de propagande électorale». Cette prohibition concerne aussi bien la communication au public en ligne que la communication audiovisuelle ou la communication au moyen d'un service audiovisuel¹¹¹.

S'agissant du régime de droit de réponse en matière de communication audiovisuelle, le texte applicable semble être le premier alinéa de l'article 6 de la loi du 29 juillet 1982, qui dispose : «*Toute personne physique ou morale dispose d'un droit de réponse dans le cas où les imputations susceptibles de porter atteinte à son honneur ou à sa réputation auraient été diffusées dans le cadre d'une activité de communication audiovisuelle*». À ce jour aucune décision de jurisprudence n'est venue mettre en œuvre ce droit de réponse pour une diffusion par voie électronique.

En matière électorale, le délai de droit commun de publication de la réponse est restreint à 24 heures¹¹² pendant la campagne électorale. Le droit de réponse audiovisuel suppose des «imputations susceptibles de porter atteinte [l'] honneur ou à [la] réputation» ce qui réduit, en pratique, les cas d'ouverture du droit à des situations proches de la diffamation.

L'usage et les tribunaux encadrent l'exercice du droit de réponse. Il ne doit donc pas avoir pour objet de développer des thèses générales ou de constituer une tribune d'opinion. Ainsi en matière politique, la réponse ne peut avoir pour objet d'exposer les thèses d'un parti mais doit servir à la défense de sa personnalité par la personne mise en cause¹¹³. Il s'ensuit que l'utilisation du droit de réponse est susceptible de constituer un abus de droit sous certaines conditions.

La réponse doit être diffusée dans des conditions techniques équivalentes à celles dans lesquelles a été diffusé le message contenant l'imputation invoquée et de telle sorte que lui soit assurée une audience équivalente à celle du message justifiant l'exercice du droit de réponse.

Le Forum des droits sur l'internet estime que l'uniformisation des délais de publication de la réponse en matière électorale contribuerait à la simplicité d'application des règles dans un contexte technique complexe.

111. Voir *supra* «L'utilisation de services de communication au public en ligne : les sites internet».

112. Alinéa 8 de l'article 6 de la loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle.

113. Cass. crim., 3 novembre 1999, *Bulletin criminel*, 1999, n° 241, p. 760.

Encadrement de l'expression et pluralisme

Le pluralisme d'expression des idées et opinions font l'objet de beaucoup d'attention de la part des responsables politiques, des régulateurs, des entreprises et organes de presse, des journalistes et, bien évidemment, des citoyens.

Le pluralisme de l'expression est l'un des principes essentiels de la démocratie. Le Conseil constitutionnel y voit un objectif à valeur constitutionnelle issu de l'article 11¹¹⁴ de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, que ce soit à propos de l'expression pluraliste dans la presse écrite¹¹⁵ ou pour la communication audiovisuelle¹¹⁶.

La défense du pluralisme de l'expression des pensées et des opinions prend plusieurs formes selon les secteurs. Ainsi, pour la presse écrite, ce sont essentiellement des dispositifs d'aide publique et de contrôle de la concentration qui permettent d'assurer le pluralisme ainsi que la loi du 29 juillet 1881 applicable à la propagande électorale au travers de la référence faite à l'article L. 48 du Code électoral. Le statut des journalistes, les engagements déontologiques de la profession, le droit de réponse garantissent par ailleurs l'expression pluraliste.

En matière audiovisuelle, le Conseil supérieur de l'audiovisuel¹¹⁷ dispose de compétences propres que lui confère la loi tant pour le respect du pluralisme interne que du pluralisme externe. L'article 13 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication¹¹⁸ investit le CSA de la mission d'assurer « *le respect de l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans les programmes des services de radio et de télévision, en particulier pour les émissions d'information politique et générale* ». Cette mission se trouve renforcée en période électorale puisque « *le Conseil supérieur de l'audiovisuel fixe les règles concernant les conditions de production, de programmation et de diffusion des émissions relatives aux campagnes électorales que les sociétés mentionnées à l'article 44 sont tenues de produire et de programmer. Les prestations fournies à ce titre font l'objet de dispositions insérées dans les cahiers des*

114. Article 11 – « *La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'homme ; tout citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre de l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la loi.* »

115. Conseil constitutionnel, 10-11 octobre 1984 : « *la libre communication des pensées et des opinions ne serait pas effective si le public auquel s'adressent ces quotidiens n'était pas à même de disposer d'un nombre suffisant de publications de tendances et de caractères différents* » [...] « *en définitive, l'objectif à réaliser est que les lecteurs, qui sont au nombre des destinataires essentiels de la liberté proclamée par l'article 11 de la DDHC, soient à même d'exercer leur libre choix* ». <http://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/1984/84181dc.htm>,

116. Voir not. Conseil constitutionnel, 18 septembre 1986 : O, 19 septembre 1986, p. 11294 : « *Le pluralisme des courants d'expression socioculturels est en lui-même un objectif de valeur constitutionnel : que le respect de ce pluralisme est une des conditions de la démocratie ; que la libre communication des pensées et des opinions, garanties par l'article 11 de la DDHC, de 1789, ne serait pas effective si le public auquel s'adressent les moyens de communication audiovisuelle n'était pas à même de disposer, aussi bien dans le cadre du secteur public que dans celui du secteur privé, de programmes qui garantissent l'expression de tendances de caractère différents dans le respect de l'impératif d'honnêteté de l'information* ». <http://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/1986/86217dc.htm>

117. <http://www.csa.fr>

118. <http://www.legifrance.gouv.fr/texteconsolide/PCEAJ.htm>

charges. Pour la durée des campagnes électorales, le conseil adresse des recommandations aux éditeurs des services de radio et de télévision autorisés ou ayant conclu une convention en vertu de la présente loi. »¹¹⁹

Le pluralisme externe est par ailleurs l'un des éléments visés par le CSA pour l'attribution des « autorisations d'usage de la ressource radioélectrique »¹²⁰, ce contrôle s'exerçant dès lors de façon générale et *a priori*.

Dans le cadre de ses missions, le CSA procède donc à l'examen et au contrôle des temps de parole selon les règles dites du principe de référence¹²¹. L'accès et la présentation à l'antenne sont répartis en période préélectorale équitablement ou également selon des modalités et un calendrier qu'il détermine pour chaque nature d'élection¹²².

Le secteur des communications électroniques, si l'on excepte celles relevant de la communication audiovisuelle¹²³, n'est soumis à aucun contrôle préalable ou postérieur destiné à garantir le pluralisme des idées et opinions. Ainsi les podcasts, bien que pouvant s'apparenter à une forme d'expression audiovisuelle, ne relèvent de par leur modalité de diffusion que de la communication au public en ligne. Il s'ensuit que la « diffusion pour baladeur » d'une interview ou de toute autre forme d'expression d'un candidat ne saurait être incluse dans le calcul du temps de parole. Appliquée strictement, cette règle permet donc d'exclure de la computation du temps de parole toute diffusion sur un service de communication au public en ligne¹²⁴. Les webTV et webradio, à l'exclusion des services interactifs à la demande, restent donc seuls concernés par les recommandations du CSA en vue des élections.

Pour les autres services, le pluralisme et l'accès au média ne sauraient être considérés comme réglementés. La grande facilité d'expression sur l'internet et l'absence de contrainte externe quant à la rareté des ressources permettent à chacun d'exercer sa liberté de communication. Dès lors aucun contrôle *a priori* ne paraît devoir être exercé pour garantir une expression pluraliste.

La communication politique interactive

L'un des apports majeurs de l'internet à la communication politique réside certainement dans la possibilité d'établir une interaction à distance avec le corps électoral. Cette interactivité peut prendre des formes variées. Elle peut notamment s'exercer

119. Article 16 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 : *ibid.*

120. Articles 25 et suivants, voir spéc. article 28 : loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 : *ibid.*

121. http://www.csa.fr/infos/textes/textes_detail.php?id=8546

122. http://www.csa.fr/infos/textes/textes_recommandations.php?cat=5

123. Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004.

124. Les services de podcasting mis en place par les sites des sociétés de programme ne devraient donc pas être comptabilisés. Les recommandations du CSA n'étant pas publiées à ce jour pour les prochaines échéances, il conviendra de s'y référer pour connaître la teneur des indications fournies aux sociétés de programmes.

au moyen de services de la communication au public en ligne, comme les forums de discussion, les blogs ou le chat.

La diffusion interactive

Comme il a été dit précédemment, la veille et le jour du scrutin, les règles de prohibition de toute propagande sont renforcées. En vertu de l'article L. 49 du Code électoral, sont interdits, d'une part, la distribution des bulletins, circulaires et autres documents le jour du scrutin, d'autre part, la diffusion par tout moyen de communication au public par voie électronique de messages ayant le caractère de propagande électorale à partir de la veille du scrutin à zéro heure. Le Conseil d'État et le Conseil constitutionnel¹²⁵ ont interprété ces dispositions avec souplesse, jugeant que le maintien sur un site internet, le jour du scrutin, d'éléments de propagande électorale n'est pas assimilable à la distribution de documents de propagande et ne constitue pas une opération de diffusion prohibée, lorsqu'aucune modification du site qui s'analyserait en l'émission de nouveaux messages n'a été opérée.

Le Forum de droits sur l'internet recommande aux candidats de désactiver tous les services interactifs (chats, forums) mis à disposition sur leur site. Ce gel des services interactifs n'impose donc pas la suppression du service mais seulement sa fermeture aux contributeurs que ceux-ci soient des tiers ou des membres de l'équipe d'animation du service.

Les éditeurs de services interactifs tels que des blogs devront veiller à ce que la possibilité d'utiliser des systèmes de syndication de contenus, notamment par les flux RSS, soit désactivée de manière à ne pas procéder à des modifications ou actualisations involontaires des contenus diffusés sur leur site durant la période d'interdiction fixée par l'article L. 49 du Code électoral. Ces solutions techniques automatisées font en effet peser sur l'éditeur du service le risque de voir des contenus nouveaux dont la diffusion est prohibée (comme des sondages) être publiés à son insu sur son propre site.

Le Forum recommande également aux responsables de sites de candidats de faire cesser tout envoi de bulletins, circulaires et autres documents par voie électronique le jour du scrutin. Il conviendra pour ce faire de suspendre tout accès aux fonctionnalités facilitant l'envoi automatique par courriel mais aussi les fonctionnalités permettant le téléchargement de données depuis le site du candidat. Plus généralement, l'ensemble des fonctionnalités de diffusion à la demande devront être suspendues.

125. Conseil d'État, 1/2 SSR, 6 mars 2002, *Élection municipale de Bagnères-de-Luchon*, n° 235950; Conseil d'État, 2/1 SSR, 8 juillet 2002, *Élections municipales de Rodez*, n° 239220, ccl. I de Silva; Conseil constitutionnel, 20 janvier 2003.

Les forums de discussion et chats

Les candidats qui souhaitent organiser un débat interactif avec les électeurs ou entre électeurs pourront recourir à des outils de forum de discussion (notamment dans le cadre de blogs) ou de chat.

Les services interactifs de forum ont donné lieu à de nombreux contentieux dont l'objet était la responsabilité des protagonistes en raison des messages publiés ou des sujets initiés. Il apparaît essentiel que les gestionnaires de forums de discussion soient pleinement conscients des responsabilités éventuellement encourues et des moyens de prévenir tout abus ou risque de contentieux.

Le cadre de la responsabilité des exploitants des forums de discussion présente la particularité de faire peser la responsabilité civile et pénale de certains commentaires sur le directeur de la publication. Si la jurisprudence se montre encore parfois contradictoire dans l'application qu'elle fait de la responsabilité éditoriale, il convient de prendre pleinement en compte le fait que les questions débattues sur des forums de discussion consacrés à la politique peuvent s'avérer particulièrement propices à des dérapages.

Plusieurs personnes auditionnées ont témoigné du fait que les forums de discussion gérés par les partis ne suscitent que très rarement des réactions manifestement excessives ou manifestement illicites. Certains exemples rapportés présentent une situation d'autocontrôle des forums avec un rôle relativement limité des animateurs qui n'interviennent qu'en aval. Cependant, dans un cas au moins, il a pu être constaté que le choix s'était porté vers une équipe structurée de modérateurs agissant *a priori* pour réguler un important flux de messages.

La modération des outils interactifs est envisagée différemment selon la culture politique propre au parti; pour certains, le risque de dérapage peut et doit être assumé par le parti, alors que pour d'autres, le contrôle voire l'absence d'interactivité directe est préférée pour des raisons de sécurité et d'image.

Il convient cependant de noter que la plupart des forums de discussion laissent la possibilité aux contributeurs d'utiliser des pseudonymes plutôt que de s'identifier sous leur nom patronymique; cette facilité doit permettre à chacun de s'exprimer sans crainte d'identification par des tiers et prémunit le citoyen contre tout risque dans l'expression de ses opinions.

L'ensemble de ces éléments gagnera à être précisé dans une charte de participation au service, communiquée au contributeur avant toute participation au débat. Les traitements de données à caractère personnel liés aux opinions politiques ou syndicales présentant une sensibilité particulière et bénéficiant d'un régime de protection accru, le Forum des droits sur l'internet invite les exploitants de forums de discussion à solliciter la CNIL sur ce point en cas d'hésitation.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux gestionnaires de forums de discussion de procéder à une modération systématique et a priori de l'ensemble des messages postés par les tiers sur les services interactifs.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux gestionnaires de forums de discussion de laisser la possibilité aux contributeurs d'user de pseudonymes, de solliciter et d'obtenir l'anonymisation des messages qu'ils auraient publiés sur le site.

Pour les exploitants de services interactifs, comme les responsables d'un forum de discussion, le droit de réponse (voir points «L'utilisation de services de communication au public en ligne : les sites internet» et «L'utilisation des services audiovisuels par les candidats» ci-dessus) peut être facilement satisfait dans le cadre d'une simple réponse en ligne à la contribution mise en cause. Le droit de réponse reste soumis aux règles de droit commun.

L'utilisation de l'e-mailing à des fins de prospection

Bien que ne figurant pas dans le champ des travaux de la présente recommandation, la question de l'e-mailing politique a donné lieu à l'expression de nombreuses interrogations de la part des personnes auditionnées. Cette question s'avère être l'une des plus débattues, en raison de son impact sur des libertés fondamentales. En effet la possibilité de s'adresser aux personnes par courriel s'apparente pour plusieurs formations politiques à l'exercice même de la liberté d'expression et de communication. Les tenants d'une grande liberté de recours à cette technique, c'est-à-dire hors consentement spécifique des destinataires, font valoir que cette sollicitation politique est une forme noble de communication et contribue à l'implication des citoyens dans la vie politique. Il apparaît donc paradoxal de stigmatiser ce qui peut s'avérer être un moyen efficace de rapprocher les citoyens de la vie publique de laquelle ils semblent se désintéresser. À l'opposé, certains estiment que la liberté d'expression se heurte à un principe tout aussi fondamental, celui du respect de la vie privée. Les techniques de prospection par e-mail sont en effet jugées particulièrement intrusives, ce qui justifierait que la personne sollicitée ait par avance consenti à être sollicitée dans un cadre de prospection politique.

Les candidats ou les éditeurs de sites qui souhaitent participer à la vie politique sont invités à prendre connaissance des délibérations et informations diffusées par la CNIL sur ce thème et notamment de la Recommandation du 3 novembre 1996 telle qu'actualisée en ce qui concerne la communication l'utilisation des courriels à des fins de prospection politique.

Deuxième partie

WEB CAMPAGNE ET FINANCEMENTS POLITIQUES

Dans les pays étrangers et spécialement aux États-Unis d'Amérique, la dernière campagne présidentielle a démontré, dans un cadre juridique de financement politique différent, que le web pouvait être utilisé pour la levée de fonds en vue du soutien des candidats. Par ailleurs de nouvelles sources de financement ou de nouvelles ressources apparaissent au travers des possibilités technologiques offertes par le web mais nécessitent également des dépenses spécifiques.

La collecte de financements

Les dons et contributions pécuniaires

Les candidats peuvent souhaiter avoir recours à l'outil internet pour solliciter et obtenir des financements de la part de leurs sympathisants. Les personnes morales ne sauraient, à l'exception des partis politiques, participer au financement de la campagne des candidats.

Sollicitation de dons en ligne

Le dernier alinéa de l'article L. 52-8 du Code électoral permet aux candidats ou listes de candidats de recourir à la publicité « par voie de presse » pour solliciter des dons. Il déroge ainsi au premier alinéa de l'article L. 52-1 du Code électoral qui prohibe pendant les trois mois, précédant le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où celle-ci est acquise, l'utilisation à des fins de propagande électorale de tout procédé de publicité commerciale « par la voie de la presse ou par tout moyen de communication audiovisuelle ».

Ces dispositions doivent néanmoins, pour conserver une portée utile, être interprétées à la lumière de l'évolution du droit de la communication. En dérogeant à l'article L. 52-1 du Code électoral pour la « voie de presse », il faut considérer que le législateur a implicitement mais nécessairement entendu inclure dans le champ de la dérogation les moyens de communication au public en ligne, au nombre desquels figurent aujourd'hui aussi bien la presse en ligne que les sites de campagne des candidats. Il n'apparaît cependant pas que cette exception puisse être étendue à d'autres sites que ceux visés précédemment.

Le Forum des droits sur l'internet estime qu'il n'est pas contraire à l'esprit de la législation en vigueur d'avoir recours à un site internet de campagne pour solliciter des dons en période électorale.

Versement de dons en ligne

L'article L. 52-8 du Code électoral prévoit que les dons des personnes physiques sont plafonnés à 4600 euros et que tout don de plus de 150 euros consenti à un candidat en vue de sa campagne doit être versé par chèque, virement, prélèvement automatique ou carte bancaire.

Il est ressorti des auditions conduites par le groupe de travail que le don par carte bancaire sera vraisemblablement privilégié par les différentes formations politiques pour le versement des dons *via* leurs sites.

Il importe cependant de rappeler que les dons doivent être directement versés sur le compte du mandataire financier du candidat ou du parti. De ce fait tout recours à un intermédiaire financier est prohibé ce qui exclut que les dons puissent transiter par les comptes d'un tiers¹²⁶.

En vertu de l'article 200 du Code général des impôts¹²⁷, ouvrent droit à une réduction d'impôt sur le revenu égale à 66 % de leur montant les sommes prises dans la limite de 20 % du revenu imposable qui correspondent à des dons et versements, y compris l'abandon exprès de revenus ou produits, effectués par les contribuables domiciliés en France, au profit de l'association de financement ou du mandataire financier d'un candidat. Contrairement aux autres dons, les reçus délivrés par les candidats pour les dons et les cotisations d'un montant inférieur ou égal à 3000 euros ne doivent pas mentionner la dénomination du bénéficiaire.

Les candidats ou partis devront pouvoir justifier de la qualité de personne physique des donateurs et, de ce fait, mettre en place un système adéquat permettant aux donateurs de déclarer l'origine personnelle de leur don¹²⁸.

Le Forum des droits sur l'internet rappelle qu'il appartient aux candidats de veiller à l'application de l'ensemble des règles mentionnées ci-dessus, faute de quoi ils risqueraient de voir leur compte de campagne rejeté, voire d'être déclarés inéligibles pendant une année.

Les recettes commerciales

Boutique électronique et marchandisage

Les formations politiques ou candidats peuvent souhaiter avoir recours à la commercialisation d'objets de consommation à leur effigie ou servant leur stratégie de consommation (vêtements, aliments, publications diverses...). La vente de tels produits en ligne relève du droit commun du commerce électronique et n'appelle pas de remarques spéciales. Toutefois, il conviendra d'être vigilant pour que le prix fixé

126. Les systèmes de paiement électronique *via* un tiers de type « paypal » ne sont pas considérés par la CNCCFP comme pouvant être utilisés pour recueillir les dons des personnes physiques, la raison avancée tenant essentiellement à la protection des données à caractère personnel. Voir 9^e Rapport d'activité CNCCFP, p. 41 et s.

127. Code général des impôts, article 200.

128. Voir 9^e Rapport d'activité CNCCFP, p. 42.

pour l'acquisition des objets mis en vente sur les sites ne soit pas disproportionné par référence à la valeur marchande du bien. Au cas contraire, en effet, la vente pourrait être vue comme un don susceptible de dépasser les plafonds fixés par l'article L. 52-8 du Code électoral et donc comme un financement illégal¹²⁹.

La vente d'espaces publicitaires sur le site du candidat

Si la présence de bandeaux publicitaires sur un site hébergé gratuitement au profit d'un candidat ne tombe pas sous le coup de la prohibition de l'article 52-8 du Code électoral, toute différente est la possibilité pour un candidat de bénéficier du produit des annonces publicitaires qu'il pourrait placer sur son site. En effet, un tel financement du site par la publicité pourrait conduire à une requalification de ce mode de financement en financement par une personne morale. Ce mode de financement étant prohibé par l'article L. 52-8 du Code électoral, les candidats ne pourront y avoir recours¹³⁰.

Le financement par les personnes morales, à l'exception des partis ou groupements politiques, étant prohibé par l'article L. 52-8 du Code électoral, le Forum des droits sur l'internet, faute de jurisprudence explicite, recommande aux candidats de s'abstenir de vendre ou de proposer toute publicité sur leurs sites¹³¹.

Les mêmes précautions s'appliquent aux liens sponsorisés et aux liens contextuels.

Les avantages directs et indirects au bénéfice du candidat

En vertu du deuxième alinéa de l'article L. 52-8 du Code électoral, les personnes morales, à l'exception des partis ou groupements politiques, ne peuvent participer au financement de la campagne électorale d'un candidat, ni en lui consentant des dons sous quelque forme que ce soit, ni en lui fournissant des biens, services ou autres avantages directs ou indirects à des prix inférieurs à ceux qui sont habituellement pratiqués.

Les partis politiques

Les partis ou groupements politiques faisant exception à la règle de l'interdiction des dons de personnes morales, un candidat qui souhaite disposer de quelques pages sur l'internet sans créer de site est libre de faire héberger ces pages sur le site d'un parti ou groupement politique, ou d'avoir recours aux services de permanents de ce parti pour l'aider à faire vivre son site. La jurisprudence interprète strictement la notion

129. Voir sur la comptabilisation de ces recettes pour l'élection présidentielle, la décision du 4 mai 2006 relative à la présentation des comptes de campagne adoptée par la CNCCFP : http://www.cnccfp.fr/docs/presidentielle/memento_2007.pdf

130. <http://questions.assemblee-nationale.fr/q12/12-84132QE.htm>

131. Sous réserve de la jurisprudence liée à l'hébergement gratuit et à sa contrepartie publicitaire : Conseil d'État, 4/6 SSR, 18 octobre 2002, *Élections municipales de Lons*, ccl R. Schwartz, à publier aux Tables.

de parti ou groupement politique au sens du deuxième alinéa de l'article L. 52-8 du Code électoral. Une personne morale de droit privé qui s'est assigné un but politique ne peut être regardée comme telle que si elle relève des articles 8, 9 et 9-1 de la loi n° 88-227 du 11 mars 1988 relative à la transparence financière de la vie politique, ou si elle s'est soumise aux règles fixées par les articles 11 à 11-7 de la même loi qui imposent notamment aux partis et groupements politiques de ne recueillir des fonds que par l'intermédiaire d'un mandataire financier, qui peut être soit une personne physique dont le nom est déclaré à la préfecture, soit une association de financement agréée par la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques.

Les autres personnes morales

La règle posée par cet alinéa interdit le « bénévolat d'entreprise ». Ainsi, à supposer que les candidats puissent recourir au travail bénévole des militants sans avoir à intégrer les dépenses équivalentes dans leur compte de campagne, il conviendrait en tout état de cause de veiller à ce que ce travail soit réalisé en dehors du cadre d'une personne morale employeur ou avec les moyens de celle-ci. Au cas contraire, il ne s'agirait plus de bénévolat militant, mais d'avantage indirect fourni par la personne morale, prohibé par l'article L. 52-8. Ce raisonnement vaut aussi bien pour les agents de droit public¹³² que pour les salariés.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats de veiller à ne recourir au travail bénévole de militants que dans un cadre non professionnel, c'est-à-dire après s'être bien assuré qu'ils le font effectivement hors de leur lieu de travail et sans utiliser les moyens mis à disposition par leur employeur.

De même, l'utilisation du site internet d'une collectivité publique pour les besoins de la campagne électorale d'un candidat constitue un avantage prohibé par le deuxième alinéa de l'article L. 52-8 du Code électoral, et peut conduire au rejet du compte de campagne voire à l'inéligibilité pour un an. Si les collectivités territoriales peuvent maintenir ou créer un site internet, même en période électorale, ce site n'a pas vocation à participer, directement ou indirectement, à la propagande d'un candidat ou d'une liste. Le Forum des droits sur l'internet recommande donc aux services de collectivités publiques de veiller à la neutralité de leurs sites internet pendant les six mois¹³³ qui précèdent le premier jour du mois d'une élection et jusqu'à la date du tour de scrutin où l'élection a été acquise¹³⁴.

Il va également de soi que le site internet d'un candidat financé par une association qui n'aurait pas le statut de parti ou groupement politique au sens du deuxième alinéa de l'article L. 52-8 du Code électoral tombe sous le coup de l'interdiction.

132. Voir par exemple Conseil d'État, Sect., 8 novembre 1999, *Élections cantonales de Bruz*; Conseil constitutionnel, 16 décembre 1997, A. N, Loire (4^e circ.) : décision n° 97-2198.

133. Pour l'élection présidentielle à venir, il s'agit du 1^{er} octobre 2006.

134. Voir Rép. Min. 71399.

L'interdiction des dons de personnes morales a été interprétée avec souplesse par les juges de l'élection s'agissant de l'avantage procuré à un candidat par une société qui assure un service gratuit d'hébergement du site internet du candidat en se réservant le droit d'inclure un bandeau ou des fenêtres publicitaires sur les sites hébergés. Pour la Haute assemblée, l'utilisation d'un tel service, s'il est proposé de manière non discriminatoire à tous les sites licites, ne méconnaît pas la règle de l'interdiction des dons de personnes morales, dès lors que la gratuité de l'hébergement du site internet ouvert par le candidat en contrepartie de la diffusion de messages publicitaires n'a pas constitué un avantage spécifique au candidat¹³⁵.

Cette jurisprudence peut être interprétée comme autorisant d'autres formes de mise à disposition gratuites de ressources informatiques, telles que les plates-formes d'hébergement de vidéos, qui permettent de déporter le stockage des lourds fichiers vers des serveurs n'appartenant pas au diffuseur. Sous les mêmes réserves que celles énoncées en matière d'hébergement de site, les diffuseurs devraient pouvoir recourir à ces services sans se voir reprocher un financement prohibé. Cependant, rien dans les documents publiés par la CNCCFP ne permet de conclure par anticipation à l'extension de cette jurisprudence¹³⁶, la Commission pourrait en effet considérer que cette faculté de recourir à un service gratuit ne vise que l'hébergement du site et non par exemple celui de vidéos.

L'affectation du financement au site de campagne

En vertu de l'article L. 52-12 du Code électoral, chaque candidat ou candidat tête de liste soumis au plafonnement prévu à l'article L. 52-11 est tenu d'établir un compte de campagne retraçant, selon leur origine, l'ensemble des recettes perçues et, selon leur nature, l'ensemble des dépenses engagées ou effectuées en vue de l'élection, hors campagne officielle, par lui-même ou pour son compte pendant l'année qui précède le mois de l'élection. Le même article prévoit que sont réputées faites pour le compte du candidat les dépenses exposées directement au profit du candidat et avec son accord, par les personnes physiques qui lui apportent leur soutien, ainsi que par les partis et groupements politiques qui ont été créés en vue de lui apporter leur soutien ou qui lui apportent leur soutien. Ce compte doit inclure les avantages directs ou indirects, les prestations de service et les dons en nature dont il a bénéficié. Ces dispositions ne s'appliquent pas à l'élection des conseillers généraux dans les cantons de moins de 9000 habitants et à l'élection des conseillers municipaux dans les communes de moins de 9000 habitants.

135. Conseil d'État, 4/6 SSR, 18 octobre 2002, *Élections municipales de Lons*, ccl. R. Schwartz, et Conseil constitutionnel, 25 juillet 2002, *Assemblée nationale, Savoie -1^{re} circ. qui n'évoque cependant pas la contrepartie publicitaire; égal*. Question écrite n° 24224 de M. Jean-Louis Masson.

136. Voir *Notice d'information pratique pour remplir le compte de campagne*, édition 2006, spéc. n° 6230.

Les dépenses liées à la réalisation et à la vie d'un site internet de campagne ne font pas exception à ces règles d'ordre général. Elles doivent être intégrées au compte de campagne sur la base d'une évaluation au prix du marché, puisque l'article L. 52-17 du Code électoral impose de prendre en compte les « prix habituellement pratiqués ». Ainsi, doivent être inscrites dans le compte de campagne, les seules dépenses liées au site, mais toutes ces dépenses. Se posent, dès lors, deux séries de questions plus spécifiques à l'utilisation de sites de campagne.

Rien que les dépenses liées au site

Dans le cas où un site internet aurait été créé par le candidat préalablement à l'ouverture de la campagne, seules devraient être intégrées au compte les dépenses qui sont directement rattachables à la campagne. Une réponse ministérielle du 15 août 2006¹³⁷ vient préciser que « *dès lors que le site internet d'un candidat est utilisé à des fins de propagande électorale, celui-ci est tenu d'intégrer dans son compte de campagne l'ensemble des dépenses liées à cet outil et exposées pendant l'année précédant le premier jour du mois de l'élection et jusqu'à la date du dépôt du compte de campagne du candidat. Sont donc considérés comme des dépenses électorales les frais éventuels d'hébergement ainsi que les frais de maintenance du site internet, si sa mise à jour est confiée à un prestataire de services.* »

Les mêmes principes s'appliquent dans le cas où le candidat n'aurait pas de site web propre, mais utiliserait un site internet partenaire ou partagé avec d'autres candidats. Il convient alors d'évaluer la part de dépense correspondant à ce site qui peut être attribuée au candidat, en proportion, par exemple, du nombre de pages qui lui sont consacrées, et de l'intégrer au compte de campagne. Il s'agit alors d'évaluer le nombre de pages concernées et la dépense correspondante au prix du marché, en prenant également en compte une partie des frais d'hébergement du site.

Enfin, seuls doivent être intégrés les frais de promotion électorale. Si le candidat se voit consacrer quelques pages sur un site qui n'est pas à proprement parler un site de campagne ou un site politique, l'intégration au compte de campagne dépendra de la teneur de ces pages. Dans le cas d'un journal, le juge de l'élection intègre la dépense dans le compte si le document comporte des photographies ou autres éléments rédactionnels consacrés expressément à la promotion personnelle du candidat¹³⁸. Ceci suggère qu'*a contrario*, la dépense correspondant à une information purement factuelle ou administrative n'a pas à être prise en compte. Il paraît souhaitable que cette jurisprudence relative à un journal soit transposée à un site internet même si cette transposition peut s'avérer délicate.

En effet, s'agissant de promotion sur les sites internet plusieurs facteurs doivent être pris en compte. La simplicité de publication, la disponibilité des sources au format numérique, la grande facilité de reproduction et le faible coût de publication paraissent faire obstacle à une appréciation simple par le juge de l'accord au moins tacite

137. Question écrite n° 93922, JO, 15 août 2006, p. 8626.

138. Conseil constitutionnel, 9 décembre 1993, Ass. Nat. Loir-et-Cher, 1^{re} circonscription. <http://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/1993/931328.htm>

du candidat. Par ailleurs, les incidences financières ne paraissent pas devoir prendre des proportions significatives pour le calcul du montant des dépenses électorales des candidats : les coûts engendrés par de telles dépenses restent relativement limités au regard des sommes engagées par ailleurs.

Toutes les dépenses liées au site : le cas des travaux réalisés à titre bénévole

Comme il a été dit précédemment, les dépenses sont, en vertu de l'article L. 52-17 du Code électoral, évaluées au prix du marché. Lorsque le montant d'une dépense est inférieur au prix habituellement pratiqué, la Commission nationale de contrôle des comptes de campagne et des financements politiques évalue la différence et l'inscrit d'office dans les dépenses de campagne après avoir invité le candidat à se justifier. Il en va ainsi des dons en nature ou des prestations de services réalisées à titre bénévole.

Il est ressorti des auditions menées par le Forum des droits sur l'internet que la création, l'animation et l'actualisation d'un site internet de candidat ou de candidat potentiel, surtout lorsqu'il est en réseau avec une architecture de blogs, emprunte souvent la voie du recours au bénévolat (jusqu'à trente personnes pour un réseau). Ces renforts humains sont généralement destinés à compléter les services d'un prestataire professionnel. Il n'en demeure pas moins que, si les travaux bénévoles ont toujours fait partie des campagnes électorales, la spécificité du bénévolat lié à l'internet est qu'il constitue bien souvent une ressource humaine à forte valeur ajoutée, faite de techniciens de haut niveau assurant parfois des prestations qui seraient onéreuses si elles étaient évaluées au prix du marché. Se pose alors la question de l'intégration de ces dépenses au compte de campagne, et du risque de dépassement des plafonds pour les candidats qui ont intensément recours à des bénévoles hautement qualifiés.

Or si le Conseil d'État juge qu'il n'y a pas lieu de valoriser et de réintégrer le « travail personnel de militants exécuté à titre bénévole »¹³⁹, la jurisprudence n'est pas encore totalement fixée s'agissant de sites internet. Certes, le Conseil constitutionnel a jugé que les dépenses relatives à l'extension à des fins électorales du site internet d'un candidat qui avait initialement un caractère artistique n'ont pas à être comptabilisées lorsqu'elles ont été réalisées par des bénévoles¹⁴⁰. Mais cette décision d'espèce ne tranche pas la question plus large de l'utilisation de bénévoles pour des tâches plus importantes de conception ou d'animation quotidienne d'un site, voire d'un réseau de sites.

139. *A contrario*, Conseil d'État, Section, 2 octobre 1996, *Élections municipales d'Annemasse* ; « Considérant qu'il résulte de l'instruction que M. X, candidat aux élections municipales à Annemasse, a bénéficié gratuitement en mai et juin 1995, de prestations et de fournitures pour un montant total de 15 465 F de la part de deux entreprises d'imprimerie constituées sous la forme de sociétés à responsabilité limitée ; que, contrairement à ce qu'il soutient, **ces avantages n'ont pas consisté uniquement dans le travail personnel de militants exécuté à titre bénévole** ; que le requérant a ainsi bénéficié de la part de deux personnes morales de droit privé de dons prohibés par l'article L. 52-8 précité ; qu'eu égard au montant des dons encaissés par le candidat, c'est à bon droit que la commission a rejeté son compte de campagne ».

140. Conseil constitutionnel, 20 mars 2003, *AN Paris - 12^e circonscription*, « Considérant, enfin, que le site internet de M. X. existait déjà depuis deux ans et avait une vocation artistique ; que, s'il a fait l'objet d'une extension à des fins électorales, **celle-ci a été le fait de jeunes bénévoles** ; que, dans les circonstances de l'espèce, **cette contribution n'avait pas à être retracée dans le compte** ».

La jurisprudence dessine un équilibre entre, d'une part, un strict contrôle des dépenses, en vérifiant la nature des avantages accordés aux candidats, d'autre part, la prise en considération des engagements militants, notamment en admettant des contributions bénévoles sous des formes encore inédites (développement de site web en l'espèce).

Cette jurisprudence, tout en restant exigeante, ne fait pas obstacle à l'évolution des pratiques du militantisme politique. Il serait en effet inéquitable de renchérir pour le candidat le coût d'une forme de militantisme par rapport à une autre au prétexte qu'elle lui offrirait des services à plus forte valeur ajoutée (comme la réalisation d'un site internet) ou des qualifications professionnelles plus rares. Dès lors, sans méconnaître la nécessité d'un contrôle des dépenses, il est souhaitable que cette analyse soit consacrée, tant par la Commission nationale de contrôle des comptes de campagne et des financements politiques que par le juge de l'élection.

Ainsi, même inférieures au prix du marché, les évaluations de dépenses avancées par les candidats pour des prestations, même très techniques, de réalisation et de mise à jour de leur site devraient être admises lorsque les candidats apportent des justifications prouvant le recours au bénévolat militant. Cette justification permettant ainsi d'apporter conformément à l'article L. 52-17 du Code électoral les éléments factuels permettant à la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques d'apprécier la réalité de l'intervention bénévole même si celle-ci représente une valeur importante.

À l'appui de cette analyse viendrait également l'idée selon laquelle la « gratuité » de la ressource en militants à forte valeur ajoutée ne constituera pas un avantage spécifique à un candidat en particulier, puisqu'il se trouvera des bénévoles dans tous les camps. Au reste, la réponse ministérielle du 15 août 2006 indique que doivent être comptabilisés les frais éventuels d'hébergement ainsi que les frais de maintenance du site internet, « si sa mise à jour est confiée à un prestataire de services ». Cette phrase laisse donc place pour une interprétation *a contrario* lorsque la mise à jour est confiée à des bénévoles, l'intervention de ces derniers pouvant parfaitement être admise même si les candidats devront pouvoir en justifier au regard des coûts habituellement pratiqués.

*Le Forum des droits sur l'internet estime qu'il est souhaitable que le temps passé par un militant à réaliser un site internet hors de son lieu de travail soit considéré comme étant une ressource gratuite pour le candidat au regard de la législation sur les comptes de campagne et que son montant ne soit pas intégré au compte de campagne*¹⁴¹.

Néanmoins, pour souhaitable que soit cette évolution, le Forum des droits sur l'internet recommande, à titre de précaution et dans l'attente d'une confirmation de la jurisprudence, aux candidats qui, eu égard à leurs dépenses, n'ont aucun risque d'atteindre le plafond de dépenses, de comptabiliser et d'intégrer à leur compte de campagne les travaux réalisés à titre bénévole par des militants pour la réalisation et la mise à jour des sites, tout particulièrement lorsque ces travaux ne sont pas l'accessoire de prestations facturées par un professionnel.

La question se poserait en d'autres termes s'agissant de dons en nature, par exemple si des militants fournissaient gracieusement un local ou du matériel informatique, et non pas seulement un « travail personnel » au sens de la jurisprudence citée ci-dessus. Une décision du Conseil d'État portant sur une autre forme de dévouement militant, les dons de nourriture, permet de préfigurer ce que serait son raisonnement s'agissant des sites internet. La Haute assemblée a en effet jugé que si des militants ont fourni gratuitement des denrées alimentaires de confection domestique et des boissons pour cinq manifestations organisées par l'un des candidats en vue de sa campagne, ces concours bénévoles n'avaient pas le caractère de dons en nature dont la valeur aurait dû être estimée et réintégrée dans le compte de campagne de ce dernier en application de l'article L. 52-12 du Code électoral, dès lors qu'ils n'ont fait que compléter des prestations de traiteurs professionnels¹⁴². Ainsi, en raisonnant par analogie, il se pourrait que le Conseil d'État ne qualifie pas de dons en nature au sens de l'article L. 52-12 les concours apportés par des bénévoles pour la web-campagne des candidats, à la condition toutefois que les militants ne se soient pas entièrement substitués à des prestataires professionnels.

141. À ce jour il semble que la Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques estime que les prestations des bénévoles, lorsqu'elles revêtent **un caractère professionnel**, doivent être estimées dans le compte de campagne, pour le contrôle du respect du plafond des dépenses. Voir sur ce point *Guide du candidat et du mandataire*, édition 2006, sect. 2.4.1 a *contrario* de l'antépénultième alinéa « Les services rendus traditionnellement à titre gratuit par les militants [...] ».

142. Conseil d'État, 29 juillet 2002, *Élections cantonales de Vierzon - 1^{er} canton*.

Troisième partie

ACCOMPAGNER L'ACTION MILITANTE

Parallèlement à l'utilisation par les candidats eux-mêmes des possibilités qu'offre l'internet pour leur communication politique propre, un militantisme d'un genre nouveau se fait jour. Ce « cybermilitantisme » se traduit par l'émergence de sites ou d'activités en ligne, plus ou moins structurés, au soutien du candidat.

Se pose dès lors la question de la nature des liens qui peuvent exister entre ces soutiens, individuels ou agrégés en réseau, avec le candidat. Lien simple, dépendance, hiérarchie, mutualisation des ressources... les possibilités sont nombreuses et elles entraînent des conséquences différentes au regard du droit. Au-delà du renouveau de l'action militante que les nouvelles technologies permettent, il convient donc d'analyser ces pratiques au regard de la régularité des campagnes officielles.

Deux questions principales se posent : d'une part, les questions de financement de ces soutiens ; d'autre part, les enjeux de responsabilité et de liberté d'expression.

« Cybermilitantisme » et financement politique

Au-delà des questions liées à l'intégration dans le compte de campagne de l'aide éventuellement apportée aux candidats par des bénévoles pour la réalisation ou la mise à jour de leurs sites de campagne, il existe à ce jour un doute juridique quant au traitement des dépenses engagées par des tiers pour la réalisation de sites internet ou de blogs, distincts du site de campagne officiel d'un candidat mais favorables à sa candidature.

En principe, une dépense engagée sans l'accord d'un candidat n'a pas à être intégrée au compte de campagne¹⁴³. Il faut pour cela que le candidat prouve sa bonne foi en démontrant que la dépense a été engagée sans qu'il ait été mis à même de s'y opposer¹⁴⁴. Se posent dès lors les questions de l'application de ces règles à la création de sites de soutien au candidat par des militants ou des sympathisants et celle de la possibilité de s'opposer à la création ou l'animation de blogs favorables à un candidat.

La jurisprudence est encore muette sur cette question, et sera certainement complétée dans le cadre du contentieux relatif aux élections prévues pour 2007 et 2008. Certains précédents existent toutefois s'agissant d'autres formes de « propagande par des tiers ». Le Conseil d'État a ainsi considéré que les tracts émanant de syndicats ou d'associations et appelant à voter pour un candidat doivent être considérés comme ayant été diffusés avec son accord et réintégrés à ce titre dans le compte de campagne¹⁴⁵. Toutefois, les juges de l'élection font preuve de plus de compréhension s'agissant du soutien au candidat par des publications : le don

143. Article L. 52-12 du Code électoral dans sa rédaction issue de la loi n° 95-65 du 19 janvier 1995.

144. Conseil d'État, Sect., 8 janvier 1997, *Élections municipales d'Istres*.

145. Conseil d'État, 19 juin 1998, *Élections municipales de Vitrolles*, T. p. 918.

prohibé par l'article L. 52-8 du Code électoral n'est constitué que si le candidat y a consenti, expressément ou du fait de son comportement¹⁴⁶. De même, ne peut être regardé comme une dépense faite au nom du candidat le coût d'un article de presse qui lui est favorable.

Il semble se dégager de cette jurisprudence la possibilité de distinguer les situations en fonction des liens unissant le candidat à ses soutiens. À cet égard, les relations pouvant exister entre le site d'un candidat et ceux qui lui sont favorables doivent être finement analysées.

Les auditions ont permis de mettre en évidence pour certains des relations fortes entre quelques sites et le site du candidat, cette construction concentrique répondant dans une certaine mesure à une force d'attraction. Le premier cercle constitué autour du site du candidat bénéficie de conditions spéciales de référencement sur le site du candidat, de l'apposition de liens ou encore de système de syndication montant et descendant permettant des actualisations réciproques. Ainsi constituée, cette « garde rapprochée » pourrait plus facilement être considérée comme agissant avec l'accord, au moins tacite, du candidat. Pour les blogs ou sites n'appartenant pas à ce premier cercle, la mise en évidence d'une forme de connaissance des agissements de l'éditeur par le candidat devient plus délicate, les liens fonctionnels ou organiques avec le site central devenant plus lâches. Cette question est largement du même ordre que celle de la détermination du périmètre d'activité des partis.

À titre de précaution et en l'absence de jurisprudence, le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats qui disposent de relations étroites avec les éditeurs qui leur sont favorables ou sur lesquels ils exercent une forme de « contrôle éditorial » ou entre lesquels existe une forte relation de dépendance, d'intégrer dans leur compte de campagne les dépenses correspondant à ces derniers.

« Cybermilitantisme » et responsabilité des protagonistes

Les auditions conduites au Forum des droits sur l'internet ont permis de mettre en évidence et d'évaluer certaines des nouvelles pratiques des partis ou des équipes de campagnes, en ce qui concerne le déploiement des sites de leurs soutiens, mais aussi certains risques nouveaux liés à l'utilisation de l'internet dans le contexte politique.

Les réseaux de soutien

Au centre de nombre des auditions se trouve la responsabilité éventuelle du parti ou du candidat du fait des militants. Dans le courant de l'année 2006, la diffusion d'un message sur un blog d'un sympathisant avait conduit un candidat à modifier

146. Conseil constitutionnel, 20 janvier 2003, *Assemblée nationale Paris - 1^{re} circonscription*.

sa politique d'indexation des blogs pour couper court à toute assimilation entre ses positions et les propos tenus sur le blog. Principalement, ce sont les espaces d'expression personnelle des militants et sympathisants qui suscitent l'interrogation des partis et candidats à l'heure où beaucoup incitent leurs soutiens à prendre la parole au travers de blogs personnels.

Deux démarches peuvent être retenues disposant chacune de leurs variantes propres. La première démarche consiste à offrir un outil de création/hébergement de site; la seconde à organiser l'agrégation de sites édités par les tiers.

L'ouverture d'une plate-forme de blogs dédiée est une solution retenue par certains partis. Une telle offre présente l'avantage de permettre la mutualisation de ressources en fournissant des blogs dont une partie sera commune à tous les utilisateurs (charte graphique partagée, fonctionnalités, rubriques...). Ces plates-formes sont «gérées» par le parti; elles permettent donc de sélectionner les utilisateurs (élus, adhérents, sympathisants déclarés ou non) et dans une certaine mesure de s'assurer d'un certain contrôle sur le discours. Ce contrôle repose sur une charte d'utilisation dont les termes varient mais dont la finalité est de prévenir les éventuels débordements. Ces plates-formes ne diffèrent en rien des outils proposés au grand public et bénéficient donc d'un régime de responsabilité relativement favorable : celui de l'hébergeur. Pour l'essentiel, ce régime ne suppose pas une surveillance systématique des publications mais une réactivité en cas de signalement. La responsabilité éditoriale reposant sur l'éditeur/directeur de la publication, celui-ci pourra seul être tenu pour responsable des propos dont il est l'auteur et éventuellement des messages publiés par des tiers.

La plate-forme peut, suivant les choix, être mise à disposition sous un domaine tiers ou en utilisant l'URL du parti (blogdeX.nomdel'hebergeur.com ou blogdeX.nomduparti.fr). Ce choix est sans influence sur le régime de responsabilité, mais à la condition que l'hébergeur se comporte comme tel¹⁴⁷.

Une autre solution retenue par certaines organisations politiques consiste à ne pas proposer d'outil spécifique administré par le parti mais à favoriser l'ouverture de blogs par les militants et sympathisants auprès d'hébergeurs gratuits. Cette démarche offre l'avantage de ne pas susciter de coûts de gestion des ressources ainsi produites et de déconnecter pour l'essentiel l'expression publique des militants du discours officiel.

En optant pour cette démarche, il est possible de différencier encore plus clairement les sites de soutien du ou des sites officiels. Outre le fait que la gestion technique et l'administration d'une plate-forme de blogs nécessitent de lourds moyens humains,

147. Loi n° 2004-575 du 21 juin 2004, art. 6 2 :

« Les personnes physiques ou morales qui assurent, même à titre gratuit, pour mise à disposition du public par des services de communication au public en ligne, le stockage de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature fournis par des destinataires de ces services ne peuvent pas voir leur responsabilité civile engagée du fait des activités ou des informations stockées à la demande d'un destinataire de ces services si elles n'avaient pas effectivement connaissance de leur caractère illicite ou de faits et circonstances faisant apparaître ce caractère ou si, dès le moment où elles en ont eu cette connaissance, elles ont agi promptement pour retirer ces données ou en rendre l'accès impossible.

L'alinéa précédent ne s'applique pas lorsque le destinataire du service agit sous l'autorité ou le contrôle de la personne visée audit alinéa. »

cette solution offre l'avantage de ne pas créer de confusion entre l'officiel et le non officiel et donc de ne pas encourir de responsabilité, que ce soit en tant qu'éditeur, directeur de la publication ou en tant qu'hébergeur.

Certaines formations politiques proposent les deux dispositifs. Cette solution permet de créer un réseau de blogs formé de façon concentrique. Le point central se trouvant être le site officiel, immédiatement entouré par les blogs des principaux soutiens bénéficiant de l'hébergement sur une plate-forme dédiée, eux-mêmes entourés par un nombre plus important de blogs ne répondant à aucune charte mais identifiés comme sympathisants.

Quel que soit le système retenu, le risque juridique ne paraît devoir être évoqué que si le candidat ou son équipe assume un rôle d'auteur des contenus ou assume une fonction de direction sur un site. Cette dernière situation suppose que l'éditeur du site agisse sous le contrôle d'un tiers et n'assume dès lors qu'à titre de prête-nom une fonction de direction alors même qu'il ne détient aucun des attributs lui permettant un exercice effectif de celle-ci. Ce cas risque cependant de rester fort hypothétique, l'intérêt d'une équipe de campagne n'étant pas à l'évidence de commettre des actes illicites, même sous couvert d'anonymat.

Les responsabilités réelles étant assumées par les auteurs/éditeurs/directeurs de la publication de ces blogs, c'est à eux qu'il incombe de s'assurer de la légalité des messages qu'ils diffusent. Cette responsabilité implique bien évidemment le respect des contraintes propres issues du Code électoral et notamment celles tenant aux articles L. 49, L. 52-1, L. 52-2 du Code électoral.

Plus qu'une responsabilité juridique, il apparaît que ce sont essentiellement des principes éthiques et une forme de responsabilité morale qui sont mis en avant par les partis. En effet, il apparaît clairement que le risque majeur pour le parti est celui de se trouver associé ou assimilé à un propos litigieux. Ce risque explique en grande partie que les partis puissent développer des stratégies différenciées suivant que le risque en cause est maîtrisable ou non et que le parti se trouve plus ou moins exposé aux risques de dérapage ou d'attaques malveillantes. Dès lors, le point central des architectures de soutien n'est pas tant juridique que d'image. Le risque de confusion et d'assimilation du propos d'un tiers avec une position officielle risque en effet de produire un effet néfaste qui justifie la circonspection quant à la sélection des blogs présentés sur le site de campagne.

Au-delà du recours aux blogs pour manifester son soutien à un parti ou à un candidat, certains n'hésitent pas à investir largement de leur temps et de leurs moyens pour contribuer aux succès des idées qu'ils partagent. Il a ainsi été rapporté que certains sympathisants constituent des véritables catalogues numérisés des interventions publiques de tel ou tel candidat et adressent ces enregistrements au parti, d'autres encore assument le coût de campagnes de liens sponsorisés pour favoriser l'exposition des idées défendues par un parti. Ces formes avancées de militantisme rejoignent pour l'essentiel les questions de financement évoquées précédemment mais peuvent entraîner des responsabilités personnelles pour leurs auteurs si ceux-ci n'exercent pas leur activité dans le cadre de la légalité¹⁴⁸.

148. Notamment respect du droit électoral ou de la propriété intellectuelle.

Il conviendra cependant d'être circonspect car si les partis ne connaissent pas nécessairement ces formes d'actions, ils en bénéficient indirectement. La difficulté nouvelle qui doit être prise en compte tient au fait que les pratiques décrites peuvent constituer des infractions à la législation électorale et entraîner la responsabilité de leurs auteurs alors que ceux-ci agissent dans un but désintéressé et citoyen. En effet, aucune forme de publicité commerciale ne peut être mise en œuvre à des fins électorales au profit d'un candidat ou d'une liste de candidats sans l'accord exprès du candidat, du responsable de la liste ou de leur représentant dûment qualifiés (article L. 52-16 du Code électoral) ou durant la période d'interdiction prévue à l'article L. 49 du Code électoral¹⁴⁹.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux candidats et à leurs équipes de rappeler aux militants le cadre légal dans lequel s'exerce leur activité citoyenne de soutien.

L'utilisation des noms de domaine par les militants

L'ouverture de la réservation des noms de domaine en .fr aux particuliers en juin 2006, mais aussi plus simplement la facilité et le faible coût d'acquisition des droits d'usage sur des noms de domaine de premier niveau, a conduit nombre de militants, de sympathisants ou d'opposants à réserver des noms de domaine en prévision des élections à venir.

Ces réservations obéissent à des finalités fort différentes selon leurs auteurs : humoristiques, informatives, polémiques, contestataires, sympathisantes, militantes, scientifiques ou journalistiques. Toutes ont en commun de chercher par le nom de domaine à affirmer une identité propre. Ces réservations de noms de domaine font donc souvent appel aux noms patronymiques et aux signes distinctifs propres aux candidats et aux partis.

Certaines de ces réservations reposent sur des pratiques régulièrement condamnées par les tribunaux. Il en va ainsi en matière commerciale des pratiques dites de cybersquatting ou de typosquatting¹⁵⁰.

Contrairement au domaine commercial, l'utilisation d'un signe par des tiers et sa diffusion massive est un élément de notoriété qui marque le plus souvent l'appartenance à une communauté d'idées. Les personnalités politiques ont donc tout intérêt à ce que les noms patronymiques et les signes soient utilisés largement dès lors que ces utilisations sont faites dans un but de soutien ou, à tout le moins, d'expression pluraliste. Les formes d'emprunt telles que l'utilisation du nom ou signe associée à un slogan (tousavecXX.fr), la désignation d'une zone géographique (XXXXX-XX89.fr), d'un statut (JeunesactifsXXX.fr) concourent donc à la visibilité et au soutien des idées du candidat. Ces mêmes techniques peuvent être utilisées pour porter la contestation (toutsaufXXX.fr).

Les auditions ont permis d'établir que le risque de confusion lié à l'utilisation d'un nom de domaine incluant un signe ou nom de famille n'est pas jugé majeur par les

149. Sous les réserves d'interprétation présentées dans la première partie de ce document.

150. Voir : www.afnic.fr

formations. Certaines se sont dotées d'une politique qui tend à limiter l'utilisation de certains signes aux seuls membres de comités de soutien de façon à assurer une plus grande visibilité au réseau.

La tolérance vis-à-vis de l'utilisation des noms de famille ou des signes distinctifs par des tiers laisse cependant place à des actions ponctuelles lorsque des débordements ou des utilisations malveillantes sont constatées.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux formations politiques et aux candidats de procéder au dépôt des noms patronymiques des candidats et des slogans qui seront utilisés dans la perspective des élections à venir.

Le Forum des droits sur l'internet recommande aux formations politiques et aux candidats d'assurer une veille sur les utilisations manifestement abusives des noms de famille ou de leurs signes distinctifs, dont l'utilisation par des tiers pourrait prêter à confusion et induire en erreur le public sur l'identité du responsable d'un service de communication au public en ligne.

Conclusion

Les campagnes électorales des années 2006-2007 seront celles qui, les premières, donneront une place significative à l'internet dans la communication et les débats politiques menés tant par les organisations partisanes et les candidats que par les communautés virtuelles de la société civile. Ce nouvel espace de la vie publique va continuer de se développer. La richesse de ce lieu de débat et d'expression des idées ou opinions passionne ceux qui s'intéressent à la vie publique, qu'ils en soient les acteurs directs ou les observateurs (juristes, chercheurs en sciences sociales) : souvent assimilé à un univers de l'éphémère et de l'apparence, l'internet est désormais attendu par beaucoup comme un lieu de mémoire autant que de discussion.

S'inscrivant dans la durée de la vie politique, il doit permettre de conserver la trace de notre histoire à travers les campagnes successives. Dans le cadre de ses missions, la Bibliothèque nationale de France¹⁵¹ s'efforce de conserver des fragments de la mémoire collective en archivant notamment le web électoral. Exercée dans le cadre du dispositif récemment réformé du dépôt légal¹⁵², la mission de la BNF la conduit en effet à collecter un large échantillon de ce qui se publiera durant la campagne.

Cette dimension patrimoniale de conservation de la vie publique n'échappe pas à l'attention des politologues et des historiens. Elle est aussi attendue par certains partis qui entendent inscrire dans la durée leur action et les idées qu'ils défendent et s'appuyer sur cette mémoire pour établir leurs bilans, consolider leur identité numérique et préparer leurs actions à venir.

151. <http://www.bnf.fr>

152. Et son nouveau dispositif d'archivage du web : <http://www.legifrance.gouv.fr/WAspad/UnTexteDeJorf?numjo=MCCX0300082L>

Annexe 1

Composition du groupe de travail

Représentants des acteurs économiques

- **Google France**

Yoram ELKAIM, directeur juridique
Catherine GLAUBERT, juriste

- **Forum mondial de la démocratie et de l'administration électroniques**

Pierre DE LA COSTE, président du Conseil scientifique, président du Club de l'Hyper-République

Représentants des utilisateurs

- **Villes-internet**

Florence DURAND-TORNARE, déléguée générale

- **Bibliothèque nationale de France (BNF)**

Gildas ILLIEN, conservateur, chef du projet de dépôt légal d'internet, département de la bibliothèque numérique
Clément OURY, conservateur, département de la bibliothèque numérique

- **Union nationale des associations familiales (UNAF)**

Jean-Pierre QUINIAUX, chargé de mission

- **Centre de recherches politiques de Sciences Po (CEVIPOF)**

Thierry VEDEL, chercheur

Observateurs des pouvoirs publics

- **Conseil constitutionnel**

Guy PRUNIER, chargé de mission élections

- **Ministère de l'Intérieur, bureau des élections**

Marc PICHON DE VENDEUIL, adjoint au chef de bureau

La coordination des travaux est assurée par Stéphane GREGOIRE, chargé de mission au Forum des droits sur l'internet et par Hervé CASSAGNABERE, Conseil d'État.

Annexe 2

Liste des personnes auditionnées

- **Recherche**

Stephen WARD, Oxford Internet Institute

- **Organisations politiques**

Julien BEZILLE, Parti socialiste (PS)

Frédéric COUCHET, Les Verts

Vincent FELTESSE, Parti socialiste (PS)

Claude MALHURET, Union pour un mouvement populaire (UMP)

Jérôme RELINGER, Parti communiste français (PCF)

Maurice RONAY, Désirs d'avenir (PS)

Julien SANCHEZ, Front national (FN)

- **Professionnels de l'internet**

Arnaud DASSIER, L'Enchanteur des nouveaux médias

Yoram ELKAIM, Google France

Isabelle TOUTAUD, Association française pour le nommage internet en coopération (AFNIC)

- **Autorités administratives**

Marie-Annick FOURNIER, chargée de mission, service juridique-pôle élections

Commission nationale des comptes de campagne et des financements politiques (CNCCFP)

Deuxième partie

L'information et la sensibilisation

En 2006, le Forum des droits sur l'internet a publié deux dossiers et deux guides.

Dossier « Relations du travail et internet » :

<http://www.foruminternet.org/publications/lire.phtml?id=1000>

Dossier : « Les jeux massivement multi-joueurs : du virtuel au réel » :

<http://www.foruminternet.org/publications/lire.phtml?id=1086>

Guide « Achats en ligne, suivez le guide... » :

<http://www.foruminternet.org/publications/lire.phtml?id=1145>

Guide « Politiquement Web » :

<http://www.foruminternet.org/publications/lire.phtml?id=1152>

Troisième partie

La médiation

Ouverte au grand public en septembre 2004, à la suite de réflexions menées au Forum depuis 2002, l'activité de médiation s'est pleinement développée cette année. Elle a fait l'objet d'une reconnaissance officielle par les pouvoirs publics dans le cadre de la politique mise en œuvre par ceux-ci en matière de communications électroniques; elle a poursuivi sa croissance et l'amélioration de ses procédés; elle confirme son rôle privilégié dans la connaissance des relations commerciales et non commerciales en ligne.

La reconnaissance du service par les pouvoirs publics

En juillet 2006 le service de médiation a été notifié par les pouvoirs publics français à la Commission européenne. Cette notification consiste pour chaque État membre de l'Union à présenter ses organes de médiation nationaux pouvant être le point de contact des centres européens des consommateurs et des citoyens de l'Union.

Les centres européens des consommateurs (CEC) ont notamment pour missions d'informer les consommateurs sur les opportunités offertes par le marché intérieur, de les conseiller et les assister dans la poursuite de plaintes transnationales et de leur faciliter l'accès aux procédures de règlement des litiges extrajudiciaires à travers toute l'Europe.

Le Forum des droits sur l'internet a été notifié aux côtés d'une dizaine d'autres médiateurs français dont le Médiateur de la République, le Médiateur de l'EDF, le Médiateur de la Mairie de Paris, le Médiateur de La Poste... et ceci est, sans nul doute, une reconnaissance du travail accompli par le service depuis deux ans.

Plus largement, cette notification s'inscrit dans la politique menée au cours de l'année par les pouvoirs publics dans le secteur des communications électroniques.

Le ministre de l'Industrie a en effet été très présent sur ce dossier, souhaitant renforcer les garanties du consommateur dans ce secteur en plein essor. Plusieurs tables rondes ont été tenues avec les professionnels et une architecture de traitement des litiges des clients a été arrêtée : une fois les deux voies de recours internes épuisées (service clientèle; service national consommateurs), une offre de médiation devrait être accessible, le ministre ayant en outre mentionné que ces recours internes ne pouvaient excéder un mois.

Les pouvoirs publics ont également lancé dans le cadre du Conseil national de la consommation (CNC), au printemps 2006, un nouveau groupe de travail sur la médiation au sein duquel le Forum des droits sur l'internet est observateur.

L'objectif du groupe est d'approfondir la réflexion sur les modes alternatifs de règlement des litiges. Il devra rendre son avis au cours du premier trimestre 2007.

Le Conseil national de la consommation s'était déjà penché sur la question de la médiation. À ce titre, il avait rendu un premier rapport et un avis adopté le 6 juillet 2004 publiés au *BOCCRF* du 1^{er} mars 2005¹⁵³.

153. http://www.finances.gouv.fr/dgccrf/boccrf/05_02/a0020002.htm

La poursuite du développement du service

Après plus de deux ans de pratique de la médiation au sein du Forum, un véritable savoir-faire et une véritable expertise sont reconnus désormais au service.

En 2006, le flux des demandes n'a pas fléchi : le service a reçu un peu plus de 5 400 dossiers dont 2 355 ont été traités. Le taux de résolution pour les affaires traitées a été de 88,9 %.

Les demandes émanent en très grande majorité de particuliers français. Toutefois, de plus en plus de demandes sont présentées par des internautes étrangers ayant un litige avec une entreprise française.

On constate toujours une majorité (92,8 %) de différends « business to consumer » (BtoC), ceux-ci se divisant en deux catégories de différends, les différends liés à l'achat en ligne et les différends liés à la fourniture d'accès internet.

Les différends entre particuliers restent quant à eux d'ampleur limitée : 5,9 % pour les litiges commerciaux liés à un achat sur une plate-forme de courtage ; 0,8 % pour les litiges liés aux noms de domaine ; 0,5 % pour les litiges non commerciaux (diffamation, respect de la vie privée...).

Au-delà du nombre important de demandes adressées au service, qui le place en tête des ODR (Online Dispute Resolution) de ce type en Europe, il convient de retenir que ce genre de service répond à un véritable besoin.

Un nouveau champ de compétence : le PARL du .fr

Le champ de compétence du service couvre les conflits liés à l'usage de l'internet et impliquant au moins un particulier. Il doit s'agir de problèmes juridiques et non purement techniques (« *je n'arrive pas à connecter mon ordinateur* »). Il s'adresse aux personnes dont les démarches préalables pour régler leur différend n'ont pas abouti.

En juin 2006, dans le cadre de l'ouverture par l'AFNIC (Association française pour le nommage internet en coopération) du .fr aux particuliers¹⁵⁴, un nouveau champ de compétence s'est ouvert pour le service à la demande de l'AFNIC : régler les conflits portant sur les noms de domaine en .fr apportés par les particuliers.

Deux types de litiges sont concernés ; les litiges entre deux particuliers ou entre un particulier et une entreprise.

Après quelques mois d'activité, une centaine de dossiers concernant le .fr ont été déposés, la majorité par des particuliers, mais également par quelques associations et sociétés.

Un certain nombre de demandes concernait la question de la réservation anticipée et massive de noms patronymiques. Le service a permis de faire remonter l'information à l'AFNIC, ce qui a contribué à identifier les personnes lésées et prendre ainsi la décision du blocage puis du dégel.

154. À compter du 20 juin 2006, les personnes majeures disposant d'une adresse postale en France peuvent enregistrer le nom de domaine de leur choix directement sous l'extension .fr.

D'autres demandes ont permis au service de mener une action pédagogique utile auprès des internautes sur le fonctionnement même du .fr.

L'amélioration des processus de fonctionnement

Le service a, en 2006, amélioré ses processus de fonctionnement sur trois points.

Un contrôle plus strict des recevabilités

En 2006, le service a tout particulièrement veillé à ce que la médiation soit l'ultime voie de recours amiable après épuisement des autres voies de recours. Dans le cadre du processus de recevabilité des affaires présentées au service, il est bien vérifié que les internautes ont effectué les contacts préalables auprès de l'autre partie afin de régler leur différend. Ainsi, pour les litiges commerciaux, le service s'assure que des démarches ont été effectuées auprès du service clientèle et du service national consommateur lorsqu'il existe. En cas d'échec de ces recours, l'affaire est éligible à la médiation.

En cas de fraude constatée, les dossiers sont immédiatement réorientés vers les services compétents, une médiation ne pouvant pas être menée avec une personne de mauvaise foi.

Un réseau de correspondants toujours plus large

2006 aura également été l'année de l'approfondissement des réseaux que le service de médiation a mis en place, dès 2004, avec les entreprises.

Le secteur du commerce électronique se caractérise par une multitude de sociétés françaises et étrangères, de toute taille. Il convient de noter que le service de médiation découvre chaque semaine de nouvelles entreprises déployant leurs activités dans ce secteur. Toutefois, le nom d'une vingtaine de comptes revient régulièrement. Il s'agit de quelques sociétés dont les activités sont importantes dans ce secteur et qui, naturellement, peuvent connaître quelques différends ou encore d'entreprises de taille plus modeste connaissant régulièrement des problèmes d'organisation logistique suscitant, par vagues, des réclamations de la part de leur clientèle. Le service a mis en place, depuis sa création, un réseau de correspondants au sein de l'ensemble de ces entreprises. La prise en charge des dossiers, une fois les démarches préalables effectuées par le consommateur auprès du service clientèle, se fait rapidement et efficacement par le service de médiation grâce à ces correspondants.

La démarche de médiation est plus difficile à engager avec les entreprises françaises et étrangères qui ne respectent pas les dispositions légales d'identification. Tout recours vers ces sociétés est extrêmement difficile, voire impossible, aucun dialogue ne pouvant être établi. Dans ces conditions, le service de médiation renvoie les consommateurs vers d'autres voies de recours, judiciaires notamment.

L'autre paysage d'entreprise est celui du secteur de la fourniture d'accès à internet. Il s'agit ici d'un paysage bien structuré avec moins d'une dizaine de grandes entreprises. Celles-ci ont un service clientèle étoffé et parfois un service national consommateurs. Le contact avec ces entreprises est régulier depuis 2004 et le traitement des dossiers éligibles à la médiation se fait utilement et efficacement.

Un outil technique optimisé

La qualité de la plate-forme technique accompagnant l'offre de médiation du Forum a été, à de nombreuses reprises, mise en avant. Il convient de maintenir ce niveau d'exigence et de l'adapter sans cesse aux besoins qui se font jour. Dans ce but, le service a travaillé sur une nouvelle version de la plate-forme qui pourra, de surcroît, être mise sous licence en 2007.

Un observatoire privilégié des échanges en ligne

Comme dans les années précédentes, le service est un observatoire privilégié des échanges en ligne.

Tout en respectant un principe strict de confidentialité sur les dossiers qu'il est amené à connaître, il peut formuler des suggestions aux entreprises et aux pouvoirs publics pour améliorer les échanges sur le Net et générer de la confiance. Ses remarques alimentent également les groupes de travail du Forum¹⁵⁵.

Les échanges commerciaux entre particuliers et entreprises

Si la plupart des achats sur le Net se déroulent sans problème, quelques-uns, du fait souvent d'un manque élémentaire de précaution, peuvent aboutir à un conflit.

La non-réception de biens constitue cette année encore la majorité des différends rencontrés par les internautes lors d'un achat par internet. Ce phénomène est toujours dû, d'une part, à une gestion des stocks à flux tendus dans certains cas et, d'autre part, à la perte ou le vol des colis pendant la phase de transport. Les autres sources majeures de difficulté se situent au niveau des biens non conformes et des problèmes de remboursement de la commande.

Pour les différends liés à la fourniture d'accès, la majorité des problèmes rencontrés sont des problèmes de résiliation de contrat. À titre d'exemple, il peut s'agir de demandes de résiliation anticipée de contrat, lorsque le service proposé ou le tarif appliqué par l'opérateur n'est plus jugé attractif par l'abonné, ou encore lorsque le service est devenu indisponible pour des raisons d'ordre technique. Ces demandes de résiliation concernent également des offres dites « sans engagement de durée » lorsque les abonnés contestent l'application de frais de résiliation.

De façon générale, sur un tel marché émergent et en croissance exponentielle, il est normal de rencontrer un certain nombre de dysfonctionnements, certains pourraient parler de « péchés de jeunesse ». Le rôle du service de médiation, au-delà de l'action de règlement particulier de ces problèmes, est de relever les carences et de permettre aux intervenants sur le marché d'adapter leur conduite.

155. http://www.foruminternet.org/groupes_travail/lire.phtml?id=1012

On remarque d'ailleurs une sensible baisse des différends concernant les grandes entreprises du Net qui s'organisent de mieux en mieux au niveau de leur service clientèle pour régler en amont les litiges.

Un excès de confiance et l'oubli des règles élémentaires de précaution devant prévaloir pour tout achat peuvent être à l'origine de conflits ultérieurs. La prévention peut dès lors permettre de diminuer très sensiblement le nombre de ces problèmes.

De ce fait, le Forum des droits sur l'internet souhaite rappeler quelques règles essentielles devant être suivies avant tout achat :

- s'informer sur l'entreprise;
- lire les conditions générales de vente;
- s'assurer qu'en cas de problème un contact sera possible avec cette entreprise;
- connaître précisément le délai de livraison;
- s'assurer au moment de l'entrée en possession du bien que celui-ci répond aux caractéristiques décrites sur le site;
- ne pas hésiter, en cas de problème constaté, à émettre des réserves sur le bon de livraison.

Le courtage en ligne

En 2006, les demandes adressées au service concernant les sites de courtage en ligne représentent 6 % des demandes traitées. Les contestations portent principalement sur des biens non reçus : le particulier, expéditeur du colis, va en effet prendre moins de précaution que l'entreprise et le produit ne parviendra pas à son destinataire ou alors sera endommagé.

Ces litiges sont délicats à résoudre car, dans bon nombre de dossiers, le particulier vendeur ou acheteur ne s'estime assujéti à aucune règle de droit. Il refuse notamment d'assumer sa responsabilité quand la livraison du bien ne s'est pas correctement effectuée. Ce problème est d'autant plus grand lorsque le vendeur réside à l'étranger.

Il s'avérerait très utile et sécurisant pour les internautes utilisant ce type de service de savoir qu'un dispositif de médiation « labellisé » par le site de courtage, à l'instar de ce qui se passe aux États-Unis, assure une voie de recours efficace en cas de problème.

Les nouveaux problèmes

L'usage des outils techniques suscite de nouveaux types de différends. En effet, la sophistication croissante de ces outils, mis à la disposition d'une population de plus en plus importante et ne disposant pas nécessairement de tous les savoir-faire, peut être à l'origine de plus en plus de litiges, aussi bien dans le secteur de l'achat en ligne que de la fourniture d'accès à internet.

Il en est ainsi des achats de biens immatériels sur le réseau (téléchargement d'antivirus, de jeux en ligne...) qui n'arrivent jamais à leur destinataire. Une des raisons à l'origine de ces problèmes est l'incompatibilité des matériels. L'information délivrée est ici capitale mais tous les internautes ne sont pas en mesure de l'appréhender.

Par ailleurs, des interruptions de service peuvent se produire au moment où une transaction a lieu. De nombreux internautes se sont ainsi adressés au service de

médiation car à l'issue de la panne, ils ont reproduit l'action d'achat et leur compte a été doublement débité.

En pur droit, ces dossiers nécessitent d'appréhender les questions de preuve de non-réception d'un bien immatériel expédié à son destinataire par voie électronique. Ces questions sont complexes et, sans nul doute, le juge ou le législateur devront définir des règles précises.

Pour l'heure, le Forum peut développer une action d'information à destination des internautes afin que ceux-ci s'engagent dans ce type de transactions en toute confiance.

Les fraudes

Le service joue également un rôle important dans la détection des fraudes qui se renouvellent sans cesse sur internet. Ce type de différends ne relève évidemment pas de la médiation mais il permet au Forum de connaître ces pratiques et de développer, le cas échéant, une action pédagogique à l'égard des internautes.

En 2006, comme en 2005, la pratique du *phishing* (ou filoutage) reste la fraude organisée à une échelle européenne la plus courante dans les demandes adressées au service. Elle consiste, pour le fraudeur, à envoyer un courriel ressemblant à s'y méprendre à un courriel professionnel expédié par une société digne de confiance. La personne est alors invitée à saisir des informations personnelles (mot de passe, coordonnées bancaires) au sein de ce courriel, ou à cliquer sur un lien menant vers un faux site. Le fraudeur utilise ensuite les données recueillies pour commettre des fraudes.

La prévention de ce type de fraude est essentielle. Désormais, les entreprises victimes de ces pratiques délivrent sur leur site une information précise expliquant les moyens de les éviter. Par ailleurs, les associations de consommateurs, l'Institut national de la consommation ainsi que des forums de discussion expliquent aux consommateurs les démarches préventives à effectuer pour s'assurer que les transactions se font en toute sécurité.

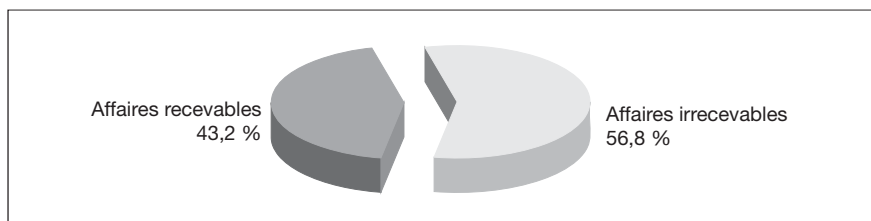
En conclusion, le service de médiation a en 2006 pleinement justifié son insertion au sein des missions du FDI. Aux côtés de l'information, il contribue à éclairer et rassurer le grand public sur les réseaux numériques.

Bilan quantitatif du service en 2006

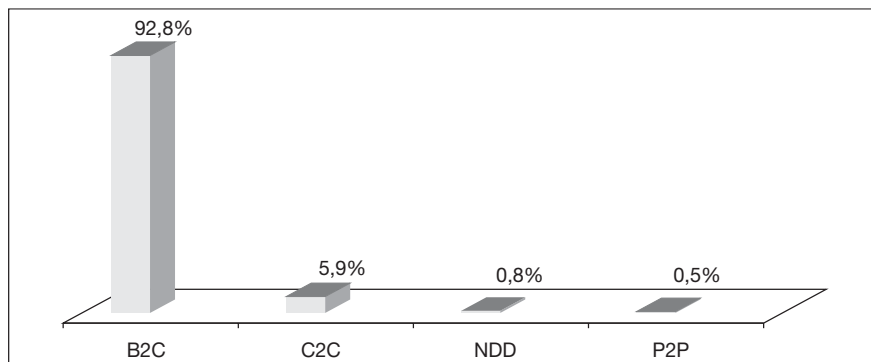
Les chiffres clés de la médiation
(janvier 2006-décembre 2006)

5 439 demandes reçues, 2 355 dossiers traités.

• Taux de recevabilité



• Répartition des demandes traitées



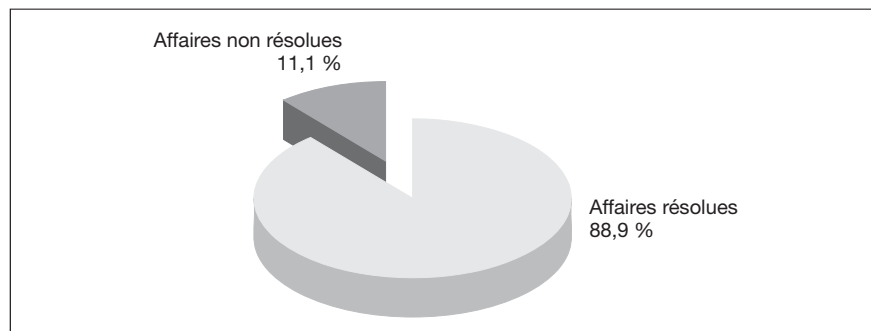
B2C : Différends entre un client et une entreprise.

C2C : Différends liés à une plate-forme de mise en relation (ex. : site d'enchères en ligne...).

NDD : Différends relatifs aux noms de domaine.

P2P : Différends entre particuliers (ex. : litiges relatifs aux forums de discussion, au respect de la vie privée...).

• Taux de résolution des affaires traitées



Règlement de médiation

Article 1. Présentation

1.1 <http://www.mediateurdunet.fr> est le site du service de médiation du Forum des droits sur l'internet <http://www.foruminternet.org>. Il sera dénommé ci-après «le Service».

1.2 Le Service est offert à la personne qui souhaite être aidée dans la recherche d'un règlement amiable de son différend lié à l'internet (ci-après dénommée «la Partie Requérante») et l'opposant à une tierce personne (ci-après dénommée «l'Autre Partie»).

1.3 Le médiateur du Service est, tout d'abord, chargé d'analyser la recevabilité de la demande de médiation, de constituer un dossier avec la Partie Requérante et d'entrer en contact avec l'Autre Partie pour lui proposer de participer à un processus de médiation. Il lui revient ensuite la mission de mener le processus de médiation entre les parties.

1.4 Un médiateur externe peut être proposé à celles-ci par le Service pour conduire des médiations nécessitant notamment une spécialisation.

1.5 Toutes ces personnes, dénommées «les Intervenants» au processus de médiation, s'engagent à respecter le présent règlement de médiation et ceci en vue de permettre aux parties de parvenir à une solution négociée et amiable au différend qui les oppose.

Article 2. Principes fondamentaux

2.1 Tous les Intervenants qui ont volontairement accepté de participer au processus de médiation, s'engagent à respecter les principes de bonne foi, de loyauté, de courtoisie, de politesse et de réactivité, nécessaires à la recherche d'une solution amiable.

2.2 Les parties gardent à tout moment la possibilité de se retirer du processus de médiation après en avoir informé le Service.

2.3 Les parties peuvent se faire assister par le conseil de leur choix. Elles ne peuvent cependant pas être représentées. Cela signifie que leur conseil ne peut se substituer à elles.

Article 3. Domaine de compétence

3.1 Le Service traite des différends impliquant l'usage de l'internet et concernant au moins un particulier. Il doit s'agir d'un problème juridique. À ce titre, le Service est notamment compétent :

Pour les différends liés à un achat en ligne (BtoC), il peut s'agir d'une non livraison d'un bien ou d'un service; d'une non-conformité d'un bien ou d'un service ou encore de la découverte de vices cachés sur un produit...

Pour les différends entre consommateurs (CtoC), il peut s'agir d'une transaction qui se déroule mal entre un acheteur et un vendeur sur le site d'une plate-forme de mise en relation.

Pour les différends entre particuliers (PtoP), il peut s'agir d'atteinte au respect de la vie privée; d'atteinte aux droits d'auteur (à l'exception notamment des différends entre les titulaires de droits et les utilisateurs au cas où ceux-ci estimeraient qu'une mesure technique de protection les empêche de bénéficier de l'exception de copie privée); il peut encore s'agir de diffamation, d'injure...

Pour les différends liés aux noms de domaine, il s'agit des différends apportés par des particuliers majeurs ayant une adresse postale en France et concernant, soit deux particuliers, soit un particulier et une entreprise.

3.2 Le Service n'intervient pas pour :

- les problèmes techniques empêchant l'accès à internet (dégroupage, synchronisation du modem...);
- les demandes de retrait de contenus à caractère pédopornographique ou incitant à la haine raciale;
- les différends de masse, c'est-à-dire les demandes émanant de plusieurs internautes contre une même personne et pour le même fait générateur.

3.3 Le Service peut, notamment, refuser de prendre en charge une affaire si :

- la demande de médiation est incomplète, notamment si les éléments d'identification de l'Autre Partie, les identifiants clients de la Partie Requérante sont absents ou encore si les démarches préalables auprès de l'Autre Partie n'ont pas été effectuées;
- une action en justice est déjà engagée;
- l'Autre Partie au différend est difficilement identifiable;
- il apparaît que l'une ou l'autre des parties est de mauvaise foi;
- les délais de prescription sont sur le point d'arriver à expiration.

3.4 Le Service peut également refuser à tout moment la prise en charge de nouvelles demandes de médiation pour assurer un niveau de prestation satisfaisant pour le traitement des affaires en cours.

3.5 Le Service peut, enfin, être suspendu en cas de maintenance de sa plate-forme de médiation en ligne.

Article 4. Les conditions requises pour saisir le Service

La personne qui souhaite saisir le Service doit :

- avoir préalablement tenté de résoudre son problème avec l'Autre Partie par écrit ou par tout moyen significatif dans le cadre d'une première prise de contact appelée « Démarches préalables »;
- vouloir trouver une solution amiable à son problème;
- être de bonne foi;
- être majeure ou avoir la pleine capacité juridique;
- avoir un intérêt à agir dans l'affaire.

Article 5. Les modes de saisine du Service

5.1 La demande de médiation doit se faire par voie électronique *via* le formulaire sur le site <http://www.mediateurdunet.fr> ou, si la Partie Requérante ne dispose d'aucun accès à internet, par voie postale à l'adresse : Forum des droits sur l'internet, Service MediateurDuNet.fr, 6 rue Déodat de Séverac, 75017 Paris.

5.2 La demande de médiation doit obligatoirement comporter :

- le nom ou la dénomination sociale de la Partie Requérante ;
- son numéro de téléphone ;
- son adresse de courrier électronique ;
- la nature du différend (commerce électronique, fourniture d'accès, diffamation, nom de domaine...);
- les circonstances des faits ;
- les coordonnées de l'Autre Partie (nom, téléphone ou adresse électronique) ou tout autre élément permettant d'identifier celle-ci ;
- un identifiant s'il existe (numéro client, numéro de ligne ADSL, pseudo...);
- si un autre service de médiation ou de conciliation a déjà été sollicité ;
- si la justice, une association de consommateurs, la DGCCRF ou toute autre structure ont déjà été saisies pour les mêmes faits.

Article 6. Étude de recevabilité de la demande

6.1 Après avoir accepté le présent règlement, la Partie Requérante reçoit un accusé de réception de sa demande par courrier électronique ou par courrier postal si la demande a été faite par voie postale.

6.2 Le Service s'assure alors de la recevabilité de la demande de médiation au regard de son domaine de compétence, des conditions requises pour participer au processus de médiation, et du niveau de renseignement de celle-ci.

6.3 Le Service avise dans les meilleurs délais la Partie Requérante de la recevabilité de sa demande.

6.4 En cas de recevabilité, des identifiants de connexion confidentiels ainsi qu'un numéro d'affaire sont attribués à la Partie Requérante. Celle-ci s'engage à les conserver tout au long du processus de médiation.

Article 7. Le complément d'information

7.1 La Partie Requérante avisée de la recevabilité de sa demande doit effectuer un complément d'information en ligne ou par voie postale. À compter de la réception du courriel de confirmation de prise en charge du cas par le Service, le complément s'effectue sur l'espace sécurisé réservé à la Partie Requérante dans un délai de 7 jours. Dans l'hypothèse de non-respect de ce délai, le Service se réserve la possibilité de clôturer l'affaire.

7.2 La Partie Requérante s'engage à donner une information claire et conforme à la réalité et à informer le Service de tout événement intervenu dans le différend depuis sa saisine.

7.3 La Partie Requérante appelée à exprimer ses attentes lors du complément d'information s'engage à ne pas formuler de nouvelle demande au cours du processus de médiation.

7.4 Outre, les informations complémentaires demandées, la Partie Requérante doit obligatoirement renseigner une question secrète figurant dans la rubrique « mon profil » qui lui est dédiée, celle-ci est nécessaire en cas de perte des identifiants de connexion.

Article 8. La prise de contact avec l'Autre Partie

8.1 À la réception du complément d'information, le Service entre en contact avec l'Autre Partie pour lui faire part du différend dont il est saisi et pour lui proposer de participer au processus de médiation. Le présent règlement est alors porté à sa connaissance par courrier électronique ou par courrier postal.

8.2 La réponse de l'Autre Partie fixe la date de commencement du processus de médiation.

8.3 La durée de la médiation ne doit pas, en principe, excéder trois mois à compter de la date de commencement du processus de médiation. Toutefois, le Service peut, avec l'accord des deux parties, proroger la durée du processus de médiation s'il le juge opportun.

8.4 En cas de refus implicite ou explicite de l'Autre Partie ou en cas d'impossibilité de prendre contact avec elle, le Service en avise la Partie Requérante; dès lors, le processus de médiation ne peut pas s'engager et le dossier est clôturé.

Article 9. Déroulement du processus de médiation

9.1 Les parties ayant accepté de participer au processus de médiation s'engagent à respecter les principes de bonne foi, de loyauté, de courtoisie, de politesse et de réactivité nécessaires dans la recherche d'une solution amiable. À défaut, le Service pourra interrompre ou mettre fin au processus de médiation après en avoir informé chacune des parties concernées.

9.2 Le Service n'est ni juge, ni expert; c'est un facilitateur de dialogue entre les parties dont la mission peut aller jusqu'à émettre des propositions concrètes de compromis que les parties sont libres d'accepter ou de refuser.

9.3 Le Service s'engage à mener toute démarche utile, conformément au présent règlement, pour faciliter le dialogue entre les parties dans un esprit d'équité. Il ne peut cependant en aucun cas garantir une issue favorable au processus de médiation. En ce sens, le Service n'est soumis qu'à une obligation de moyens.

9.4 Le Service ne pourra voir sa responsabilité engagée à l'égard d'aucune des parties au différend pour aucun propos, acte ou omission fait par l'une des parties au préjudice de l'autre avant, pendant et après le processus de médiation.

9.5 Le Service garantit son impartialité et son indépendance à l'égard des parties. Il leur fait connaître les circonstances susceptibles de les remettre en cause.

9.6 Sauf accord contraire des parties et du Service, toute personne associée directement ou indirectement au processus de médiation s'engage pendant et après le processus de médiation, à ne pas révéler ou utiliser comme preuve ou d'aucune manière les informations, opinions, suggestions, aveux ou propositions présentés sous quelque forme que ce soit par les parties ou le médiateur au cours du processus de médiation. Ceci ne concerne pas les éléments établis antérieurement au processus de médiation ou qui n'auraient pas été produits au cours dudit processus.

Les Intervenants au processus de médiation autorisent néanmoins le Service à utiliser les éléments recueillis au cours de la médiation notamment dans le cadre de son bilan

d'activité ou dans ses publications statistiques. Dans ces hypothèses, le Service s'engage à respecter l'anonymat demandé par les Intervenants.

Article 10. La désignation d'un médiateur externe

10.1 Avec l'accord des deux parties, le Service peut proposer la désignation d'un médiateur externe, choisi en fonction de ses compétences spécifiques et répondant à un besoin ponctuel du Service.

10.2 Les parties disposent d'un délai de 15 jours ouvrables à compter de la notification de cette proposition pour accepter ou refuser ce médiateur. Chacune des parties ne peut faire valoir un tel refus qu'une seule fois. En cas de refus, un nouveau médiateur est proposé. À défaut d'accord des parties sur le choix du médiateur, le processus de médiation prend fin et le dossier est clôturé.

10.3 Le médiateur externe doit mener le processus de médiation dans le respect du présent règlement de médiation, auquel il a adhéré. Il dispose des mêmes prérogatives et est soumis aux mêmes obligations que celles du Service telles qu'énumérées à l'article 9 des présentes.

10.4 Le médiateur externe s'interdit, en outre, d'exercer avec les parties une autre fonction que celle de médiateur.

Article 11. La fin du processus de médiation

11.1 Le processus de médiation prend fin :

- en cas d'exécution volontaire ou de déclaration de volonté d'exécuter de l'une des parties, vidant le différend de sa substance, ou par la signature d'un accord de règlement amiable entre les parties ;
- par une décision écrite et motivée du médiateur du Service, si celui-ci estime que les règles de la médiation ne sont pas respectées ou lorsqu'il estime qu'il n'est plus en mesure d'assurer la poursuite de sa mission. Tous les Intervenants à l'affaire en sont alors avisés ;
- par une décision non équivoque de retrait du processus de l'une ou l'autre des parties au différend ;
- si une action en justice est engagée dans l'affaire en cause ;
- en l'absence de réponse prolongée de l'une des parties au différend ;
- à l'expiration du délai de médiation si celui-ci n'a pas été prorogé conformément aux stipulations de l'article 8.3 du présent règlement.

11.2 À l'issue du processus de médiation, le Service notifie aux parties, la date de clôture et le résultat du processus de médiation.

11.3 L'accord de règlement amiable intervenu n'a pas de force contraignante. Les deux parties s'engagent néanmoins à le mettre en œuvre dans un délai raisonnable.

Quatrième partie

La coopération internationale

Contribution dans le cadre
de la réunion préparatoire
au Forum sur la gouvernance
de l'internet (FGI), février 2006

Introduction

À l'issue de la réunion à Tunis du Sommet mondial sur la société de l'information du 18 novembre 2005, les États se sont mis d'accord pour demander au Secrétaire général de l'Organisation des Nations unies de «*réunir, selon une approche ouverte et non exclusive, d'ici au deuxième trimestre de 2006, un nouveau forum destiné à établir entre les multiples parties prenantes un dialogue sur les politiques à suivre*».

Cette structure, qui porte le nom de «Forum sur la gouvernance de l'internet» a notamment pour mandat : «*de traiter les questions de politique publique relatives aux principaux éléments de la gouvernance de l'internet en tant que moyens de contribuer à la viabilité, la robustesse, la sécurité, la stabilité et le développement de l'internet, de faciliter le dialogue entre les organes s'occupant de différentes politiques publiques internationales multisectorielles concernant l'internet et de débattre de questions qui ne relèvent pas de la compétence d'un organe déjà existant*» ou «*de maintenir la liaison avec les organisations intergouvernementales et d'autres institutions appropriées sur les questions relevant de leur mandat*».

Le Forum des droits sur l'internet (FDI) se félicite du choix en faveur d'une approche multiacteur sur l'ensemble des questions relatives à la société de l'information. Cette méthode constitue, sans aucun doute, l'axe de développement idéal d'une bonne gouvernance de l'internet, respectueuse des principes fondateurs du réseau mondial (outil ouvert, complexe, international, sans frontière où toutes les parties prenantes jouent un rôle fondamental), de nature à conférer aux solutions dégagées légitimité et efficacité. Cette démarche s'inscrit dans celle que pratique le Forum des droits sur l'internet depuis sa création en 2001 et qui a été promue au plan européen en 2003 à travers la création du Réseau européen de corégulation de l'internet (EICN).

Le réseau EICN a souhaité contribuer à la réflexion internationale sur la gouvernance et a remis en juillet 2005 un rapport sur la gouvernance de l'internet à Viviane Reading¹⁵⁶.

Le questionnaire publié sur le site du FGI appelle, de notre part, plusieurs réponses sous la forme de la présente contribution. Cette contribution se fonde sur l'expérience réussie de plate-forme de travail multiacteur que pratique le Forum des droits sur l'internet depuis maintenant cinq années, l'ensemble de nos travaux ayant été suivis d'effets.

Athènes doit être un processus et non un événement

Il semble nécessaire de rappeler que la réunion d'Athènes ne saurait se limiter à une seule manifestation mais doit s'inscrire dans un processus de travail durable. En effet, les travaux qui vont être opérés par le FGI concernent des sujets complexes pour lesquels il est nécessaire que les acteurs se comprennent, débattent de leurs

156. http://www.internet-coregulation.org/article.php3?id_article=23

positions, éventuellement les modifient afin de tendre, pour la question posée, vers un consensus. C'est à cette condition de temps que le travail multi-acteurs est efficace.

Si l'on veut ainsi que la dynamique de Tunis soit productive, il faut mettre en place un processus dont la réunion d'Athènes d'octobre 2006 ne saurait être qu'un début.

Le champ de compétence du Forum sur la gouvernance de l'internet

Le paragraphe 73 de l'Agenda de Tunis pour la société de l'information estime que le «*Forum sur la gouvernance de l'internet, dans son fonctionnement et sa fonction, aura un caractère multilatéral, multiparties prenantes, démocratique et transparent*».

À ce titre, il pourrait «*s'inspirer des structures existantes de gouvernance de l'internet, l'accent étant mis en particulier sur la complémentarité entre toutes les parties prenantes participant à ce processus (gouvernements, entités du secteur privé, société civile et organisations intergouvernementales); être doté d'une structure légère et décentralisée et faire l'objet d'examens réguliers; se réunir régulièrement, selon les besoins*».

Ces réunions du FGI pourraient être liées aux grandes conférences pertinentes des Nations unies pour profiter notamment de l'appui logistique dont elles disposent.

Si l'Agenda de Tunis pour la société de l'information souhaite confier au FGI une mission générale de «*traiter les questions de politique publique relatives aux principaux éléments de la gouvernance*», celle-ci semble se réduire très fortement puisqu'il n'est compétent que pour «*débattre de questions qui ne relèvent pas de la compétence d'un organe déjà existant*». Or, il n'existe pas – à ce jour – de sujets d'envergure internationale qui ne relèveraient de la compétence d'au moins une organisation intergouvernementale.

Le travail du FGI doit donc fortement s'articuler avec celui des OIG existantes, suivant en cela les recommandations figurant au sein de l'Agenda de Tunis qui prévoit une mission «*de maintenir la liaison avec les organisations intergouvernementales et d'autres institutions appropriées sur les questions relevant de leur mandat*».

Cette mission devrait dépasser la stricte fonction de «*go-between*». Le FGI devrait se positionner comme outil d'aide et d'assistance aux organisations intergouvernementales ou au «*High Level Group*» dans leur prise de décision. Il permettrait ainsi d'apporter à ces institutions tout le bénéfice, en termes de légitimité et d'efficacité, du travail multiacteur qu'il serait susceptible de produire.

Si les travaux du FGI le permettent, il pourrait notamment communiquer à l'OIG compétente un rapport ou des recommandations sur les mesures devant être actées au plan international afin de lutter ou encadrer tel ou tel phénomène. Une telle démarche pourrait permettre de rendre plus acceptable, par les citoyens voire certains États, la norme qui en découlerait.

Relevons que les OIG plaident de plus en plus pour une approche multiconcertée permettant, à tout le moins, de prendre connaissance de la diversité des positions pouvant être exprimées par les parties prenantes (acteurs économiques, société civile).

Il semble donc nécessaire d'inscrire dès le départ, l'objectif de complémentarité avec les OIG comme principe fondateur du FGI.

Par ailleurs, et dans l'hypothèse où un sujet ne relèverait de la compétence d'aucune organisation, il semble intéressant que les travaux du FGI puissent constituer un travail préparatoire à l'adoption d'un texte international contraignant (convention internationale, etc.).

Les méthodes de travail devant être retenues

Dès lors que la réunion d'Athènes doit être le point de départ d'un processus, les travaux menés dans le cadre du FGI doivent être organisés autour de réunions physiques et de réunions virtuelles permettant d'associer durablement l'ensemble des acteurs, notamment, en recueillant leurs avis, opinions et commentaires sur des projets de texte.

Ces réunions doivent rassembler l'ensemble des parties prenantes, constituées sous la forme d'une entité juridique (entreprise, association) pouvant efficacement intervenir dans le débat. Comme point de départ, le FGI pourrait permettre à toute structure habilitée auprès de l'ECOSOC et du WSIS de participer au FGI. Lors de la première réunion du FGI, des règles d'accréditation devraient être fixées, s'appuyant sur celles existantes dans d'autres organisations internationales, afin d'assurer une pleine participation de l'ensemble des parties prenantes. L'ensemble des membres devrait être réparti en deux collèges, celui des acteurs économiques et celui de la société civile.

Ce travail multiacteur devrait, lui-même, être alimenté par un processus identique situé au plan régional permettant de débattre de ces sujets et ainsi verser aux travaux de niveau international tout le bénéfice du consensus.

Ensuite, le FGI doit prendre soin de limiter au maximum toute discussion générale sur les grandes questions de l'internet. Il se doit d'organiser ses travaux selon des thématiques, qui seraient identifiées lors de sa première réunion.

Une fois fixés, ces thèmes seraient ensuite travaillés par des groupes dont la coordination serait assurée par un pays ou une organisation qui serait désigné à cet effet. Ce coordinateur serait en charge de l'organisation des réunions physiques, de l'élaboration des comptes rendus et du projet de rapport qui serait, ensuite, débattu en séance plénière.

Compte tenu du caractère novateur du mode de gouvernance ainsi mis en œuvre, il semble également primordial d'instaurer une période transitoire durant laquelle l'ensemble des règles établies pourrait être appliqué, mais également discuté et éventuellement modifié.

Cette période transitoire permettrait d'expérimenter les deux modes envisageables de constitution des groupes de travail : constitution sous la forme d'une désignation de représentants des deux collèges au sein du groupe ou constitution sous la forme d'un groupe de travail ouvert.

Enfin, afin d'assurer la coordination de ces travaux, un secrétariat physique du FGI devrait être mis en place. Il aurait notamment pour fonction d'assurer, de manière technique, la gestion des outils interactifs offerts aux participants. Il serait également en charge de recevoir et d'examiner les demandes d'accréditation des organismes et de les valider. À ce secrétariat administratif serait associé un second secrétariat multiacteur en charge du suivi des discussions.

De manière générale, la première année d'existence du FGI devrait être l'occasion de tester de nouvelles méthodes de travail, qu'elles soient complémentaires ou non, afin de tirer un premier bilan. Ce bilan offrirait ensuite un terrain favorable à l'adoption des règles qui présideraient à la constitution et au fonctionnement des futurs groupes de travail du FGI.

Les attentes sur la première réunion d'Athènes

La première réunion du FGI à Athènes en octobre 2006 devrait, tout d'abord, avoir pour objectif d'entériner la vision et les premières méthodes de travail qui seraient retenues.

Ensuite, cette réunion devrait également servir à déterminer les premiers thèmes des travaux du FGI. À cette fin, des tables rondes pourraient être organisées permettant d'évoquer les positions et les sensibilités de chaque acteur sur les thèmes envisagés.

Pour notre part, deux thèmes primordiaux devraient être retenus :

- la protection de l'enfance ;
- la cybercriminalité.

Ces deux thèmes, profondément communs à tous les États et les acteurs de l'internet, pourraient utilement servir à fixer les méthodologies devant être mises en œuvre par le FGI.

À ce titre, l'EICN au travers du Forum des droits sur l'internet, structure en charge de son animation et accréditée dans le cadre du WSIS, pourrait aider à l'animation d'un groupe de travail sur la protection de l'enfance dans l'espace numérique – sujet déjà traité par l'EICN au plan communautaire et servant de base aux travaux actuels de l'Union européenne.

Enfin, la réunion d'Athènes devrait également avoir pour objectif de mettre en place le secrétariat du FGI et de permettre l'adoption des règles relatives à la désignation des représentants des acteurs économiques et de la société civile en son sein.

Conclusion

En conclusion, et conformément au point 80 de l'Agenda de Tunis pour la société de l'information, nous pensons nécessaire d'encourager le développement de processus multiacteur tant au plan international, qu'au plan national et régional. Le FGI constitue une première étape qui devrait inspirer les États à mettre en œuvre des structures multiacteur d'aide à la décision.

Depuis décembre 2003, le Réseau européen de corégulation de l'internet, sur la base de l'expérience réussie du Forum des droits sur l'internet, s'est donné pour mission de promouvoir de tels mécanismes ouverts à toutes les parties prenantes et a recommandé, à plusieurs reprises, la constitution au plan européen d'un organisme multiacteur destiné à associer tous les acteurs de l'internet à l'élaboration de la politique communautaire en la matière.

Cinquième partie

Les perspectives 2007

L'arrivée du dégroupage total, de la télévision sur internet, rendus possibles par la généralisation de l'accès à l'ADSL, mais aussi le Web2.0 avec son organisation autour de communautés, confèrent un nouveau visage à l'internet et lui donnent une nouvelle dimension.

Expert du « Réseau des réseaux », le Forum de droits sur l'internet poursuivra sa veille active et attentive en 2007 de tous les sujets du monde numérique et mettra en œuvre la concertation multiacteur sur les enjeux les plus délicats.

Le volet pédagogique de son activité se renforcera compte tenu des grands besoins qui se font sentir dans le public en la matière.

Le Forum prendra également une nouvelle dimension à travers ses responsabilités en matière de déontologie des services en ligne. Sur le plan international et européen, il lui faudra enfin relancer la dynamique du réseau EICN.

La concertation

De nouveaux groupes de travail verront le jour en 2007.

• Vente de médicaments sur internet

La vente de médicaments en ligne se développe. Le groupe de travail analysera les problématiques liées à l'accessibilité sur le territoire français des officines étrangères, l'offre de produits pharmaceutiques interdits en France, la vente de produits contrefaits et la création d'officines électroniques en France. Les réflexions seront menées en coopération avec la Haute Autorité de santé et l'AFSSAPS (Agence française de sécurité sanitaire des produits de santé).

• La protection de l'enfance

Poursuivant les travaux précédents du Forum (cf. « Les enfants du Net I et II »), ce groupe de travail s'intéressera aux modalités pratiques de respect de l'article L. 227-24 du Code pénal par les sites adultes. Il veillera à la constitution d'un référentiel de qualité des listes blanches/noires présentes dans les dispositifs de contrôle parental.

• Le vote électronique

Compte tenu des expérimentations lancées en France depuis quelques années, le groupe de travail s'attachera à dresser un bilan général du vote électronique en France, avant et après les élections législatives et présidentielles. Il s'intéressa à son usage au sein des entreprises et des partis. À partir de ces constats, il travaillera sur les évolutions souhaitées par les différentes parties prenantes.

D'autres groupes de travail pourront être créés, en fonction de l'actualité, de la saisine des pouvoirs publics ou des demandes des membres.

Par ailleurs, les groupes de travail créés en 2006 (commerce électronique, accès public à l'internet, jeux vidéo en ligne) remettront leurs Recommandations courant 2007.

L'information et la sensibilisation

• Les sites

D'année en année, les sites du Forum des droits sur l'internet connaissent une plus grande affluence. En 2007, une architecture nouvelle de ceux-ci sera mise en place afin, d'une part, de mieux correspondre au positionnement institutionnel du FDI et, d'autre part, d'offrir une information plus lisible et plus accessible à l'internaute ainsi que des outils interactifs performants (forums d'expression publique par exemple).

• Les guides pratiques

Trois nouveaux guides pratiques sont attendus cette année :

- un guide de sensibilisation au bon usage de l'internet destiné aux adolescents qui fera l'objet d'un partenariat avec un support éditorial afin de garantir une large diffusion ;
- un guide destiné aux utilisateurs du contrôle parental, mis en ligne sur le site du Forum ;
- un guide d'information des cyberconsommateurs sur les achats en ligne, élaboré fin 2007, pour la quatrième année consécutive.

En outre, un guide sur l'utilisation d'internet au travail à destination des salariés et des entreprises est envisagé, sur la base de l'actualisation du dossier « Relations du travail et internet » qui interviendra au cours du premier semestre.

• Programme d'événements

En 2006, le Forum continuera de développer des événements, notamment à destination de ses membres. De nouvelles manifestations publiques verront le jour dans une optique de sensibilisation aux enjeux sociétaux de l'internet.

La médiation

Le succès rencontré par le service de médiation du Forum (plus de 10 000 demandes en deux ans) conduit celui-ci à réinvestir dans l'usage de sa plate-forme logicielle en améliorant encore ses fonctionnalités.

De plus, les contacts pris au niveau international montrent que les besoins de médiation se font sentir dans les autres pays européens.

La coopération internationale

Le réseau EICN doit être redéfini pour cette nouvelle année : l'objectif est de mettre en place au niveau européen une véritable infrastructure de concertation multiacteur. Sept pays aujourd'hui participent au réseau. La mission pour 2007 sera d'accroître le nombre de ses membres ; de définir des thèmes de travail qui alimenteront utilement les institutions européennes mais aussi les gouvernements locaux ; de mobiliser, enfin, les autorités communautaires sur l'enjeu de la concertation multiacteur.

Cette coopération européenne renforcée permettra aux acteurs européens de mieux participer à la réflexion et aux processus sur la gouvernance de l'internet, et notamment l'IGF (Internet Governance Forum).

Les chartes et labels

Lors du comité interministériel du 11 juillet 2006 sur la société de l'information, il a été décidé de confier au Forum des droits sur l'internet la responsabilité administrative et logistique du label citoyen. Par ailleurs, le gouvernement a souhaité que le Forum réfléchisse à un rapprochement avec les instances de gestion de la déontologie de la télématique (Conseil supérieur de la télématique/Conseil de la télématique anonyme). Enfin, les professionnels eux-mêmes sont demandeurs d'instances de gestion d'outils déontologiques ; à court terme, la classification des contenus multimédias mobiles.

Compte tenu de l'ensemble de ces éléments, un projet d'architecture globale pour la déontologie des services en ligne est en élaboration au sein des pouvoirs publics. Le Forum a proposé que cette architecture soit composée d'une instance ouverte de concertation sur la normativité déontologique et d'une instance administrative, de validation et de contrôle.

Table des matières

Préface	5
Le Forum et la démocratie participative	7
Le Forum des droits sur l'internet en 2006	9
Le fonctionnement du Forum en 2006	9
<i>Une équipe pluridisciplinaire</i>	9
<i>Un budget stable</i>	9
<i>La modification des statuts</i>	9
<i>Le renouvellement au sein des organes dirigeants</i>	10
La concertation entre les acteurs publics et privés sur les enjeux juridiques de l'internet	10
Les actions d'information et de sensibilisation	12
<i>Le site foruminternet.org</i>	12
<i>Le site DroitDuNet.fr</i>	12
<i>La publication de rapports et de dossiers</i>	12
<i>La publication de guides pratiques</i>	13
<i>Les événements</i>	13
La médiation	13
<i>Quelques chiffres...</i>	13
<i>La notification du service</i>	14
<i>L'élargissement de son champ de compétence</i>	14
<i>L'observation des pratiques en ligne</i>	14
La coopération internationale	14
<i>Les travaux en cours à l'EICN</i>	14
<i>Fonctionnement du réseau EICN</i>	15
Annexes	16
<i>La composition du Conseil d'orientation</i>	16
<i>La composition du Conseil de surveillance</i>	16
<i>L'équipe du Forum des droits sur l'internet</i>	17
<i>Les adhérents du Forum des droits sur l'internet (novembre 2006)</i>	18
<i>Le barème des cotisations 2006</i>	20

Les enjeux de droit et de société en 2006	21
Propriété intellectuelle	21
<i>La loi du 1^{er} août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information</i>	21
Protection de l'enfance	28
<i>Un droit en mouvement</i>	28
<i>Un intérêt grandissant pour les nouveaux usages</i>	35
<i>Les initiatives intéressantes en 2006</i>	38
<i>Et à l'international... ?</i>	39
Commerce électronique	40
<i>La révision à venir de la directive sur la vente à distance</i>	41
<i>Les produits et services réglementés – Difficile conciliation des principes communautaires avec la protection des internautes</i>	42
<i>Le projet de loi en faveur des consommateurs</i>	48
Responsabilité des acteurs	52
<i>La responsabilité au travers du phénomène des blogs</i>	52
<i>La responsabilité des intermédiaires techniques</i>	53
<i>La conservation des données de connexion</i>	54
Droit du travail	56
<i>L'interdiction des enchères électroniques inversées</i>	57
<i>Le parachèvement de la jurisprudence Nikon</i>	58
<i>Le télétravail sous les feux de l'actualité</i>	59
Administration électronique et démocratie	61
<i>Le développement des téléservices</i>	61
<i>Quid de l'international ?</i>	63
<i>Le vote électronique</i>	63
Première partie	
LA CONCERTATION	
LES RECOMMANDATIONS DU FORUM DES DROITS SUR L'INTERNET PUBLIÉES EN 2006	65
Création d'une marque de confiance des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne	67
Introduction : reconnaître et encourager les contributions des acteurs de l'internet au développement de la civilité sur le Réseau	67

<i>Champ des recommandations</i>	67
<i>Contexte et périmètre de la mission du Forum des droits sur l'internet</i>	68
PRÉSENTATION DE LA CHARTE D'ENGAGEMENT	72
Introduction : proposer aux prestataires d'adhérer à une charte d'engagement et impulser une dynamique vertueuse	72
<i>Réguler par les chartes ?</i>	73
<i>Une diversité d'acteurs et de métiers</i>	74
<i>Cinq domaines de contribution</i>	75
<i>Présentation des principaux éléments de la charte</i>	76
Proposition de dispositif opérationnel	81
<i>Introduction : de la nécessité d'adosser le projet de charte d'engagement à un modèle de dispositif opérationnel</i>	81
<i>Charte, certificat, « label », marque de confiance</i>	82
<i>Le choix d'un dispositif « allégé » de marque de confiance</i>	84
<i>« Citoyen » ou « famille » : quelle dénomination pour la marque de confiance ?</i>	86
<i>L'importance déterminante de l'accompagnement marketing de la marque de confiance</i>	87
<i>Une instance chargée de la gestion du dispositif</i>	89
Conclusion	92
Annexe 1	
Charte d'engagement	94
Annexe 2	
Lettre de mission de Dominique de Villepin, ministre de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales	104
Annexe 3	
Lettre de mission de Philippe Bas, ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille	105
Annexe 4	
Extrait du rapport de Thierry Breton : Chantier sur la lutte contre la cybercriminalité	106
Annexe 5	
Extrait du dossier de presse Conférence de la famille	108
Annexe 6	
Contrôle parental sur internet : relevé de conclusions FAI – Ministère délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille	109

Annexe 7	
Charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile	111
Annexe 8	
Présentation du dispositif « Signal-spam »	119
Annexe 9	
Composition du groupe de travail	122
Annexe 10	
Auditions entreprises par le groupe de travail	124
Les publiciels et espionciels	125
Introduction	125
Définition et caractéristiques du publiciel	125
<i>Publiciels</i>	126
<i>Espionciels</i>	126
<i>Conclusion</i>	126
Respecter l'utilisateur : la protection des données à caractère personnel et des systèmes informatiques	127
<i>La protection des données personnelles</i>	127
<i>La sécurité des systèmes informatiques</i>	129
<i>Conclusion</i>	130
Respecter les supports visités par l'internaute (sites, portails...) : prévenir les actes de concurrence déloyale et responsabilité	131
Recommandations	132
<i>À l'attention des éditeurs de publiciels</i>	132
<i>À l'attention des annonceurs et de leurs représentants</i>	134
<i>À l'attention des utilisateurs</i>	134
<i>À l'attention des pouvoirs publics</i>	135
Annexe 1	
Composition du groupe de travail	136
Annexe 2	
Fiche pratique « Maîtriser les espionciels »	137
Annexe 3	
Tableau de synthèse des obligations du responsable du traitement d'informations par un publiciel au regard de la loi du 6 janvier 1978 modifiée	139

Classification des contenus multimédias mobiles	141
Introduction	141
Évaluation et classification des contenus multimédias	144
<i>Définition et objectifs de la grille d'évaluation des contenus multimédias</i>	144
<i>Niveaux de classification des offres de contenus</i>	145
<i>Modulation de l'évaluation des services examinés</i>	147
Pratiques applicables aux espaces publics des services interactifs	149
Contrôle d'accès et affichage d'une signalétique	150
<i>Autoclassification et affichage d'une signalétique par les acteurs des contenus et services interactifs</i>	151
<i>Mise en œuvre d'un contrôle d'accès par les opérateurs de téléphonie mobile</i>	152
<i>Période transitoire</i>	153
Mise en œuvre de la classification	153
<i>Principes devant entourer la gestion du schéma de classification des contenus multimédias mobiles</i>	154
<i>Missions de l'instance de gestion</i>	154
<i>Missions de l'instance de conciliation</i>	154
<i>Nature et composition des instances</i>	154
Annexe 1	
Grille d'évaluation	155
Annexe 2	
Message d'avertissement dans l'univers multimédia mobile	159
Annexe 3	
Charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile	160
Annexe 4	
Composition du groupe de travail	168
Internet et communication électorale	171
Introduction	171
Première partie	
LA PROPAGANDE SUR INTERNET	173
La communication politique diffusée	174
	247

<i>L'utilisation de services de communication au public en ligne : les sites internet</i>	174
<i>L'utilisation des services audiovisuels par les candidats</i>	191
La communication politique interactive	194
<i>La diffusion interactive</i>	195
<i>Les forums de discussion et chats</i>	196
<i>L'utilisation de l'e-mailing à des fins de prospection</i>	197
Deuxième partie	
WEB CAMPAGNE ET FINANCEMENTS POLITIQUES	198
La collecte de financements	198
<i>Les dons et contributions pécuniaires</i>	198
<i>Les recettes commerciales</i>	199
<i>Les avantages directs et indirects au bénéfice du candidat</i>	200
L'affectation du financement au site de campagne	202
<i>Rien que les dépenses liées au site</i>	203
<i>Toutes les dépenses liées au site : le cas des travaux réalisés à titre bénévole</i>	204
Troisième partie	
ACCOMPAGNER L'ACTION MILITANTE	207
« Cybermilitantisme » et financement politique	207
« Cybermilitantisme » et responsabilité des protagonistes	208
<i>Les réseaux de soutien</i>	208
<i>L'utilisation des noms de domaine par les militants</i>	211
Conclusion	212
Annexe 1	
Composition du groupe de travail	213
Annexe 2	
Liste des personnes auditionnées	214
Deuxième partie	
L'INFORMATION ET LA SENSIBILISATION	215
Troisième partie	
LA MÉDIATION	217
La reconnaissance du service par les pouvoirs publics	219

La poursuite du développement du service	220
<i>Un nouveau champ de compétence : le PARL du .fr</i>	220
<i>L'amélioration des processus de fonctionnement</i>	221
Un observatoire privilégié des échanges en ligne	222
<i>Les échanges commerciaux entre particuliers et entreprises</i>	222
<i>Le courtage en ligne</i>	223
<i>Les nouveaux problèmes</i>	223
<i>Les fraudes</i>	224
Bilan quantitatif du service en 2006	225
<i>Les chiffres clés de la médiation (janvier 2006-décembre 2006)</i>	225
Règlement de médiation	226
Quatrième partie	
LA COOPÉRATION INTERNATIONALE	231
CONTRIBUTION DANS LE CADRE DE LA RÉUNION PRÉPARATOIRE AU FORUM SUR LA GOUVERNANCE DE L'INTERNET (FGI), FÉVRIER 2006	231
Introduction	233
Athènes doit être un processus et non un événement	233
Le champ de compétence du Forum sur la gouvernance de l'internet	234
Les méthodes de travail devant être retenues	235
Les attentes sur la première réunion d'Athènes	236
Conclusion	236
Cinquième partie	
LES PERSPECTIVES 2007	237
La concertation	239
L'information et la sensibilisation	240
La médiation	240
La coopération internationale	240
Les chartes et labels	241