



déontologie

Code de déontologie
sur les bases de données
comportementales



Code de déontologie sur les bases de données comportementales

Préambule

Les bases de données comportementales constituées principalement à partir de questionnaires diffusés dans le grand public afin de recueillir des informations sur la consommation et les comportements d'achat des ménages constituent un phénomène encore récent dans la plupart des pays européens et aussi désormais dans le paysage français.

Compte tenu de ce développement, les professionnels français du secteur, soucieux de préserver la qualité, l'image et donc la pérennité de cette nouvelle forme de communication, ont décidé la mise en place et le respect de règles déontologiques complémentaires et d'engagements spécifiques.

Principes de base

Outre les mesures détaillées ci après, les opérateurs concernés s'engagent, dans l'esprit et la lettre, à :

- ▶ respecter strictement la réglementation française et communautaire en matière de protection des données à caractère personnel,
- ▶ suivre la délibération CNIL 97-012 du 18 février 1997 portant recommandation relative aux bases de données comportementales sur les habitudes de consommation des ménages, constituées à des fins de marketing direct.
- ▶ respecter le Code de Déontologie des Professionnels du Marketing Direct vis à vis de la protection des données à caractère personnel.

Chapitre 1

La collecte loyale

Environnement juridique

Article 25 de la Loi du 6 janvier 1978 :

"La collecte de données opérée par tout moyen frauduleux, déloyal ou illicite est interdite".

Article 26 de la Loi du 6 janvier 1978 :

"Toute personne physique a le droit de s'opposer, pour des raisons légitimes, à ce que des informations nominatives la concernant fassent l'objet d'un traitement..."

Article 27 de la Loi du 6 janvier 1978 :

"Les personnes auprès desquelles sont recueillies des informations nominatives doivent être informées :

- ▶ *du caractère obligatoire ou facultatif des réponses,*
- ▶ *des conséquences à leur égard d'un défaut de réponse,*
- ▶ *des personnes physiques ou morales destinataires des informations,*
- ▶ *de l'existence d'un droit d'accès et de rectification.*

Lorsque de telles informations sont recueillies par voie de questionnaires, ceux-ci doivent porter mention de ces prescriptions..."

Article 1

Les professionnels s'engagent à ne pas induire le public en erreur en créant la confusion avec des documents issus d'organismes officiels, tels l'INSEE ou d'organismes ayant d'autres finalités, tels que les associations de défense du consommateur.

Article 2

Les professionnels s'engagent à clairement indiquer les finalités liées aux traitements des données collectées ainsi que le droit des personnes concernées de s'opposer à la mise à disposition des données à des tiers.

Chapitre 2

Les modalités pratiques d'information

Environnement juridique

Recommandation 97 012 de la CNIL datant du 18 février 1997 :

La CNIL recommande :

"Que les mentions d'information des personnes prévues par l'article 27 de la loi du 6 janvier 1978 et tout particulièrement l'indication que des sociétés extérieures pourront être destinataires des informations les concernant, sauf opposition de leur part, soient portées de manière claire et lisible sur les questionnaires ;

Que les consommateurs puissent exprimer aisément, sans avoir à accomplir de démarche supplémentaire leur opposition à ce que des sociétés commerciales, autres que l'organisme qui procède au recueil des données, soient destinataires des informations nominatives les concernant ;

Que les personnes intéressées soient informées, en tête du questionnaire, qu'elles peuvent répondre aux questions tout en s'opposant, notamment par l'apposition d'une case à cocher, à la cession de leurs données à des tiers et des conséquences à leur égard d'un refus de cession".

Article 3 :

Les professionnels s'engagent à porter de façon claire et lisible sur la 1ère page des questionnaires et, le cas échéant, sur les documents l'accompagnant, les mentions d'information légales et réglementaires d'information sur l'identité de leurs entreprises et la finalité du traitement.

Article 4

Les entreprises s'engagent à indiquer sur la 1ère page des questionnaires les points suivants :

- ▶ le nom de la société et l'adresse de la société
- ▶ la finalité du traitement
- ▶ les conséquences d'un défaut de réponse
- ▶ les avantages éventuellement accordés au répondant
- ▶ le droit d'opposition à la mise à disposition auprès de tiers par une case à cocher
- ▶ des informations sur le droit d'accès et de rectification.

Par ailleurs, les entreprises veilleront à stipuler, dans la lettre d'accompagnement du questionnaire, que les réponses ne peuvent être données pour le compte d'une autre personne au foyer qu'avec l'accord préalable du tiers concerné.

Article 5

Les professionnels s'engagent à informer clairement le public, également sur la 1ère page des questionnaires et, éventuellement sur leurs documents d'accompagnement, des conditions dans lesquelles celui-ci pourra bénéficier d'offres diverses : cadeaux, coupons de réduction,

échantillons gratuits ...

Article 6

Les informations prévues aux articles 4 et 5 seront imprimées dans une police de caractère non inférieure à la taille 6, quel que soit le caractère utilisé pour les questions et les réponses.

Article 7

Les dispositions des articles 2 à 6 s'appliquent également aux questionnaires distribués éventuellement en partenariat avec des tiers.

Chapitre 3

Droit d'opposition sur les données collectées

Article 8

Les professionnels s'engagent à ne transmettre en aucun cas à leurs partenaires commerciaux des données nominatives concernant les personnes inscrites sur la Liste Robinson/Stop Publicité de l'UFMD (Union Française du Marketing Direct) qui regroupe les personnes ayant manifesté le souhait de ne pas recevoir des propositions commerciales.

Article 9

Toute demande d'une personne visant à sa radiation de la base de données ou à l'exercice de son droit d'opposition sera traitée dans un délai maximum de 30 jours suivant la réception de sa demande.

Article 10

Les demandes d'opposition collectées par les partenaires commerciaux des professionnels seront traitées dans un délai maximum de 30 jours suivant la réception des demandes desdits partenaires. Chapitre 4

Le traitement et l'utilisation des données collectées

Article 11

Les entreprises s'assureront que des mesures appropriées ont été mises en place pour :

- ▶ sensibiliser le personnel ayant accès aux données sur l'impérieuse nécessité d'un traitement confidentiel,
- ▶ assurer la sécurité des locaux où les traitements sont réalisés,
- ▶ assurer la sécurité de la transmission des données.

Article 12

Les professionnels désigneront un responsable des questions « protection des données » dans leur entreprise.

Article 13

Les professionnels veilleront à mettre à jour leurs bases de données des dernières informations nominatives concernant les personnes faisant partie de la base de données, dans le trimestre de la réception de ces nouvelles informations.

Article 14

Les professionnels s'engagent à informer leurs partenaires commerciaux de leurs obligations au regard de la Loi Informatique et Libertés.

Article 15

Les professionnels s'interdisent de collecter des données sensibles.

Ils s'engagent aussi à ne pas effectuer de traitements de nature à reconstituer de manière indirecte des données sensibles notamment celles relatives aux opinions politiques, à une appartenance raciale, religieuse ou syndicale, aux mœurs et aux données relevant du secret médical.



Par ailleurs, ils veilleront à ne pas effectuer de traitements dont le résultat pourrait déduire des données sensibles.

Ils ne pourront déroger à ces principes qu'avec l'accord écrit des personnes concernées ou dans les cas prévus par la Loi.

Article 16

Les professionnels veilleront à ce que l'utilisation des données mises à la disposition de tiers nationaux ou étrangers soit conforme à la réglementation française et aux usages professionnels.

Article 17

Les professionnels veilleront à refuser la mise à disposition de données à certains partenaires commerciaux dont les offres leur semblent non conformes à la déontologie du Code Professionnel de la Fédération des Entreprises de Vente A Distance, ou de nature à nuire à l'image de leur entreprise, du marketing direct ou de la vente à distance en général.

Article 18

Les professionnels veilleront à faire figurer dans leurs conditions générales de vente, une référence au présent Code et notamment aux conditions d'utilisation des données nominatives transmises à leurs partenaires commerciaux.

Chapitre 5

Flux transfrontaliers des données

Article 19 :

Si les entreprises concernées étaient amenées à faire saisir les données recueillies dans ces questionnaires ou à transmettre des données à des partenaires commerciaux dans un pays non membre de l'Union Européenne elles veilleront à faire signer par le prestataire étranger concerné un contrat spécifique stipulant qu'ils s'engagent à respecter les dispositions du présent code pour assurer la confidentialité des opérations.

Article 20 :

Si les données étaient saisies à l'étranger et retransmises en France par la voie d'Internet, les entreprises procéderont à une déclaration spécifique auprès de la CNIL.

Chapitre 6

Champs d'application et sanctions

Article 21

Le présent Code s'applique aux adhérents concernés de la Fédération des Entreprises de Vente à Distance pour toutes les données collectées en France, qu'elles soient utilisées sur le territoire national ou collectées pour des opérateurs étrangers .

Article 22

Les sociétés concernées seront soumises aux sanctions applicables par le Comité de Surveillance de la FEVAD prévues dans le Code Professionnel.

Toute personne physique ou morale peut demander la saisine de ce Comité, pour tout problème d'application du présent code en s'adressant à la Fédération des Entreprises de Vente à Distance.

Code adopté à l'Assemblée Générale de la FEVAD, le 3 juin 1999.