

Délibération n° 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

Lien Légifrance : <https://www.legifrance.gouv.fr/cnil/id/CNILTEXT000017653869>

La Commission nationale de l'informatique et des libertés.

Vu la Convention du 28 janvier 1981 du Conseil de l'Europe pour la protection des personnes à l'égard du traitement automatisé des données à caractère personnel ;

Vu la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés ;

Vu le décret n° 78-774 du 17 juillet 1978 modifié pris pour l'application des chapitres Ier à IV et VII de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés ;

Après avoir entendu Monsieur Jacques RIBS, Commissaire, en son rapport, et Madame Charlotte-Marie PITRAT, Commissaire du Gouvernement, en ses observations ;

Considérant que la Commission a été saisie de la constitution de bases de données nominatives relatives aux habitudes de consommation des ménages, créées par des sociétés de marketing direct à des fins de prospection commerciale ;

Considérant que ces bases de données reposent sur la diffusion massive de questionnaires comportant des dizaines de questions (parfois plus de 150 par questionnaire), distribués anonymement à des millions d'exemplaires, par insertion dans des magazines ou par distribution dans les boîtes aux lettres ou sur des points de vente (commerces, supermarchés, etc.) ;

Considérant que ces questionnaires sont le plus souvent présentés par les organismes qui les diffusent comme des enquêtes sur la consommation, des études sur la qualité des produits, voire des sondages ;

Considérant que pour inciter les consommateurs à répondre à ces questionnaires, il leur est proposé, en contrepartie de leur "participation", des cadeaux, des bons d'achats ou des chèques de réduction à valoir sur des achats futurs ;

Considérant que si la dimension de ces questionnaires est anonyme et les réponses facultatives, leur objet même vise à recueillir le plus grand nombre possible de coordonnées de consommateurs (nom et adresse) et le plus de renseignements possibles sur les personnes qui y répondent ;

Considérant en effet que les bases de données constituées à partir des réponses reçues des consommateurs qui ont rempli les questionnaires ont notamment pour finalité de constituer des profils de consommateurs et de commercialiser les informations nominatives recueillies en les cédant ou en les mettant à la disposition d'annonceurs souhaitant les démarcher ;

Considérant que l'article 5 de la Convention du 28 janvier 1981 du Conseil de l'Europe et l'article 25 de la loi du 6 janvier 1978 font obligation aux responsables de fichiers de collecter les données nominatives de manière loyale ;

Considérant que l'article 27 de la loi du 6 janvier 1978 fait obligation aux responsables de traitements de mentionner sur tout questionnaire de collecte de données, non seulement le caractère obligatoire et facultatif des réponses et le lieu où s'exerce le droit d'accès mais aussi les catégories de destinataires des données ;

Considérant que l'article 2-2 du code de déontologie des professionnels du marketing direct publié le 8 décembre 1993 par l'Union Française de Marketing Direct préconise que soit clairement indiqué aux personnes qu'elles peuvent s'opposer à ce que leurs nom et adresse soient cédés ou mis à la disposition d'autres sociétés et ce, préalablement à la première cession ;

Considérant que s'agissant de questionnaires comportant plusieurs dizaines de questions relatives au comportement privé des intéressés et diffusés à des millions d'exemplaires, la Commission doit veiller tout particulièrement à ce que les données soient obtenues et traitées loyalement, que l'adhésion des personnes à l'opération soit sincère et éclairée et que les droits des personnes à l'égard du traitement des données puissent s'exercer aisément ;

Recommande :

Que la présentation des questionnaires diffusés soit dépourvue de toute ambiguïté sur la finalité de la collecte des informations et, en particulier, que l'emploi de tout terme ou appellation de nature à créer une confusion dans l'esprit du public, telle l'appellation "Institut" ou le terme "sondage", pouvant laisser croire inexactement à une finalité statistique voire officielle ou ayant pour objet de dissimuler la réalité commerciale de l'opération, soit évité ;

Que la présentation des questionnaires ne comporte aucune ambiguïté sur la finalité des bases de données qui sont constituées à partir des réponses fournies par les consommateurs, de sorte que ces derniers aient clairement conscience que leurs réponses sont appelées à alimenter des fichiers de prospection commerciale ;

Que les questionnaires soient présentés de telle manière que les personnes concernées, lorsqu'elles sont incitées à y répondre en contrepartie d'offres diverses (cadeaux, bons d'achats ou coupons de réduction) soient clairement informées des conditions dans lesquelles elles pourront bénéficier de ces offres ; que tel doit être tout particulièrement le cas lorsque ces offres sont réservées aux seules personnes ne s'étant pas opposées à la cession de leurs données à des sociétés extérieures ;

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 de 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 à un refus de cession.

Le Président

Jacques FAUVET