

Le commerce de vos données personnelles

Nos données personnelles, ce sont toutes les informations qui permettent de nous identifier de manière directe (nom, prénom) ou indirecte (adresse postale et email, téléphone, habitudes d'achat, etc.).

Nous communiquons ces données aux professionnels auprès desquels nous réalisons les multiples actes de la vie courante comme nos achats. Elles leur sont nécessaires pour gérer notre commande mais, elles seront souvent monnayées entre professionnels en toute opacité, si on n'y prend pas garde.

1) La valeur de vos données personnelles

Combien vaut votre âge, votre adresse, votre profession ou votre lieu d'habitation ? Il serait tentant de répondre « pas grand-chose ».

Et vous auriez raison si l'on s'en tenait à vos seules informations personnelles mais mises bout à bout avec celles de centaines de millions d'autres personnes, le résultat est tout autre.

Il existe un marché des informations personnelles qui a été évalué en Union européenne à 315 milliards d'euro pour 2011 et pourrait franchir le cap des **1 000 milliards d'euros d'ici 2020**. (source Boston Consulting Group).

Si la prospection à l'aveugle coûte chère à une entreprise pour de faibles résultats, le marketing direct est à l'inverse une technique beaucoup plus productive.

Un professionnel a donc tout intérêt à acheter une base de clients présélectionnés, susceptibles d'être intéressés par ce qu'il vend. Il est simple de trouver sur internet des illustrations sur l'importance de ce marché.

→ [Pack 130 000 Emails Propriétaires de maisons individuelles - France](#)

Informations sur la base : Nom + prénom + code postal+ sexe + Région + Adresse + Email .



215 € TTC

→ [Promotion :](#)

+ 700 000 offerts **email de particuliers - France** .

L'effet immédiat pour le consommateur présent dans la base vendue (et qui lui ne gagnera rien) sera davantage de sollicitations commerciales de la part de professionnels qu'il ne connaît pas.

A l'heure où la prospection commerciale est de plus en plus importante et agressive, le droit de s'opposer à la cession de nos données à des fins commerciales mérite toute notre attention.

2) Un droit de s'opposer pas toujours simple

Pouvoir s'opposer à la cession de ses données à des tiers dans un but de démarchage commercial est essentiel pour un consommateur soucieux de protéger sa tranquillité. Si la loi prévoit cette possibilité, elle opère une distinction complexe et propice aux interprétations des professionnels destinées à freiner l'exercice de ce droit d'opposition.

a) La prospection commerciale par courriel et sms n'est autorisée qu'après avoir recueilli l'accord exprès de son titulaire (opt-in).

Un professionnel qui collecte votre adresse électronique, doit donc vous demander clairement l'autorisation de la céder à un tiers dans un but commercial.

La CNIL recommande l'utilisation d'une case à cocher pour garantir un consentement exprès et non équivoque. Mais beaucoup de professionnels utilisent des moyens plus contestables comme une case à décocher pour s'opposer, comme ci-dessous, et tant pis pour vous si vous oubliez !

Je souhaite être informé(e) par e-mail des nouveautés de

Je souhaite être informé(e) par e-mail des nouveautés et promotions des différentes filiales du groupe

Je souhaite être informé(e) par e-mail des promotions que peuvent me proposer les partenaires du groupe

J'accepte de recevoir des informations de par SMS

J'ai pris connaissance des **conditions générales d'utilisation** et je les accepte*

b) la prospection commerciale par adresse postale ou par téléphone est quant à elle possible sauf opposition du titulaire (opt-out).

Mais là encore le but est de vous décourager à exercer vos droits.

Beaucoup de professionnels ne vous permettront pas d'exercer votre opposition à la souscription au moyen d'une case à cocher.

On mettra à votre disposition un moyen d'opposition différé (courrier, téléphone, courriel) en espérant que vous oublierez ou renoncerez à exercer votre droit.

Loi et informatique et Liberté : Conformément à la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978, ces informations sont nécessaires pour prendre en compte votre demande. Elles sont destinées à _____, responsable du traitement. Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition auprès du service consommateur _____, rue du _____ 91038 Evry cedex. Sauf opposition de votre part ces informations pourront être utilisées par _____ et/ou ses partenaires commerciaux à des fins de prospection.

3) Le prix de votre tranquillité

Au-delà de votre droit d'opposition, votre intérêt est d'être prudent quand vous communiquez vos données personnelles :

- Lors de votre inscription sur un site (site d'achat, forum de discussion, autres), limitez-vous aux informations strictement obligatoires.
- Prenez soin d'exercer votre droit d'opposition à chaque fois que vous communiquez vos données personnelles.
- Ne cédez pas à la tentation de tout publier sur les réseaux sociaux. Internet est un média qui a de la mémoire et retirer un contenu que vous regrettez d'avoir mis en ligne peut être compliqué, des copies pourront rester accessibles après que vous ayez retiré le document d'origine.

Les cookies, n'en mangez plus !

Les cookies, ou traceurs, sont des petits logiciels qui sont déposés sur votre ordinateur ou lus durant votre navigation sur internet.

Si certains cookies permettent de faciliter votre navigation, d'autres se révèlent être un très bon moyen de collecter vos données personnelles afin de mettre en place de la publicité ciblée ou des mesures d'audience. C'est ainsi qu'après avoir hésité à acheter cette paire de chaussures, des publicités sur ces mêmes chaussures apparaîtront sur d'autres sites internet visités.

La CNIL préconise l'utilisation d'un bandeau d'information pour l'implantation de cookies à visée publicitaire, de plus en plus de sites internet se mettent en conformité et prévoient l'information.

Si cette information est nécessaire, des astuces existent pour protéger effectivement vos données personnelles :

- Régler les paramètres de votre navigateur internet pour rejeter les cookies
- Télécharger des logiciels bloquant les cookies et les publicités lors de votre navigation

La sécurité de nos données personnelles

Les données que nous communiquons aux professionnels posent la question des mesures mises en place pour assurer leur sécurité. L'exemple du piratage de 800 000 comptes clients chez Orange en janvier 2014 l'a encore démontré malgré notre réglementation.

Chez vous, il existe des moyens simples pour renforcer la sécurité de vos données comme l'installation d'un antivirus, d'un anti-spyware/logiciel espion et d'un pare-feu.

Ce document n'est pas exhaustif, notamment compte tenu de la situation particulière de chacun. Pour plus d'informations, vous pouvez vous adresser à : CLCV, 59 boulevard Exelmans, 75016 Paris.