

La Cnil se penche sur les publicités ciblées sur Internet

[Alain Bensoussan](#) | Micro Hebdo | le 30/04/2009 à 00h00 |



envoyer
par mail



imprimer
l'article



Fin mars 2009, la Cnil a publié un rapport sur la publicité ciblée en ligne. Elle y rappelle que les systèmes de publicité sur Internet (utilisation de cookies de traçage des internautes, d'outils de géolocalisation, etc., dans le but d'adresser des publicités personnalisées) sont soumis aux dispositions relatives à la protection des données à caractère personnel, dans la mesure où les données traitées peuvent être rattachées à un individu identifié ou identifiable. La Cnil mentionne ainsi la nécessité d'informer les internautes et d'obtenir leur consentement préalable à la collecte des données à des fins publicitaires, et préconise la mise en place de moyens permettant de s'opposer à la publicité ciblée. Néanmoins, bien que la plupart des fournisseurs de services en ligne informent les internautes sur les cookies et les possibilités de les refuser, ce choix est souvent illusoire dans la pratique (par exemple, impossibilité d'accéder à certains services en cas de refus des cookies). C'est pourquoi, elle encourage la mise en place de codes de bonne conduite et propose de développer sur son site des outils pédagogiques sous la forme de conseils pratiques aux internautes. Elle recommande enfin la création d'une procédure de labellisation des sites assurant un bon niveau de protection des données personnelles, ou encore la mise en œuvre de standards permettant de distinguer les cookies de traçage publicitaire des autres cookies