



**Déclaré conforme à la loi Informatique et Libertés par la CNIL, le 30 mars 2005, suivant procédure prévue par l'article 11-3 de la loi du 6 janvier 1978.**

## **CHARTRE DE L'E-MAILING**

Code relatif à l'utilisation de coordonnées électroniques  
à des fins de prospection directe

### **Préambule**

Le présent code a pour objet de définir un certain nombre de règles déontologiques en matière de collecte et d'utilisation de coordonnées électroniques à des fins de prospection directe.

Il s'adresse plus particulièrement aux professionnels réalisant des opérations de prospection directe à caractère commercial. Sont donc exclues de son champ d'application les opérations de nature caritative, politique et associative.

Dans un premier temps, ce code vise plus spécifiquement la prospection directe par courrier électronique, étant précisé que les autres formes de coordonnées électroniques pourraient être intégrées dans le code à l'occasion de ses prochaines mises à jour.

Les règles présentées ci-après ont été définies par les organisations professionnelles réunies au sein de l'UFMD<sup>1</sup>. Elles reposent sur des critères de transparence et de respect de la

---

<sup>1</sup> L'UFMD regroupe plusieurs organisations et associations professionnelles : la Fédération des Entreprises de Vente à Distance (FEVAD), l'Union des Annonceurs (UDA), l'Association des Agences Conseil en Communication (AACC), la Marketing Mobile Association (MMA), l'Union Nationale des Organismes faisant appel à la Générosité du Public (UNOGEP), le Syndicat des Producteurs de Cadeaux d'Affaires et d'Objets Publicitaires (SYPROCAF), le Bureau de Vérification de la Publicité (BVP), le Cercle du Marketing Direct (CMD), l'Institut Européen du Marketing Direct (IEMD), La Poste.

volonté des individus quant à l'utilisation de leurs données à caractère personnel, critères sur lesquels doit reposer toute activité de prospection directe légitime.

L'UFMD entend, à travers ce code, réaffirmer son attachement au respect des principes fondamentaux de la protection des données à caractère personnel, en matière de marketing direct et de prospection directe.

Le présent code tient notamment compte de la loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004 et de la loi Informatique et Libertés du 6 août 2004<sup>2</sup>.

L'UFMD s'engage à diffuser et à encourager le respect de ces règles par le plus grand nombre d'entreprises, notamment avec l'aide des organisations regroupées au sein de l'Union.

En outre, l'UFMD se réserve le droit de modifier, réviser ou compléter le présent code afin d'en adapter les règles à l'apparition de nouvelles pratiques et/ou à l'évolution de la réglementation ou encore dans le but d'en renforcer l'efficacité.

---

<sup>2</sup> Une annexe au présent code rappelle les principaux textes applicables

## Sommaire

Préambule .....	1
Définitions .....	3
Collecte et utilisation de coordonnées électroniques auprès de personnes physiques .....	4
Collecte de coordonnées électroniques auprès de clients .....	5
Collecte de coordonnées électroniques relevant de personnes morales...	6
Identification dans les courriers électroniques à caractère commercial ..	6
Lien de désinscription .....	7
Utilisation de bases de données communiquées par des tiers.....	7
Collectes de noms d'amis et opérations de parrainage .....	7
Collecte des adresses électroniques sur un support papier .....	8
Listes d'opposition.....	8
Information sur le présent code .....	8
Coordonnées électroniques de mineurs .....	8
Indication sur la fréquence des envois de prospection.....	9
Modalités de preuve du consentement .....	9
Sanctions en cas de défaut d'application du présent code.....	9
ANNEXE 1 - Exemples de mentions pouvant être utilisées en matière de collecte d'adresses électroniques sur supports papiers et électroniques .....	10
ANNEXE 2- Parrainage et collecte de « noms d'amis » dans les communications électroniques. ....	17
ANNEXE 3 - Principaux textes juridiques de référence.....	18

## Définitions

Dans le cadre du présent code, on entend par :

« Coordonnées électroniques » : une adresse de courrier électronique d'une personne physique ou morale.

« Message électronique » : tout texte, voix, son, ou image envoyé par un mode de communication électronique sur le terminal d'une personne physique ou morale et qui peut être stocké sur celui-ci.

« Prospection directe » : l'envoi de tout message électronique destiné à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services ou l'image d'une personne vendant des biens ou fournissant des services. La prospection directe vise tant l'envoi de messages commerciaux à partir de ses propres bases de données que sur celles de sociétés tierces.

« Consentement » : toute manifestation de volonté libre, spécifique et informée par laquelle une personne accepte que des

données, à caractère personnel la concernant, soient utilisées à des fins de prospection directe. Le consentement ne peut être supposé. Il ne doit pas non plus être dilué, par exemple en s'appuyant simplement sur une acceptation des conditions générales de vente. La personne doit avoir conscience qu'elle autorise l'utilisation de ses données. Cette autorisation peut prendre différentes formes : par exemple celui d'une case à cocher, d'un menu déroulant, d'un abonnement à une newsletter. Elle doit nécessairement impliquer un acte positif de la personne.

« Traitement » : toute opération ou tout ensemble d'opérations appliqué à des données à caractère personnel, quel que soit le procédé utilisé, et lorsqu'en soit l'utilisation (collecte, enregistrement, extraction, utilisation, communication, rapprochement ou interconnexion, mise à disposition).

« Responsable du traitement » : toute personne physique ou morale qui, - détermine les finalités et les moyens du traitement de données à caractère personnel.

### **Collecte et utilisation de coordonnées électroniques auprès de personnes physiques**

1. Les entreprises veilleront à collecter les coordonnées électroniques des personnes d'une manière loyale et transparente conformément aux dispositions du présent code et à la réglementation en vigueur.
2. Toute collecte de coordonnées électroniques doit préalablement faire l'objet des formalités requises auprès de la Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL).
3. La personne auprès de qui les coordonnées électroniques sont collectées doit être informée, au moment de la collecte des données électroniques, de l'identité de l'entreprise responsable du traitement, de la finalité du traitement, des destinataires ou catégories de destinataires de cette information, du caractère obligatoire ou facultatif des réponses ainsi que des droits reconnus par la loi à chaque individu, conformément à l'article 7 du présent code et, le cas échéant, du transfert de données vers un pays non membre de l'Union Européenne ne disposant pas d'un système de protection adéquat au sens de la directive CE 95/46<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Il est rappelé que les flux transfrontières de données hors de l'Union Européenne sont soumis à des dispositions particulières disponibles sous : [http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/privacy/index\\_fr.htm](http://europa.eu.int/comm/internal_market/privacy/index_fr.htm) et sur le site de la [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)

4. Les coordonnées électroniques ne pourront être utilisées à des fins de prospection directe sans le consentement préalable de la personne concernée, sauf dans les cas limitativement énumérés ci-dessous (voir règle 9).
5. L'entreprise devra veiller à s'assurer d'un consentement libre, spécifique et éclairé de la personne concernée, notamment en s'assurant que celle-ci a bien conscience de ce qu'elle autorise (à propos du consentement voir ci-dessus, dans la partie « définitions »). en utilisant une méthode de recueil du consentement adaptée au mode de collecte, *notamment, en s'inspirant des modèles décrits, ci-après, en annexe.*
6. Le principe du consentement libre, spécifique et éclairé s'applique tant pour l'inscription à une lettre d'information commerciale (newsletter) que lors de la collecte de données dans le cadre d'une vente ou d'une prestation de service.
7. L'entreprise qui recueille les coordonnées devra parallèlement veiller à informer les personnes dont les données sont collectées de leur droit d'accès, de rectification et d'opposition et des conditions d'exercice de ces droits. Cette information doit être portée à la connaissance du client de manière suffisamment lisible, claire et accessible, au moment de la collecte des données. En particulier la possibilité de s'opposer à recevoir des offres commerciales électroniques doit être offerte de manière expresse et dénuée d'ambiguïté.

*Les entreprises pourront s'inspirer des modèles visés en annexe.*

8. Tout message électronique de prospection directe devra comporter un lien de désinscription tel que prévu à l'article 18.

### **Collecte de coordonnées électroniques auprès de clients**

9. Les coordonnées électroniques de personnes physiques, collectées dans le cadre de la vente d'un produit ou d'une prestation de service pourront être utilisées, sans le consentement préalable de la personne concernée, pour l'envoi de prospections destinées à promouvoir des produits ou services analogues à ceux fournis par la même entreprise dans le cadre de la vente ou de la prestation de service, à l'exclusion de toute autre utilisation de prospection directe pour le compte de tiers.
10. Par produits ou services analogues, on entend des produits ou services pour lesquels la personne concernée pouvait raisonnablement s'attendre à recevoir des prospections directes de la part du vendeur ou du prestataire ayant recueilli les

coordonnées. Ainsi, à titre d'exemple, une personne qui commande un livre auprès d'un site Internet proposant une grande diversité de produits et services culturels, peut s'attendre à recevoir des propositions commerciales pour tous les produits et services culturels que propose habituellement l'enseigne.

11. Les personnes concernées doivent être informées de la possibilité de s'opposer, gratuitement (hors coûts de transmission), à l'envoi de toute prospection directe tant au moment de la collecte que lors de chaque envoi (dans ce dernier cas, voir la règle 18)

### **Collecte de coordonnées électroniques relevant de personnes morales**

12. Au sens du présent code, on entend par coordonnée électronique relevant d'une personne morale, une adresse électronique comprenant le nom de la société avec laquelle l'émetteur souhaite entrer en contact.
13. Lorsque les coordonnées contiennent des données nominatives, la personne, auprès de qui les coordonnées électroniques sont collectées, devra être informée, au moment de la collecte, de l'identité de l'entreprise responsable du traitement, de la finalité du traitement et des destinataires ou catégories de destinataires de cette information, ainsi que des autres informations prévues aux articles 3 et 7.
14. De même, le document servant à la collecte devra clairement indiquer le droit de s'opposer à toute utilisation commerciale future des données pour l'envoi de prospection directe de la part de l'entreprise ou par son intermédiaire.
15. En cas de prospection directe par courrier électronique, que l'adresse comporte ou non un nom de personne physique, l'entreprise devra faire figurer un lien de désabonnement dans les mêmes conditions que celles prévues par l'article 18.
16. Les personnes physiques peuvent être prospectées par courrier électronique à leur adresse électronique professionnelle et au titre de la fonction qu'elles exercent dans l'organisme public ou privé qui leur a attribué cette adresse, sans leur consentement préalable.

### **Identification dans les courriers électroniques à caractère commercial**

17. Tout message électronique de prospection directe, quel qu'en soit le destinataire, doit nécessairement comporter l'identité de

l'émetteur et traduire la nature commerciale du message. Ces informations devront apparaître de manière claire et dépourvue de toute ambiguïté dès réception du message avant même son ouverture par le destinataire.

### **Lien de désinscription**

18. Tout courrier électronique de prospection directe devra offrir à son destinataire un moyen simple, direct et facilement accessible de faire cesser l'envoi de tout nouveau message de prospection électronique ultérieur de la part de l'émetteur. Cette faculté devra pouvoir être exercée de manière gratuite (hors frais de communication) et devra être prise en compte dans les plus brefs délais par l'émetteur du message.

### **Utilisation de bases de données communiquées par des tiers**

19. Toute personne, qui obtient des coordonnées électroniques d'une personne physique auprès d'un tiers en vue d'une opération de prospection directe, devra, dans la mesure du possible, s'assurer auprès de ce tiers que les coordonnées, qui lui sont ainsi communiquées, ont été collectées de manière légale au regard de l'utilisation envisagée, c'est-à-dire avec le consentement préalable des personnes physiques concernées, dans les conditions prévues par le code et dans le respect des articles 3 et 7.

### **Collectes de noms d'amis et opérations de parrainage**

20. En matière de traitement de coordonnées électroniques collectées auprès de tiers, par exemple en cas d'opérations de parrainage de noms d'amis, les entreprises devront veiller à respecter les principes relatifs au consentement du titulaire des coordonnées électroniques.
21. Par contre, lorsque l'entreprise n'assume qu'un simple rôle de transfert technique d'une offre commerciale entre deux personnes physiques, elle devra veiller à ce que le destinataire soit clairement informé du nom de la personne qui lui fait transmettre la proposition commerciale.

*Les entreprises pourront s'inspirer des modalités de l'annexe du présent code consacrée à ce type d'opération.*

## **Collecte des adresses électroniques sur un support papier**

22. Lorsque les coordonnées électroniques sont collectées via une demande de documentation ou un bon de commande sur un support papier, les entreprises veilleront à mentionner que le fait de communiquer ses coordonnées électroniques implique le consentement de la personne concernée, soit à recevoir des offres commerciales électroniques de la part de la société, soit aussi de la part d'autres sociétés partenaires, dans le respect des articles 3 et 7.

## **Listes d'opposition**

23. Les entreprises qui recourent à des opérations de prospection électronique veilleront à maintenir à jour une liste interne des personnes ayant manifesté leur opposition à l'envoi de prospection de la part de l'entreprise.
24. En outre, ces entreprises veilleront à utiliser la liste d'opposition générale recommandée par leurs organisations professionnelles, lorsque celle-ci existe.

## **Information sur le présent code**

25. Les entreprises et les prestataires de service devront faire expressément référence à ce code de bonne conduite dans les contrats relatifs à l'envoi de campagnes de courriers électroniques de prospection directe.

## **Coordonnées électroniques de mineurs**

26. Les entreprises s'adressant majoritairement à un public de mineurs veilleront à ne pas collecter de données personnelles sur ces mineurs sans inviter ces derniers à demander l'autorisation de leurs parents.

Pour cela, une mention spécifique apparaîtra sur les documents de collecte des sites dont les cibles sont des mineurs de moins de 16 ans. Cette mention stipulera que le représentant légal consent à la collecte d'informations sur le mineur dont il a la charge.

27. Les responsables de traitements veilleront à ne pas demander à l'enfant, en échange de sa participation à un jeu, d'un prix ou dans le cadre de toute autre activité liée à des avantages promotionnels, de divulguer plus de données à caractère personnel qu'il n'est strictement nécessaire pour la participation à une telle activité.



### **Indication sur la fréquence des envois de prospection**

28. Dans la mesure du possible, il est conseillé d'informer les personnes, dont les coordonnées électroniques sont collectées, de la fréquence ou périodicité envisagée pour l'envoi de messages électroniques.

### **Modalités de preuve du consentement**

29. Les entreprises veilleront à mettre en place des mesures appropriées, conformément à l'art de la technique et aux usages, permettant de justifier les procédures appliquées pour conserver une trace suffisante du recueil du consentement, lorsque celui-ci est nécessaire.

### **Sanctions en cas de défaut d'application du présent code**

30. Les sanctions en cas de non respect du présent code seront celles prévues par les statuts de chaque organisation professionnelle membre de l'UFMD.

## **ANNEXE 1 - Exemples de mentions pouvant être utilisées en matière de collecte d'adresses électroniques sur supports papiers et électroniques**

Le présent document constitue une annexe au code de conduite sur l'utilisation des adresses électroniques à des fins de prospection directe. Il vise à illustrer l'application des principes énoncés dans le code précité suivant différents types de situation.

Les exemples suivants reposent sur la distinction essentielle entre les adresses collectées par l'entreprise pour ses propres besoins de celle où les données sont également susceptibles d'être communiquées à des tiers.

Ces modèles doivent être adaptés à chaque situation et visent aussi bien la collecte de données dans le cadre d'une inscription à une newsletter, qu'à une demande d'information ou encore une commande de produits ou de services.

Ils sont proposés à titre d'exemples et ne doivent pas être interprétés comme étant le seul mode possible de recueil du consentement. Ils ne sont pas exclusifs d'autres modèles de recueil du consentement que des entreprises souhaiteraient retenir.

En outre, l'UFMD se réserve le droit de modifier ces exemples en fonction de l'évolution de la technique, des pratiques et/ou des règles de droits.

### **Adresses électroniques collectées sur un site Internet**

#### **1. RECUEIL D'ADRESSES ELECTRONIQUES RELATIVES A DES PERSONNES PHYSIQUES SUR LES SITES INTERNET (A DES FINS DE PROSPECTION DIRECTE)**

***Cas n°1 : La personne demande à recevoir des informations commerciales, en dehors de tout achat ou autre prestation de service et vous souhaitez pouvoir utiliser ultérieurement les coordonnées. Par exemple, en cas d'inscription à une « newsletter » (lettre d'information).***

▷ La personne qui communique son adresse électronique doit être parfaitement informée, au moment de la collecte de ses données, de l'utilisation qui en sera faite avant la validation de sa demande. En outre, elle doit être informée des destinataires de cette information et des droits qui lui sont reconnus par la loi (dans le respect des articles 3 et 7 du présent code).

Cette information doit être claire et facilement accessible. Elle peut, le cas échéant, se faire en deux temps, en s'inspirant de l'exemple suivant :

**Etape ①** : La personne est invitée à laisser ses coordonnées sur la page d'accueil. Par exemple :

Pour être informé de nos offres (ou pour vous abonner) merci d'indiquer votre adresse e-mail :

**VALIDER**

**Etape ②** : Après avoir cliqué sur **valider**, la personne est dirigée vers une page explicative, inspirée, suivant les cas, d'un des deux modèles suivants :

**Version A** (cas dans lequel l'entreprise ne souhaite pas pouvoir communiquer les coordonnées à des tiers)

Je souhaite recevoir des informations et offres promotionnelles de XYZ (nom de l'entreprise) à cette adresse e-mail :

**m.dupont@nomdedomaine.fr**

Conformément à la loi du 6/01/1978, je dispose d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux informations me concernant qui peut s'exercer à tout moment auprès de XYZ ... (préciser les modalités). Seule notre société est destinataire de ces informations. Pour plus de détails [cliquer ici](#) (renvoi vers les conditions générales d'utilisation des données).

**VALIDER**

**Version B** (cas dans lequel l'entreprise souhaite pouvoir communiquer les coordonnées à des tiers)

Je souhaite recevoir des informations et offres promotionnelles à cette adresse e-mail de la société XYZ

**m.dupond@nomdedomaine.fr**

Oui, j'autorise votre société à communiquer cette adresse à vos partenaires afin de bénéficier de leurs offres promotionnelles.

Non, je ne souhaite pas que mon adresse soit communiquée à vos partenaires

Conformément à la loi du 6/01/1978, je dispose d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux informations me concernant qui peut s'exercer à tout moment auprès de XYZ ... (préciser les modalités). Pour plus de détails [cliquer ici](#) (renvoi vers les conditions générales d'utilisation des données).

**VALIDER**

**Cas n° 2: le consommateur commande un produit ou service et vous souhaitez simplement que votre entreprise puisse utiliser ses coordonnées pour lui adresser vos propres offres pour des produits ou services analogues.**

▷ Le consommateur qui communique son adresse électronique à l'occasion d'une commande ou d'une fourniture de prestation de service doit être informé, au moment de la collecte des données, de l'utilisation qui en sera faite. Si vous envisagez d'utiliser ses coordonnées pour lui adresser ultérieurement des offres promotionnelles pour des produits ou services analogues à ceux qu'il a commandé, vous devez l'en informer et le mettre en mesure de s'y opposer.

En outre, vous devez également informer la personne sur les droits qui lui sont reconnus par la loi (conformément aux articles 3 et 7 du présent code).

Ces informations doivent apparaître sur la page où les coordonnées sont collectées.

Les entreprises pourront s'inspirer de la mention suivante :

Ces informations sont nécessaires au traitement de votre commande et à la gestion de nos relations commerciales. Conformément à la loi du 6/01/1978, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux informations vous concernant. Seule notre société est destinataire de ces informations.

Vous pouvez demander à ne pas recevoir nos offres en cliquant [ici](#) ou sur le lien de désinscription qui sera sur celles qui pourront vous être adressées ultérieurement. Pour plus de détails *cliquer ici (renvoi vers les conditions générales d'utilisation des données)*.

**Cas n° 3 : Le consommateur commande un produit ou un service et vous souhaitez, tant lui adresser des offres pour vos produits ou services analogues que pouvoir communiquer ses coordonnées à des tiers.**

▷ Dans ce cas, vous devez recueillir le consentement de la personne concernée. Pour obtenir le consentement vous pouvez par exemple recourir à une formule du type de celle décrite ci-dessous.

▷ En outre, vous devez également informer la personne sur les droits qui lui sont reconnus par la loi (conformément aux articles 3 et 7 du présent code). Ces informations doivent apparaître sur la page où les coordonnées sont collectées.

Les entreprises pourront s'inspirer de la mention suivante :

<p><b>e-mail : .....@.....</b></p> <p><input type="checkbox"/> J'accepte de recevoir des informations et offres promotionnelles de la part de vos partenaires à l'adresse e-mail ci-dessus</p> <p><input type="checkbox"/> Non, je ne souhaite pas recevoir des offres de la part de vos partenaires (*)</p> <p>Ces informations sont nécessaires au traitement de votre commande et à la gestion de nos relations commerciales. Conformément à la loi du 6/01/1978, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux informations vous concernant. Vous pouvez demander à ne pas recevoir nos offres en cliquant <b>ici (**)</b> ou sur le lien de désinscription qui sera sur celles qui pourront vous être adressées ultérieurement. Pour plus de détails <i>cliquer ici</i> (renvoi vers les conditions générales d'utilisation des données).</p> <p><b>VALIDER</b></p>
---

\* mention facultative

\*\* en cliquant la personne sera dirigée vers une fenêtre où elle se verra offrir la possibilité d'exercer son droit d'opposition.

▷ **En tout état de cause**, dans les 3 cas décrits ci-dessus, il convient de prévoir sur chaque message électronique promotionnel ultérieur, un lien de désinscription suffisamment visible et facilement accessible, selon l'exemple suivant :

Si vous souhaitez modifier votre abonnement ou vous désabonner, [cliquez ici](#)

ou

Si vous souhaitez ne plus recevoir nos offres commerciales, [cliquez ici](#)

L'action de cliquer doit permettre la désinscription de manière rapide et facile, par exemple, en renvoyant sur une page dédiée du site permettant à l'utilisateur d'exprimer sa demande ou en générant de manière automatique un brouillon de courrier électronique pré adressé à l'entreprise. Dans ce cas, l'entreprise veillera à simplifier la procédure. Aucune explication ne devra être exigée de la part du client.

Il est en outre recommandé aux entreprises d'envoyer un accusé de réception sans délai injustifié.

## **2. COLLECTE ET UTILISATION DE COORDONNEES DE PERSONNES MORALES**

### ***Cas n° 4 : L'adresse électronique professionnelle ne comporte pas d'élément relatif à une personne physique***

Dans le cas où l'adresse électronique collectée ne fait pas apparaître le nom d'une personne physique dans les adresses électroniques (par exemple [info@ufmd.fr](mailto:info@ufmd.fr)), un lien de désinscription devra au minimum apparaître sur toute prospection directe permettant au destinataire de manifester son droit d'opposition à tout nouvel envoi.

Ces informations sont nécessaires au traitement de votre demande et à la gestion de nos relations commerciales.  
Vous pourrez aussi à tout moment demander à ne plus recevoir nos offres en cliquant sur le lien de désinscription qui sera sur nos offres.

Dans les autres cas décrits, ci après, où un nom de personne physique apparaît dans l'adresse professionnelle, le principe d'un consentement devra être pris en compte et toutes les règles relatives aux données à caractère personnel de la loi Informatique et Libertés sont pleinement applicables.

**Cas n°5 : Un nom de personne physique apparaît dans l'adresse électronique professionnelle mais il y a un doute quant au caractère professionnel de l'adresse électronique**

Tel peut être le cas des adresses électroniques d'artisans, d'entreprises individuelles ou de professions libérales, ne comportant pas un nom générique professionnel spécifique.

Dans ce cas, les dispositions générales sur le consentement préalable seront applicables et les entreprises peuvent s'inspirer des exemples pour la collecte de données des personnes physiques

**Cas n° 6 : L'adresse électronique comporte le nom d'une personne physique accompagné du nom de la société pour laquelle travaille cette personne physique et les courriers électroniques sont en rapport avec l'activité professionnelle.**

Dans le cas où des adresses électroniques de personnes morales, mentionnant un nom spécifique de société, sont utilisées et comporteraient des noms de personnes physiques, les dispositions de la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 modifiée sont pleinement applicables.

A cet effet, une mention Informatique et libertés apparaîtra sur le document de collecte de données. En conséquence, les droits prévus aux articles 3 et 7 du présent code apparaîtront sur le formulaire de collecte de données.

De plus, les entreprises veilleront à ce que le message présente un caractère professionnel en relation avec la fonction que la personne exerce dans l'entreprise ou l'organisme privé ou public.

Par ailleurs, un lien de désinscription devra au minimum apparaître sur toute prospection directe permettant au destinataire de manifester son droit d'opposition à tout nouvel envoi.

e-mail : .....@.....

Ces informations sont nécessaires au traitement de votre commande et à la gestion de nos relations commerciales. Conformément à la loi du 6/01/1978, vous disposez d'un droit d'accès, de rectification et d'opposition aux informations vous concernant.

Vous pouvez demander à ne pas recevoir nos offres ou celles de nos partenaires que vous pourriez recevoir par notre intermédiaire, en cliquant [ici](#) (\*\*)

ou sur le lien de désinscription qui sera sur celles qui pourront vous être adressées ultérieurement . Pour plus de détails [cliquer ici](#) (renvoi vers les conditions générales d'utilisation des données).

**VALIDER**

\*\* en cliquant la personne sera dirigée vers une fenêtre où elle se verra offrir la possibilité d'exercer son droit d'opposition et choisir la nature des offres qu'elle ne souhaite pas recevoir.

**Adresses électroniques collectées sur un support papier**

***Cas n° 7 : Collecte de l'adresse électronique sur un support papier et sans que elle-ci puisse être communiquée à des tiers***

▷ Dans ce cas, vous devez recueillir le consentement de la personne concernée. Le fait que la personne soit totalement libre de communiquer ou non son adresse électronique d'une manière libre, spécifique et informée aboutit à ce qu'elle donne son consentement si elle communique son adresse électronique selon les modalités décrites dans l'exemple ci dessous.

Adresse e-mail

\* .....

\* si vous souhaitez être informé de nos offres commerciales

Les entreprises veilleront à bien mentionner, sur le document de collecte, où l'adresse électronique est demandée, la finalité de cette collecte. De plus elles informeront les personnes sur leurs droits décrits aux articles 3 et 7 du présent code et veilleront en particulier à les informer de manière expresse et dénuée d'ambiguïté sur leur droit de s'opposer à la réception de messages publicitaires.

Dans ce cas, les données électroniques ne doivent pas être communiquées à des tiers.

***Cas n° 8 : Collecte de l'adresse électronique sur un support papier et vous souhaitez, tant lui adresser des offres pour vos propres produits ou services que pouvoir communiquer ses coordonnées à des tiers.***

▷ Dans ce cas, vous devez recueillir le consentement de la personne concernée. Le fait que la personne est totalement libre de communiquer ou non son adresse électronique d'une manière libre, spécifique et informée aboutit à ce qu'elle donne son consentement si elle communique son adresse électronique selon les modalités décrites dans l'exemple ci dessous.

Adresse e-mail

\* .....

\* si vous souhaitez être informé de nos offres commerciales et de celles de nos partenaires

Les entreprises veilleront à bien mentionner, sur le document de collecte, où l'adresse électronique est demandée, la finalité de cette collecte. De plus elles informeront les personnes sur leurs droits décrits aux articles 3 et 7 du présent code et veilleront en particulier à les informer de manière expresse et dénuée d'ambiguïté sur leur droit de s'opposer à la réception de messages publicitaires.



## **ANNEXE 2- Parrainage et collecte de « noms d'amis » dans les communications électroniques.**

La demande aux clients de coordonnées d'amis est une pratique courante dans les opérations commerciales. Sur le plan des dispositions légales en matière de données à caractère personnel, cette pratique relève de la collecte indirecte.

La présente note vise à définir quelques règles à appliquer au regard de la collecte indirecte de données électroniques dans le cadre des dispositions légales sur l'économie numérique.

Les présentes règles visent le parrainage de noms d'amis à des fins de prospection par e-mail (communication électronique).

Pour la collecte auprès des clients de noms d'amis, deux cas principaux sont à retenir :

### **1. Collecte de noms d'amis utilisés pour une prospection directe par l'entreprise**

Il s'agit du cas où des « noms d'amis » sont collectés auprès des clients et entre dans la base de données de l'entreprise en vue d'une prospection directe par elle-même.

Les entreprises s'interdisent cette collecte indirecte de noms et adresses à des fins de prospection par courrier électronique, sans que le consentement du destinataire futur n'a pas été préalablement recueilli.

### **2. Transfert d'une offre commerciale vers des noms d'amis**

Le cas le plus courant est celui d'une personne A souhaitant faire partager à un ami B une annonce parue sur un site Web ou reçue dans sa boîte aux lettres électronique. Il communique au site Web l'adresse électronique de B, afin que celui-ci reçoive copie de l'offre commerciale.

Les règles à appliquer sont différentes selon que le site Web enregistre ou non les coordonnées des personnes physiques.

2.1. Si le site Web collecte les noms d'amis qui lui ont été communiqués par ses clients, il ne peut les utiliser qu'une seule fois pour adresser à ces personnes de la prospection directe et sous réserve que dans cette seule et unique opération de prospection directe le nom de l' « ami » soit clairement mentionné. Dans ce cas il ne peut s'agir que d'un stockage technique.

2.2. Si le site Web n'assure qu'une opération technique de transfert de l' « ami A » à l' « ami B » l'opération est licite dès lors qu'il est mentionné au destinataire le nom de la personne qui lui fait transmettre la proposition commerciale.

### **ANNEXE 3 - Principaux textes juridiques de référence**

1. La Loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée par la loi du 6 Août 2004 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés
2. La loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique
3. L' Article L.34-5 du Code des postes et des communications électroniques sur le régime juridique des communications électroniques
4. L'Article.L.121-20-5 du Code de la consommation sur le régime juridique des communications électroniques vis-à-vis des consommateurs.
5. La Directive européenne 2002/58/CE du 12 juillet 2002 du Parlement européen et du Conseil concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (directive vie privée et communications électroniques)
6. La Directive n°95/46 du Parlement européen et du Conseil de l'Union européenne du 24 octobre 1995 relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel à la libre circulation des données
7. La Directive 00/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques du commerce électronique dans le marché intérieur
8. L'Ordonnance n°2001-741 du 23 août 2001 portant transposition de directives communautaires et adaptation au droit communautaire en matière de droit de la consommation
9. Les dispositions légales en matière de déclaration ou de demande d'autorisation des bases de données auprès de la CNIL

Pour plus d'informations, consulter aussi le site de la CNIL : [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr)