Opt-in ou Opt-out

Description

Principe selon lequel les donne?es personnelles des consommateurs sont collecte?es par des entreprises marchandes. Un consommateur est appele? a? exprimer explicitement ou implicitement son consentement ou son refus (« opter pour » ou « opter contre ») de recevoir des messages publicitaires non sollicite?s par courrier e?lectronique (*spamming*), appel te?le?phonique automatique ou sms.

Selon le principe *opt-in*, l'envoi de messages publicitaires ne peut e?tre pratique? sans le consentement pre?alable du consommateur. Ainsi, selon ce principe, les entreprises commerc?antes devront demander a? leurs clients s'ils de?sirent recevoir des messages commerciaux, en leur offrant notamment la possibilite? de cocher une case sur le site Web marchand, pre?cisant leur accord. Cette case ne doit pas e?tre coche?e a? l'avance par le commerc?ant.

Selon le principe *opt-out*, il revient au consommateur de faire la de?marche de signifier son refus de recevoir des messages publicitaires, par exemple encore en cochant une case. Par de?faut, ce principe implique que toutes les personnes qui ne s'y sont pas oppose?es explicitement acceptent la re?ception.

Le principe *opt-in* est le plus protecteur en matie?re de donne?es personnelles, tandis que le principe *opt-out* est plus favorable aux entreprises commerciales. Contrairement aux Etats-Unis ou? c'est le principe *opt-out* qui s'applique, l'Europe a choisi le principe du consentement pre?alable, l'*opt-in*, inscrit dans la directive n° 2002/58 du 12 juillet 2002 concernant le traitement des donne?es a? caracte?re personnel et la protection de la vie prive?e, elle-me?me transpose?e en droit franc?ais par la loi n°2004-575 du 21 juin 2004, loi pour la confiance dans l'e?conomie nume?rique (LEN). Au demeurant, l'autorisation pre?alable n'est plus exige?e lorsque le destinataire est de?ja? client de l'entreprise, tout au moins quand celle- ci souhaite le solliciter pour des produits ou des services de me?me nature.

Categorie

1. A retenir
2. Repères & tendances

date créée
22 septembre 2008
Auteur
francoise