

Nouvelles technologies - Le droit à l'oubli sur internet : un casse-tête irrésolu

Existe-t-il encore une vie privée, à l'heure de l'Internet ? Entre Internauts qui étalent leur vie sur la toile et sociétés avides de recueillir des informations pour cibler leur publicité, Nathalie Kosciusko-Morizet cherche la voie d'un «droit à l'oubli».

Employeurs qui renoncent à une embauche, sur la base d'informations trouvées sur leur recrue potentielle sur un réseau social, fichiers de données personnelles qui se baladent sur la Toile... L'Internet n'oublie rien. Cette mémoire collective permanente bouleverse les rapports sociaux. Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'Etat au Développement de l'économie numérique, a organisé ce 12 novembre à Paris, un atelier de réflexion, sur ce que pourrait être un « droit à l'oubli » numérique. L'équation est complexe : d'un côté des internautes qui publient des informations personnelles, sans forcément mesurer le fait qu'elles restent accessibles à tous et pour longtemps. De l'autre, une économie pour l'essentiel basée sur la publicité qu'il faut bien cibler, et donc, des entreprises qui recueillent des données de diverse nature. Troisième variable, la nature de l'Internet, qui n'épouse pas les contours de la nation et dont les technologies évoluent sans cesse rendant l'usage traditionnel de l'outil législatif peu efficace.

Vie privée, publique

FaceBook, le réseau social le plus connu, compte 150 millions d'utilisateurs dans le monde. En France, les adolescents sont séduits par Skyblog, qui ont ouvert 28 millions de blogs sur cette plate-forme. D'autres réseaux se concentrent sur un usage professionnel. Partout, les internautes partagent leurs photos, échangent des textes publient des vidéos. Des fonctionnalités, par exemple sur FaceBook, permettent de restreindre l'accès à ces informations à un public limité, mais tous les internautes ne les connaissent pas. « Nous sommes nombreux à cliquer sur 'j'accepte les conditions ' sans les lire », avance par ailleurs Nathalie Kosciusko-Morizet. Pour bénéficier de services sur les sites Internet, en effet, il est souvent nécessaire de donner des informations personnelles. De plus, en surfant, ou en envoyant des mails, l'internaute laisse des traces qui sont également collectées par des entreprises : leur business model repose sur la publicité et, partant, sur l'utilisation de données qui permettent de cibler les messages en fonction de l'individu. « Le service de messagerie Gmail est gratuit, il faut bien qu'il soit financé. La question est de savoir quel ciblage est acceptable », explique Peter Fleischer, responsable de la protection des données personnelles de Google, le moteur de recherche. Pour lui, à l'avenir, « les publicités vont être plus ciblées, et moins nombreuses ». Contre exemple, plutôt rare, le site internet des Pages jaunes n'a pas

besoin de recueillir des informations sur l'Internaute : la requête de ce dernier (un lieu et une profession) suffit pour lui afficher une publicité ciblée.

Un droit parcellaire

Le traitement des données personnelles est règlementé, rappelle néanmoins Corinne Thiérache, avocate. De fait, si le droit à l'oubli en temps que tel n'existe pas, la loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 encadre l'utilisation de ces informations. Seul souci, la définition même de « données personnelles » évolue. Au-delà des nom, prénom ou adresse, la Cnil, la Commission nationale Informatique et Libertés, estime par exemple que l'adresse IP, qui permet d'identifier l'ordinateur qui s'est connecté, constitue également une donnée personnelle. Mais « la jurisprudence est contradictoire sur le sujet », résume Corinne Thiérache. La loi prévoit également que ces données ne puissent être collectées sans que l'internaute ne soit informé de leur utilisation. Et il peut demander leur suppression ou modification, mais seulement dans certaines conditions. Quant à la durée de conservation des données, elle est définie en fonction de la nécessité de « l'accomplissement du traitement ». Difficile de faire plus vague. Sans compter que, par ailleurs, la loi impose aux fournisseurs d'accès internet de conserver certaines données pendant deux ans, pour les besoins de la justice. Bref, le cadre juridique est aujourd'hui parcellaire, et le droit à l'oubli mérite d'être précisé. Avec deux limites, souligne Alain Bensoussan, un autre avocat : « le devoir de mémoire et la liberté d'expression ».

L'oubli par la loi ?

Mais ce droit à l'oubli passe-t-il par la loi ? Les professionnels du marketing direct mettent en avant leur esprit coopératif. Ainsi, Arnaud Caplier, représentant l'Union Française du Marketing Direct, énumère les articles de la charte que les membres de l'association se sont engagés à respecter. Las, pour l'essentiel, ces principes ne font que reprendre la loi de 1978. Marc Mossé, directeur des affaires publiques et juridiques de Microsoft, l'éditeur de logiciels, indique une autre solution, complémentaire. « Il faut intégrer la contrainte des données dans la conception même des produits, dans les technologies », préconise-t-il. Exemple : rendre les adresses IP anonymes, de façon à ne pas détenir cette information qui permet de remonter jusqu'à l'internaute. Plus classiquement, Google propose d'améliorer l'information faite aux individus sur l'utilisation de leur données. « Le problème des chartes de confidentialité est d'être trop compliquées. Nous avons mis en ligne des vidéos sur Youtube, où nous expliquons ces principes. Elles ont fait un tabac », explique Peter Fleischer. L'information des internautes, et même leur formation surtout pour les plus jeunes, est cruciale pour qu'ils fassent un usage raisonnable des informations qui les concernent, sur la Toile. C'est l'avis d' Yves Détraigne, sénateur de la Marne (Union centriste), et auteur d'une proposition de loi visant à « mieux garantir le droit à la vie privée à l'heure du numérique ». Le sénateur souhaite notamment développer l'éducation à l'école, sur les usages de l'Internet. Nathalie Kosciusko-Morizet, elle, préconise la définition d'une charte. De fait, il n'est pas certain que l'outil législatif soit le mieux adapté : l'Internet ne s'arrête pas aux frontières. Les entreprises ont donc beau jeu de se référer à la législation du pays où se situe leur siège social, surtout si celle-ci est peu contraignante en matière de respect de la vie privée. C'est ce qu'illustre l'épisode raconté par une avocate, Valérie Sédallian. En 2007, cette dernière avait demandé à Google de retirer des messages postés par sa cliente sur une liste de diffusion en 1998, quand l'Internet était encore très confidentiel. Un échec, sur le plan de la procédure judiciaire, car Google s'en est référé aux tribunaux californiens. Bref, le droit à l'oubli sur l'Internet se heurte à de nombreuses complexités. Faut-il s'en effrayer ? « Le nombre de personnes qui vont avoir des problèmes en laissant des traces sur Internet est infime, par rapport aux accidents de la route », relativise Jean-Marc Manach, journaliste, qui s'insurge contre la diabolisation de la Toile. Avant de conclure : « Internet est un espace public, il faut simplement réfléchir à ce qu'on y fait ».

Anne d'AUBREE