

Le Forum des droits
sur l'internet

RECOMMANDATION

Création d'une marque de
confiance des fournisseurs
d'accès à l'internet et de services
en ligne

SOMMAIRE

INTRODUCTION : RECONNAÎTRE ET ENCOURAGER LES CONTRIBUTIONS DES ACTEURS DE L'INTERNET AU DÉVELOPPEMENT DE LA CIVILITÉ SUR LE RÉSEAU 4

- A. - Champ des recommandations 4**
- B. - Contexte et périmètre de la mission du Forum des droits sur l'internet 5**
 - 1. - Création d'un certificat « Citoyen » 5
 - 2. - Préfiguration d'un label « Famille » 6
 - 3. - Composition, méthode et agenda du groupe de travail 7

PRÉSENTATION DE LA CHARTE D'ENGAGEMENT 8

INTRODUCTION : PROPOSER AUX PRESTATAIRES D'ADHÉRER À UNE CHARTE D'ENGAGEMENT ET IMPULSER UNE DYNAMIQUE VERTUEUSE..... 9

- A. - Réguler par les chartes ? 10**
- B. - Une diversité d'acteurs et de métiers 11**
- C. - Cinq domaines de contribution 12**
- D. - Présentation des principaux éléments de la charte 12**

PROPOSITION DE DISPOSITIF OPÉRATIONNEL..... 18

- A. - Introduction : de la nécessité d'adosser le projet de charte d'engagement à un modèle de dispositif opérationnel 18**
- B. - Charte, certificat, « label », marque de confiance 18**
- C. - Le choix d'un dispositif « allégé » de marque de confiance 20**
 - 1. - Une adhésion volontaire et déclarative 21
 - 2. - L'adhésion d'une marque, d'un nom commercial ou d'un titre 22
- D. - « Citoyen » ou « famille » : quelle dénomination pour la marque de confiance ? 22**
- E. - L'importance déterminante de l'accompagnement *marketing* de la marque de confiance 23**
 - 1. - Une signalétique visible distinguant les sites et les produits concernés, à concevoir 23
 - 2. - Une large information du public : communication gouvernementale, création d'un site de référence, etc. 24
- F. - Une instance chargée de la gestion du dispositif 25**
 - 1. - La nature de l'instance en charge de la gestion de la charte d'engagement 25
 - 2. - Les personnes pouvant saisir l'instance de gestion 26
 - 3. - Les mesures pouvant être prises par l'instance de gestion 26
 - 4. - La révision des engagements souscrits 27
 - 5. - L'instauration d'une période transitoire 27

CONCLUSION	28
<u>ANNEXES</u>	<u>29</u>
ANNEXE 1 : CHARTE D'ENGAGEMENT	30
Introduction	30
Charte d'engagement (information, outils, coopération avec les autorités judiciaires)	31
1. Contributions à la protection des mineurs	31
2. Contributions à la sécurisation de l'équipement client	34
3. Contributions à la lutte contre le spam	35
4. Contributions à la lutte contre les escroqueries et la délinquance astucieuse	36
5. Eléments de transparence sur la contribution des prestataires en matière de coopération avec les autorités	36
ANNEXE 2 : LETTRE DE MISSION DE M. DOMINIQUE DE VILLEPIN, MINISTRE DE L'INTÉRIEUR, DE LA SÉCURITÉ INTÉRIEURE ET DES LIBERTÉS LOCALES.	39
ANNEXE 3 : LETTRE DE MISSION DE M. PHILIPPE BAS, MINISTRE DÉLÉGUÉ À LA SÉCURITÉ SOCIALE, AUX PERSONNES ÂGÉES, AUX PERSONNES HANDICAPÉES ET À LA FAMILLE.....	40
ANNEXE 4 : EXTRAIT DU RAPPORT DE M. THIERRY BRETON : <i>CHANTIER SUR LA LUTTE CONTRE LA CYBERCRIMINALITÉ</i>.	41
ANNEXE 5 : EXTRAIT DU DOSSIER DE PRESSE <i>CONFÉRENCE DE LA FAMILLE</i>... ..	42
ANNEXE 6 : CONTRÔLE PARENTAL SUR INTERNET : RELEVÉ DE CONCLUSIONS FAI – MINISTÈRE DÉLÉGUÉ À LA SÉCURITÉ SOCIALE, AUX PERSONNES ÂGÉES, AUX PERSONNES HANDICAPÉES ET À LA FAMILLE.....	43
ANNEXE 7 : CHARTE D'ENGAGEMENTS DES OPÉRATEURS SUR LE CONTENU MULTIMÉDIA MOBILE.	45
ANNEXE 8 : PRÉSENTATION DU DISPOSITIF « SIGNAL SPAM ».....	52
ANNEXE 9 : COMPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL.....	54
ANNEXE 10 : AUDITIONS ENTREPRISES PAR LE GROUPE DE TRAVAIL.	57

INTRODUCTION : RECONNAÎTRE ET ENCOURAGER LES CONTRIBUTIONS DES ACTEURS DE L'INTERNET AU DÉVELOPPEMENT DE LA CIVILITÉ SUR LE RÉSEAU

La proposition de créer une marque de confiance des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne, que décrit le présent rapport, constitue la réponse du Forum des droits sur l'internet aux missions que lui ont confiés le Ministre de l'Intérieur et le Ministre en charge de la Famille au printemps et à l'automne 2005.

Le projet de marque de confiance traduit l'expression au plus haut niveau de l'Etat d'une philosophie moderne de régulation de l'espace social de l'internet, en lien avec les préoccupations nouvelles des entreprises en matière de « responsabilité sociale ». Il préfigure un outil de régulation souple d'un type nouveau, puisqu'il illustre très concrètement la détermination des pouvoirs publics à recourir à d'autres outils que la loi pour faire de l'internet un environnement aussi sûr que possible pour tous les citoyens, et qu'il souligne l'engagement volontaire des prestataires eux-mêmes à prendre part au projet de construire la « civilité de l'internet ».

A. - Champ des recommandations

Ce rapport décrit un projet de marque de confiance vouée à distinguer ceux des professionnels de l'internet (fournisseurs d'accès et opérateurs « mobiles », fournisseurs de services en ligne et éditeurs) faisant preuve de la plus grande diligence à protéger leurs usagers contre les principales nuisances et formes de délinquance auxquelles les utilisateurs de l'internet peuvent être confrontés. Cette marque de confiance constitue un paramètre important du choix des usagers de l'internet en faveur de l'un ou l'autre des prestataires.

Le dispositif est constitué de trois composantes :

une charte d'engagement décrivant d'une part, les bonnes pratiques attendues des différents prestataires concernés dans les domaines de la protection des mineurs, de la sécurité informatique, de la lutte contre le *spam* et contre la délinquance astucieuse, et rendant d'autre part, plus transparents leurs modes de coopération avec les autorités dans le cadre de la recherche et de la poursuite d'infractions ;

des propositions relatives aux modalités opérationnelles de mise en œuvre et de gestion du dispositif ;

des propositions relatives à l'établissement d'un signe distinctif et à la mise en œuvre d'une stratégie de communication permettant au public d'identifier les prestataires adhérant à cet ensemble de bonnes pratiques ;

Le projet de marque de confiance des fournisseurs d'accès à l'internet et de services en ligne est remarquable à plus d'un titre.

D'abord, le souhait exprimé par les ministres que des sujets aussi importants pour l'avenir des usages de l'internet que la protection des mineurs ou la coopération des prestataires avec les autorités judiciaires fassent l'objet, au sein du Forum des droits sur l'internet, d'une concertation associant toutes les parties prenantes à ces débats et menant vers un modèle de corégulation souple, témoigne de la maturité des réflexions autour de la régulation de l'internet en France. Parmi les premiers, notre pays a en effet fait le choix pragmatique de confier une partie de la réflexion sur les enjeux de droit et de société liés aux réseaux à la réunion des acteurs de l'internet : acteurs économiques,

représentants des utilisateurs et pouvoirs publics. Cette approche de la « gouvernance de l'internet » est aujourd'hui au coeur des réflexions de nombreux Etats et instances internationales. Au-delà du soutien que l'Etat a témoigné au cours des cinq dernières années aux méthodes de la corégulation, la mise en œuvre d'une marque de confiance reposant sur la reconnaissance des bonnes pratiques et de l'engagement volontaire des acteurs par les représentants des utilisateurs et par les pouvoirs publics constitue une nouvelle illustration de cette démarche.

Il est également remarquable que les membres de l'industrie, les représentants des utilisateurs et les pouvoirs publics soient parvenus à s'entendre sur un ensemble de bonnes pratiques aussi complet que celui présenté ici. Au cours des huit mois de concertation au cours desquels ont été élaborées la charte d'engagement et les propositions de mise en œuvre du dispositif, un dialogue constructif s'est noué entre acteurs d'horizons divers, parfois peu familiers de la recherche d'un intérêt et de solutions communs. **Ensemble, ils ont élaboré au sein du Forum des droits sur l'internet ce témoignage de l'engagement citoyen des professionnels de l'internet en faveur d'un « développement durable de l'internet ».**

B. - Contexte et périmètre de la mission du Forum des droits sur l'internet

1. - Création d'un certificat « Citoyen »

Le 29 juin 2004, M. Dominique de Villepin, ministre de l'Intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales, a confié à M. Thierry Breton, président de France Telecom, la présidence de celui des six chantiers prioritaires du ministère consacré à la lutte contre la cybercriminalité. Les recommandations issues de ce chantier ont été remises en février au ministre, et présentées conjointement le 13 avril par M. de Villepin et M. Breton, ministre de l'Economie, des finances et de l'industrie¹.

Auteur, en 2004 et en 2005, de deux recommandations consacrés à la protection des mineurs sur l'internet, élaborés en concertation avec les principaux acteurs concernés², le Forum des droit sur l'internet est identifié dans le rapport de M. Breton comme un partenaire central pour deux projets de mobilisation de l'ensemble des acteurs publics et privés contre la cybercriminalité : la définition d'un certificat « citoyen » des fournisseurs de services de l'Internet et la constitution d'un forum Etat/Industrie.

L'idée de créer un certificat « citoyen » des fournisseurs de services de l'internet repose sur une philosophie très proche de celle qui oriente l'action du Forum des droits sur l'internet depuis sa fondation, en mai 2001, selon laquelle « la lutte contre la cybercriminalité n'est pas le monopole de l'Etat. Elle concerne l'ensemble des acteurs publics et privés, les entreprises comme les particuliers qui doivent avoir une démarche citoyenne. »

M. Breton proposait « *d'instituer une régulation souple en créant un certificat « citoyen » attribué aux fournisseurs d'accès ou de services sur Internet et s'appuyant sur un système volontaire et déclaratif. Ce certificat s'inscrirait dans le cadre de la responsabilité sociétale d'entreprise. Il impliquerait les trois parties prenantes : fournisseurs de services sur Internet (FSI), utilisateurs et Etat. Il mesurerait l'effort et l'efficacité de la politique de lutte contre la cybercriminalité des FSI, ainsi que leur contribution au développement*

¹ Le discours de M. de Villepin, le rapport de M. Breton, le dossier de presse et l'enregistrement vidéo de la conférence de presse peuvent être consultés sur le site du ministère de l'Intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales à l'adresse : http://www.interieur.gouv.fr/rubriques/c/c2_le_ministere/c21_actualite/2005_04_13_dossier_presse_cybercriminalite.

² Les Enfants du Net (1) – Les mineurs et les contenus préjudiciables sur l'internet, 11 février 2004, et Les Enfants du Net (2) – Pédo-pornographie et pédophilie sur l'internet, 25 janvier 2005 disponibles à l'adresse : <http://www.foruminternet.org/recommandations/>

de la civilité du cyberspace. » Il suggérait qu'un groupe de travail réunissant les parties prenantes « pourrait être piloté par le Forum des droits sur Internet et devrait préciser les critères pertinents, la procédure d'attribution du certificat, l'organisme qui pourrait en être le porteur »³.

Dans un courrier en date du 22 avril 2005, M. de Villepin a confié au Forum des droits sur l'internet la responsabilité de mener la réflexion sur la création du certificat « citoyen »⁴. Avec l'appui du cabinet du Ministre, un groupe de travail a été constitué en juin 2005 rassemblant des représentants des services de l'Etat, des acteurs économiques de l'internet et d'associations familiales.

On peut noter que par sa composition et la nature des questions abordées entre représentants de l'industrie et du Ministère de l'Intérieur, notamment, ce groupe de travail préfigure le forum Etat/Industrie souhaité par MM. Villepin et Breton.

2. - Préfiguration d'un label « Famille »

Le Premier ministre Dominique de Villepin et le Ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille Philippe Bas ont présidé, le 22 septembre 2005, la Conférence de la Famille. La "Protection de l'enfant et les usages de l'internet" constituaient l'un des deux thèmes centraux du rendez-vous annuel des acteurs de la politique familiale.

Ce dossier avait fait l'objet d'un rapport et de propositions remis au Ministre le 19 mai 2005 par M. Joël Thoraval, président de la Commission nationale consultative des droits de l'homme (CNCDH)⁵.

Trois des recommandations figurant au rapport de M. Thoraval ont été retenues dans le cadre de la Conférence de la Famille et présentées par le Premier ministre :

- « Sécuriser la navigation des enfants » grâce aux logiciels de contrôle parental ;
- « Informer et sensibiliser les parents » par la diffusion, en 2006, d'une campagne télévisée et la mise en place d'un programme pédagogique d'information à destination des éducateurs, parents et enfants volontaires ;
- « La création d'un label "Famille" » devant être « *apposé sur les outils, services et contenus Internet, sur la base d'un cahier des charges respectueux de la protection de l'enfant,[qui] permettra de distinguer les produits ne présentant pas de danger pour l'ensemble des publics.* »⁶

Mandaté par le Ministre en charge de la Famille en vue de préparer la mise en œuvre de ce dernier projet, le Forum des droits sur l'internet a proposé au ministre, après avoir consulté les membres du groupe de travail « certificat "Citoyen" », d'élargir les travaux de ce dernier et d'en renforcer la dimension « famille » pour répondre aux objectifs énoncés au cours de la Conférence de la Famille.

³ L'extrait du rapport de M. Breton peut être consulté en annexe 4 du présent document.

⁴ Un fac-simile de la lettre de mission de M. de Villepin est produit en annexe 2 du présent document.

⁵ Joël Thoraval, Olivier Peraldi, Protection de l'enfance et usages de l'internet : conférence de la famille 2005. Ministère des solidarités, de la santé et de la famille. Paris, Ministère des solidarités, de la santé et de la famille, 2005 - http://www.famille.gouv.fr/doss_pr/conf_famille2005/rapport_protection.pdf.

⁶ Extraits du dossier de presse "Conférence de la Famille 2005", 22 septembre 2005, pp. 19-23 - http://www.famille.gouv.fr/doss_pr/conf_famille2005/dossier_presse_220905.pdf. L'extrait du dossier de presse relatif à la création d'un label « Famille » peut être consulté en annexe 5 du présent document.

Dans le même temps, le ministre en charge de la Famille a chargé M. Thoraval de faire des propositions sur la structure susceptible de gérer, à partir du cahier des charges établi par le Forum des droits sur l'internet, l'ensemble du dispositif.

3. - Composition, méthode et agenda du groupe de travail

Le groupe de travail⁷ constitué en juin 2005 à la demande de M. de Villepin en vue « d'élaborer les critères pertinents, la procédure d'attribution et l'organisme qui pourrait être porteur »⁸ du certificat « Citoyen », puis de proposer au ministre en charge de la Famille un projet de cahier des charges d'un label « Famille », a rassemblé des représentants des pouvoirs publics, des professionnels de l'internet, et un représentant des associations familiales :

Administrations :

- Conseil Supérieur de la Télématique (CST) ;
- Délégation Interministérielle à la Famille (DIF) ;
- Délégation aux Usages de l'Internet (DUI) ;
- Direction du développement des médias (DDM) ;
- Ministère de la Défense (Gendarmerie nationale) ;
- Ministère de l'Intérieur ;
- Ministère de la Justice.

Professionnels :

- Association des Fournisseurs d'Accès et de services internet (AFA) ;
- Association Française des Opérateurs Mobiles (AFOM) ;
- Société Free ;
- Société Lycos ;
- Société Microsoft France ;
- Société Orange France.

Associations familiales :

- Union Nationale des Associations Familiales (UNAF).

La Fédération des Conseils de Parents d'Elèves des Ecoles Publiques (FCPE), invitée à prendre part aux travaux du groupe, a également été consultée.

Le groupe de travail a consulté une sélection resserrée de professionnels (sociétés MSN, Telefun-Skyrock) et d'experts des questions relatives à la certification de services (association Consommation, Logement, Cadre de Vie – CLCV, Fédération des Entreprises de la Vente A Distance – FEVAD, sociétés AFAQ-AFNOR et Temesis).

La diversité des métiers, des sensibilités et des aspirations des membres du groupe de travail ont permis, au cours d'une vingtaine de séances, d'élaborer une recommandation relative à la création d'une marque de confiance pour les professionnels de l'internet.

Le rapport du groupe de travail a fait l'objet d'une consultation auprès de l'ensemble des membres du Forum des droits sur l'internet du 3 mars au 10 mars 2006. Il a été définitivement adopté par une consultation électronique du Conseil d'orientation du Forum le 4 avril 2006.

⁷ La composition du groupe peut être consultée en annexe 9 du présent document.

⁸ Conformément aux termes employés dans le rapport « Chantier sur la lutte contre la cybercriminalité ».

PRÉSENTATION DE LA CHARTE D'ENGAGEMENT

INTRODUCTION : PROPOSER AUX PRESTATAIRES D'ADHÉRER À UNE CHARTE D'ENGAGEMENT ET IMPULSER UNE DYNAMIQUE VERTUEUSE

Issue de la concertation, la charte d'engagement proposée par le Forum des droits sur l'internet aux professionnels de l'internet propose aux plus volontaires de ceux-ci de mettre en valeur leurs choix de prendre part au développement de la civilité sur l'internet et de favoriser un « développement durable » du Réseau. Elle témoigne du fait que la loi ne peut assurer seule la sécurité des mineurs, l'intégrité de l'équipement informatique des usagers ou la confidentialité de leurs données personnelles, et reconnaît la valeur de l'engagement des prestataires dans ces différents domaines.

En effet, la complexité du réseau, l'évolutivité des technologies et des usages qui y ont cours, le relatif anonymat et la liberté dont bénéficient ses usagers et la diversité toujours renouvelée des risques d'atteinte aux droits des internautes (vie privée, confidentialité des données, protection des mineurs...), défient la loi comme outil unique de régulation sur l'internet. Il convient dès lors, pour faire de cet espace de société un espace de « civilité », de rechercher des formes élargies de régulation, où chaque acteur peut apporter sa contribution à la construction d'un environnement sûr et respectueux de chacun.

- Le premier ensemble d'outils-clés que la loi ne peut seule actionner est l'information et la sensibilisation des usagers du réseau : mieux avertis, ces derniers sont moins exposés à la diversité des risques que comportent certains usages et « mésusages » de l'internet. Cette information (sur les moyens de protéger son ordinateur, d'accompagner les enfants dans leur découverte du réseau...), les fournisseurs d'accès à l'internet et les prestataires de services en ligne, points de passage quotidiens des internautes et créateurs d'usages, sont parmi les mieux placés pour la dispenser,
- Un deuxième ensemble de moyens est constitué par certains outils techniques et services que les professionnels peuvent placer à la disposition de leurs utilisateurs et clients : outils de contrôle parental, modération des espaces interactifs, outils protégeant les usagers contre les messages publicitaires non sollicités ou les logiciels espions, etc.,
- Enfin, les prestataires s'engagent à communiquer de manière transparente à leurs clients les modalités, dans le cadre prévu par la loi, des relations de coopération avec les autorités judiciaires, de police et de gendarmerie. Cette transparence est une garantie pour les utilisateurs d'une mise en œuvre des principes de la loi dans des conditions connues de tous.

La charte d'engagement rassemble et formalise les meilleures pratiques dans ces trois domaines, proposant ainsi une mise à niveau « par le haut » des engagements de tous les prestataires concernés.

Fondée sur une démarche volontaire, elle doit impulser une dynamique positive et encourager le plus grand nombre possible de professionnels de l'internet à faire évoluer leurs pratiques. Elle permet, dans le cadre de la loi, de décrire avec précision les comportements les plus volontaires et les plus initiatives les plus efficaces des prestataires. Fondée sur une approche volontaire, elle ne saurait en aucun cas fonder une quelconque régulation « administrative » de l'activité des professionnels de l'internet, ni se substituer au caractère obligatoire de la loi. A ce titre, de nombreux acteurs ont fait part de leur souhait que les engagements pris ne constituent pas une

base de travail destinée à leur imposer des obligations supplémentaires par l'intermédiaire d'un texte législatif ou réglementaire ultérieur.

A. - Réguler par les chartes ?

La certification d'un service peut se définir comme une démarche *volontaire* tendant à la mise en place d'un *système-qualité*, à la mise en évidence et au renforcement, au sein des entreprises certifiées, de procédures permettant d'atteindre à cette qualité.

On le verra, les démarches de certification de services et de « labellisation⁹ » ne sont pas neuves sur l'internet. Emanant habituellement de groupes d'acteurs économiques désireux d'afficher leurs engagements en matière de qualité de service, elles ont connu un « âge d'or » entre 1999 et 2002. Destinées à désigner des services « de confiance », elles ont le plus souvent rendu compte des engagements des prestataires en matière d'accessibilité technique, de sécurité des paiements ou de gestion respectueuse des données personnelles des clients et utilisateurs des services.

Les axes de réflexion proposés au Forum des droits sur l'internet par les ministres de l'Intérieur et en charge de la Famille suggéraient de transposer ces démarches « qualité » à des objectifs de développement d'un internet « citoyen » et « respectueux du principe de protection des enfants ».

On se propose donc ici, par un dispositif d'adhésion volontaire reconnaissant d'emblée la valeur de leur participation, de mesurer et d'encourager la contribution des professionnels de l'internet à des objectifs d'intérêt général, sur la base de leur engagement à observer des pratiques plus exigeantes ou plus précises que celles fixées par la loi, qui est par nature de portée générale et techniquement « neutre ».

Plus qu'un nouveau projet de certification de la qualité des services en ligne, la création de cette marque de confiance d'intérêt général pourrait donc constituer un développement original de la notion de responsabilité sociale et éthique d'entreprise dans le domaine de la fourniture de services internet. D'après le Livre vert consacré à cette notion par la Commission européenne en 2001, « *le concept de responsabilité sociale des entreprises signifie essentiellement que celles-ci décident de leur propre initiative de contribuer à améliorer la société (...)* »¹⁰. C'est la démarche observée par de nombreuses grandes entreprises en France et en Europe, notamment dans le secteur des télécommunications, qui toutefois ne semblent pas s'être fixées jusqu'ici d'objectifs en matière de prévention de la délinquance ou de protection des mineurs. La « charte des prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à Internet en matière de lutte contre certains contenus spécifiques », dite « Net+Sûr », signée par quinze sociétés membres de l'AFA sous l'égide du ministre délégué à l'industrie, le 14 juin 2004, constitue ainsi le seul précédent connu pour ce type d'actions¹¹.

Plus généralement, ces dispositifs de certification, de « labellisation » ou de charte éthique paraissent susceptibles de s'inscrire naturellement dans le cadre de la corégulation et de prolonger utilement certaines initiatives de concertation telles que les organise le Forum des droits sur l'internet depuis sa fondation, en 2001. Le dispositif à venir, fondé sur l'adoption volontaire d'un ensemble de bonnes pratiques par les professionnels de l'internet, découle en effet de la concertation des acteurs et de la recherche – dans le cadre et en complément de la loi – d'une « norme » mutuellement acceptée, qui se trouve consignée dans la charte d'engagement présentée plus loin.

⁹ Le terme, dont l'emploi est commun mais souvent impropre, est employé ici avec des réserves, explicitées ci-après.

¹⁰ Commission européenne, Livre vert, Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises, Bruxelles, 18 juillet 2001, COM(2001)366 FINAL
http://europa.eu.int/eur-lex/lex/LexUriServ/site/fr/com/2001/com2001_0366fr01.pdf

¹¹ Charte des prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à Internet en matière de lutte contre certains contenus spécifiques - http://www.afa-france.com/charte_contenusodieux.html.

Parmi les diverses recommandations du Forum des droits sur l'internet, certaines pourraient ainsi peut-être trouver une prolongation dans de nouvelles chartes ou d'autres certificats ou « labels ». La mise en place de la marque de confiance « citoyenne » peut, à ce titre, avoir valeur de test.

B. - Une diversité d'acteurs et de métiers

La charte d'engagement proposée par le Forum des droits sur l'internet concerne une grande diversité de professionnels. Elle s'adresse, en tout premier lieu, aux fournisseurs d'accès à l'internet fixes et mobiles et à la diversité des fournisseurs de services de communication en ligne : prestataires d'hébergement, prestataires de services interactifs (*chats, forums, blogs*), de services de courrier électronique, éditeurs de logiciels de messagerie instantanée. Ces acteurs ont pour particularité commune d'exercer des activités qui font d'eux des médiateurs et des points de passage privilégiés pour les internautes lorsqu'ils accèdent à des contenus ou contactent des pairs sur l'internet. De ce fait, ils occupent une position stratégique leur permettant de diffuser efficacement une information et des outils utiles à la sécurité des utilisateurs.

IL faut préciser, cependant, afin de dissiper tout risque de confusion et ne pas conférer à la charte d'engagement un caractère interprétatif du droit existant, que les catégories de métiers retenues par la charte n'ont pas pour objet d'influer sur la qualification juridique de ceux-ci au regard, notamment, de la loi pour la confiance dans l'économie numérique.

Les principales activités prises en compte par la charte d'engagement sont les suivantes :

- fournisseurs d'accès à l'internet ;
- opérateurs de téléphonie mobile ;
- fournisseurs spécialisés de services de messagerie électronique (*webmail*) ;
- exploitants de services interactifs (*chats* et *forums*) ;
- éditeurs de logiciels et exploitants de services de messagerie instantanée ;
- prestataires d'hébergement de pages personnelles ou de sites commerciaux et exploitants de services de *blogs* ;
- éditeurs de contenus.

La plupart des bonnes pratiques inscrites dans la charte d'engagement concernent les services destinés au grand public en général, et parfois aux familles en particulier (comme par exemple : les fournisseurs d'accès à l'internet, les services interactifs, etc.). Cependant, afin que les prestataires de services destinés aux professionnels ne soient pas exclus du dispositif et puissent y adhérer, un ensemble spécifique d'engagements leur est également proposé.

L'activité d'éditeur de contenus a également été incluse au nombre des métiers concernés par la charte d'engagement, que cette activité soit principale ou accessoire. Cependant, une telle adhésion de l'éditeur, si elle témoigne de son respect de quelques bonnes pratiques en matière de prévention de l'exposition des mineurs à des contenus potentiellement préjudiciables, ne saurait constituer une preuve de l'adéquation des contenus en cause à un jeune public.

La charte d'engagement pourra évoluer ultérieurement pour prendre en compte d'autres métiers de l'internet, la convergence de l'ensemble des médias (internet, téléphonie mobile, télévision, etc.) ou supports de communication (téléphone mobile, ordinateur, objets communicants) et les modifications législatives ou réglementaires. Les usages de certains moteurs de recherche en matière de fourniture d'outils de « filtrage » optionnel des résultats, de sensibilisation des utilisateurs à la diversité des contenus accessibles

par cet intermédiaire ou de signalement de contenus illicites pourraient, par exemple, être utilement inclus dans un ensemble de bonnes pratiques spécifiques à ce métier¹².

C. - Cinq domaines de contribution

Le groupe de travail a identifié cinq domaines principaux dans lesquels les professionnels de l'internet peuvent contribuer utilement à la prévention des risques à destination des utilisateurs de leurs services et à la lutte contre la cybercriminalité :

- la protection des mineurs sur l'internet,
- la sécurité de l'équipement et des données de leurs clients,
- la lutte contre les messages publicitaires non sollicités (*spam*),
- la lutte contre les escroqueries et la délinquance astucieuse,
- la mise en œuvre, de façon transparente, des principes de la loi en matière de coopération avec les autorités judiciaires, de police et de gendarmerie.

En premier lieu, le souhait exprimé par le ministre en charge de la Famille de voir figurer la « protection de l'enfant » au cahier des charges d'un futur label a conduit le groupe de travail à renforcer les exigences de la charte d'engagement dans ce domaine. Elles en constituent désormais assurément l'un des pivots.

En second lieu, les engagements proposés aux professionnels de l'internet dans le dernier ensemble de pratiques prennent acte du fait que de nombreux textes existent dans l'ordre juridique français fixant un cadre à la coopération des prestataires avec les autorités judiciaires.

Seulement, si le cadre existe, celui-ci n'est pas forcément explicite pour l'ensemble des acteurs : certains textes ont été adoptés avant le développement des technologies actuelles ; plusieurs mesures n'ont pas fait l'objet de textes réglementaires nécessaires à leur mise en application.

Il est donc apparu important, de clarifier les conditions d'application de ces textes par les prestataires et les autorités publiques et de faire figurer, sous forme d'engagements, les bonnes pratiques en la matière. Ces engagements n'ont pas pour objet d'aller au-delà de la loi, mais de rendre transparente sa mise en œuvre.

Enfin, ce choix s'avère protecteur des citoyens à double titre. D'une part, ils sont informés des modalités de coopération des prestataires avec les autorités. D'autre part, ces modalités font l'objet d'une discussion multi-acteurs, associant l'ensemble des parties prenantes. En définitive, de tels engagements sont exigeants tant pour les prestataires que pour les autorités publiques ; ils contribuent à mettre en place une « maison de verre » où les clients peuvent connaître les modalités de coopération avec les autorités et notamment, l'usage qui sera fait de leurs données personnelles.

D. -Présentation des principaux éléments de la charte

La charte se compose d'un ensemble de soixante-dix engagements que les prestataires intéressés seront invités à respecter suivant les métiers qu'ils exercent.

A l'exception des engagements proposés aux professionnels de l'internet en matière de coopération avec les autorités, chacun des grands chapitres abordés dans le cadre de la charte est composé :

¹² Voir à ce propos les études du Home Office britannique : Good Practice Guidance for the Moderation of Interactive Services for Children et Good Practice Guidance for Search Service Providers and Advice to the Public on How to Search Safely, 19 janvier 2006 - <http://police.homeoffice.gov.uk/operational-policing/crime-disorder/child-protection-taskforce?version=2>.

- d'actions en matière de sensibilisation et d'information des usagers des services en ligne,
- d'outils susceptibles de leur être fournis dans le cadre de ces services,
- de différentes bonnes pratiques des prestataires.

1. - Protection des mineurs

L'engagement de chaque prestataire à sensibiliser les jeunes usagers de l'internet et leurs parents sur les principaux risques d'exposition à des contenus préjudiciables ou aux enjeux liés à la maîtrise des données personnelles répond au besoin d'information régulièrement exprimé par les familles et leurs associations représentatives. La page d'information figurant sur le site du prestataire ou accessible depuis celui-ci renverra vers divers sites d'information pertinents comme celui de la CNIL ou DroitDuNet.fr. Elle sera accessible depuis la page d'accueil. Les propos qui y figureront devront être adaptés au public ciblé (jeunes, adultes).

Par ailleurs, la publicité constitue l'un des vecteurs d'exposition des mineurs à certains contenus potentiellement préjudiciables. L'ensemble des prestataires souhaitant acquérir la marque de confiance s'engagent à ne pas diffuser, dans les espaces qu'ils éditent et qui sont destinés aux mineurs, des publicités faisant la promotion de certains biens ou services inappropriés aux jeunes utilisateurs de l'internet ou contraires à la recommandation « enfant » du BVP. Cela vise par exemple les services de rencontres pour adultes, la publicité en faveur du tabac, de l'alcool ou des jeux d'argent.

Afin de limiter encore les risques d'exposition involontaire des mineurs à des contenus potentiellement préjudiciables, les contenus relevant de l'article 227-24 du Code pénal (pornographie et extrême violence, notamment) que pourraient éditer le prestataire titulaire de la marque de confiance, ne sont pas rendus accessibles depuis la page d'accueil de ses sites. Ces contenus ne sont proposés que dans des espaces ou rubriques réservés aux adultes et protégés par un dispositif empêchant les mineurs de consulter ces contenus.

Cependant et à défaut d'indications issues de la jurisprudence précisant les conditions satisfaisant, sur l'internet, aux objectifs fixés par l'article 227-24 du Code pénal, il n'a pas été possible de recommander aux prestataires de mettre en œuvre un type particulier de dispositif de contrôle d'accès. Enfin, les professionnels titulaires de la marque de confiance ne pourront faire figurer de publicités en faveur de tels contenus que dans les espaces de leurs sites réservés aux adultes.

En matière d'accès à l'internet, et afin de renforcer la cohérence entre les différentes initiatives publiques en matière de protection des mineurs sur l'internet, la charte d'engagement reprend l'accord relatif à la fourniture d'outils de contrôle parental conclu le 16 novembre 2005 entre fournisseurs d'accès à l'internet et le ministre en charge de la Famille Philippe Bas. De même, la charte prévoit que les opérateurs mobiles souhaitant acquérir la marque de confiance se conformeront à la charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile du 10 janvier 2006.

Les hébergeurs sont invités à adopter et à porter à la connaissance de leurs utilisateurs une charte d'hébergement décrivant les contenus et comportements acceptés ou proscrits dans le cadre de l'utilisation de leurs services. Ils doivent également informer les créateurs de contenus utilisant leurs services de leur obligation d'empêcher les mineurs d'accéder à tout contenu relevant de l'article 227-24 du Code pénal. Ils mettent en place un moyen de signaler certains contenus illicites aux services de police et de gendarmerie, éventuellement par l'intermédiaire du Point de contact de l'AFA.

En sorte de faciliter l'identification de créateurs de contenus problématiques, les hébergeurs sont invités à procéder à la vérification de la validité d'au moins un élément

d'identification de leur client préalablement à l'activation de cet espace. Le prestataire peut, par exemple, adresser le code d'activation du service à l'utilisateur par courrier électronique ou postal, ou s'appuyer sur un élément d'identification préexistant (type adresse mail *Passport*).

Tous les prestataires de services interactifs prévoient des outils permettant de signaler aux responsables du service des contenus ou des comportements contraires à la charte d'utilisation ou à la loi.

La charte d'engagement désigne sous le terme de « prestataires de services interactifs asynchrones autre que de correspondance privée » les fournisseurs de services de forums, de blogs, etc. Ces professionnels doivent encourager leurs utilisateurs, créateurs d'espaces interactifs, à procéder à une modération des contenus qui y sont publiés par d'autres internautes (commentaires dans un blog, messages dans un forum, etc.). La charte d'engagement encourage les prestataires à sensibiliser les créateurs de ces espaces à leurs obligations. Afin de limiter la multiplication des espaces interactifs « en friche » et des cas dans lesquels des personnes n'administrant plus leur espace interactif pourraient voir leur responsabilité engagée à raison des contenus qui y seraient publiés, les prestataires s'engagent à prévoir contractuellement une modalité de suspension de toute possibilité de publier en l'absence de toute mise à jour, modification, intervention ou modération d'un contenu depuis un délai de 3 mois.

Les prestataires de services interactifs doivent proposer à leurs utilisateurs un outil permettant d'informer les responsables du service en cas de contenus ou comportements contraire à la charte ou à la loi. Pour les espaces synchrones destinés aux mineurs, ces responsables devront répondre en direct aux sollicitations.

Il convient de noter que, même si les messages y sont modérés *a priori*, entraînant parfois un délai de quelques minutes avant leur diffusion, les services de *chat* proposés sur les réseaux et terminaux mobiles conservent, au regard de la charte d'engagement, la qualité de services *interactifs* synchrones et doivent, dès lors, respecter les engagements qui sont liés à cette activité.

Enfin, les prestataires de services interactifs qui éditeraient également un ou plusieurs services à destination d'utilisateurs mineurs (salons de discussion ou forums créés à l'initiative du prestataire du service) doivent prévoir un dispositif de modération de cet espace. Les responsables et modérateurs de ces espaces sont formés aux procédures à mettre en œuvre en cas de signalement de contenus ou de comportements préjudiciables aux mineurs.

2. - Sécurité de l'équipement client

Cette série d'engagements a pour objectif de renforcer, par l'intermédiaire des prestataires de services, l'information des utilisateurs sur les risques informatiques existants (virus, spyware, etc.) et sur les comportements ou les outils permettant de limiter, voire de remédier à ces risques.

Les équipements permettant la connexion sans fil (technologie Wifi) de plusieurs ordinateurs à un même réseau local et le partage d'une connexion à l'internet entre ces différents terminaux sont de plus en plus communs. Improprement configurés, ces équipements peuvent faire encourir certains risques à leurs utilisateurs. La charte d'engagement invite les fournisseurs d'accès à l'internet proposant de tels équipements à leurs clients à les sécuriser de façon à prévenir toute interception des communications de l'abonné ou toute utilisation à son insu de sa connexion à l'internet.

Afin de prévenir l'émergence de risques affectant les nouveaux supports d'accès à l'internet, les opérateurs de téléphonie mobile sont invités à assurer une veille des

risques existants en matière de sécurité et à diffuser, si cela s'avère nécessaire, une information auprès de leurs clients.

L'instance en charge de la gestion opérationnelle de la marque de confiance devra d'ailleurs régulièrement réexaminer les engagements de la charte en matière de sécurité, compte tenu de l'évolution rapide des connaissances et des risques en matière de sécurité informatique.

La fourniture de logiciels ou de services antivirus fait l'objet d'une vive concurrence entre prestataires. Ce type de prestations n'a donc pas été inclus dans la charte d'engagements. En fonction de l'évolution des offres proposées par les prestataires, l'instance de gestion pourra examiner ultérieurement l'opportunité de faire évoluer la charte d'engagement dans ce domaine.

3. - Lutte contre le *spam*

L'information et la sensibilisation des utilisateurs sur les précautions à prendre pour une bonne utilisation du courrier électronique et les moyens de protéger leurs données personnelles sont au cœur des engagements proposés aux prestataires en matière de lutte contre le *spam*. Les professionnels informeront également leurs usagers de la diversité des outils permettant de limiter l'afflux de courriers électroniques indésirables.

En vue de renforcer la cohérence des initiatives publiques en matière de lutte contre le *spam*, la charte d'engagement renvoie aux schémas techniques et aux recommandations qui pourraient être émis dans le cadre du dispositif Signal Spam, mis en œuvre par la Direction du développement des médias (DDM).

4. - Lutte contre les escroqueries et la délinquance astucieuse

La charte d'engagement prend en considération, dans cette partie, le développement récent de certaines techniques de fraude de nature économique comme le filoutage (*phishing*), le *scam* ou, plus généralement, les dispositifs permettant de capter le numéro de carte bancaire d'utilisateurs de l'internet.

A ce stade, il est proposé aux professionnels de contribuer à l'information des utilisateurs de l'internet sur ces risques et sur les moyens qui leur sont offerts pour lutter ou contrer certaines de ces pratiques.

5. - Transparence dans la coopération des prestataires avec les autorités

Les engagements figurant dans cette section identifient et rassemblent, de manière transparente et dans le cadre strict prévu par la loi et le respect des droits et libertés des internautes, certaines des modalités de coopération ayant cours entre les prestataires et les autorités, en vue de prévenir ou de réprimer toute infraction.

Ces engagements n'établissent pas une norme de comportement différente de celle fixée par la loi. Ils explicitent les conditions de son application dans un souci de transparence et d'efficacité envers les citoyens.

Tout d'abord, la charte fixe les *modalités de coopération régulière des prestataires avec les autorités*. Elle prévoit, ainsi, la participation des signataires aux travaux d'élaboration de la future plate-forme de signalement de contenus illicites engagés par le ministère de l'Intérieur.

La charte d'engagement suggère, également, aux professionnels des engagements minimaux en matière de délais de réponse aux réquisitions portant sur des données permettant l'identification de personnes dans le cadre d'enquêtes judiciaires. Il convient

de préciser que le respect de ces délais devra être analysé de manière globale en tenant compte, à la fois de la formulation de la demande émanant des autorités et des éventuelles difficultés techniques rencontrées par les professionnels.

Concernant les opérateurs de téléphonie mobile, l'identification du titulaire d'une adresse de courrier électronique ou d'une adresse IP est aujourd'hui considérée comme une demande « non standard » ouvrant droit, selon les termes de la charte d'engagement, à un temps de réponse supérieur. Ce régime pourrait évoluer au gré des révisions de la charte, et de la banalisation de ce type de demandes auprès des opérateurs de téléphonie mobile.

Il est également proposé aux professionnels de communiquer aux autorités compétentes les coordonnées des personnes responsables du traitement des réponses aux réquisitions judiciaires aux autorités compétentes. La communication des coordonnées d'une personne susceptible d'initier un tel traitement en cas d'urgence est également prévue, au bénéfice exclusif de l'OCLCTIC et du STRJD de la Gendarmerie nationale. Ces derniers centraliseront et traiteront lesdites demandes urgentes.

Concernant les nouvelles techniques de communication, la charte fait une distinction entre les opérateurs de téléphonie sur IP et les fournisseurs de service de voix sur IP. Les premiers, qui permettent à leurs utilisateurs d'établir une communication avec le réseau téléphonique commuté, s'engagent à permettre, dans le cadre fixé par la loi en la matière, l'interception des communications téléphoniques.

Les seconds, dont le service permet la communication de poste informatique à poste informatique, s'engagent à faciliter, par un dialogue technique avec les autorités, notamment, l'analyse des éléments obtenus par les autorités à la suite d'une interception des communications réalisées sur leurs services. Dans tous les cas, les modalités opérationnelles de mise en œuvre de ces engagements devront être déterminées dans le cadre d'un dialogue étroit avec les autorités compétentes

Ensuite, le charte explicite *les modalités de lutte contre les contenus manifestement illicites* telles que prévues par la loi pour la confiance sur l'économie numérique et l'interprétation donnée par le Conseil constitutionnel dans sa décision du 10 juin 2004. La charte éclaire ainsi les dispositions de l'article 6-I-7 de la loi qui invite les prestataires à signaler un nombre limité de contenus.

Afin de clarifier les conditions du retrait et de mise à disposition des autorités de contenus manifestement illicites (définis comme tels par le Conseil constitutionnel : incitations à la haine raciale, pornographie enfantine...) constatés par un prestataire d'hébergement, il est proposé aux professionnels exerçant cette activité de transmettre aux autorités la copie des contenus suspendus ou retirés concomitamment au signalement opéré en application de la LCEN.

A des fins d'efficacité, certains services répressifs souhaitent que les contenus manifestement illicites ainsi transmis par les prestataires d'hébergement soient accompagnés des données de connexion et/ou de facturation permettant l'identification des auteurs des contenus signalés. Le ministère de l'Intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés publiques consultera le ministère de la Justice et la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) en vue de se faire préciser dans quelles mesure un tel engagement, qui permettrait la transmission de données d'identification hors du cadre de la procédure pénale, est conforme ou non avec l'obligation, pour les prestataires, de veiller à la confidentialité de ces données à caractère personnel. Ce point pourrait être examiné à nouveau dans le cadre d'une prochaine révision de la charte d'engagement, à la lumière des réponses à ces consultations.

Que ces données soient requises par les autorités ou transmises d'initiative en accompagnement d'un signalement, il est proposé aux professionnels de s'engager à communiquer les contenus aux autorités dans un format identique à leur mode d'affichage préalablement à leur retrait ou suspension. Il s'agit pour le prestataire de ne pas délivrer des extractions brutes de sa base de données, mais de les remettre en forme afin de permettre aux autorités de connaître la manière dont ceux-ci s'affichaient à l'écran. Nonobstant ces éléments, il est utile de rappeler que le prestataire qui a procédé au retrait ou à la suspension d'un contenu en dehors des cas prévus par la loi pourrait voir sa responsabilité civile être engagée.

Enfin, la charte propose aux prestataires de procéder au signalement des contenus et comportements faisant apparaître un *danger imminent pour les personnes*. Il s'agit d'inviter les professionnels à transmettre, par exemple, les messages de détresse qui seraient portés à leur connaissance, les menaces réelles d'atteintes à l'intégrité physique de personnes désignées. On peut citer le cas, suite à une telle coopération, de l'arrestation d'un internaute qui recrutait par l'intermédiaire de forums de discussion d'autres internautes dans le but de procéder au viol de sa voisine. Dans de telles situations, la charte engage l'ensemble des prestataires à transmettre, avec le signalement, les données permettant l'identification du contenu concerné – s'ils en disposent. Cette procédure de transmission de données à caractère personnel en dehors de toute réquisition ou demande judiciaire s'inscrit dans les dispositions de l'article 122-7 du Code pénal et le cadre protecteur des libertés fixé par la loi du 6 janvier 1978 relative à l'informatique et aux libertés.

PROPOSITION DE DISPOSITIF OPÉRATIONNEL

A. - Introduction : de la nécessité d'adosser le projet de charte d'engagement à un modèle de dispositif opérationnel

Comme on l'a vu, Philippe Bas, ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille a confié, à l'issue de la Conférence de la Famille, en octobre 2005, une mission complémentaire à Joël Thoraval, Président de la CNCDH. Ce dernier est mandaté afin de proposer « la ou les structures existantes ou à créer qui pourront délivrer ce label et en assurer le suivi ».

Néanmoins, les membres du groupe de travail constitué au sein du Forum des droits sur l'internet ont également souhaité proposer quelques pistes relatives à la mise en œuvre opérationnelle de la marque de confiance ainsi élaborée.

Ce souhait était dicté par une double nécessité. Tout d'abord, il s'agit de répondre intégralement à la mission confiée par le ministre de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales en matière d'élaboration d'un « certificat citoyen » et qui intègrait un volet de mise en œuvre opérationnelle.

Ensuite, il a été nécessaire, lors de l'élaboration de la charte d'engagement, d'en projeter les conditions de mise en œuvre. En effet, l'internet étant un environnement changeant où les usages évoluent rapidement, il est apparu important de concevoir le prototype d'un dispositif cohérent avec la charte d'engagement pouvant être mis en œuvre sans délai, capable de faire évoluer les engagements souscrits proposés aux professionnels et d'en contrôler le respect par les prestataires souscrivant à la démarche.

B. - Charte, certificat, « label », marque de confiance

La mission confiée au Forum des droits sur l'internet par le ministre de l'Intérieur concerne la mise en place d'un « *certificat* citoyen » des fournisseurs d'accès et de services de l'internet. La lettre de mission du ministre en charge de la Famille demande au Forum d'élaborer le cahier des charges d'un « *label* Famille » des produits, services et contenus en ligne les plus appropriés au public familial.

Ces deux notions ne sont pas strictement équivalentes et méritent d'être clarifiées et comparées avec quelques concepts voisins : sceaux, marques de confiance, chartes.

Un certificat, un « label » sont des signes visibles, des expressions synthétiques des engagements volontaires des professionnels qui en sont titulaires à fournir des produits ou des services d'un niveau de qualité reconnu et contrôlé. Ces « marques de confiance » ont pour fonction d'apporter au consommateur des gages de cette qualité, et de gagner sa confiance dans les services du prestataire titulaire.

Les démarches de certification émanent le plus souvent de groupes de professionnels désireux de se distinguer parmi leurs concurrents sur des critères directement liés à leur activité marchande. Ainsi, bon nombre de certificats et « labels » se sont proposés de résoudre le déficit de confiance dont a longtemps souffert le *web* marchand, en matière de sécurité des transactions, notamment, ou de gestion des données personnelles des clients. Les marques de confiance se sont multipliées au début des années 2000 : on a compté jusqu'à 600 de ces initiatives en 2002, de fiabilité très inégale. La plupart n'ont pas connu le succès escompté, et n'ont pas su s'imposer auprès de sociétés qui ont construit la confiance autour de leurs propres marques. Cette profusion de marques de confiance n'a sans doute pas été favorable à l'émergence de marques de qualité de

référence, et a nui à la notoriété indispensable à une bonne appropriation par les consommateurs et à la crédibilisation de ces dispositifs.

Un rapport et un avis du Conseil nationale de la consommation (CNC)¹³ ont contribué, en juillet 2003, à clarifier ces notions.

On peut identifier plusieurs types de sceaux et marques de confiance :

- la certification de services, telle qu'elle est définie et encadrée par la loi n°94-442 du 3 juin 1994,
- des dispositifs de « 2^e niveau », qui ne se conforment pas à toute la législation relative à la certification, mais en respectent les principes, notamment celui du contrôle par un organisme distinct du bénéficiaire de la marque de confiance,
- des dispositifs d' « auto-proclamation » n'offrant pas les garanties d'un contrôle indépendant.

La loi n°94-442 du 3 juin 1994 modifie le Code de la consommation en matière de certification des produits industriels et des services et la commercialisation de certains produits et définit les caractéristiques et les méthodologies associées à la notion de certification de services. Les articles R. 115-1 à R. 115-12 précisent les dispositions législatives concernant les organismes certificateurs (R. 115-1 à R. 115-5), l'accréditation (R. 115-6 et R. 115-7), les référentiels (R. 115-8 et R. 115-9), l'information des consommateurs et des utilisateurs (R. 115-10 et R. 115-11) et les dispositions pénales associées (R. 115-12).

L'article 1^{er} de la loi insère un article L. 115-27 du Code de la consommation ainsi rédigé : « *constitue une certification de produit ou de service (...) l'activité par laquelle un organisme, distinct du fabricant, de l'importateur, du vendeur ou du prestataire, atteste, à la demande de celui-ci effectuée à des fins commerciales, qu'un produit ou un service est conforme à des caractéristiques décrites dans un référentiel et faisant l'objet de contrôles.* »

Les organismes certificateurs doivent déposer auprès de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF / MINEFI) une déclaration justifiant de leur « compétence » et de leur « impartialité ».

Le référentiel est, selon les termes de la loi, « *un document technique définissant les caractéristiques que doit présenter un produit ou un service et les modalités du contrôle de la conformité du produit ou du service à ces caractéristiques.* » Il doit être élaboré en concertation entre l'ensemble des parties intéressées (professionnels, consommateurs et pouvoirs publics), et être publié au Journal officiel. La délivrance du certificat et son contrôle doivent également associer les différentes parties concernées.

Plusieurs certificats existent en matière de services en ligne ; ils n'ont pas connu le développement espéré par leurs promoteurs, l'AFAQ (Webcert), le BVQI (Webvalue), Sysqua (Elitesitelabel), SGS (Qualicert) ou AFNOR Certification.

Dans le cas du certificat Webcert, l'organisme certificateur (AFAQ) fait procéder, par des auditeurs indépendants et préalablement à l'attribution du certificat, à un audit « initial » du service en ligne candidat et au sein de l'entreprise, suivant des procédures de contrôle connues de l'entreprise certifiée, qui a ainsi pu y adapter son organisation interne pour se conforter au mieux à ses engagements. De nouveaux contrôles sont opérés à intervalles réguliers (tous les 6 mois en ligne, et tous les ans dans l'entreprise). Les rapports d'audit délivrés à la suite de ces contrôles peuvent faire état d' « écarts » par

¹³ http://www.minefi.gouv.fr/DGCCRF/boccrf/04_04/a0040039.htm

rapport aux engagements ou de « non-conformités » majeures dont la correction conditionne l'attribution ou le maintien du certificat.

Les termes « sceaux » et « marques de confiance » sont préférées, pour désigner les dispositifs n'entrant pas dans le cadre strictement défini par la loi ; celui de « label » est celui que l'administration réserve à certains domaines d'activités spécifiques, le domaine agro-alimentaire notamment.

Cependant, certaines initiatives s'inscrivant en marge du cadre réglementaire peuvent s'appuyer sur un référentiel et des procédures aussi solides que certains certificats « officiels ». C'est par exemple le cas de l'« habilitation des sites marchands » L@belsite, que gère la Fédération des Entreprises de Vente à Distance (FEVAD), l'une des rares initiatives de « 2^e niveau » encore en activité.

En définitive, au moins trois principes généraux sont communs à l'ensemble de ces démarches, qu'elles s'inscrivent ou non dans le cadre strict de la certification de services telle qu'il est défini par la loi :

- le respect de la réglementation constitue un préalable, et tout certificat ou marque de confiance doit encourager les candidats à mettre en place des pratiques allant au-delà de la réglementation,
- une tierce partie, souvent un auditeur « certifié » mandaté par l'organisme qui attribue les certificats ou marques de confiance, procède à des contrôles réguliers de la conformité des pratiques des acteurs s'étant vu délivrer la marque avec les pratiques de référence prévues par le dispositif,
- ces démarches respectent des règles de transparence en mettant, par exemple, à disposition du public la liste des critères d'attribution de la marque de confiance, ou encore en datant l'attribution à un acteur de la marque de confiance.

C. - Le choix d'un dispositif « allégé » de marque de confiance

La marque de confiance que le Forum des droits sur l'internet a mission de concrétiser comporte au moins deux particularités qu'il convient de considérer avec attention avant de décrire le dispositif opérationnel.

D'une part, si le présent projet de marque de confiance a suscité le plus vif intérêt auprès de nombreux professionnels, certains prenant volontiers part aux travaux du groupe à l'origine de cette proposition, ce sont les pouvoirs publics, et non les acteurs de l'internet eux-mêmes, qui sont à l'origine de cette démarche. Le Gouvernement a ainsi pris l'initiative dans un domaine dans lequel rares sont les entreprises à avoir investi spécifiquement et fait valoir leurs engagements auprès du public.

D'autre part, c'est la première fois qu'une marque de confiance est bâtie sur un ensemble aussi complet d'objectifs « citoyens » et de « respect des familles ». A l'exception du projet catalan IQUA, dont la charte d'engagement sommaire inclut par exemple des objectifs en matière de « protection des mineurs », de « l'ordre public » ou de « la dignité humaine », aucune initiative comparable n'est connue du Forum des droits sur l'internet en Europe¹⁴. Le dispositif Net+Sûr, promu en 2004 par les membres de l'AFA, sous l'égide du ministre délégué à l'Industrie, matérialise la contribution des signataires dans le domaine de la lutte contre les « contenus odieux » sous la forme d'un code de bonne conduite décrivant une douzaine d'engagements, et d'une signalétique présente sur les sites desdits membres. Cependant, à la différence du projet de marque de confiance, ces engagements ont donné lieu à une négociation bilatérale entre pouvoirs publics et professionnels, et ne font pas l'objet de contrôles réguliers par une entité indépendante.

¹⁴ La charte d'engagement de la marque de confiance « IQUA » peut être consultée à l'adresse : <http://www.iqua.net/archivos/1569-91-archivo/Verificacion.pdf>

Ces premières observations sont loin de réduire l'intérêt d'une marque de confiance : si elle fait l'objet d'une communication appropriée, cette dernière répondra aux attentes du public de plus en plus sensible en matière de sécurité et de protection des mineurs ; elle pourra créer une émulation positive entre professionnels. Elles suggèrent en revanche que, pour qu'une « masse critique » d'entreprises adhère au dispositif proposé aux professionnels, le dispositif encadrant la mise en œuvre de la charte d'engagement soit aussi souple et peu coûteux que possible. Rappelons que le coût annuel des procédures d'audit en vigueur dans le domaine de la certification de services peut s'élever de 1 000 à 10 000 euros par prestataire : un consensus sur le financement de telles actions en plus d'une structure permanente de gestion du dispositif serait difficile à établir.

Se basant sur ces éléments, les membres du groupe de travail ont souhaité retenir deux principes relatifs à l'adhésion des prestataires à la charte d'engagement.

1. - Une adhésion volontaire et déclarative

L'attribution de la marque de confiance doit résulter d'une démarche volontaire de chaque prestataire qui, en adhérant au dispositif, s'engage à respecter l'ensemble des engagements figurant dans la charte et non d'une démarche plus administrée comme peut l'être la certification.

Le groupe de travail a procédé au début de ses travaux à l'examen des règles de la « certification de services » telles que les établit la loi de 1994. Les dispositions de la loi fondent un protocole sûr, où l'indépendance des parties et l'exigence des engagements auxquels souscrivent les attributaires du certificat ont pour contrepartie des délais et des coûts de mise en place et de gestion importants.

S'il paraît souhaitable que la marque de confiance soit construite en conformité aux grands principes du dispositif légal, il ne s'agit pas, pour autant, de créer un « certificat » au sens de la loi, obéissant à l'ensemble des obligations. Cette marque de confiance doit, en effet, répondre à plusieurs contraintes que le régime juridique du certificat ne permet pas de lever : mise en œuvre dans les délais rapides et courts souhaités par les ministères de la Famille et de l'Intérieur, adoption par le plus grand nombre possible de prestataires et sans que d'importants moyens financiers doivent y être consacrés.

En pratique, après avoir vérifié la nature juridique et la gamme de services proposés par un prestataire candidat, l'organisme en charge de la gestion de la marque de confiance pourrait, à la demande du prestataire, l'assister dans la définition des actions à entreprendre en vue de mettre ses services en conformité avec la charte d'engagement. L'organisme recueillerait enfin l'engagement du fournisseur d'accès ou de services à respecter chacun des engagements le concernant figurant dans la charte d'engagement annexée au contrat sur lequel devra s'appuyer chaque engagement de prestataire.

Cette démarche, par laquelle le prestataire s'assure lui-même de la conformité de ses services avec les engagements qu'il a souscrit, permet :

- la mise en place d'un dispositif nécessitant des moyens tant humains que financiers réduits ;
- l'adoption et le déploiement rapide de la marque de confiance par les principaux acteurs ;
- la responsabilisation des acteurs concernés.

En échange de cette adhésion, l'organisme en charge de la gestion de la marque de confiance accorde au prestataire le droit d'associer cette dernière à sa propre marque et

à sa communication, dans des conditions à préciser (logo ou « sceau » affiché sur la page d'accueil du ou des sites du prestataire, sur ses services et produits, site *web* détaillant les bonnes pratiques auxquelles chaque opérateur souscrit, etc.)

2. - L'adhésion d'une marque, d'un nom commercial ou d'un titre

L'adhésion d'une structure à la charte d'engagement peut s'opérer sur différentes bases : adhésion de l'entité juridique, adhésion en fonction de la marque ou adhésion par service proposé par la marque.

Compte tenu de l'objectif affiché, à savoir une appropriation par les utilisateurs de la charte d'engagement et de la marque de confiance qui lui est liée, le Forum des droits sur l'internet propose que les structures souhaitant adhérer au dispositif de marque de confiance engagent l'adhésion de tous leurs services rassemblés sous une même « marque », c'est-à-dire par le nom, le nom commercial, l'image communiquée auprès des internautes.

L'entité propriétaire de la marque devra alors souscrire à tous les engagements visant l'ensemble des services exploités sous ladite marque.

Pour les structures non marchandes, comme les associations, l'adhésion se fera selon le titre de l'association – au sens de la loi du 1^{er} juillet 1901.

D. - « Citoyen » ou « famille » : quelle dénomination pour la marque de confiance ?

A l'occasion des deux missions confiées respectivement par le ministre de l'Intérieur et le ministre en charge de la Famille, deux dénominations ont été évoquées pour la marque de confiance construite par le Forum des droits sur l'internet. La première invitait à la création d'un certificat « citoyen ». La seconde invitait à la création du cahier des charges d'un label « Famille ».

Les membres du groupe de travail se sont résolument prononcés contre l'hypothèse de la création de deux marques de confiance distinctes dans un environnement où des initiatives comparables préexistent, et alors que la lisibilité et l'appropriation de la marque de confiance par les prestataires comme par le grand public constituent, de l'avis de tous, des facteurs déterminants du succès du projet.

L'identité de la future marque de confiance s'enracine donc dans ces deux terrains : « familial » et « citoyen ».

La dénomination de « famille » pourra sembler proche des attentes des familles et des nouveaux internautes désirant être accompagnés dans leur découverte et leurs usages des nouvelles technologies. Il ne constitue toutefois que l'un des aspects de la charte d'engagement. Comme nous l'avons vu, celle-ci aborde des thématiques dépassant le strict domaine des préoccupations familiales, et s'étend par exemple aux questions de sécurité informatique ou de lutte contre toutes les formes de cybercriminalité. Le terme de « famille » peut également induire en erreur le public qui s'attendrait à un label de qualification des contenus comme ceux particulièrement destinés aux mineurs. Or, l'objectif du présent projet est autre.

Plusieurs des représentants des professionnels de l'internet consultés par le Forum des droits sur l'internet ont exprimé plus d'intérêt pour une marque de confiance enracinée dans le terrain « citoyen ». En effet, une majorité de prestataires désireux de souscrire aux divers engagements inclus dans la charte s'adresse à un public composé

principalement de célibataires et de jeunes adultes, et craint que l'affichage d'une marque « familiale » ne rencontre pas les valeurs recherchées par leur cible ; un tel affichage pourrait même, selon certains professionnels, avoir un effet opposé à celui escompté.

En conséquence, il apparaît au Forum des droits sur l'internet qu'une marque de confiance « citoyenne » porterait sans doute le mieux les engagements décrits dans la charte et constituerait une réponse crédible par rapport aux souhaits exposés par les deux ministères de faire de tout prestataire un acteur impliqué et responsable sur la toile mondiale.

En tout état de cause, un travail complémentaire devra être mené par des structures spécialisées dans le *marketing* et la promotion des marques afin d'identifier, en lien avec les divers acteurs intéressés, le meilleur slogan/logo à attribuer à la marque de confiance (« citoyen », « famille » mais également « civilité » ou « confiance ») permettant de lui assurer des fondations stables.

E. - L'importance déterminante de l'accompagnement *marketing* de la marque de confiance

1. - Une signalétique visible distinguant les sites et les produits concernés, à concevoir

Le prestataire ayant accompli la démarche en vue de l'obtention de la marque de confiance se verrait décerner l'autorisation d'insérer - sur ses pages *web*, services, produits et documentation - un signe distinctif - ou « sceau » - à créer. Ce signe distinctif pourrait être accompagné d'une mention explicative de la signification de cette marque, et associé à un lien hypertexte pointant vers une page décrivant les engagements auxquels souscrit le prestataire, et leurs limites.

Dès lors que l'une des principales motivations à acquérir la marque de confiance doit reposer sur la perception qu'en aura le grand public, la notoriété de cette marque et du signe distinctif, son principal vecteur, est stratégique pour le succès du dispositif.

L'une des premières missions de l'organisme désigné serait alors de concevoir ce signe distinctif, tout en tenant compte des marques publiques ou privées existantes - et le cas échéant de proposer le rapprochement d'initiatives équivalentes.

Plusieurs initiatives de différentes natures ont, à ce jour, souhaité s'appuyer sur une signalétique proche des préoccupations du groupe de travail :

➤ *Label Net+Sûr*



L'Association des fournisseurs d'accès et de services internet (AFA) et ses membres ont signé le 14 juin 2004, sous l'égide de Patrick DEVEDJIAN, ministre délégué à l'Industrie, une charte qui définit les contributions de la profession en matière de lutte contre certains contenus « odieux ». Afin de permettre une meilleure identification des engagements pris dans la Charte, l'AFA a fait réaliser le « label Net+sûr ». Les membres de l'AFA qui respectent les engagements se sont ainsi engagés à faire figurer le « label » sur leur portail et/ou sur tout autre support de communication. *Les engagements figurant dans la charte Net+Sûr sont aujourd'hui compris dans la charte d'engagement de la marque de confiance ici étudiée.*

➤ *Campagne Internet+Sûr*



A la différence du « label Net+Sûr » et du présent projet de marque de confiance, le logo « Internet + Sûr » n'a pas pour fonction de symboliser d'éventuels engagements des prestataires qui l'arborent, mais constitue un repère permettant aux internautes de s'informer sur les questions de sécurité sur l'internet. Il s'agit du nom donné à la première semaine nationale de la sécurité informatique organisée du 3 au 10 juin 2005 à l'initiative de la Délégation aux usages de l'internet. Ce sigle a été utilisé dans les différentes campagnes de sensibilisation opérées par les partenaires de l'opération.

➤ *Projet Confiance*



Le logo « Confiance », sera également amené à occuper une part du « territoire » de la sensibilisation et de la sécurité des usagers de l'internet. Il représente le projet Confiance. Ce plan d'action national de sensibilisation aux enjeux et aux risques de l'Internet, a été proposé par la Délégation aux usages de l'Internet (DUI) à la Commission européenne, qui l'a retenu en novembre 2004, dans le cadre de son plan d'action pour un Internet plus sûr (SIAP).

2. - Une large information du public : communication gouvernementale, création d'un site de référence, etc.

Parallèlement à la création d'une signalétique adaptée, il apparaît nécessaire de mener, dès le lancement de la marque de confiance, une vaste campagne de communication basée sur un partenariat entre acteurs publics et acteurs privés, et visant à porter à la connaissance du public le contenu des principaux engagements, tout en établissant la notoriété du « sceau » distinctif des prestataires engagés dans le dispositif.

A cette fin, l'ensemble des futures campagnes d'information et de sensibilisation organisées par les pouvoirs publics, et en particulier celles prochainement programmées par le ministère de la Famille à la suite de la Conférence de la Famille et du programme Confiance dans le cadre du Plan d'action européen pour un internet plus sûr (SIAP), devraient intégrer un message informant le public de l'existence et de la signification de la marque de confiance, faire référence aux principaux engagements souscrits par les prestataires et renvoyer à un site d'information dédié permettant d'en savoir plus.

Ce site de référence est un outil indispensable. Il présenterait de manière intelligible par le grand public les principales thématiques et engagements de la charte d'engagement, y donnerait un accès à l'intégralité de ses dispositions et devrait référencer l'ensemble des prestataires ayant souscrits à la charte.

Un lien hypertexte visible devra être réalisé vers ce site de référence depuis le site des prestataires ayant souscrit aux engagements et depuis le site des ministères intéressés, le site portail « *Internet.gouv.fr* », celui de la Délégation aux usages de l'internet et de la Délégation interministérielle à la Famille.

Enfin, et afin d'assurer une base de notoriété importante à cette marque de confiance, une communication forte devrait être réalisée à l'occasion de l'annonce de sa création et de la signature de la charte d'engagement par les prestataires. Cette communication pourrait associer, outre les dirigeants des premiers prestataires ayant manifesté leur souhait d'adhérer au dispositif, les ministères intéressés (Famille, Intérieur, Industrie, Économie, Jeunesse et Sports) et le Premier ministre. Le Service d'information du Gouvernement pourrait également mettre ses moyens et son expertise au service de la promotion de la marque de confiance. Au final, l'impact et la viabilité de la marque de

confiance seront étroitement liés aux moyens notamment financiers que les pouvoirs publics décideront d'allouer à cette communication.

Enfin, cette communication devra s'appuyer sur les nombreux réseaux d'écoute des préoccupations des internautes et notamment des familles, en particulier les associations familiales.

F. - Une instance chargée de la gestion du dispositif

En matière de gestion de la charte d'engagement souscrits par les prestataires distingués par la marque de confiance, trois questions doivent être soulevées : qui contrôle le respect des engagements par les prestataires partenaires, à la demande de qui, et quelles sont les mesures qui peuvent être ordonnées en cas de manquement à ces engagements.

La nature et le mode de fonctionnement de l'instance responsable de la gestion de la marque de confiance feront l'objet de réflexions complémentaires des ministères de l'Intérieur et de la Famille, ce dernier éclairé par les propositions de Joël Thoraval. La charte d'engagement, toutefois, ne saurait être strictement détachée de la description des principes selon laquelle elle sera appliquée. Le modèle d'instance de gestion du dispositif - chargée notamment de la vérification des engagements pris - qui est dessinée ici à grands traits est issu de la même démarche de concertation que la charte d'engagement.

1. - La nature de l'instance en charge de la gestion de la charte d'engagement

L'intention des ministres à l'origine du projet de marque de confiance, l'esprit dans lequel le contenu de la charte d'engagement a été élaboré, la nature volontaire de l'adhésion des professionnels indiquent, selon le Forum des droits sur l'internet, que la gestion des engagements soit assurée par une instance au sein de laquelle seraient représentées, à parité, toutes les parties concernées (pouvoirs publics, professionnels et utilisateurs). Une telle composition sera à même d'assurer la neutralité de l'instance de gestion vis-à-vis d'un demandeur identifié ou d'un prestataire particulier. A ce titre, il conviendra peut-être d'associer au sein de l'instance, non pas les prestataires ayant souscrits la charte d'engagement, mais leurs fédérations professionnelles (AFOM, AFA). L'implication des pouvoirs publics dans l'organisme est également importante dès lors que la protection de l'enfance est un enjeu majeur de politique publique.

Cette instance aurait pour mission de recevoir et d'instruire les signalements d'éventuels manquements aux règles d'engagement auxquelles ils ont souscrit, et de s'assurer de l'application des engagements par les prestataires de services titulaires de la marque.

L'instance de gestion qui sera finalement arrêtée pourrait être une structure parapublique existante comme le Forum des droits sur l'internet, une structure administrative au sein de laquelle seraient représentées les différentes parties, ou une structure publique, voire privée, créé à cet effet. Les ministères à l'initiative du projet de marque de confiance sauront retenir la solution la plus efficiente, la plus viable économiquement, la plus représentative de la diversité des intérêts en jeu et respectueuse de l'esprit dans lequel s'est construite la charte d'engagement.

2. - Les personnes pouvant saisir l'instance de gestion

L'instance de gestion pourrait se saisir elle-même d'un manquement à la charte d'engagement ou être saisie d'un manquement par tout membre de l'instance, autorité publique, association ou professionnel, signalant la non-exécution d'un engagement.

On pourrait également envisager, en sorte de renforcer le dispositif, que tout utilisateur de l'internet qui constaterait un non-respect des engagements puisse saisir l'instance de gestion. Dans cette éventualité, la saisine pourrait se faire par voie électronique, et pourrait même être simplifiée par l'affichage d'une adresse électronique ou l'association d'un lien hypertexte auprès de la marque distinctive matérialisant les engagements du prestataire.

Toutefois, l'expérience du Forum des droits sur l'internet en matière d'animation de « *hotlines* » enseigne que la masse de signalements impropres ou mal qualifiés peut être telle que l'instance de gestion doive disposer, pour faire face au nombre, d'importants moyens de qualification et de traitement de ces signalements. Il semble donc nettement souhaitable de privilégier une saisine de l'instance par les associations représentatives du secteur non marchand qui siègeraient en son sein.

L'instance de gestion instruirait chaque réclamation. Elle signalerait les manquements avérés au prestataire concerné et pourrait, dans les cas les plus simples, les résoudre directement avec le prestataire dans un délai précis. En cas d'échec de cette procédure, l'instance de gestion serait amenée à statuer sur le différend et à prendre une décision.

3. - Les mesures pouvant être prises par l'instance de gestion

Afin de tenir compte des évolutions technologiques et des usages de l'internet, mais aussi de permettre aux prestataires désireux d'obtenir la marque de confiance d'adapter leurs services aux engagements souscrits, les mesures pouvant être prises par l'instance de gestion répondraient au principe de réponses échelonnées.

Ainsi, l'instance en charge de la gestion de la marque pourrait adresser une mise en demeure au prestataire pris en défaut. Cette démarche ouvrirait un délai au cours duquel le prestataire pourrait procéder à la mise en conformité de son service ou indiquer les raisons pour lesquelles il n'applique pas l'engagement concerné.

A défaut de réaction du prestataire à l'expiration du délai indiqué dans la mise en demeure, l'instance de gestion pourrait notifier au prestataire que les droits d'utilisation de la marque de confiance lui sont retirés. Cette décision pourrait être rendue publique.

L'instance de gestion aurait enfin pour mission de procéder à la protection des usages non autorisés de la marque de confiance qui pourraient être constatés. A cette fin, elle devrait être titulaire de la personnalité juridique, avoir procédé à la protection de la marque de confiance et des visuels associés sous le régime du droit des marques tel que prévu au sein du Code de la propriété intellectuelle. Elle devrait veiller, le cas échéant en ayant recours à des actions judiciaires, à ce que des acteurs ne procèdent pas à l'affichage de la marque de confiance sans avoir souscrit, au préalable, aux engagements.

4. - La révision des engagements souscrits

Les bonnes pratiques figurant dans la charte d'engagement devront évoluer en fonction des développements technologiques, des mutations des usages des internautes et de l'éventuelle évolution des lois et règlements. Il est donc nécessaire que le dispositif prévoit la possibilité que les représentants de toutes les parties prenantes à l'élaboration de la charte de confiance puissent envisager d'éventuelles évolutions des engagements souscrits par les prestataires, à un rythme annuel ou bisannuel. Les évolutions de la charte d'engagement seront rendues publiques.

La mission d'organiser les réflexions liées à cette évolution serait confiée à l'instance de gestion du dispositif, chaque proposition devant être agréée par un groupe de travail constitué pour l'occasion, éventuellement au sein du Forum des droits sur l'internet et devant faire l'objet d'une consultation des prestataires déjà titulaires du sceau.

5. - L'instauration d'une période transitoire

Afin de tenir compte des nombreux engagements auxquels peuvent être soumis des prestataires signataires de la charte, il a semblé nécessaire d'instaurer une période transitoire permettant à tous les acteurs d'harmoniser leurs pratiques et éventuellement de procéder aux modifications techniques induites par la signature de la charte.

Une période de 6 mois à compter de la signature de la charte devrait donc être allouée à chaque prestataire qui le souhaiterait pour se mettre en conformité avec les stipulations de la charte.

CONCLUSION

La création d'une marque de confiance rassemblant les divers prestataires de service à l'internet constitue à n'en pas douter un projet important et symbolique. Pour la première fois, et à la demande des pouvoirs publics, l'ensemble des acteurs de l'internet sont invités à se rassembler autour d'un même signe distinctif visant à renforcer la confiance des utilisateurs dans le réseau et permettant la construction d'une citoyenneté numérique.

Ce projet est, par ailleurs, susceptible de devenir emblématique car il constitue le résultat d'un travail de concertation réussi entre les pouvoirs publics et les diverses parties prenantes de l'internet, chacun décidant de prendre leur responsabilité autour d'un objectif commun.

Ce travail concrétise une méthode, la corégulation, associant l'ensemble des acteurs et consacrée depuis plusieurs mois au plan international, à la fois par la Commission européenne notamment dans le secteur de la protection de l'enfance, l'Organisation pour la Sécurité et la Coopération en Europe (OSCE) en matière de lutte contre les contenus racistes et antisémites ou, plus récemment, par l'Organisation des Nations Unies (ONU) dans le cadre de l'Agenda de Tunis pour la société de l'information annonçant la création d'une structure multi-acteurs, le Forum de gouvernance de l'internet (FGI).

La marque de confiance pourrait ainsi constituer un nouvel outil fort de régulation de l'internet susceptible de servir de modèle à d'autres pays de l'Union européenne.

C'est pourquoi cette marque de confiance devrait bénéficier d'un soutien important du Premier ministre et de l'ensemble des ministères potentiellement concernés. Il pourrait en être ainsi des ministères en charge de la Famille, de l'Intérieur, de l'Industrie, de la Justice, de l'Éducation nationale ou de la Jeunesse et des sports.

Parallèlement, et afin d'assurer à cette marque de confiance des fondements solides, il semble nécessaire qu'une masse critique constituée des principaux prestataires soit signataire de la charte d'engagement lors de son lancement. Il serait ainsi raisonnable d'avoir, comme premiers signataires, les principaux fournisseurs d'accès à l'internet, hébergeurs, prestataires de services interactifs et opérateurs de téléphonie mobile. Ceux-ci pourraient soutenir efficacement le lancement de la campagne de communication gouvernementale associée à la marque de confiance. Un soutien financier important de l'État au lancement de cette marque sera donc déterminant de sa viabilité et de son impact auprès du grand public.

Outre la finalisation par les pouvoirs publics des modalités de gestion des engagements sur la base des conclusions du rapport de Joël Thoraval, un travail complémentaire et incontournable devrait être mené afin de déterminer avec précision la dénomination à retenir pour la marque de confiance. Au-delà de la portée symbolique qu'elle serait alors susceptible de revêtir, ce choix pourrait être l'élément déterminant à la fois de l'adhésion des prestataires mais également de l'appropriation de la marque de la confiance et de son esprit par les consommateurs.

En tout état de cause, ces futurs travaux devront se poursuivre dans le même esprit de concertation que celui qui a prévalu à l'élaboration de la présente charte d'engagement.

ANNEXES

ANNEXE 1 : CHARTE D'ENGAGEMENT

Introduction

Les prestataires adhérant à la charte s'engagent à souscrire à chacun des engagements énoncés dans le présent document, suivant leur domaine de spécialité :

- Fournisseurs d'accès à l'internet¹⁵ ;
- Opérateurs de téléphonie mobile ;
- Fournisseurs spécialisés de services de messagerie électronique (*webmail*) ;
- Exploitants de services interactifs (chats et forums) ;
- Editeurs de logiciels et exploitants de services de messagerie instantanée ;
- Prestataires d'hébergement de pages personnelles ou de sites commerciaux et exploitants de services de blogs ;
- Editeurs de contenus¹⁶.

Les classifications retenues n'emportent aucune conséquence sur le régime juridique applicable aux différents prestataires visés par le référentiel, et en particulier quant à l'application de l'article 6 de la loi pour la confiance dans l'économie numérique.

Les engagements s'appliquent à chaque prestataire en fonction des services qu'il propose. Par exemple, les fournisseurs de services de blogs qui souhaitent adhérer à la charte d'engagement relèveraient à la fois des éléments du référentiel prévus pour l'ensemble des prestataires, les prestataires d'hébergement et les prestataires de services interactifs.

Définitions :

Le fournisseur d'accès à l'internet : il s'agit de la personne offrant à ses abonnés un accès aux services de communication au public en ligne.

Le prestataire de service d'hébergement : il s'agit de la personne stockant des données relatives à des pages personnelles, des sites commerciaux, des blogs, etc.

Le fournisseur de services interactifs : il s'agit de la personne offrant un service permettant à une personne de créer un service interactif sur son serveur.

Le créateur d'un espace interactif : il s'agit de la personne qui décide de créer l'espace interactif et dispose des moyens techniques d'administrer cet espace. Aux termes de la recommandation du Forum des droits sur l'internet du 8 juillet 2003, le créateur de l'espace interactif est le commanditaire de cet espace.

L'utilisateur d'un espace interactif : il s'agit de la personne susceptible de publier des contenus sur l'espace interactif.

¹⁵ L'adhésion à la présente charte est ouverte aux fournisseurs d'accès à l'internet s'adressant à un public de professionnels, qui devront se conformer a minima aux engagements 5.1 à 5.8.

¹⁶ L'adhésion à la présente charte est ouverte aux éditeurs de contenus qui devront se conformer a minima, en cette qualité, aux engagements 1.1 à 1.6.

Charte d'engagement (information, outils, coopération avec les autorités judiciaires)

1. Contributions à la protection des mineurs

Engagements communs à l'ensemble des prestataires

- 1.1 Le prestataire s'engage à diffuser ou à rendre accessible à l'ensemble de ses clients une page d'information sur la protection des mineurs sur l'internet à destination des jeunes utilisateurs de l'internet et de leurs parents. Cette page souligne notamment les principaux risques d'exposition à des contenus préjudiciables, les enjeux liés à la sauvegarde des données personnelles des mineurs et les moyens de les maîtriser. Cette page comporte des liens vers des sites d'information pertinents et vers les pages et sites permettant d'opérer le signalement de contenus ou comportements illicites.
- 1.2 Le prestataire insère, sur la page d'accueil de son portail ou de son principal site *web*, un lien pointant vers les pages décrites précédemment.
- 1.3 Le prestataire ne diffuse pas, dans les pages qu'il édite sauf dans les espaces réservés aux adultes, des publicités faisant la promotion de contenus violents, pornographiques ou attentatoires à la dignité humaine.
- 1.4 Le prestataire ne diffuse pas, sur les services et les contenus manifestement destinés aux mineurs qu'il édite, de publicités faisant la promotion de certains biens ou services inappropriés (par exemple : contenus érotiques, services de rencontres pour adultes, loteries commerciales, jeux d'argent, alcool, tabac) ou contraires à la recommandation « enfant » du BVP.
- 1.5 Le prestataire s'engage à ne pas diffuser, sur les pages qu'il édite sauf dans les espaces réservés aux adultes (protégés par un dispositif empêchant les mineurs de consulter ces contenus), des contenus pornographiques, violents ou attentatoires à la dignité humaine. Il s'engage, en outre, à ne pas faire figurer des liens hypertextes vers de tels contenus depuis sa page d'accueil.
- 1.6 Le prestataire qui propose des services téléphoniques fixes ou mobiles à tarification majorée s'engage à respecter les recommandations déontologiques afférentes de l'organisme de régulation compétent.

Fournisseurs d'accès à l'internet

- 1.7 Le prestataire s'engage à diffuser ou à rendre accessible une page d'information sur les logiciels et services de contrôle parental des contenus et de l'activité des jeunes internautes. La page d'information comporte des liens vers une sélection de bancs d'essais accessibles gratuitement et datant de moins de deux ans.
- 1.8 Le fournisseur d'accès à l'internet s'engage à fournir au client, dès son inscription, un outil de contrôle parental conformément aux dispositions énoncées dans le cadre de l'accord bilatéral conclu le 16 novembre 2005 entre les fournisseurs d'accès à l'internet et le Gouvernement, à la suite à la Conférence de la Famille 2005¹⁷. Ce dispositif de contrôle parental est notamment proposé en téléchargement et distribué par l'intermédiaire du kit de connexion.

¹⁷ Voir annexe 6.

Opérateurs de téléphonie mobile

- 1.9 L'opérateur de téléphonie mobile s'engage à respecter la charte d'engagements des opérateurs sur le contenu multimédia mobile du 10 janvier 2006¹⁸.
- 1.10 L'opérateur de téléphonie mobile s'engage à interdire, sur ses kiosques et portails, l'accès à tout contenu ou service à caractère pornographique, violent ou attentatoire à la dignité humaine aux personnes qui sont déclarées mineures.
- 1.11 L'opérateur de téléphonie mobile s'engage à fournir gratuitement à ses clients un outil de contrôle parental permettant de bloquer l'accès à l'internet, aux contenus « portails et kiosques » pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes et aux sites de rencontres.
- 1.12 L'opérateur de téléphonie mobile s'engage à ce que toutes les parties publiques des services interactifs (chats, blogs, etc.) accessibles sur son portail ou par les kiosques soient modérées par leurs éditeurs. Pour ce faire, il inclut une telle obligation dans les contrats le liant aux éditeurs de tels services.

Prestataires d'hébergement (stockage de pages personnelles, de sites commerciaux, de blogs, etc.)

- 1.13 Le prestataire de services d'hébergement s'engage à informer leurs utilisateurs des risques liés à certains usages de l'internet. Le prestataire veille tout particulièrement à sensibiliser les utilisateurs mineurs aux enjeux de la confidentialité de certaines données personnelles (téléphone, adresse, etc.) et des risques que peut entraîner leur divulgation. Il leur rappelle également les règles de droit que tout auteur de contenus doit respecter.
- 1.14 Le prestataire de service d'hébergement s'assure de la validité d'au moins un élément permettant d'identifier le créateur d'un espace préalablement à l'activation de cet espace (par exemple : envoi par courrier électronique ou à une adresse postale d'un code permettant l'activation de l'espace).
- 1.15 Le prestataire de service d'hébergement met en œuvre une « charte » d'hébergement donnant des exemples de contenus et comportement autorisés ou interdits et rappelant les responsabilités en jeu, notamment pour les mineurs.
- 1.16 Le prestataire de service d'hébergement informe les éditeurs de contenus de leur obligation d'empêcher les mineurs d'accéder à tout contenu pornographique, violent ou attentatoire à la dignité humaine susceptible d'être perçu par un mineur.
- 1.17 Le prestataire de service d'hébergement met en place sur son portail un moyen de signaler des contenus pédo-pornographiques, incitant à la haine raciale ou faisant apparaître un danger imminent pour les personnes aux services de police et de gendarmerie (page dédiée, lien hypertexte), éventuellement via le Point de contact de l'AFA.

Fournisseurs de services interactifs autres que de correspondance privée (forums, blogs, chats, etc.)

- 1.18 Le fournisseur de services interactifs, y compris ceux spécifiquement destinés aux mineurs, informe les utilisateurs des risques pouvant être liés à certains usages de ces services.

¹⁸ Voir annexe 7.

- 1.19 Le fournisseur de services interactifs s'engage à instaurer une charte d'utilisation de ses services décrivant les contenus et comportements autorisés ou interdits et rappelant les responsabilités en jeu, notamment pour les mineurs.
- 1.20 Le fournisseur de services interactifs s'engage à informer les créateurs d'espaces interactifs de l'obligation d'empêcher les mineurs de consulter leur espace lorsque celui-ci est spécifiquement destiné aux adultes ou véhicule des contenus violents, pornographiques ou attentatoires à la dignité humaine¹⁹.
- 1.21 Le fournisseur d'un service interactif prévoit des mesures d'accompagnement adaptées aux créateurs d'espaces identifiés comme mineurs (par exemple : recueil de l'âge ou d'une information sur la minorité afin de procéder à l'affichage d'une information ciblée au moment de la création d'un compte, de la création d'un espace, de la création ou de la modération d'un contenu).

Fournisseurs de services interactifs asynchrones (forums, blogs, etc.)

- 1.22 Le fournisseur de services interactifs asynchrones encourage les créateurs d'espace à modérer les commentaires publiés par d'autres internautes (par exemple : activation par défaut de la modération a priori, sensibilisation des créateurs d'espaces à la modération, etc.).
- 1.23 Le fournisseur de services interactifs asynchrones informe un internaute lors de la saisie d'un commentaire de sa responsabilité sur le contenu du message. Cette information pourra se faire sous la forme d'une mention particulière ou d'un lien vers une page dédiée.
- 1.24 Le fournisseur de services interactifs asynchrones prévoit contractuellement une modalité de suspension de la possibilité de publier, par des personnes autre que le créateur de l'espace, de nouveaux contenus en l'absence de toute mise à jour, modification, intervention ou modération d'un contenu depuis trois mois. Il peut également prévoir des mesures de suspension ou de suppression de l'espace.
- 1.25 Le fournisseur de services interactifs asynchrones propose aux utilisateurs de tous les espaces, publics et privés, un outil leur permettant d'informer à tout moment les responsables du service des contenus ou des comportements contraires à la charte ou à la loi. Ces derniers répondent rapidement aux sollicitations ; ils sont spécifiquement informés des procédures à mettre en œuvre en cas de signalement de contenus ou de comportements illicites.

Fournisseurs de services interactifs synchrones (chats, etc.)²⁰

- 1.26 Le fournisseur de services interactifs synchrones propose aux utilisateurs de tous les espaces, publics et privés, un outil leur permettant d'informer à tout moment les responsables du service des contenus ou des comportements contraires à la charte ou à la loi. Ces derniers répondent rapidement aux sollicitations ; ils sont spécifiquement informés des procédures à mettre en œuvre en cas de signalement de contenus ou de comportements illicites. Sur les espaces destinés aux mineurs, les responsables du service répondent en direct aux sollicitations.

¹⁹ L'article 227-24 du Code pénal punit « le fait soit de fabriquer, de transporter, de diffuser par quelque moyen que ce soit et quel qu'en soit le support un message à caractère violent ou pornographique ou de nature à porter gravement atteinte à la dignité humaine, soit de faire commerce d'un tel message (...) lorsque ce message est susceptible d'être vu ou perçu par un mineur. »

²⁰ Pour l'application de la présente charte d'engagement, il est convenu de tenir compte de certaines particularités liées à la technologie utilisée par les opérateurs de téléphonie mobile. Tel est le cas, en particulier, des services interactifs synchrones qui conservent cette qualité malgré une modération a priori des messages.

Editeurs de services interactifs

- 1.27 Lorsqu'il crée un espace interactif spécifiquement dédié aux mineurs, le prestataire s'engage à modérer les propos échangés conformément à la charte d'utilisation prévue au 1.19, tout le temps de leur accessibilité au public. Le modérateur répond aux sollicitations ; il est spécifiquement informé des procédures à mettre en œuvre en cas de signalement de contenus ou de comportements illicites.
- 1.28 Lorsqu'il crée un espace interactif spécifiquement destiné aux adultes ou véhiculant des contenus à caractère pornographique, violent ou attentatoires à la dignité humaine, le prestataire créateur de services interactifs met en place un dispositif empêchant l'accès des mineurs à cet espace.

Editeurs de logiciels et de services de messagerie instantanée

- 1.29 Le prestataire de service de messagerie instantanée met en place dans l'interface de son logiciel et/ou sur son site un outil de signalement de contenus ou de comportements illicites aux services de police et de gendarmerie (page dédiée, lien hypertexte), éventuellement via le Point de contact de l'AFA.
- 1.30 Le prestataire de service de messagerie instantanée informe, lors de l'inscription, ses utilisateurs du caractère public ou non des informations personnelles qu'il est invité à saisir.
- 1.31 Par défaut, le logiciel ou le service bloque les messages provenant de personnes non référencées au préalable par l'utilisateur.
- 1.32 Le prestataire de service de messagerie instantanée offre la possibilité à ses utilisateurs de bloquer les messages de certains utilisateurs.

2. Contributions à la sécurisation de l'équipement client

Fournisseurs d'accès à l'internet

- 2.1 Le prestataire s'engage à diffuser ou à rendre accessible une information générale sur les risques existants en matière de sécurité des données et des équipements de l'utilisateur. Cette information porte notamment sur les virus, les spywares, les logiciels de connexion vers des numéros surtaxés, le piratage de la connexion d'accès à l'internet, la sécurisation du réseau Wifi, les nouveaux phénomènes et les risques émergents en matière de sécurité. Cette information est complétée par des liens vers des contenus pertinents.
- 2.2 Le prestataire s'engage à diffuser une information sur l'existence et la typologie des logiciels permettant de se prémunir des risques préalablement énumérés. Une attention est portée sur la nécessité pour l'utilisateur de mettre à jour lesdits logiciels.
- 2.3 Le fournisseur d'accès à l'internet met en œuvre des mesures adaptées (par exemple : information, suspension, résiliation, blocage de certains ports, etc.) auprès des clients mettant en jeu la sécurité du réseau ou abusant du service (PC zombie, ordinateur infecté, mail bombing, etc.)
- 2.4 Le fournisseur d'accès à l'internet s'engage, lorsqu'il fournit des équipements WiFi à l'utilisateur, à les pré-configurer de façon à sécuriser la connexion selon l'état de l'art, et notamment pour prévenir l'interception des communications de l'abonné et

l'utilisation de sa connexion à son insu. L'application de ce critère prend en compte les possibilités de configuration des équipements déjà commandés par le prestataire lors de la création du « certificat ».

- 2.4 Le fournisseur d'accès à l'internet diffuse ou rend accessible des conseils sur la sécurisation des matériels WiFi que pourrait par ailleurs mettre en œuvre l'internaute.

Opérateurs de téléphonie mobile

- 2.5 Le prestataire s'engage à assurer une veille sur les risques existants en matière de sécurité des données et des équipements de l'utilisateur. Il diffuse auprès de ses utilisateurs, en tant que de besoin, une information sur les risques émergents.

Fournisseurs de services de courrier électronique

- 2.6 Le prestataire s'engage à diffuser ou à rendre accessible une information générale sur les risques existants en matière de sécurité des données et des équipements de l'utilisateur. Cette information porte sur les virus, les spyware, les kits de connexion vers des numéros surtaxés, le piratage de la connexion d'accès à l'internet, la sécurisation du réseau Wifi, les nouveaux phénomènes ou les risques émergents en matière de sécurité. Cette information est complétée par des liens vers les contenus pertinents.
- 2.7 Le prestataire s'engage à diffuser une information générale sur l'existence et la typologie des logiciels permettant de se prémunir des risques préalablement énumérés. Une attention est portée sur la nécessité pour l'utilisateur de mettre à jour lesdits logiciels.

3. Contributions à la lutte contre le spam

Fournisseurs de services de courrier électronique

- 3.1 Le prestataire diffuse ou rend accessible une information générale sur les bonnes pratiques existantes en matière d'usage des services de messagerie électronique.
- 3.2 Le prestataire diffuse ou rend accessible une information générale sur les moyens d'éviter et de lutter contre le spam. En particulier, le prestataire s'assure de la diffusion des informations suivantes : conseils en matière d'utilisation d'une adresse de courrier électronique, protection des données personnelles, nécessité de sécurisation du poste client. L'information propose un panorama des logiciels anti-spam ou des liens pertinents.
- 3.3 Le prestataire met en œuvre une politique adaptée de lutte contre le spam (filtrage de premier niveau, lien de signalement, application de quotas d'envoi...)
- 3.4 Le prestataire s'engage à créer une adresse de type abuse@ et à traiter les messages reçus sur celle-ci.
- 3.5 Le prestataire participe au dispositif Signal Spam.

Opérateurs de téléphonie mobile

- 3.6 Le prestataire met en œuvre une politique adaptée de lutte contre le spam.
- 3.7 Le prestataire participe au dispositif Signal spam.

Editeurs de logiciels et de services de messagerie instantanée

- 3.8 Le prestataire diffuse ou rend accessible une information générale sur les bonnes pratiques existantes en matière d'usage des services de messagerie électronique.
- 3.9 Par défaut, le logiciel ou le service bloque les messages provenant de personnes non référencées au préalable par l'utilisateur.

4. Contributions à la lutte contre les escroqueries et la délinquance astucieuse

Fournisseurs de services de courrier électronique

- 4.1 Le prestataire diffuse ou rend accessible une information générale sur certains escroqueries et délits astucieux, sur les nouveaux phénomènes ou les risques émergents en matière de délinquance économique, pouvant être commis sur l'internet (notamment scam, phishing, captation du numéro de carte bancaire). Cette information inclut, notamment, des éléments concernant l'existence d'outils destinés à lutter ou contrer certaines pratiques (barres anti-phishing) et les précautions à prendre en matière de saisie et de communication des données liées à l'utilisation de la carte bancaire

5. Eléments de transparence sur la contribution des prestataires en matière de coopération avec les autorités

En application notamment du Code pénal, du Code de procédure pénale et des dispositions de la loi pour la confiance dans l'économie numérique, les prestataires sont soumis à un certain nombre d'obligations en matière de coopération avec les autorités. Les engagements décrits ci-après précisent et rendent publiques les modalités de cette coopération dans le cadre de la loi.

Engagements communs à l'ensemble des prestataires

- 5.1 Conformément à la loi, le prestataire signale aux autorités les contenus et comportements qui lui ont été notifiés susceptibles de relever des infractions visées aux cinquième et huitième alinéas de l'article 24 de la loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse²¹ et à l'article 227-23²² du Code pénal.
- 5.2 Le prestataire signale également, dans les mêmes conditions, les contenus et comportements faisant apparaître un danger imminent pour les personnes. Dans ce dernier cas, et lorsqu'il dispose des données pouvant contribuer à l'identification de l'auteur du contenu concerné, le prestataire accompagne le signalement de ces informations afin de pouvoir empêcher l'atteinte à l'intégrité physique de la personne qui lui a été signalée.

²¹ Apologie des crimes visés au premier alinéa, des crimes de guerre, des crimes contre l'humanité ou des crimes et délits de collaboration avec l'ennemi. Provocation à la discrimination, à la haine ou à la violence à l'égard d'une personne ou d'un groupe de personnes à raison de leur origine ou de leur appartenance ou de leur non-appartenance à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée.

²² Représentation d'un mineur présentant un caractère pornographique.

- 5.3 Le prestataire s'engage à apporter son concours, éventuellement à travers sa fédération professionnelle, aux travaux de préparation de la future plate-forme de signalement des contenus illicites du ministère de l'Intérieur.
- 5.4 Le prestataire s'engage à déférer dans les meilleurs délais aux réquisitions judiciaires. A ce titre, il s'efforce de permettre l'identification du titulaire d'une adresse de courrier électronique 2 jours ouvrés après réception d'une réquisition et de celui d'une adresse IP auprès du fournisseur d'accès à l'internet sous 5 jours ouvrés suivant la réception du document. Il s'efforce, pour les réquisitions et demandes officielles non standard, à apporter une première réponse (accusé de réception, indication du délai estimé de réponse à la demande, etc.) dans un délai de 8 jours ouvrés.
- 5.5 Le prestataire communique aux directeurs généraux de la Police nationale, de la Gendarmerie nationale, des Douanes et droits indirects et au Directeur des affaires criminelles et des grâces du ministère de la Justice les coordonnées des personnes responsables du traitement des réponses aux réquisitions judiciaires. Ces coordonnées font l'objet d'une diffusion restreinte, dans le cadre d'un strict usage en rapport à leur objet.
- 5.6 Le prestataire communique, pour leur seul usage, à l'Office central de lutte contre la criminalité liée aux technologies de l'information et de la communication (OCLCTIC) et à la Division de lutte contre la cybercriminalité du Service technique de recherches judiciaires et de documentation de la Gendarmerie nationale, les coordonnées d'une personne susceptible, en cas d'urgence, d'initier le traitement de ces réponses.
- 5.7 Les coordonnées communiquées en application des points 5.4 et 5.5 devront être régulièrement mises à jour.
- 5.8 Le prestataire participe, éventuellement par l'intermédiaire de sa fédération professionnelle, à des sessions d'information et de formation organisées par les autorités.

Fournisseurs d'accès à l'internet

- 5.9 Conformément à la loi et aux exceptions qu'elle prévoit²³, le prestataire conserve toutes les données de connexion lorsque celles-ci sont nécessaires pour les besoins de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales. Il détient et conserve les données de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services dont il est prestataire.

Opérateurs de téléphonie mobile

- 5.10 Conformément à la loi et aux exceptions qu'elle prévoit²⁴, le prestataire conserve toutes les données relatives au trafic lorsque celles-ci sont nécessaires pour les besoins de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales. Il détient et conserve les données de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services dont il est prestataire.

Opérateurs de voix et de téléphonie sur IP

²³ Le Code des postes et communications électroniques prévoit un principe général d'effacement ou d'anonymisation des données de trafic, tempéré par plusieurs exceptions au bénéfice, notamment, de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales.

²⁴ Idem.

5.11 Les opérateurs de téléphonie sur IP s'engagent à permettre, dans le cadre prévu par la loi et d'une concertation sur les modalités techniques avec les autorités publiques, l'interception des communications téléphoniques. Les fournisseurs de services de voix sur IP sans interconnexion avec le réseau téléphonique commuté s'engagent à ouvrir un dialogue technique avec les autorités judiciaires pour faciliter l'interception des communications réalisées sur leurs services.

Prestataires de service d'hébergement (hébergement de pages personnelles, de sites commerciaux, hébergement de blogs, etc.)

5.12 Conformément à la loi, le prestataire détient et conserve les données de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services dont il est prestataire.

5.13 Le prestataire s'engage à retirer ou à suspendre promptement les contenus sur réquisition des autorités ou sur demande judiciaire.

5.14 Lorsqu'il procède au retrait d'un contenu et le signale aux autorités, le prestataire procède à la transmission d'une copie intégrale des données retirées.

5.15 Le prestataire s'engage à restituer ou à rétablir les données dans le format dans lesquelles elles s'affichaient avant retrait ou suspension.

Fournisseurs de services de courrier électronique

5.16 Le prestataire fournit, dans le cadre prévu par la loi et sur demande des autorités, les messages électroniques reçus postérieurement à cette demande par un client déterminé.

5.17 Le prestataire fournit, sur réquisition, et dans le cadre prévu par la loi, les messages électroniques reçus par le client et lus par ce dernier lorsqu'ils sont encore stockés sur le serveur du prestataire.

5.18 Conformément à la loi et aux exceptions qu'elle prévoit, le prestataire conserve toute donnée de connexion lorsque celles-ci sont nécessaires pour les besoins de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales.

5.19 Dans le cadre de la communication des données de connexion, le prestataire communique les éléments d'identification en sa possession permettant aux autorités de déterminer l'identité du fournisseur d'accès à l'internet utilisé par l'internaute pour l'envoi de ses messages par l'intermédiaire d'un webmail.

Exploitants de services interactifs

5.20 Conformément à la loi, l'exploitant détient et conserve les données de nature à permettre l'identification de quiconque a contribué à la création du contenu ou de l'un des contenus des services dont il est prestataire.

Editeurs de logiciels et de services de messagerie instantanée

5.21 Conformément à la loi et aux exceptions qu'elle prévoit, l'éditeur conserve toutes les données de connexion lorsque celles-ci sont nécessaires pour les besoins de la recherche, de la constatation et de la poursuite des infractions pénales.

ANNEXE 2 : LETTRE DE MISSION DE M. DOMINIQUE DE VILLEPIN, MINISTRE DE L'INTÉRIEUR, DE LA SÉCURITÉ INTÉRIEURE ET DES LIBERTÉS LOCALES.



MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR,
DE LA SÉCURITÉ INTÉRIEURE ET DES LIBERTÉS LOCALES

Paris, le 22 avril 2005

LE MINISTRE
CAB/M/JS N° 440

Madame la Déléguée Générale,

Le 13 avril dernier, à l'occasion de la conférence de presse pour la remise du rapport sur la lutte contre la cybercriminalité, j'ai approuvé un certain nombre de propositions élaborées dans le cadre du chantier présidé par Monsieur Thierry BRETON, alors qu'il était à la tête de France Télécom.

Je souhaite notamment que se concrétisent le plus rapidement possible deux de ces mesures, à savoir la création d'un "certificat citoyen" et la constitution d'un Forum Etat/Industrie. Au demeurant, ces mesures viendront opportunément affermir l'esprit de coopération qui s'est noué ces dernières années entre acteurs publics et privés. Leur aboutissement suppose cependant, au préalable, une nouvelle phase de réflexion et de concertation avec l'ensemble des partenaires concernés.

Connaissant votre intérêt marqué pour ces questions et le concours que votre association est en mesure d'apporter en la matière, je serais très honoré que vous acceptiez d'assurer la présidence d'un groupe de travail ad hoc dont la mission serait de finaliser ces deux propositions en vue d'une mise en œuvre au plus tard à l'automne prochain.

Si cette proposition vous agréait, le Général MIGNAUX, Conseiller au sein de mon cabinet, prendra attache avec vous afin d'examiner le concours que les services du Ministère seraient amenés dans ce cadre à vous apporter.

Je vous prie d'agréer, Madame la Déléguée Générale, l'assurance de mes respectueux hommages.

Dominique DE VILLEPIN

Madame FALQUE-PIERROTIN
Déléguée Générale
Forum des Droits sur Internet
6 rue Déodat de Severac
75017 PARIS

ADRESSE POSTALE : PLACE BEAUVAU 75800 PARIS CEDEX 08 - STANDARD 01.49.27.49.27 - 01.40.07.60.60
ADRESSE INTERNET : www.interieur.gouv.fr

ANNEXE 3 : LETTRE DE MISSION DE M. PHILIPPE BAS, MINISTRE DÉLÉGUÉ À LA SÉCURITÉ SOCIALE, AUX PERSONNES ÂGÉES, AUX PERSONNES HANDICAPÉES ET À LA FAMILLE.



*Le Ministre délégué à la Sécurité sociale,
aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées
et à la Famille*

Cab/FXR/MGD/D.12674

Paris, le 25 OCT. 2005

Madame la Présidente,

Lors de la Conférence de la famille 2005, il a été décidé de créer un label « famille » destiné à signaler les outils, services et contenus en ligne appropriés au public familial et respectueux de la protection de l'enfant. Cette proposition fait suite aux conclusions du groupe de travail « Protection de l'enfant et usages de l'Internet » préparatoire à la Conférence de la famille.

Dans le prolongement de la mission qui vous été confiée par le ministre de l'Intérieur visant à la mise en place d'un « Certificat citoyen », je vous demande de me faire connaître les éléments qui, selon vous, pourraient constituer le cahier des charges définissant le champ et le fonctionnement de ce label.

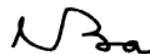
Pour ce qui concerne les outils de contrôle parental, le Forum des droits sur l'Internet fera des propositions concrètes afin de disposer d'un référentiel opérationnel de qualité pour le filtrage des sites, sur lequel les éditeurs de logiciels de contrôle parental et les fournisseurs d'accès à l'Internet pourront s'appuyer pour faire évoluer leurs offres et satisfaire la demande des familles.

Dans ce cadre, il apparaît nécessaire :

- de procéder à l'audition des industriels, des représentants des mouvements familiaux, des associations de protection de l'enfance et des associations de consommateurs ;
- d'expertiser les options techniques qui seraient à mettre en œuvre (listes noires, listes blanches, modération, etc.) au regard des trois axes concernés par le label : les outils, les services et les contenus.

Je vous remercie de me rendre vos conclusions d'ici début 2006.

Je vous prie d'agréer, Madame la Présidente, l'expression de mes hommages.



Philippe BAS

Mme Falque-Pierrotin
Présidente du Forum des droits sur l'Internet
6, rue Déodat de Séverac
75017 PARIS

ANNEXE 4 : EXTRAIT DU RAPPORT DE M. THIERRY BRETON : CHANTIER SUR LA LUTTE CONTRE LA CYBERCRIMINALITÉ²⁵.

La définition d'un certificat "citoyen" des fournisseurs de services de l'Internet

La lutte contre la cybercriminalité n'est pas le monopole de l'Etat. Elle concerne l'ensemble des acteurs publics et privés, les entreprises comme les particuliers qui doivent avoir une démarche citoyenne.

S'agissant des fournisseurs de service Internet, la loi, tout en limitant leur responsabilité pénale²⁰, leur crée des obligations, notamment en ce qui concerne la lutte contre la pédopornographie, l'apologie des crimes contre l'humanité ou l'incitation à la haine raciale. Les fournisseurs de services sont tenus à conserver les données de trafic²¹ et de contenu²² pour répondre aux réquisitions des autorités judiciaires.

Les prestataires de services d'hébergement en ligne et d'accès à Internet sont conscients de leurs responsabilités. L'Association des Fournisseurs d'Accès et de Services Internet (AFA) a signé, le 14 juin 2004, une charte qui précise les dispositifs de signalement et la mise en œuvre d'outils de contrôle parental, les diligences auprès des autorités publiques compétentes et les règles de coopération avec les autorités judiciaires. Dans cet esprit, elle a créé un label²³. Pour tenir compte des efforts déployés par certains fournisseurs d'accès et de services Internet, il est proposé d'instituer une régulation souple en créant un certificat²⁴ « citoyen » attribué aux fournisseurs d'accès ou de services sur Internet et s'appuyant sur un système volontaire et déclaratif. Ce certificat s'inscrirait dans le cadre de la responsabilité sociétale d'entreprise. Il impliquerait les trois parties prenantes : fournisseurs de services sur Internet (FSI), utilisateurs et Etat. Il mesurerait l'effort et l'efficacité de la politique de lutte contre la cybercriminalité des FSI, ainsi que leur contribution au développement de la civilité du cyberspace.

Le principe ayant reçu un accueil favorable des organismes consultés (AFA, Forum des droits sur Internet), il est proposé de mettre en place un groupe de travail réunissant les parties prenantes. Ce groupe pourrait être piloté par le Forum des droits sur Internet et devrait préciser les critères pertinents, la procédure d'attribution du certificat, l'organisme qui pourrait en être le porteur.

20 Art. 6 de la loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.

21 Art. 34 de la loi n°2004-669 du 9 juillet 2004 relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle.

22 Art. 6 de la loi n°2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique

23 Label = mot anglais, marque élaborée par un syndicat professionnel et imposé par ses adhérents sur un produit

pour en attester l'origine et la qualité des conditions de fabrication.

24 Certificat = attestation écrite émanant d'une autorité compétente et garantissant un fait.

²⁵ Thierry BRETON, *Chantier sur la lutte contre la cybercriminalité*, remis à Monsieur le Ministre de l'Intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales le 25 février 2005. Ministère de l'Intérieur, de la sécurité intérieure et des libertés locales, p. 16 - http://www.interieur.gouv.fr/rubriques/c/c2_le_ministere/c21_actualite/2005_04_13_dossier_presse_cybercriminalite/rapport_breton.pdf.

ANNEXE 5 : EXTRAIT DU DOSSIER DE PRESSE CONFÉRENCE DE LA FAMILLE²⁶.

Création d'un label « Famille »

Le label « Famille » prendra en compte les dispositifs de sécurisation des pratiques de l'Internet par les enfants, notamment grâce à des logiciels de filtrage, voire des systèmes de restriction de navigation.

Basé sur le partenariat, le référencement s'appuiera sur le volontariat des industriels et s'accompagnera d'une campagne d'information et de sensibilisation des parents (cf. Fiche Sensibilisation des parents), notamment à travers les réseaux familiaux et associatifs.

Les objectifs de cette mesure sont de :

- 1) Donner aux parents des repères clairs, simples et pertinents, sur les outils, services et contenus de l'Internet ;
- 2) Répondre aux souhaits exprimés par de nombreux observateurs familiaux et acteurs de la protection de l'enfance, soulignant la nécessité de disposer d'une « classification pour l'Internet » comme il en existe pour les autres médias audiovisuels ;
- 3) Donner la possibilité aux industriels et aux promoteurs de services sur l'Internet de distinguer de façon positive leurs produits, d'afficher une volonté éthique et citoyenne, de trouver une visibilité auprès des familles.

Le ministre en charge de la Famille missionnera le Forum des Droits sur l'Internet afin de faire des propositions sur les éléments qui devront figurer dans le cahier des charges du label, et cela d'ici à la fin de l'année.

Le ministre en charge de la Famille chargera également Monsieur Joël THORAVAL, président de la Commission nationale consultative des Droits de l'Homme, de faire des propositions sur la structure susceptible de gérer, à partir du cahier des charges établi sur les bases des travaux du Forum des Droits sur l'Internet, l'ensemble du dispositif, et cela dès la fin de l'année.

Les labels commenceront à être mis en place au cours du premier semestre 2006.

²⁶ Dossier de presse. Conférence nationale de la Famille. Hôtel de Matignon, jeudi 22 septembre 2005 - http://www.premier-ministre.gouv.fr/IMG/pdf/Conference_nationale_de_la_Famille.pdf.

ANNEXE 6 : CONTRÔLE PARENTAL SUR INTERNET : RELEVÉ DE CONCLUSIONS FAI – MINISTÈRE DÉLÉGUÉ À LA SÉCURITÉ SOCIALE, AUX PERSONNES ÂGÉES, AUX PERSONNES HANDICAPÉES ET À LA FAMILLE.

Philippe BAS, ministre délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes handicapées et à la Famille, a tenu une table ronde aujourd'hui avec les fournisseurs d'accès Internet, les opérateurs de téléphonie mobile et les associations familiales et de protection de l'enfance. Les fournisseurs d'accès Internet ont présenté un ensemble de solutions concrètes et performantes de contrôle parental qui seront offertes gratuitement aux familles.

A son issue, les participants ont signé les engagements ci-dessous :

RELEVÉ DE CONCLUSIONS

Internet est un formidable outil de communication et d'éducation. Il présente aussi des risques non négligeables pour les enfants (contenus choquants, rencontres dangereuses, etc...).

Aussi, à la demande du Premier ministre, les fournisseurs d'accès Internet et le Ministre en charge de la famille ont cherché, dans la concertation, les moyens de rendre plus sûre la navigation des enfants sur Internet.

Les parties prenantes se félicitent du travail accompli et de l'esprit de concertation qui l'a animé. Ce travail a permis de déboucher sur un document présentant un ensemble d'engagements concrets et opérationnels. Les grandes lignes en sont les suivantes :

- Les fournisseurs d'accès Internet s'engagent à fournir à leurs abonnés un outil de contrôle parental performant, facile à installer, et sans surcoût pour l'utilisateur. Des discussions sont en cours avec les éditeurs de logiciels sous l'égide des pouvoirs publics.
- Le logiciel de contrôle parental devra répondre à un cahier des charges très précis en termes de fonctionnalités. Il offrira notamment des services différenciés (listes blanches, listes noires), selon que l'utilisateur est un enfant ou un adolescent.
- Le logiciel sera disponible dans tous les kits de connexion à Internet au cours du 1er trimestre 2006. Tous les nouveaux abonnés se verront ainsi systématiquement sensibilisés aux risques d'Internet et proposés d'installer ce logiciel, s'ils le souhaitent.

Les fournisseurs d'accès et les pouvoirs publics mèneront des campagnes de communication afin de sensibiliser enfants et parents à ces problématiques et leur permettre d'installer gratuitement ces outils de protection. Les campagnes d'information utiliseront de nombreux vecteurs : courriers électroniques, bandeaux publicitaires, liens sur les portails des FAI, fenêtres pop-up, et pour l'Etat, des campagnes institutionnelles télévision et radio, qui seront relayées par les acteurs du secteur.

Un comité de suivi présidé par le Ministre en charge de la famille suivra attentivement la mise en œuvre des engagements. Les fournisseurs d'accès à Internet mettront en place des indicateurs permettant de mesurer le développement de ces outils de protection auprès des internautes.

Les moyens mis en œuvre et le calendrier serré qui a été retenu devraient ainsi permettre d'offrir rapidement à la plupart des parents les outils, gratuits, faciles d'installation et performants, pour mieux protéger leurs enfants sur Internet.

ANNEXE 7 : CHARTE D'ENGAGEMENTS DES OPÉRATEURS SUR LE CONTENU MULTIMÉDIA MOBILE.

Préambule :

Le téléphone mobile fait désormais partie de la vie quotidienne de près de 46 millions de Français et touche toutes les classes d'âge. Outil par nature personnel, au départ destiné à transmettre la voix, il s'est depuis largement diversifié dans ses usages. Les nouvelles générations de téléphones mobiles permettent ainsi de transmettre des textes, des images fixes ou animées, des vidéos, ou d'accéder à internet. Ce foisonnement de nouveaux services, source de diversité et de richesse, peut cependant engendrer des abus ou permettre l'accès à des contenus dit « sensibles » (définition ci-après).

Acteurs responsables, conscients de ces enjeux, et anticipant un accès généralisé aux nouveaux contenus multimedia, les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM (Bouygues Telecom, Orange France et SFR) ont décidé de donner à tous les utilisateurs l'information et les outils nécessaires à la maîtrise de l'usage du multimedia mobile. Pour cela, ils compléteront et renforceront les dispositifs existant, en prenant en compte les spécificités techniques des terminaux et des réseaux mobiles.

Ils rappellent également que, au-delà de leurs engagements, la protection de l'enfance dépend de l'implication de toutes les parties prenantes, en particulier les pouvoirs publics, les parents, les associations, les éditeurs. Les opérateurs soulignent que leurs actions, notamment la fourniture d'outils techniques de contrôle parental, ne seront pleinement efficaces que dans la mesure où les pouvoirs publics sensibilisent activement les parents et les enfants aux nouveaux usages et risques qui apparaissent ainsi qu'aux précautions à prendre pour s'en prémunir.

De même, les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM considèrent que la protection de l'enfance implique une action homogène et insistent sur la nécessité d'un engagement identique de l'ensemble des acteurs de la profession. C'est pourquoi l'AFOM a recueilli l'adhésion sur ces propositions des nouveaux acteurs du secteur (MVNO) qui viennent de la rejoindre : Omer Telecom, Debitel, Universal Mobile, M6 Mobile. Le Ministère de la Famille facilitera les discussions avec l'ensemble des opérateurs mobiles virtuels non membres de l'AFOM en vue d'aboutir à des engagements identiques chez tous les acteurs mobiles exerçant leur activité en France.

L'initiative des opérateurs de téléphonie mobile s'inscrit dans le cadre de la démarche d'autorégulation préconisée par la Commission européenne, en particulier au titre de l'article 16-1-e de la Directive 2000/31/CE du 8 juin 2000 dite, *Directive Commerce électronique* et de la Recommandation *Protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information* du Conseil en date du 24 septembre 1998. Elle prend acte des recommandations du Forum des droits sur l'internet en matière de protection des mineurs sur l'internet et les réseaux mobiles.

Objectif du document :

L'objet de la Charte est de renforcer l'encadrement des contenus « sensibles » sur les réseaux mobiles et d'accentuer la lutte contre les contenus illicites. Elle engage ses signataires, soit les opérateurs mobiles membres de l'AFOM : Bouygues Telecom, Orange France, SFR, Debitel, M6 mobile, Omer Telecom, Universal Mobile et le ministère de la Famille.

Champ d'application :

Les engagements de la Charte couvrent le multimedia mobile, c'est-à-dire les contenus mêlant textes, images, sons. Avoir accès à ces contenus multimedia nécessite d'utiliser des téléphones mobiles « compatibles » (par exemple à écran couleur), et d'être abonnés aux services correspondants.

Ces engagements ne s'appliquent pas à des contenus qui ne sont pas spécifiquement mobiles, comme les services vocaux à revenus partagés (de type audiotel) ou qui ne sont pas multimedia (type SMS par exemple).

Deux grandes typologies de contenus multimedia sont accessibles depuis les mobiles :

- o les contenus pour lesquels il existe un lien contractuel entre, d'une part un éditeur de contenu qui conçoit, réalise et décide de mettre en ligne son contenu et, d'autre part, un opérateur qui accepte de référencer le contenu de l'éditeur dans le portail opérateur ou dans des kiosques (offres i-mode, orange World, Vodafone Live, Gallery). Ces contenus représentent aujourd'hui la grande majorité des consultations sur les réseaux mobiles.
- les contenus pour lesquels il n'existe aucun lien contractuel entre l'éditeur et l'opérateur. Ces contenus ne sont pas référencés par les portails et kiosques des opérateurs. Les utilisateurs doivent par exemple composer une adresse spécifique (par exemple, une adresse internet) pour les consulter. En l'absence de lien contractuel, les opérateurs mobiles sont dans l'impossibilité de faire respecter les engagements déontologiques visé au point 1 de la présente charte. Ils sont toutefois en mesure d'appliquer tous les autres engagements.

Définitions :

Les « contenus attentatoires à la dignité humaine » sont les contenus illicites visés par l'article 6, I-7 de la Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique (LCEN – loi 2004-575 du 21 juin 2004) soit l'apologie des crimes contre l'humanité, l'incitation à la haine raciale et la pornographie enfantine.

Les opérateurs entendent par « contenus sensibles », des contenus dont la consultation peut heurter certains utilisateurs tout en étant licites et ne relevant pas de l'incrimination visée à l'article L. 227-24 du Code Pénal. On distingue dans cette catégorie :

- les « contenus pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes » (par exemple certains contenus dits « de charme » et/ou violents) qui peuvent être consultés librement mais qui seront bloqués par un outil de contrôle parental lorsqu'il est activé. L'interdiction ou non de consultation de ces contenus relève de la seule décision des parents.
- les « contenus réservés aux adultes » (par exemple la pornographie) qui ne pourront être consultés, dans les kiosques et portails des opérateurs, qu'après validation de l'âge de l'utilisateur (qui doit être majeur).

Engagements :

Les opérateurs mobiles membres de l'AFOM s'engagent à :

1/ Renforcer et harmoniser la démarche déontologique encadrant le développement des contenus multimedia mobiles dans les kiosques et portails.

1.1/ Les opérateurs mobiles travaillent déjà activement depuis plusieurs années, au sein du Conseil Supérieur de la Télématique (CST), à l'élaboration de codes déontologiques communs destinés à encadrer contractuellement le développement des services qu'ils référencent. Ainsi, les contenus présents dans le kiosque Gallery respectent les

recommandations édictées par cette instance. Les contenus des portails opérateurs s'inscrivent également dans cette logique.

1.2/ Ces codes de déontologie prévoient par exemple dès aujourd'hui que toutes les parties publiques des « chats » (dialogues interactifs anonymes) proposés par un éditeur de service doivent être « modérées » (surveillées). Ils interdisent également l'existence d'une offre de contenus exclusivement réservés aux adultes sur les kiosques et portails des opérateurs tant que l'âge de l'utilisateur n'est pas identifiable.

1.3/ Afin de renforcer la démarche au-delà des codes de déontologie existants :

- les opérateurs mobiles entendent définir avec les partenaires concernés (administrations, associations familiales, autorités indépendantes, etc.) une grille de classification des contenus multimedia et des règles d'application qui devront être respectées par chaque éditeur et opérateur quels que soient les services mobiles multimedia. C'est l'objet des travaux débutés dès octobre 2005 au sein du Forum des Droits de l'Internet qui doivent aboutir au premier semestre 2006.
- Les parties publiques des services de « chats » et « blogs » disponibles dans les kiosques et les portails des opérateurs font déjà l'objet d'une « modération » par les éditeurs de services. Les opérateurs de téléphonie mobile vont travailler avec les éditeurs de services pour renforcer encore les conditions de cette modération.

2/ Informer largement et proposer systématiquement aux parents un contrôle parental gratuit, performant et simplement activable.

Les opérateurs de téléphonie mobile membres de l'AFOM proposent déjà à leurs clients, un outil technique de contrôle parental gratuit, performant et simplement activable car basé sur un système technique directement intégré à leurs réseaux : leurs clients n'ont donc pas à se préoccuper de paramétrages ou d'installation de logiciels complémentaires.

Suite à la Conférence de la Famille du 22 septembre 2005, des discussions ont eu lieu entre les opérateurs mobiles et le Ministère de la Famille pour en faire évoluer le périmètre et les modes d'activation. La présente Charte intègre le résultat de ces discussions.

Ainsi que déjà rappelé, la question de la protection des enfants sur les réseaux doit passer par une mobilisation de toutes les parties prenantes : pouvoirs publics, parents, opérateurs, éditeurs, associations, etc. L'action éducative des parents et des enseignants reste en particulier centrale dans la protection de l'enfance à l'égard des contenus en ligne. En effet, l'efficacité du contrôle parental ne peut pas reposer sur les seuls outils techniques car ces derniers peuvent toujours être contournés. Les opérateurs mobiles ne peuvent donc pas être tenus pour responsables d'une éventuelle défaillance des outils mis en oeuvre.

Engagements des opérateurs mobiles :

2.1/ Chaque opérateur mobile met dès à présent à disposition de ses utilisateurs un outil technique permettant de bloquer l'accès aux contenus et services multimedia mobiles pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes. Cet outil est :

- gratuit pour le client,
- activable par simple appel téléphonique au service client.

Une fois activé, ce contrôle permet au minimum, quelque soit l'opérateur signataire de cette charte :

- d'empêcher l'accès à des contenus pouvant heurter la sensibilité des plus jeunes (par exemple les contenus « charme ») ;
- d'empêcher l'accès aux sites de rencontres ;
- d'empêcher l'accès aux contenus pour lesquels il n'existe pas de liens contractuels entre l'opérateur et l'éditeur de service (accès internet).

2.2/ Les opérateurs mobiles s'engagent, dès décembre 2005, à renforcer la communication auprès de tous leurs clients, de manière récurrente, concernant l'intérêt du contrôle parental. L'objectif est d'informer l'ensemble des parents sur les moyens mis à leur disposition afin qu'ils puissent effectuer un choix éclairé d'activation de l'outil de contrôle parental. Ce plan de communication est détaillé dans la partie 4 du présent document.

Par ailleurs, dans la perspective de la modification de leur parcours client (voir point 2.3), les opérateurs vont communiquer vis-à-vis des nouveaux clients de la manière suivante :

- une présentation pédagogique de l'outil de contrôle parental, de son intérêt et des moyens de l'activer sera insérée dans les documentations commerciales présentes en point de vente ;
- une sensibilisation des vendeurs à la problématique du contrôle parental (boutique ou télé-conseillers) sera effectuée par chaque opérateur ;
- une information incitative apparaîtra sur les sites web des opérateurs lors de la prise de commande en ligne.

2.3/ Les opérateurs engagent également, dès à présent, les études techniques nécessaires à la modification de leur parcours client. Ainsi, dès novembre 2006, les opérateurs interrogeront systématiquement toute personne ouvrant une ligne et l'inciteront à activer le contrôle parental si l'utilisateur est un mineur. Il est cependant reconnu qu'il ne peut être question de demander ou de contraindre l'opérateur à vérifier, préalablement ou postérieurement à l'ouverture de la ligne, la véracité de cette déclaration préalable, ni la qualité de l'adulte faisant cette déclaration (en particulier sur la vérification de son autorité parentale réelle).

La formulation précise de la question posée à l'ouverture de la ligne sera propre à chaque opérateur en fonction de son parcours client. Chaque opérateur informera le ministère de la Famille de la formulation retenue dans les documents concernés.

2.4/ Le contrôle parental proposé aujourd'hui est strict et les opérateurs de téléphonie mobile ont conscience qu'il pourrait évoluer pour s'adapter aux différents stades de développement du mineur : un contrôle parental n'est pas forcément similaire pour un adolescent ou pour un enfant plus jeune. Ils s'engagent donc à étudier dès à présent une évolution du système de contrôle parental vers plusieurs profils qui intégreraient des périmètres différents. Cette évolution intégrera les discussions en cours au sein du Forum des Droits sur l'Internet sur la grille de classification du contenu multimédia mobile (voir 1.3 de la présente charte). Un premier point sera fait en novembre 2006.

2.5/ Les opérateurs de téléphonie mobiles ont bien noté la demande du ministère de la Famille de faire évoluer le blocage de l'accès aux contenus hors kiosques et portails pour qu'il n'interdise pas la consultation de sites non préjudiciables pour les enfants. Il est indispensable, pour avancer sur ce sujet, de mener des études, notamment techniques et juridiques complémentaires pour analyser cette sollicitation et définir une éventuelle mise en oeuvre. A titre d'illustration, l'élaboration des listes de sites acceptables ou non pour les enfants ne peut pas être de la responsabilité des opérateurs de téléphonie mobile. Ces listes devront également intégrer les profils de contrôle parental qui seront définis dans le cadre des discussions en cours au sein du Forum des Droits sur l'Internet. Les opérateurs mobiles s'engagent à lancer dès aujourd'hui la réflexion sur cette évolution.

2.6/ Enfin, d'une manière générale, conformément aux recommandations du Forum des Droits sur l'Internet, les opérateurs mobiles s'engagent également à assurer une veille sur le développement de nouveaux outils de contrôle parental adaptés aux supports mobiles afin d'en faire bénéficier leurs utilisateurs.

3/ Renforcer la lutte contre les contenus illicites.

3.1/ Soucieux de contribuer efficacement à la lutte contre les contenus illicites, les opérateurs mobiles répondent déjà avec diligence aux réquisitions judiciaires qui leurs sont adressées par les autorités.

3.2/ Conformément aux dispositions de l'article 6-1-7 de la Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique (LCEN – loi 2004-575 du 21 juin 2004), les opérateurs :

- ont mis en place un dispositif facilement accessible et visible permettant à toute personne de porter à leur connaissance des contenus attentatoires à la dignité humaine ;
- informent avec diligence les autorités publiques compétentes de l'existence de contenus attentatoires à la dignité humaine, destinés à être consultés sur des terminaux mobiles, qui leur seraient signalés par leurs utilisateurs.

Les opérateurs mobiles s'engagent à renforcer cette lutte, notamment en améliorant régulièrement les dispositifs de signalement afin de les rendre mieux adaptés aux contraintes des réseaux mobiles.

3.3/ Les opérateurs mobiles s'engagent en outre à agir promptement pour retirer ou rendre l'accès impossible à des contenus qu'ils hébergent dès lors que ceux-ci leur ont été signalés comme manifestation illicites.

4/ Informer largement le grand public sur les actions entreprises et participer à l'éducation aux bons usages pour tous.

En complément des actions et outils mis en place par les opérateurs, les utilisateurs demeurent les acteurs centraux pour s'assurer d'une bonne utilisation des services multimédia mobiles. C'est pourquoi, les opérateurs mobiles s'engagent à adopter une démarche pédagogique active afin de sensibiliser les parents et enfants aux bons usages du téléphone mobile et de les informer largement sur les actions entreprises.

A cette fin, les opérateurs mobiles s'engagent notamment à continuer à sensibiliser et informer les éditeurs de contenus sur les outils et actions mis en place dans le cadre de cette charte.

Dès décembre 2005, l'information du public sera renforcée :

4.1/ L'AFOM diffuse déjà largement un guide de sensibilisation des parents, cosigné avec l'Union Nationale des Associations Familiales (UNAF), présentant les bons usages d'un téléphone mobile par les enfants. Ce guide donne lieu à une déclinaison sur internet, sous la forme d'un site dédié librement accessible. Il est de plus diffusé gratuitement par différents partenaires et peut être demandé depuis le site Web de l'AFOM : www.afom.fr.

4.2/ Les opérateurs mobiles amplifieront les opérations de communication de leur base client actuelle sur l'existence du contrôle parental en utilisant les moyens les plus appropriés. L'objectif est d'informer l'ensemble des parents sur les moyens mis à leur disposition afin qu'ils puissent effectuer un choix éclairé d'activation de l'outil de contrôle parental. Cette information donnera lieu au minimum aux actions listées ci-après, mises en oeuvre dès 2006.

o Vis-à-vis des nouveaux clients :

- o une présentation pédagogique de l'outil de contrôle parental, de son intérêt et des moyens de l'activer sera insérée dans les documentations commerciales présentes en point de vente ;
- o une sensibilisation des vendeurs à la problématique du contrôle parental (boutique ou télé-conseillers) sera effectuée par chaque opérateur ;
- o une information incitative apparaîtra sur les sites web des opérateurs lors de la prise de commande en ligne.

o Vis-à-vis des clients existants :

- o une présentation, en des termes pédagogiques, de l'outil de contrôle parental et des moyens de l'activer sera insérée sur les sites web des opérateurs.
 - Des espaces de communication internes aux sites inciteront les internautes à prendre connaissance de cette présentation ;
 - Un lien pérenne en page d'accueil des portails internet des
- o opérateurs renverra vers cette présentation ;
- o au moins deux articles sur l'outil de contrôle parental et les moyens de l'activer seront insérés dans la brochure papier envoyée aux abonnés par chaque opérateur dans le courant de l'année 2006.
- o un article sur le contrôle parental sera inclus dans les lettres d'information électroniques diffusées aux clients de chaque opérateur. Cette information sera répétée trois fois durant l'année 2006.
- o une information sur le contrôle parental sera insérée directement sur les factures envoyées aux abonnés. Cette opération sera répétée deux fois durant l'année 2006.

Ces actions seront complétées par des actions propres à chaque opérateur en fonction des types de client et des outils de communication de chacun. Elles pourront être reconduites en 2007, suivant le bilan qui en sera fait en fin d'année.

4.3/ Les opérateurs reprendront sur leurs sites internet les messages de sensibilisation développés par le Gouvernement sur la protection des enfants dans un univers mobile.

4.4/ Les opérateurs participeront aux actions de sensibilisation des parents et des enfants aux bons usages de la téléphonie mobile avec les partenaires concernés.

5/ Evaluer, informer et consulter régulièrement l'ensemble des parties concernées par cette démarche déontologique.

5.1/ Afin de tenir compte du développement rapide de nouveaux services, la démarche déontologique mise en place par les opérateurs de téléphonie mobile devra périodiquement être évaluée et, éventuellement, adaptée. A cette fin, les opérateurs s'engagent à échanger de manière régulière sur les actions mises en place et leurs éventuelles adaptations avec l'ensemble des parties concernées : gouvernement, autorités, organisations familiales, éditeurs...

Cet échange visera également à faire le point sur les actions engagées par les opérateurs dans le cadre de la présente charte.

5.2/ Les opérateurs proposent des critères objectifs visant à mesurer la mise en œuvre des mesures engagées :

- Bilan des informations sur l'existence du contrôle parental parues dans les outils de communication commerciale des opérateurs ;
- Bilan des opérations de sensibilisation initiées par l'AFOM ;
- Nombre d'informations ciblées envoyées à la base client ;

- Respect du calendrier indiqué dans la suite de ce document.

Ils rappellent cependant que la question du contrôle parental ne peut pas reposer seulement sur des outils techniques et que seule une mobilisation de toutes les parties prenantes (pouvoirs publics, parents, opérateurs, éditeurs) permettra de réellement sensibiliser les parents à ces enjeux. Le nombre de contrôles parentaux activés ne peut donc pas constituer un critère de mesure pertinent de l'implication des opérateurs sur ces aspects : il pourrait être considéré à la limite comme une mesure partielle de la pertinence des actions de l'ensemble des partenaires. Il convient de rappeler que le choix de l'activation ou non du contrôle parental relève au final du choix éclairé des parents : un faible nombre d'activation pourrait donc traduire simplement l'analyse d'un risque modéré pour leurs enfants équipés d'un téléphone mobile.

Fait, à Paris, le 10 janvier 2006

M. Philippe BAS

Ministre Délégué à la Sécurité Sociale, aux Personnes âgées, aux Personnes Handicapées et à la Famille

M. Jean-Marie DANJOU

Délégué Général de l'Association Française Des Opérateurs Mobiles
Emmanuel Forest
Bouygues Telecom

Jean-Noël Tronc

Orange France

Pierre Bardon

SFR

Debitel

Nicolas Schaettel

M6 Mobile

Philippe Schild

Universal Mobile

Jean-François Blondel

Omer Telecom

ANNEXE 8 : PRÉSENTATION DU DISPOSITIF « SIGNAL SPAM ».

Lutte contre le spam, du projet à l'action.

Un an après l'expérience de la « boîte à spam » lancée avec succès par la Commission nationale de l'informatique et des libertés française (CNIL), le Gouvernement français a mis en place en juillet 2003, une plate-forme de concertation publique-privée, dont les travaux ont permis le développement d'un projet de centre national de signalement des spams : Signal-spam, destiné à reprendre et pérenniser les missions de la boîte à spam.

Avec Signal-spam, la France franchit une étape supplémentaire dans la lutte contre le spam.

Signal-spam est un projet exemplaire car il permet à tous les utilisateurs victimes du spam de contribuer concrètement à la lutte contre cette nuisance.

Il porte une démarche ambitieuse et concrète qui vise à doter la France d'un outil public-privé unique, apportant une réponse coordonnée au phénomène du spam, grâce à l'association active des administrations, des professionnels et des utilisateurs autour d'un objectif commun.

C'est un modèle à fort potentiel fédérateur autour duquel peuvent se réunir tous les pays souhaitant mettre en place à courte échéance un outil national de lutte contre le spam.

Ne pas se laisser tromper par les apparences.

La perception des effets nuisibles du spam peut sembler limitée auprès des utilisateurs confirmés d'internet, capables d'installer des dispositifs de sécurisation sur leur ordinateurs. Cette apparence ne doit cependant pas masquer la gravité du phénomène qui touche tout autant les professionnels que la majeure partie de la population internautes.

Le signalement du spam devient le premier acte de défense de l'utilisateur.

Signal-spam est une solution centralisée de recueil et de traitement des spams sur réseaux. Elle donne la possibilité aux utilisateurs français des réseaux d'agir contre le spam en signalant toute sollicitation non consentie par simple renvoi vers un formulaire, une adresse de courrier électronique ou un numéro de téléphone spécifique.

Forts de ces signalements, tous ceux qui luttent contre le spam pourront agir avec plus d'efficacité et de rapidité.

Le recueil et le traitement des signalements renforce les dispositifs légaux de recours contre les spammeurs.

Après enregistrement, les signalements sont traités par les experts de Signal-spam. Cette action a pour effets :

- **d'optimiser** les actions de lutte contre le spam des opérateurs par l'identification de ces sollicitations non consenties ;
- **d'améliorer** la pratique d'envoi de courriers électroniques publicitaires ou de lettres d'information des commerçants en ligne en donnant aux utilisateurs la possibilité de signaler ce qu'ils perçoivent comme un abus, et aux commerçants en ligne d'être avertis sur cette perception ;
- **de permettre**, grâce à la collecte méthodique d'informations, l'engagement de poursuites contre les émetteurs de spams identifiés, la mise en oeuvre d'actions en direction des prestataires régulièrement impliqués dans des opérations d'envois massifs de courriers électronique non sollicités, et l'élaboration d'actions de coopération internationale.

Des fonctionnalités avancées et un accès simplifié : signal-spam est au service de la communauté des internautes.

Les actions de Signal-spam reposent sur un socle technologique solide comportant plusieurs fonctionnalités avancées dont un système de désinscription assistée permettant de reconnaître les expéditeurs de confiance.

L'utilisateur peut s'identifier volontairement et accéder ainsi à son compte personnel par l'interface web de Signal-spam pour consulter, à tout moment, l'ensemble des indicateurs et des tableaux de bord qui constituent son historique personnel. S'il a donné son accord, il peut également être contacté dans le cadre d'une procédure engagée contre le spammeur signalé.

Une coopération active publique-privée donne force et cohérence aux actions, afin d'obtenir des résultats concrets.

Géré par une structure de droit privé, Signal-spam a comme interlocuteur unique la Direction du développement des médias – Service du Premier ministre français, qui assure la coordination de la politique nationale anti-spam. Il transmet à cette direction les dossiers susceptibles de donner lieu à l'engagement de poursuites qui seront eux-mêmes retransmis, après contrôle et validation, à l'autorité compétente selon la nature du délit que constitue le spam.

Signal-spam réunit aussi les utilisateurs et les professionnels, notamment au travers de leurs organisations représentatives : activités de l'informatique, des télécoms, du commerce électronique, consommateurs ...

Tous les acteurs concernés par la lutte contre le spam sont impliqués.

Alliance de toutes les volontés engagées dans la lutte contre le spam, Signal-spam constitue un terrain de travail coopératif extrêmement dynamique et opérationnel.

Cette spécificité unique lui permettra de contribuer activement à l'amélioration constante du traitement du spam, qu'il s'agisse de l'élaboration de projets de standards communs, de codes de bonne conduite des professionnels ou encore de recommandations aux pouvoirs publics, dans l'intérêt des utilisateurs et du développement d'un internet de confiance.

Un projet résolument ouvert vers l'international.

Grâce au recueil des informations provenant des signalements et à la visibilité qu'il donne, à l'échelle nationale, sur la circulation des spams, Signal-spam permettra à la France de prendre toute sa place dans la lutte contre le spam engagée par la communauté internationale.

Conçu pour être facilement mis en place par les pays partenaires de la France, Signal-spam permettra également de renforcer la cohérence de la lutte contre le spam engagée par ces pays en leur proposant un modèle directement opérationnel qu'ils pourront mettre en oeuvre dans des délais très courts.

ANNEXE 9 : COMPOSITION DU GROUPE DE TRAVAIL.

Association des fournisseurs d'accès et de services internet (AFA)

Marine JANIAUD
Adjointe au délégué général

Benoît LAVIGNE
Juriste, Chargé de mission

Estelle de MARCO
Juriste, Chargée de mission

Stéphane MARCOVITCH
Délégué général

Giuseppe de MARTINO
Président ; Directeur juridique d'AOL

Association française des opérateurs mobiles (AFOM)

Olivier GAINON
Chargé de mission

Commission nationale à l'informatique et aux libertés (CNIL)

Leslie BASSE
Attachée, Division des affaires économiques, Direction des affaires juridiques

Thomas DAUTIEU
Attaché, Division des affaires économiques, Direction des affaires juridiques

Conseil supérieur de la télématique (CST)

Hervé SOYMIE
Secrétaire général

Délégation interministérielle à la famille (DIF)

Géraldine CHICANOT-ROUSSET
Chargée de mission

Olivier PERALDI
Adjoint au délégué

Délégation aux usages de l'internet (DUI)

Pierre PERREZ
Secrétaire général

Direction du développement des médias (DDM)

Claire SEILLER
Bureau des évaluations économiques et de la société de l'information

Eric WALTER
Chef du Bureau des évaluations économiques et de la société de l'information

Fédération des conseils de parents d'élèves des écoles publiques (FCPE)

Françoise MOUGIN

Ministère de la Défense

Eric FREYSSINET
Sous-direction de la police judiciaire, Direction générale de la Gendarmerie nationale

Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie

Chantal RUBIN
Adjointe au sous-directeur, Sous-direction des industries de réseaux, du multimédia et de la communication en ligne, Direction Générale aux Entreprises (DGE)

Ministère de l'Intérieur, de la Sécurité intérieure et des Libertés locales

Catherine CHAMBON
Commissaire divisionnaire, chef de l'Office Central de Lutte contre la Criminalité liée aux Technologies de l'Information et de la Communication (OCLCTIC)

Marie LAJUS
Commissaire principale, adjointe au chef de l'OCLCTIC

Pierre-Yves LEBEAU
Capitaine de Police, chef de la plateforme nationale de signalement de l'OCLCTIC

Ministère de la Justice

Joël FERRY
Officier de liaison de la Gendarmerie nationale, Direction des Affaires Criminelles et des Grâces

Société Iliad – Free

Alexandre ARCHAMBAULT
Directeur des affaires réglementaires

Société Lycos France

Olivier SOUSSAN
Directeur Marketing

Société Microsoft France

Jean-Sébastien MARIEZ
Chargé d'affaires juridiques

Société Orange France

Jean-Paul LEROUX
Responsable Déontologie

Union nationale des associations familiales (UNAF)

Jean-Pierre QUIGNAUX
Responsable médias et nouvelles technologies

Les travaux ont été coordonnés par **Mathieu LERONDEAU**, assisté de **Benoît TABAKA**, chargés de mission au Forum des droits sur l'internet, rapporteurs du groupe de travail.

ANNEXE 10 : AUDITIONS ENTREPRISES PAR LE GROUPE DE TRAVAIL.

Société AFAQ-AFNOR Certification

Patrice LABROUSSE
Responsable commercial services

Fédération des Entreprises de Vente à Distance (FEVAD)

Marc LOLIVIER
Délégué général

Association Consommation, Logement, Cadre de Vie (CLCV)

Frédérique PFRUNDER
Chargée de mission

Sociétés Microsoft / MSN

Virginie HUPE
Privacy & Compliance Manager, Microsoft EMEA

Alban PELTIER
Communication Services Lead, MSN

Société Telefun – Skyrock

Frank CHENEAU
Directeur général délégué

Rémi KIRCHE
Directeur marketing

David ROIZEN
Responsable des relations publiques

Société Temesis

Elie SLOŽM, Qualiticien