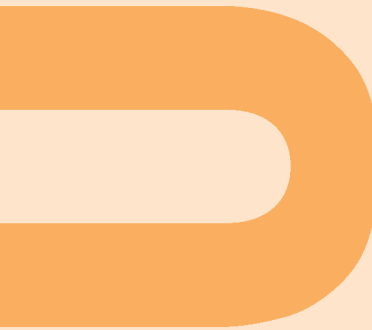




**Pratique**



# **INTERNET : POUR UNE ÉTHIQUE DES ENTREPRISES**

**QUELQUES RECOMMANDATIONS  
À L'ATTENTION DES ENTREPRISES  
ET DE LEURS DIRIGEANTS**

**Comité d'éthique**



# → → SOMMAIRE

## **Remerciements .....4**

## **Introduction .....5**

## **Entreprises / Informations / Internet .....6**

S'investir dans l'e-réputation

Assurer l'accessibilité et la lisibilité des informations diffusées

## **Entreprises / Collaborateurs / Internet .....8**

Responsabiliser l'entreprise et les salariés

Etablir une frontière raisonnable entre vie professionnelle et vie privée

## **Entreprises / Parties prenantes / Internet.....10**

Assurer une exploitation responsable et sécurisée des données personnelles, une priorité pour l'entreprise

S'imposer une discipline au regard de la « mémoire illimitée » de l'internet

Respecter des règles précises en matière de publicité ciblée

Protéger les personnes vulnérables

## **Entreprises / Responsabilité sociale / Internet .....14**

## **Annexes .....15**

Annexe I - Glossaire

Annexe II - Listes des principaux textes de référence

## → → Remerciements

Le MEDEF remercie tout particulièrement pour avoir fait part aux membres du Comité d'éthique de leur expérience et de leurs conseils en ce domaine :

- M. Jean-Baptiste Descroix-Vernier, président de Rentabiliweb
- Mme Christiane Féral-Schuhl, avocat - bâtonnier du Barreau de Paris
- M. Stéphane Treppoz, président du directoire de Sarenza

**Pratique**

## → → Introduction

La naissance d'internet et, plus largement le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC), a marqué fortement le XXe siècle et va continuer à marquer ce siècle et les siècles prochains.

Productivité, innovation, effacement des frontières, rapidité des échanges... Voici quelques-uns des apports d'internet pour les entreprises auxquelles il offre des possibilités infinies.

De réels enjeux sociétaux sont en jeu et les entreprises sont au cœur du débat. Respect de la vie privée et de la liberté d'expression, diffusion de la culture, sécurité des échanges, fiabilité et hiérarchisation de l'information... Internet de par ses caractéristiques soulève à un échelon global des questions qui ne se posaient jusqu'alors qu'à un niveau local ou national.

Internet n'est nullement une zone de non-droit, il est soumis aux règles législatives et réglementaires même si l'effacement des frontières qu'il entraîne rend quelquefois l'application de ces règles plus complexe. Le fait que les entreprises renoncent parfois à faire valoir leurs droits en justice peut conforter, chez certains, le sentiment d'une certaine impunité de comportements illicites sur internet.

Les caractéristiques d'internet justifient une réflexion spécifique sur ce que doit être le comportement de l'entreprise et de ses dirigeants en matière de gestion de l'information, des relations avec ses collaborateurs et avec les autres parties prenantes.

C'est ce qui a conduit le Comité d'éthique du MEDEF à émettre ces quelques recommandations qui ne prétendent nullement à l'exhaustivité, mais ont pour seul objectif d'aider les chefs d'entreprise dans leur vie quotidienne en leur offrant un guide pratique.

## → → Entreprises / Informations / Internet

### ● S'investir dans l'e-réputation

Blogs, sites internet, courriers électroniques, réseaux sociaux, tweets... L'entreprise est confrontée à la diffusion sur internet d'informations qui la concernent. Si les TIC sont au service de l'entreprise, elles peuvent parfois avoir des conséquences dommageables pour cette dernière.

A son service d'abord, car ces technologies permettent de véhiculer largement des informations sur l'entreprise assurant ainsi la promotion de son activité et, le cas échéant contribuant à son développement.

A son désavantage ensuite, car internet peut véhiculer des informations confidentielles ou fausses sur l'entreprise, susceptibles d'avoir des effets négatifs sur son image et sur son activité.

### Recommandations

- Adopter dans l'entreprise une politique claire et précise concernant les contenus pouvant être publiés sur internet par l'entreprise et par des tiers (veille, publications...).
- Sensibiliser les salariés par le biais d'une charte d'usage des technologies de l'information et de la communication sur la confidentialité des informations concernant l'entreprise.
- Faire preuve de transparence lorsque des publications sont effectuées par les entreprises sur internet (identification claire de l'entreprise source) en évitant toute pratique déloyale ou contraire au droit de la concurrence, telle que celle consistant à mettre en ligne des notations ou commentaires positifs sur ses propres produits ou prestations de services en laissant penser qu'il s'agit de notations ou commentaires émanant de tiers.

### ● Assurer l'accessibilité et la lisibilité des informations diffusées

La majorité des entreprises sont présentes sur internet : sites présentant l'activité exercée, sites de commerce électronique... A ces titres, les entreprises sont soumises à un certain nombre

d'obligations d'informations (mentions sur l'entreprise, conditions contractuelles...).

Les internautes ont parfois des difficultés à trouver rapidement ces informations sur le site de l'entreprise et à les comprendre.

### **Recommandation**

- Accroître la visibilité et l'accessibilité des informations mises à disposition des internautes par l'entreprise et de celles imposées par la loi que ce soit dans les conditions générales de vente, les conditions d'utilisation du site, les informations sur les données personnelles des visiteurs. Cela pourrait se traduire par une rédaction plus accessible des textes, une mise en avant des informations essentielles...

## → → Entreprises / Collaborateurs / Internet

### ● Responsabiliser l'entreprise et les salariés

L'utilisation pour leurs besoins propres par les collaborateurs de l'entreprise des TIC durant leur temps de travail est répandue et n'est pas interdite par la loi. En effet, il est accordé aux salariés un espace personnel durant leur journée de travail, tant pour le téléphone que pour les courriels ou autres usages d'internet. Tout est question de mesure.

Pour autant, l'employeur doit être conscient des responsabilités qu'il encourt au titre de ce qui transite par la connexion internet de ses salariés, quand bien même son usage ne relèverait pas de l'activité professionnelle des collaborateurs et pourrait être contraire à la morale publique et aux lois. Il y a là une responsabilité générale en tant que commettant mais aussi des questions de responsabilité particulière, par exemple face aux lois dites « HADOPI ».

Plus précisément, l'entreprise est responsable de ses salariés en vertu de l'alinéa 5 de l'article 1384 du Code civil qui dispose que « [...] les commettants [sont responsables] du dommage causé par leurs [...] préposés dans les fonctions auxquelles ils les ont employés ». Ainsi, si un salarié télécharge illégalement des contenus grâce à la connexion fournie par son entreprise, c'est à l'encontre de cette dernière, en tant que titulaire de l'abonnement à internet ayant permis ce téléchargement, que sera engagée une éventuelle action en contrefaçon ou une poursuite pour négligence caractérisée.

### **Recommandations**

- Penser l'organisation interne en fonction des conditions de transmission de l'information, en vue de préserver la cohérence des décisions prises et de leurs conditions d'application, ainsi que le contrôle.
- Veiller à ce que la rapidité des échanges, inhérente au courrier électronique, ne nuise pas à la qualité de ceux-ci.
- Rappeler aux salariés qu'ils sont porteurs de l'image de l'entreprise.

- Mettre en place une charte précise d'usage des TIC et informer le personnel des enjeux associés à de mauvais usages.
- Evaluer l'opportunité de restreindre l'accès à certains sites ou applications. Dans des secteurs sensibles, aller jusqu'à l'interdiction d'utilisation d'internet à des fins personnelles par les salariés, en sachant que le salarié a toujours à portée de main ses outils personnels de connexion.
- Alerter les salariés sur la nécessité pour eux d'être vigilants sur leurs propres propos, sachant que la liberté d'expression qui leur est garantie s'accompagne, de façon indissociable, d'un devoir de réserve qui peut engager leur responsabilité.
- Mettre en place des systèmes de sécurité et des procédures internes permettant d'éviter qu'un salarié ne parte en emportant des informations comme, par exemple, la base de données clients et sensibiliser les directions des systèmes d'information et des ressources humaines à leur mise en œuvre effective.

- **Etablir une frontière raisonnable entre vie professionnelle et vie privée**

Les outils dont disposent de nombreux collaborateurs, notamment les outils nomades d'échanges de courriels, effacent les frontières entre vie privée et vie publique et rendent incertaine la notion même de temps de travail.

### **Recommandations**

- Veiller à un juste équilibre entre vie professionnelle et vie privée et au respect du temps de repos. A chaque entreprise, selon les exigences de son métier et selon sa culture, de se donner des règles en la matière ; la recommandation est en tout cas de ne pas négliger le sujet. Ainsi, certains responsables s'interdisent d'adresser des courriels à leurs collaborateurs au cours du weekend.
- Porter une attention toute particulière à la frontière entre vie privée et vie professionnelle lorsque le salarié est en situation de télétravail.



## → → **Entreprises / Parties prenantes / Internet**

- **Assurer une exploitation responsable et sécurisée des données personnelles, une priorité pour l'entreprise**

C'est une responsabilité importante des entreprises, qui sont soumises aux obligations légales prévues en matière de protection de données personnelles, vis-à-vis des personnes dont elles exploitent les données. Les traitements mis en œuvre par les entreprises peuvent porter sur un nombre conséquent de données. Les entreprises ont le devoir de s'interroger sur les implications que le développement des nouvelles technologies (*Cloud computing*, géolocalisation, paiement sans contact...) peut avoir sur la protection de la vie privée. Elles doivent mener une réflexion efficace pour chaque traitement de données afin de parvenir à un juste équilibre entre intérêt économique et respect de la vie privée.

### **Recommandations**

- Mettre en place une politique de gestion des données à caractère personnel.
- Se donner les moyens de garantir la confidentialité et la sécurité des données.
- Identifier un « référent » au sein de l'entreprise responsable.
- Sensibiliser les personnes/services/directions ayant en interne un rôle en matière de données à caractère personnel (direction des systèmes d'information, direction marketing, direction juridique...).

- **S'imposer une discipline au regard de la « mémoire illimitée » de l'internet**

Internet se caractérise par sa mémoire quasi-illimitée. Si cela est également vrai dans la « vie réelle » (une information connue par des personnes ne s'efface pas), la spécificité d'internet induit des conséquences très différentes en termes spatio-temporel. En effet, les données diffusées sur internet peuvent être consultées par tous pendant une durée potentiellement infinie et à travers le monde entier.

Internet offre la possibilité aux internautes de publier et de partager des informations personnelles les concernant (photographie, coordonnées téléphoniques...) sur des réseaux sociaux ou encore des sites internet (blogs). Des personnes peuvent également diffuser sur internet des données personnelles concernant des tiers. Dès lors, comment les internautes peuvent-ils contrôler la diffusion des données personnelles qui les concernent ? Cela pose la question du droit à l'oubli.

Un certain nombre de dispositions légales permettent d'agir sur cette donnée. Par exemple, la loi du 6 janvier 1978 modifiée prévoit que toute personne peut demander la suppression des données inexactes, incomplètes, équivoques ou périmées la concernant. D'autres textes ouvrent également la voie à un « droit à l'oubli » (loi de 1881 sur la liberté de la presse, article 9 du Code civil...).

### **Recommandations**

- Respecter strictement l'obligation légale de limiter la durée de stockage des données personnelles.
- Sensibiliser les internautes sur les conséquences de la publication d'informations les concernant sur internet.
- Prévoir une politique de confidentialité précise permettant à l'internaute de gérer lui-même les données le concernant (possibilité de supprimer son compte, fonctionnalités permettant de modifier et de supprimer soi-même ses données...).
- S'engager à rectifier ou à supprimer, à la demande des internautes, les données les concernant dans un délai raisonnable et à accuser réception de la demande.
- S'interdire de remonter au-delà d'un certain délai dans le cadre des recrutements, spécialement sur les réseaux sociaux non professionnels.

#### ● **Respecter des règles précises en matière de publicité ciblée**

La publicité ciblée est largement reconnue comme un outil utile pour cibler de nouveaux clients. Il faut toutefois reconnaître qu'il peut s'agir également d'un mécanisme envahissant.

### Recommandations

- Respecter les règles déontologiques de la profession. Ces règles peuvent être formalisées dans des chartes (voir, à titre d'exemple, la « Charte sur la publicité ciblée et la protection des internautes » signée le 30 septembre 2010 par la secrétaire d'Etat à la Prospective et au Développement de l'économie numérique et dix associations professionnelles réunies sous l'égide de l'Union française du marketing direct - UFMD).
- Mener une réflexion, lors de l'utilisation de nouvelles technologies, sur l'équilibre à trouver entre le respect de la vie privée des internautes et les avantages en termes de services.

#### ● Protéger les personnes vulnérables

Les profils d'utilisateurs d'internet sont extrêmement variés : de l'internaute aguerri à l'internaute non sachant en passant par celui effectuant ses premiers pas virtuels. Cet état de fait doit être pris en compte par les entreprises dans le cadre du développement de leurs activités en ligne.

Internet facilite l'acte d'achat ; il multiplie les offres de crédit en ligne ; tout cela peut rendre l'acte d'achat plus impulsif, accentuer les phénomènes de dépendance à l'achat et, dans les cas extrêmes, aggraver les risques de surendettement.

Le problème de la dépendance ne se pose pas que pour les achats en ligne. Certains jeux, très chronophages par ailleurs, ont fait l'objet de comportements addictifs aux conséquences parfois graves.

Autre point particulièrement important, les enfants ont accès dès leur plus jeune âge aux différents outils permettant d'accéder à internet (téléphone, ordinateur...). Prévoir un accès à internet adapté aux mineurs est donc essentiel. Si chacun s'accorde à admettre que la protection des mineurs relève en premier lieu des parents, force est de constater qu'elle est aussi de la responsabilité des entreprises. Pour les générations futures, il convient de prendre des mesures complémentaires et de s'impliquer pour que les enfants ne soient pas confrontés à des contenus inadaptés voire choquants.

Il existe déjà des dispositions légales pour protéger ces publics sensibles (règles en matière de crédit à la consommation, de jeux d'argent...).

### **Recommandation**

- Le comité d'éthique du MEDEF encourage les entreprises à prendre des initiatives en ce domaine : campagnes de sensibilisation et d'information, développement d'outils permettant de réguler l'usage de certains produits, systèmes de classification des jeux vidéo (PEGI, PEGI Online et le label « PEGI OK »)...

## → → **Entreprises / Responsabilité sociale / Internet**

Le développement durable est au cœur de nombreuses réflexions engagées par les entreprises. La dimension internet de ces réflexions en est toutefois à ses balbutiements alors même que les enjeux sont nombreux : accessibilité, écologie, fracture numérique...

L'accès aux TIC par les personnes souffrant d'un handicap, les conséquences des technologies de l'information et de la communication sur l'environnement, la réduction de la fracture numérique... sont autant de sujets de préoccupation pour les entreprises.

### **Recommandations**

- Utiliser autant que possible les outils permettant de rendre le site internet de l'entreprise ou les outils informatiques de celle-ci accessible(s) aux personnes souffrant d'un handicap sur le modèle des normes imposées aux administrations.
- Participer à la réduction de la fracture numérique en participant à des initiatives types Ordi 2.0.
- Adopter une démarche environnementale volontaire, par exemple, en mesurant l'empreinte carbone de son système d'information et en mettant en place un plan d'action pour améliorer l'efficacité énergétique de celui-ci.

**Pratique**

# Annexes

**→ → ANNEXE I : GLOSSAIRE****Accessibilité du Web**

« L'accessibilité du web signifie que les personnes handicapées peuvent l'utiliser. Plus spécifiquement, elle signifie que ces gens peuvent percevoir, comprendre, naviguer, interagir avec le web, et y contribuer. L'accessibilité du Web bénéficie également à d'autres, notamment les personnes âgées ayant des capacités diminuées dues au vieillissement. »

Source : définition extraite du site internet de la Web Accessibility Initiative, <http://www.w3.org/WAI/>.

**Blog**

« Site sur la toile, souvent personnel, présentant en ordre chronologique de courts articles ou notes, généralement accompagnés de liens vers d'autres sites ».

Source : Commission générale de terminologie et de néologie, Journal officiel du 20/05/2005.

**Cloud computing ou « informatique en nuage »**

« Mode de traitement des données d'un client, dont l'exploitation s'effectue par l'internet, sous la forme de services fournis par un prestataire ».

Source : Commission générale de terminologie et de néologie, Journal officiel du 06/06/2010.

**Données à caractère personnel**

L'alinéa 2 de l'article 2 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée dite « loi informatique et libertés » indique que « Constitue une donnée à caractère personnel toute information relative à une personne physique identifiée ou qui peut être identifiée, directement ou indirectement, par référence à un numéro d'identification ou à un ou plusieurs éléments qui lui sont propres ».

**Fracture numérique**

La fracture numérique désigne les inégalités d'accès des personnes aux technologies et notamment internet.

## **Géolocalisation**

« Il s'agit d'une technologie permettant de déterminer la localisation d'un objet ou d'une personne avec une certaine précision. La technologie s'appuie généralement sur le système GPS ou sur les interfaces de communication d'un téléphone mobile. »

Source : site de la Commission nationale de l'informatique et des libertés, <http://www.cnil.fr/>.

## **Ordi 2.0**

Le programme Ordi 2.0 a été lancé le 24 juin 2008 par M. Eric Besson, alors Secrétaire d'Etat chargé de la prospective, de l'évaluation des politiques publiques et du développement de l'économie numérique. Ce programme, piloté par la Délégation aux usages de l'internet vise, avec le soutien des acteurs de la société de l'information (entreprises, collectivités territoriales, universités...), à développer une filière nationale de collecte, de reconditionnement et de redistribution d'ordinateurs.

Pour en savoir plus : <http://www.ordi2-0.fr/>.

## **PEGI, PEGI Online et « PEGI OK »**

### **PEGI :**

Le Syndicat des Éditeurs de Logiciels de Loisirs (SELL) a mis en place, dès 1992, un système de classification des jeux vidéo. Ce système a été modifié et harmonisé au niveau européen par l'Interactive Software Federation of Europe (ISFE) sous le nom de classification PEGI (Pan European Game Information). Les parents, éducateurs et joueurs disposent ainsi d'une indication sur l'âge minimum pour lequel le jeu est adapté et sur les contenus présents dans le jeu qui justifient une telle classification.

### **PEGI Online :**

Le système PEGI Online permet de savoir que l'éditeur du jeu a pris un certain nombre d'engagements du fait de la version en ligne du jeu et, qu'en raison du caractère évolutif du jeu en ligne, la classification initiale PEGI peut ne plus être adaptée à la version en ligne.

### **Label « PEGI OK » :**

Ce label, qui s'adresse aux sites internet proposant des petits jeux en ligne, signifie que le jeu ne renferme pas de contenus potentiellement inadaptés.

Pour en savoir plus : <http://www.pegi.info>.



### **Publicité ciblée**

Dans son rapport « La publicité ciblée en ligne » du 5 février 2009, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) a identifié trois niveaux de publicité ciblée sur internet : la publicité personnalisée, la publicité contextuelle et la publicité comportementale. Elle les définit comme suit :

« La publicité personnalisée est une publicité qui est choisie en fonction des caractéristiques connues de l'internaute (âge, sexe, localisation, etc.) et qu'il a lui-même renseignées, par exemple en s'inscrivant à un service ».

« La publicité contextuelle est une publicité qui est choisie en fonction du contenu immédiat fourni à l'internaute ».

« La publicité comportementale est une publicité qui est choisie en observant le comportement de l'internaute à travers le temps ».

Source : rapport de la CNIL, « La publicité ciblée en ligne » du 5 février 2009, <http://www.cnil.fr>.

### **Réseau social**

Dans le domaine d'internet, un réseau social est un site internet qui permet à des personnes d'échanger des informations, des photos, des vidéos...

### ***Tweet***

Messages courts publiés par les internautes à partir d'un outil de réseau social et de microblogage.

### **Télétravailleur**

« Professionnel qui travaille à domicile en utilisant les télécommunications et l'informatique ».

Source : Commission générale de terminologie et de néologie, Journal officiel du 26/10/2006.

## → → ANNEXE II : LISTE DES PRINCIPAUX TEXTES DE REFERENCE

- La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse.
- La loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés.
- La loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle.
- La loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.
- Accord national interprofessionnel du 19 juillet 2005 sur le télétravail.
- La loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008 pour le développement de la concurrence au service des consommateurs.
- Les lois dites « Hadopi » :  
La loi n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet et,  
la loi n° 2009-1311 du 28 octobre 2009 relative à la protection pénale de la propriété littéraire et artistique sur internet.
- La loi n° 2009-1572 du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique.
- La loi n° 2010-476 du 12 mai 2010 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne.
- La loi n° 2011-267 du 14 mars 2011 d'orientation et de programmation pour la performance de la sécurité intérieure.

**Mouvement des Entreprises de France**  
**Comité d'éthique**  
55, avenue Bosquet  
75330 - Paris Cedex 07  
Tél. : 01 53 59 19 19  
[www.medef.com](http://www.medef.com)

**Contact :**  
**Direction Droit de l'entreprise**  
**Emilie Dumérain - [edumerain@medef.fr](mailto:edumerain@medef.fr)**  
**Tel. : + 33 (0)1 53 59 17 51**

Dépôt légal : février 2012

