

Accès de l'Etat aux données digitales : attention danger !

Paris, le 6 décembre 2013 - L'lab France qui représente en France les principaux acteurs de la communication digitale exprime sa plus vive inquiétude suite l'adoption le 3 décembre 2013 par l'Assemblée nationale de l'article 13 de la loi de programmation militaire. Cet article porte à la fois atteinte à la protection de la vie privée et à la liberté du commerce et d'entreprendre, mais également à la compétitivité des entreprises du digital en permettant à l'autorité publique d'accéder aux données de connexion et de géolocalisation de tout internaute en temps réel.

Les dispositions de l'article 13 donnent en effet un blanc-seing aux services de renseignement des ministères de la défense, de l'intérieur, **de l'économie et du ministère en charge du budget** pour accéder aux données conservées par les opérateurs de communications électroniques, les fournisseurs d'accès à Internet et les hébergeurs sans contrôle préalable du juge.

Concrètement, la réquisition de données de connexion dans un cadre d'enquête administrative pourra être effectuée pour :

- la recherche de renseignements intéressant la sécurité nationale,
- **la sauvegarde des éléments essentiels du potentiel scientifique et économique de la France,**
- la prévention du terrorisme, de la criminalité et de la délinquance organisées et de la reconstitution ou du maintien de groupements dissous.

L'lab France dont l'une des missions est de porter un regard vigilant sur le développement des nouveaux usages du numérique ne peut que mettre en garde les membres de la représentation nationale face à une exploitation sans contrôle des données personnelles des individus motivée par une raison d'Etat dont les contours ne sont pas suffisamment précisés.

Le fait que ni le Conseil national du numérique et ni la CNIL (qui assurent respectivement la promotion de l'économie numérique française et le respect du droit à la vie privée) n'aient été en mesure de se prononcer sur la portée de cet article est un élément particulièrement préoccupant.

En l'état, cet article dont la constitutionnalité n'est pas avérée porte atteinte non seulement aux libertés publiques (droit à la vie privée, liberté d'entreprendre), mais fait également peser une menace sur l'essor d'une industrie vitale pour l'économie française (notamment en ce qui concerne le Cloud et le Big Data).



Dans le cadre des travaux en cours sur les données personnelles au niveau européen, l'Iab France promeut à ce titre un usage des données personnelles sous pseudonyme pour ne pas porter atteinte au droit à la vie privée des internautes tout en préservant le potentiel de l'économie numérique.

L'Iab France ne peut que soutenir les amendements qui ont été déposés à l'Assemblée nationale pour diminuer la portée de cet article 13 et souscrit à la demande du Synthec numérique de saisir le Conseil national du numérique en vue d'organiser une consultation même si cela devait impliquer le report de la discussion parlementaire.

Contact Presse

Delphine Bionne

delphine@iabfrance.com

01 48 78 14 32 – 06 31 49 75 80

A propos de l'IAB France

L'IAB France (Interactive Advertising Bureau) est une association créée en 1998 dont la mission est triple: structurer le marché de la communication digitale, favoriser son usage et optimiser son efficacité. Elle compte à ce jour 130 sociétés membres, représentant l'ensemble des acteurs de la chaîne de la communication interactive (éditeurs, régies, agences, annonceurs, instituts d'études, fournisseurs de technologies, etc.).

A travers ses publications, ses études et les événements qu'elle organise, l'IAB France se met au service des annonceurs et de leurs agences conseil pour les aider à intégrer les médias numériques efficacement dans leur stratégie de marketing globale, et entend proposer des standards, des exemples de pratiques professionnelles aux nouveaux acteurs intégrant le marché du digital.

L'IAB est par ailleurs un réseau d'experts au service des autres organisations professionnelles, des institutions et des médias qui s'interrogent sur l'impact du développement de cette nouvelle donne économique.

L'IAB France est une entité indépendante, faisant partie du réseau mondial d'affiliés de l'Interactive Advertising Bureau.

Le Président de l'IAB France est Jérôme de Labriffe, Directeur de la stratégie Développement et de l'innovation de la banque à distance, BNP Paribas.

www.iabfrance.com