

Vie privée et commerce électronique

Cynthia Chassigneux

Table des matières

On peut se procurer le présent ouvrage à :

Les Éditions Thémis
Faculté de droit, Université de Montréal
C.P. 6128, Succ. Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 3J7
CANADA

Courriel : themis@droit.umontreal.ca
Internet : <http://www.themis.umontreal.ca>
Téléphone : (514) 343-6627
Télécopieur : (514) 343-6779

© 2004 — Éditions Thémis Inc.

Toute reproduction ou distribution interdite

Disponible exclusivement à <http://www.themis.umontreal.ca>

Table des matières

Préface	xiii
Liste des abréviations	xvii
Remerciements	xix
Introduction	1
Première Partie : L'encadrement classique du traitement des données personnelles	21
Titre I. Les contradictions du commerce électronique	23
Chapitre I. Le profilage, élément nécessaire aux commerçants électroniques	23
Section I. La constitution de profils de consommation	24
1. Le traitement visible des données	24
2. Le traitement invisible des données.....	26
A. <i>Les fichiers journaux</i>	27
B. <i>Les fichiers témoins</i>	31
C. <i>Les autres traitements invisibles</i>	39
i. Les langages de programmation	39
ii. Les liens hypertextes	41
iii. Les pixels espions.....	42
Section II. L'utilisation des profils de consommation.....	45
1. L'utilisation promotionnelle des profils de consommation	46
A. <i>La gestion du site Web</i>	47
i. La personnalisation d'une page Web	47
ii. La mise à jour du site Web	49
B. <i>La publicité</i>	50
2. L'utilisation commerciale des profils de consommation.....	54
A. <i>Le partage des données</i>	54
B. <i>L'interconnexion des données</i>	55
C. <i>La commercialisation des données</i>	58
Chapitre II. La confiance, élément nécessaire au commerce électronique.....	62
Section I. Pour une définition de la confiance	64
1. Le sens étymologique de la confiance.....	64
2. Le rôle social de la confiance.....	74

Section II. Pour une modélisation de la confiance.....	79
1. Les protections légales.....	82
A. <i>Les instruments internationaux et régionaux</i>	84
B. <i>Les instruments nationaux</i>	87
2. Les garanties complémentaires.....	90
A. <i>Les contrats</i>	94
B. <i>Les politiques de confidentialité</i>	97
C. <i>Les labels</i>	101
D. <i>La technique</i>	103
Titre II. Les concordances de la protection des données	
personnelles	107
Chapitre I. La genèse des principes fondamentaux.....	107
Section I. Le contexte international et régional.....	108
1. <i>Les Lignes directrices</i> de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques.....	108
2. La Convention 108 du Conseil de l'Europe.....	114
3. La Directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil ...	118
Section II. Le contexte national.....	123
1. Le contexte français.....	124
2. Le contexte canadien.....	131
A. <i>Au niveau fédéral</i>	131
B. <i>Au niveau provincial</i>	137
3. Le contexte américain.....	140
Chapitre II. La logique des principes fondamentaux.....	146
Section I. Le consentement.....	146
Section II. Le traitement des données.....	155
1. La collecte.....	155
2. L'utilisation.....	160
3. La communication.....	163
4. La sécurité.....	165
5. L'exactitude.....	169
A. <i>Le droit d'accès</i>	170
B. <i>Le droit de rectification</i>	172
6. La destruction.....	173

Seconde Partie : L'encadrement actuel du traitement des données personnelles	175
Titre I : La teneur des garanties complémentaires	177
Chapitre I. Les politiques de confidentialité	178
Section I. Les spécificités des politiques de confidentialité.....	179
1. Entre contrat d'adhésion et clauses annexes.....	179
A. <i>Le recours à la notion de contrat d'adhésion</i>	180
B. <i>Le recours à la notion de clauses annexes</i>	182
2. Entre transparence et information	185
A. <i>La signification de l'obligation d'information</i>	185
B. <i>La nature de l'obligation d'information</i>	189
Section II. La formation des politiques de confidentialité.....	192
1. Le contenu des politiques de confidentialité	194
2. L'élaboration des politiques de confidentialité	198
Chapitre II. Les labels de qualité.....	201
Section I. Les caractéristiques de la labellisation.....	204
1. Les formes de la labellisation	205
A. <i>La labellisation interne</i>	206
B. <i>La labellisation externe</i>	206
2. La nature juridique de la labellisation	208
A. <i>Nature de la relation entre l'autorité de certification et le certifié</i>	209
B. <i>Nature de la relation entre l'autorité de certification et les internautes</i>	212
Section II. La procédure de certification	218
1. Les initiatives de labellisation des sites Web	219
A. <i>TRUSTe</i>	220
B. <i>BBB OnLine</i>	223
C. <i>Les autres initiatives</i>	225
2. Le processus d'attribution.....	227
Chapitre III. Le <i>Platform for Privacy Preferences</i>	232
Section I. Historique du projet P3P	236
Section II. L'environnement P3P.....	241
1. P3P et les entreprises en ligne.....	241
A. <i>Le référencement des politiques</i>	242
B. <i>Le contenu des politiques P3P</i>	243

2. P3P et les internautes	247
Titre II : La valeur des garanties complémentaires	255
Chapitre I : L'effectivité des garanties complémentaires	256
Section I. La notion d'effectivité.....	256
Section II. Les effets des garanties complémentaires.....	259
1. Les effets concrets et symboliques.....	260
A. <i>Les effets concrets</i>	260
B. <i>Les effets symboliques</i>	262
2. Les effets immédiats et différés	264
3. Les effets voulus et non-intentionnels.....	267
Chapitre II : Le contrôle des garanties complémentaires	271
Section I. Le contrôle par les autorités publiques.....	272
1. Le statut des autorités publiques.....	273
A. <i>L'approche française</i>	273
B. <i>L'approche québécoise</i>	277
C. <i>L'approche américaine</i>	280
2. Le rôle des autorités publiques.....	284
A. <i>Fonction de surveillance</i>	285
B. <i>Fonction d'instruction</i>	288
C. <i>Fonction d'information</i>	294
Section II. Le contrôle par les associations privées	295
Conclusion	301
Bibliographie	305