



CHARTRE DEONTOLOGIQUE

1. PREAMBULE

La présente Annexe a pour objet de rappeler au Client les principaux textes applicables à l'Internet associés à un court commentaire à titre d'illustrations. Malgré l'attention portée à la rédaction de cette annexe, DINAO ne peut assumer une quelconque responsabilité du fait des informations qui n'y sont pas contenues.

DINAO conseille donc fortement au Client de s'adresser à un conseil pour traiter de son problème particulier.

Le Client est responsable des propos et des contenus figurant sur son propre site.

Il est précisé, en premier lieu, que le Client fait son affaire personnelle de toutes les autorisations légales, réglementaires ou administratives nécessaires à l'ouverture et à l'exploitation du site Web.

En second lieu, le Client s'engage à respecter dans le cadre de l'exploitation du site Web, les règles légales et déontologiques pouvant régir l'exercice de sa profession, et plus généralement l'utilisation qu'il envisage du site Internet.

En tout état de cause, le Client est responsable du respect des bonnes mœurs et de l'ordre public, du respect des Lois et Règlements, notamment en matière de protection des mineurs et du respect de la personne humaine. Il s'engage dans les mêmes conditions au respect des règles relatives à la protection des données nominatives et plus généralement de celles relatives aux droits des tiers, en particulier concernant les droits de propriété intellectuelle, ainsi que les droits relatifs à l'information et au contenu des sites web.

DINAO se réserve le droit de suspendre ou d'interrompre tout ou partie des services en cas de manquements à ces obligations par le Client.

2. SERVICES DE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Au sens juridique du terme, les services en ligne peuvent être assimilés à des services soit de communication audiovisuelle soit de correspondance privée.

Lorsque les messages sont exclusivement destinés à une ou plusieurs personnes déterminées et individualisées, le service sera qualifié de correspondance privée.

Il s'agira d'un service de communication audiovisuelle dès lors que le service permet "toute mise à disposition du public ou de catégories de public, par un procédé de télécommunications, de signes, de signaux, d'écrits, d'images, de sons ou de messages de toute nature qui n'ont pas le caractère d'une correspondance privée".





De cette distinction naissent des obligations différentes. L'ouverture d'un service en ligne relevant de la communication audiovisuelle est soumise à la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication modifiée par la loi n° 2000-719 du 1er août 2000.

Il convient de nommer obligatoirement un Directeur de la Publication.

D'une manière générale, le Fournisseur de service doit porter à la connaissance des utilisateurs :

- les éléments mentionnés à l'article 37 de la loi n° 86-1067 du 30 novembre 1986 (nom, prénom du propriétaire personne physique, dénomination, raison sociale et nom du représentant légal pour les personnes morales, nom du Directeur de la Publication, du responsable de la rédaction) ;
- toutes informations permettant de localiser les personnes physiques ou morales (adresse postale ou siège social et adresse électronique) ;
- le tarif applicable, lorsque le service donne lieu à rémunération ;
- le caractère publicitaire des messages diffusés.

Enfin, il existe des règles qui s'appliquent à tous les fournisseurs de service en tant que supports d'informations et qui ont trait, pour la plupart d'entre elles, à la protection de l'ordre public et au respect des bonnes mœurs.

3. ORDRE PUBLIC

La protection de l'ordre public est visée notamment, par les articles 223-13, 223-14 et 226-1 du Code Pénal.

Le premier article vise la provocation au suicide, en punissant d'un emprisonnement de trois ans et d'une amende de 45.735 euros, le fait de provoquer au suicide, lorsque la provocation a été suivie d'un suicide ou d'une tentative de suicide.

A ce titre, on pourrait considérer comme vecteur de provocation l'Internet.

Le second article vise la propagande ou la publicité, quel qu'en soit le mode, en faveur de produits, objets ou de méthodes préconisées comme moyens de se donner la mort, sanctionnée par un emprisonnement de trois ans et de 45.735 euros d'amende.

Le troisième article vise le fait, au moyen d'un procédé quelconque, de porter volontairement atteinte à la vie privée d'autrui, et le punit d'un an d'emprisonnement et de 45.735 euros d'amende.

4. DECENCE

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, est puni de trois ans d'emprisonnement et de 76.225 euros d'amende, lorsque ce message est susceptible d'être vu ou perçu par un mineur (article 227-24 du Code Pénal).





5. JEUNESSE

L'article L. 227 -23 du Code Pénal sanctionne :

- le fait, en vue de sa diffusion, de fixer, d'enregistrer ou de transmettre l'image d'un mineur lorsque cette image présente un caractère pornographique est puni d'un an d'emprisonnement et de 45.735 euros d'amende ;
- le fait de diffuser une telle image, par quelque moyen que ce soit, est puni des mêmes peines ;
- les peines sont portées à trois ans d'emprisonnement et 76.225 euros d'amende lorsqu'il s'agit d'un mineur âgé de moins de 15 ans.

Selon l'article 223-13 du Code Pénal, les peines relatives à la provocation au suicide sont portées à cinq ans d'emprisonnement et à 76.225 euros d'amende lorsque la victime de l'infraction est un mineur âgé de moins de 15 ans.

Par ailleurs, la loi du 16 juillet 1949 relative aux publications destinées à la jeunesse peut s'appliquer à Internet lorsque le site est destiné à ce public.

6. PROXENETISME

Aux termes de l'article 225-5 du Code Pénal le fait par quiconque, de quelque manière que ce soit :

- d'aider, d'assister ou de protéger la prostitution d'autrui ;
- de tirer profit de la prostitution d'autrui, d'en partager les produits ou de recevoir les subsides d'une personne se livrant habituellement à la prostitution est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 152.449 euros d'amende.

Il convient de remarquer que l'article 225-6 du Code Pénal assimile au proxénétisme le fait, par quiconque, de quelque manière que ce soit, de faire office d'intermédiaire entre deux personnes dont l'une se livre à la prostitution et l'autre exploite ou rémunère la prostitution d'autrui.

7. ATTEINTE AUX SYSTEMES DE TRAITEMENT AUTOMATISE DE DONNEES

Les articles 323-1 et suivants du Code Pénal punissent les atteintes aux systèmes de traitement de données, notamment :

- le fait d'accéder ou de se maintenir frauduleusement dans tout ou partie d'un système de traitement automatisé de données ;
- le fait d'entraver ou de fausser le fonctionnement d'un tel système ;
- le fait d'introduire frauduleusement des données dans un tel système ou de supprimer ou de modifier frauduleusement les données qu'il contient.





8. JEUX ET LOTERIES

En tant que telles, les loteries sont interdites (loi du 21 mai 1836).

Ainsi donc, les ventes d'immeubles, de meubles ou de marchandises effectuées par la voie du sort, ou auxquelles auront été réunis des primes ou autres bénéfices dus, même partiellement, au hasard et généralement toutes opérations offertes au public sous quelque dénomination que ce soit, pour faire naître l'espérance d'un gain qui serait acquis par la voie du sort, sont prohibées en France.

Toute infraction à l'introduction des loteries est sanctionnée par un emprisonnement de deux ans au plus et par une amende d'un montant maximal de 30.490 euros, et ces sanctions peuvent également être assorties de peines complémentaires.

Par ailleurs, les articles L. 121-36 à L. 121-41 du Code de la Consommation relatifs aux loteries publicitaires réglementent les opérations publicitaires réalisées par voie d'écrit qui tendent à faire naître l'espérance d'un gain.

A titre d'exception, sont autorisées sous conditions les loteries suivantes :

- les lotos traditionnels organisés dans un cercle restreint, dans un but social, culturel, scientifique, éducatif, sportif ou d'animations locales qui se caractérisent par des mises et des lots d'une valeur inférieure à 381.00 € ;
- les loteries pour lesquelles aucune participation financière, de quelque nature qu'elle soit, n'est sollicitée de la part des joueurs.

En d'autres termes, sont licites les loteries qui ne sont pas conditionnées par un achat et qui n'entraînent aucuns débours à la charge des participants.

9. BOURSE

9.1 Informations boursières

La diffusion d'informations boursières est régie par l'ordonnance n° 67-833 du 28 septembre 1967 instituant une Commission des Opérations de Bourse (C.O.B.) et relative à l'information des porteurs de valeurs mobilières et à la publicité de certaines opérations de bourse, par la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales et par son décret d'application n° 67- 236 du 23 mars 1967, enfin par la loi n° 72-6 du 3 janvier 1972 relative au démarchage financier et à des opérations de placement et d'assurance.

9.2 Diffusion de données boursières

La société peut proposer la consultation d'un historique de ses cours de bourse, sous réserve que ces informations boursières soient accompagnées d'un horodatage précis et d'une indication de la source.

S'il s'agit de la retransmission de cours diffusés par le serveur de la S.B.F., ces cours sont présentés sans commentaire.

Si les éléments boursiers ne sont pas exhaustifs, la société indique clairement quelle est la nature de l'extrait présenté (cours moyen, pondération éventuelle par volume etc.).





La société ne peut pas proposer de conseils boursiers sur ses titres ou sur ceux du groupe auquel elle appartient.

Elle peut en revanche faire état de l'existence d'une analyse financière extérieure.

De façon plus générale, la société ne fait pas figurer sur son kiosque d'information financière des conseils d'achat ou de vente portant sur des titres qu'elle détient en portefeuille.

10. OFFRES D'EMPLOI

Il est interdit de diffuser sur un site Web, une insertion de prestation de services concernant les offres d'emploi ou les carrières et comportant des allégations fausses ou susceptibles d'induire en erreur, notamment sur le caractère gratuit dudit service, la sanction étant un an d'emprisonnement et 3.811 euros d'amende (article L. 311-4-1 et L.631-4 du Code du Travail).

11. PUBLICITES MENSONGERES - PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Le Fournisseur d'un site Web doit veiller à ce que les messages qu'il diffuse ne comportent pas d'éléments faux (publicité mensongère) ou de nature à induire en erreur (publicité trompeuse).

En effet, l'article L. 121-1 du Code de la Consommation interdit toute publicité comportant, sous quelle que forme que ce soit, des allégations, indications, présentations fausses ou de nature à induire en erreur et la sanction peut être un emprisonnement de deux ans au plus et / ou une amende de 38.112 euros (art L. 213-1 du code de la consommation), le montant de l'amende pouvant être porté à 50 % des dépenses totales de publicité constituant le délit (art L.121-6 al.2 du code de la consommation).

Par ailleurs, les articles L. 121-16 et suivants du Code de la Consommation précisent notamment que pour toutes les opérations de vente à distance, l'acheteur d'un produit dispose d'un délai de 7 jours à compter de la livraison de sa commande pour faire retour de ce produit au vendeur, pour échange ou remboursement, sans pénalités à l'exception des frais de retour.

Au surplus, tout professionnel proposant à la vente des produits ou services à des consommateurs se soumet aux entières dispositions de l'ordonnance du 23 août 2001. La loi n° 92-60 du 18 janvier 1992 renforçant la protection du consommateur a complété en particulier les dispositions de l'article 7 de la loi n° 72-1137 du 22 décembre 1972 relatives à la protection des consommateurs en matière de démarchage et de vente à domicile en précisant que sont également soumis à ces dispositions les engagements obtenus à la suite d'un démarchage par téléphone et par télécopie. Ceci s'applique donc aux "spam", c'est à dire à la technique de prospection de masse visant à adresser par le biais d'un moteur de recherche un même message publicitaire à une liste de diffusion sans accord préalable.

Pour toute offre de vente d'un bien ou de fourniture de prestation de services qui est faite à distance à un consommateur, le professionnel est tenu d'indiquer le nom de son entreprise, ses coordonnées téléphoniques ainsi que l'adresse de son siège et, si elle est différente, celle de l'établissement responsable de l'offre (article L. 121-18 du Code de la Consommation), ainsi que le nom de la personne considérée comme le Directeur de publication.

Toute publicité sur Internet faite, reçue ou perçue en France qui porte sur l'une des opérations de crédit visées à l'article L. 311-2, doit :





- en premier lieu préciser l'identité du prêteur, la nature, l'objet et la durée de l'opération proposée ainsi que le coût total et, le cas échéant, le taux effectif global du crédit et des perceptions forfaitaires ;
- en second lieu, préciser le montant, en francs, des remboursements par échéance ou, en cas d'impossibilité, le moyen de le déterminer (article L. 311-4 du Code de la Consommation), ce montant incluant le coût de l'assurance lorsque celle-ci est obligatoire pour obtenir le financement et, le cas échéant, le coût de perceptions forfaitaires ;
- en dernier lieu, indiquer, pour les opérations à durée déterminée, le nombre d'échéances.

12. INFORMATIONS

12.1 Authentification des informations

La source de l'information doit être indiquée clairement et s'il s'agit d'un commentaire l'auteur devra être nommément désigné.

12.2 Fausses informations

Aux termes de l'article 322-14 du Code Pénal, le fait de communiquer ou de divulguer une fausse information dans le but de faire croire qu'une destruction, une dégradation ou une dégradation dangereuse pour les personnes va être ou a été commise ou de communiquer ou de divulguer une fausse information faisant croire à un sinistre et de nature à provoquer l'intervention inutile des secours est punie de deux ans d'emprisonnement et de 30.490 euros d'amende.

13. DISCRIMINATION

Selon l'article 225-1 du Code Pénal constitue une discrimination, toute distinction opérée entre les personnes physiques à raison de leur origine, de leur sexe, de leur situation de famille, de leur état de santé, de leur handicap, de leurs mœurs, de leurs opinions politiques, de leurs activités syndicales, de leur appartenance ou de leur non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée.

Constitue également une discrimination toute distinction opérée entre les personnes morales à raison de l'origine, du sexe, de la situation de famille, de l'état de santé, du handicap, des mœurs, des opinions politiques, des activités syndicales, de l'appartenance ou de la non appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation, une race ou une religion déterminée des membres ou de certains membres de ces personnes morales.

La discrimination à l'égard d'une personne physique ou morale est punie de deux ans d'emprisonnement et de 30.490 euros d'amende lorsqu'elle consiste notamment à refuser la fourniture d'un bien ou d'un service, à subordonner la fourniture d'un bien ou d'un service à une condition fondée sur l'un des éléments visés précédemment.

14. ATTEINTE A LA REPRESENTATION DE LA PERSONNE

Le fait de publier, par quelque voie que ce soit, le montage réalisé avec les paroles ou l'image d'une personne sans son consentement, s'il n'apparaît pas à l'évidence qu'il s'agit d'un montage ou s'il n'en





est pas fait expressément mention est punie d'un an d'emprisonnement et de 15.245 euros d'amende (article 226-8 du Code Pénal).

15. PROTECTION DE LA PERSONNE

Le fait de porter au moyen d'un procédé quelconque volontairement atteinte à la vie privée d'autrui est visé par les articles 226-1 et 226-2 du Code Pénal.

16. PROPRIETE INTELLECTUELLE ET CONCURRENCE DELOYALE

Le Code de la Propriété Intellectuelle prohibe toute reprise d'œuvre de l'esprit sans le consentement de l'auteur. De même, toute utilisation illicite de marque est constitutive de contrefaçon, y compris dans les méta tags des sites Internet.

En outre, les logiciels et la technologie sous-jacente attachés aux sites sont protégés et ne peuvent être repris qu'avec le consentement exprès du titulaire des droits.

Indépendamment des actes susceptibles de constituer une contrefaçon, toute reprise de droits appartenant à autrui pourra être poursuivie au titre de la concurrence déloyale et des agissements parasitaires, et entraîner la mise en cause de la responsabilité du contrevenant.

En particulier, avant d'insérer un lien profond dirigé vers un site tiers, il est conseillé de vérifier si un tel lien est licite, ou de solliciter l'autorisation du site cible, afin de prévenir tout acte qui pourrait *a posteriori* se révéler constitutif de concurrence déloyale.

17. DONNEES NOMINATIVES

Conformément à la loi 78-17 du 6 janvier 1978, toute personne physique ou morale se livrant à la collecte de données nominatives, à titre gracieux ou onéreux, est tenue de procéder à une déclaration ad hoc du traitement d'automatisation du procédé de la collecte de ces données.

A titre d'exemple, est considérée comme une donnée nominative une simple adresse de courrier électronique dont la collecte devra en conséquence être déclarée.

