



COOKIE CONSENT

MODE D'EMPLOI

Les éditeurs
de contenus
et services
en ligne

GESTE

3^{ème} édition
Avril 2016

Table des matières

I. Cookies et autres traceurs	4
1. Le cookie et ses diverses fonctionnalités	4
2. Tracking et stockage de données	5
3. Optimiser la performance de son site	7
II. Régime juridique des cookies	8
1. Obligations	8
2. Exceptions	8
3. Coresponsabilité éditeurs/prestataires	11
III. Du bandeau d'information au choix de l'utilisateur	12
1. Bandeau pour informer l'internaute	12
2. Recueillir le consentement de l'internaute	12
3. Durée du consentement	13
4. Rubrique pour en savoir plus et paramétrer les cookies	13
5. Méthodes pour s'opposer au dépôt des cookies	14
6. Cas des cookies Flash	15
IV. Cookie Consent et mobile	16
1. Sites mobiles	16
2. Applis mobiles	16

PREAMBULE

Rédigé à l'attention de l'ensemble des directions et équipes (marketing, techniques, juridiques, commerciales) en charge des questions liées aux cookies, ce livre blanc propose un éclairage sur les aspects technico-juridiques du recueil de la data : fonctionnement technique des cookies et autres traceurs, régime juridique lié à leur utilisation et impacts sur la gestion opérationnelle d'un contenu ou d'un service en ligne.

Le GESTE organise, en complément de cet ouvrage, des sessions de formation afin d'accompagner les éditeurs dans leur démarche de mise en conformité avec la recommandation de la CNIL relative aux cookies et autres traceurs en date du 5 décembre 2013.

Ces derniers sont aussi vivement encouragés à effectuer un audit de l'ensemble de leurs sites et à désigner un CIL, Correspondant Informatique et Libertés, ou un binôme de profil à la fois juridique et technique.

Les analyses juridiques fournies au sein du présent document ont été réalisées en avril 2014 et actualisées en avril 2016. La lecture du livre blanc n'exonère donc pas l'éditeur d'effectuer une mise à jour juridique régulière.

Voici quelques documents à consulter :

- SIGEU Whitepaper on privacy compliance, Digital Analytics Association ;
- Rubrique et fiches techniques sur les cookies du site de la CNIL (Vos droits / Vos obligations) ;
- Délibération de la CNIL n° 2013-378 du 5 décembre 2013 portant adoption d'une recommandation relative aux cookies et aux autres traceurs visés par l'article 32-II de la loi du 6 janvier 1978 modifiée ;
- Guide des bonnes pratiques concernant l'usage des cookies publicitaires, Union française du marketing direct et digital (UFMD).

I. Cookies et autres traceurs

1. Le cookie et ses diverses fonctionnalités

Définition

Selon la CNIL¹ :

«Un cookie est une information déposée sur votre disque dur par le serveur du site que vous visitez. Il contient plusieurs données :

- *le nom du serveur qui l'a déposé ;*
- *un identifiant sous forme de numéro unique ;*
- *éventuellement une date d'expiration...*

Ces informations sont parfois stockées sur votre ordinateur dans un simple fichier texte auquel un serveur accède pour lire et enregistrer des informations.»

Plus précisément, le cookie peut être stocké sur le disque dur du terminal, dans un sous-répertoire du navigateur. Ce fichier permet de stocker de l'information sous forme non structurée (symbole, chiffre, caractère alphanumérique,...). La taille d'un cookie est limitée à quelques kilo-octets.

Cookies de session et cookies persistants ou permanents

Les cookies de session disparaissent à l'issue d'une session utilisateur (c'est-à-dire, à la fermeture du navigateur).

A l'inverse, les cookies persistants ou permanents contiennent des dates de création et d'expiration (après quelques minutes, jours, mois ou années) définies au préalable par celui qui les dépose. Ils sont alors exploitables sur plusieurs sessions utilisateur mais, arrivés à expiration, ils sont automatiquement supprimés par le navigateur.

Cookies «first» et cookies «third»

La différence réside dans la provenance du cookie : un cookie dit «first» est déposé depuis le domaine du site de l'éditeur, alors qu'un cookie dit «third» (ou tiers) le sera depuis le domaine de l'un de ses prestataires (plateforme d'emailing, agence de publicité, société de Web Analytics...). Par défaut, les cookies sont transmis à tous les serveurs, lors de chacune des requêtes.

Cookies Flash (ou Objet local Partagé)

Les cookies Flash, semblables aux cookies « first » et « third » et ayant les mêmes finalités, sont déposés consécutivement à l'exécution d'un module Flash (player vidéo, jeu, barre de partage de contenu de type «AddThis»...). Cette technologie est configurée par défaut pour accepter le stockage de tels cookies.

¹/ Site de la CNIL (www.cnil.fr), rubrique Recommandation sur les cookies / Quelles obligations pour les responsables de sites ?

Différentes fonctionnalités

Les cookies peuvent être catégorisés selon les familles suivantes :

Fonctionnement du service

Cookies techniques tels que, par exemple, les cookies d'authentification et les cookies de sécurité des comptes utilisateurs.

Mesure d'audience / analytics

Cookies utilisés par les outils statistiques des éditeurs ou de leurs prestataires pour mesurer l'audience des sites.

Réseaux Sociaux

Cookies déposés via les modules sociaux au moment de la visite de l'utilisateur sur le site ou lors du partage d'un contenu. Ces cookies sont émis soit par les agences de Social Media qui proposent ces modules, soit par les plateformes sociales elles-mêmes (Facebook, Twitter, Pinterest...).

Publicité

Cookies émanant généralement des acteurs de la chaîne publicitaire. Ils sont notamment indispensables pour le capping multi-sessions, l'affiliation, le web analytique et les différentes techniques de ciblage (telles que le profiling, la recommandation personnalisée) ou de reciblage (comme le retargeting ou l'email retargeting).

2. Tracking et stockage de données

Le traceur est une portion de code (ou script) en langage Javascript qui vient s'insérer dans une page HTML.

Ce script, compris entre des balises (appelées tags), exécute les lignes de code qu'il renferme au moment de l'affichage d'une page web par le navigateur, ou au moment de la réalisation d'une action de l'internaute (ouverture d'un email, clic sur une publicité ou sur un lien renvoyant vers un site web).

Par exemple, lorsqu'il est utilisé à des fins publicitaires, le tag transmet au navigateur l'instruction d'effectuer une requête sur le serveur externe pour afficher l'objet publicitaire (bandeau ou autre).

S'il est couplé à un cookie, le traceur implique que des données soient stockées sur le terminal de l'utilisateur. Des données relatives à la navigation et aux actions de l'internaute sur des terminaux connectés au web (ordinateur, mobile, tablette ou télévision connectée) pourront ainsi être enregistrées (historique de navigation, informations d'identification, contenu d'un panier d'achat...). Ce couple permet de « reconnaître » un utilisateur sur un ensemble de sites distincts qui utilisent tous l'envoi de données vers un même domaine tiers.

I. Cookies et autres traceurs

Log

Le log désigne un fichier, ou tout autre dispositif, permettant de stocker un historique des événements attachés à un système informatique (terminal et réseaux de communication).

Datés et classés par ordre chronologique, ces fichiers logs permettent d'analyser pas à pas l'activité du système et ses interactions avec son environnement. Autrement dit, il s'agit du «journal de bord» du système informatique. Il existe plusieurs types de logs : logs d'accès aux serveurs, logs de connexion, logs d'erreur et logs en Web analytics.

Dans le cadre du Web Analytics, le log permet d'enregistrer l'ensemble des requêtes émanant des terminaux connectés à un serveur Web selon leurs caractéristiques techniques : navigateur, système d'exploitation...

Cet ensemble d'informations ainsi enregistrées au sein du fichier permet de reconstruire une visite et le comportement d'un terminal.

Pixel invisible

Un pixel invisible est une image intégrée au contenu d'une page web ou d'un email. Cette image est générée, le plus souvent, par des prestataires de l'éditeur du site web.

Lors de l'ouverture de l'email ou de la consultation d'une page web, une requête envoyée au serveur extérieur entraîne le chargement de l'image.

L'envoi de cette image permet ainsi de mesurer un comportement (ouverture d'un email, visite d'une page...) et collecter des informations sur l'internaute (adresses IP, configuration machine...).

Web Storage

Le Web Storage est un espace de stockage de données au sein même du navigateur. Il offre une capacité de stockage bien plus puissante que celle des cookies.

Le Web Storage est composé de deux interfaces, nommées «**sessionStorage**» et «**localStorage**», dont la seule différence consiste en la persistance des données qu'elles traitent respectivement.

L'interface «**sessionStorage**» mémorise les données relatives à la durée d'une session de navigation, et sa portée est limitée à la fenêtre ou à l'onglet actif. Lors de sa fermeture, les données sont effacées. L'interface «**localStorage**» mémorise les données sans limite de durée.

Fingerprinting

Chaque terminal possède des caractéristiques techniques particulières (système d'exploitation, type et version de navigateur, résolution d'écran, fuseau horaire...).

Ensemble, ces informations forment une « signature » unique, collectable à l'aide de code Javascript, et qui peut être recalculée à chaque visite. Cette technique permet donc d'identifier un utilisateur sans dépôt de cookie.

3. Optimiser la performance de son site

Planifier l'organisation interne de l'entreprise

Les compétences juridiques et techniques sont nécessaires pour comprendre l'ensemble des problématiques au regard des objectifs opérationnels et commerciaux de l'entreprise et de la réglementation. Dans le meilleur des cas le Correspondant Informatique et Libertés aura ces deux compétences, il peut aussi s'agir d'un binôme. Ce référent est garant des tags présents sur le site et connaît l'usage qui en est fait.

Audit cookies

Une étude conduite à l'aide d'outils de vérification de web tracking automatique² a été menée en 2013 afin d'évaluer le nombre de cookies devant ainsi être répertoriés³.

Il en ressort qu'en moyenne, sur un site français, une quarantaine de cookies sont présents lors de la navigation simple d'un internaute. 80% des cookies déposés sur le site sont des cookies tiers.

De plus, l'intégration de modules d'affichage de publicités, dont le fonctionnement peut nécessiter un appel en cascade de serveurs tiers, conduirait au dépôt de plusieurs centaines de cookies sur le serveur du site média.

Enfin, il arrive que le prestataire continue à collecter des données sur le site de l'éditeur alors même que leurs relations contractuelles ont pris fin. C'est le cas lorsque le tag fourni par le prestataire demeure sur le site.

Il revient donc à l'éditeur de retirer de son code source les tags devenus « obsolètes ».

Maintenir sa position dans les résultats de recherche

Techniquement, un tag doit s'exécuter sur le navigateur de l'internaute et consomme donc des ressources : bande passante, temps, espace, poids et taille de la page...

Ces notions de taille et de poids d'une page ont une incidence sur son référencement naturel, le temps de chargement d'une page étant un critère pour les robots des moteurs de recherche.

² L'outil utilisé ici est un outil, développé par M. Nicolas Guillard pour la société Ranking Metrics. Il a permis de scanner un site Internet en fonction de l'url donnée en entrée, et d'identifier les traceurs, tags et cookies. Le test a porté sur l'ensemble des sites présents au sein du classement ALEXA et du classement ACPM en prenant en compte uniquement leurs pages d'accueil.

³ Les résultats ont été présentés à l'occasion de la Matinée Big Data du GESTE organisée le 12 décembre 2013.

II. Régime juridique des cookies

1. Obligations

L'article 32-II de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 consacre un double principe d'information préalable et de recueil de l'accord de l'utilisateur. Ces obligations découlent de la transposition de la directive 2002/58/CE modifiée par la directive 2009/136/CE.

«Tout abonné ou utilisateur d'un service de communications électroniques doit être informé de manière claire et complète, sauf s'il l'a été au préalable, par le responsable du traitement ou son représentant :

- *de la finalité de toute action tendant à accéder, par voie de transmission électronique, à des informations déjà stockées dans son équipement terminal de communications électroniques, ou à inscrire des informations dans cet équipement ;*
- *des moyens dont il dispose pour s'y opposer.*

Ces accès ou inscriptions ne peuvent avoir lieu qu'à condition que l'abonné ou la personne utilisatrice ait exprimé, après avoir reçu cette information, son accord qui peut résulter de paramètres appropriés de son dispositif de connexion ou de tout autre dispositif placé sous son contrôle.

Cookies et traceurs visés par la recommandation de la CNIL

- Cookies http
- LocalStorage HTML5
- Cookies flash
- Pixels invisibles
- Identification par fingerprinting
- Identificateurs cachés...

Ces cookies et traceurs sont concernés quels que soient leurs modes de stockage (terminal, navigateur de l'utilisateur ou serveur de l'éditeur) ou leurs finalités.

2. Exceptions

L'article 32-II prévoit des exceptions au double principe d'information et d'accord préalable. Certaines d'entre elles concernent les cookies déposés via les sites des éditeurs.

Les CNIL européennes, réunies au sein du Groupe de travail «Article 29», ont adopté un avis⁴ interprétant la portée de ces exceptions. Cet avis n'a pas de valeur contraignante.

4/ Avis 04/2012 sur l'exemption de l'obligation de consentement pour certains cookies, Groupe de travail «Article 29».

Cookies nécessaires à la transmission de communications électroniques

Trois éléments peuvent être considérés comme strictement nécessaires à la transmission de communications électroniques entre deux parties par la voie d'un réseau :

- La capacité d'acheminer l'information sur le réseau, notamment en identifiant les extrémités de la chaîne de communication.
- La capacité d'échanger les données dans leur ordre prévu, notamment en numérotant les ensembles de données.
- La capacité de détecter les erreurs de transmission ou les pertes de données.

Le G29 considère que cette exception couvre l'ensemble des cookies qui présentent au moins un de ces éléments.

Cookies nécessaires au fonctionnement du site

Deux conditions cumulatives doivent être réunies :

- Le service, ou la fonctionnalité en tant que partie intégrante du service, a été expressément demandé par l'utilisateur.
- Ce dernier doit avoir accompli une action positive (cf. p.12 Recueillir le consentement de l'internaute).

Le cookie doit être strictement nécessaire à la fourniture du service et améliorer l'expérience utilisateur.

Sont considérés comme annexes par le G29 :

- Les cookies liés aux modules sociaux ;
- Les cookies publicitaires.

Précisions générales

Qu'il s'agisse de l'une ou l'autre des deux exceptions précitées, le G29 considère que si un cookie est utilisé pour plusieurs finalités, il ne peut être exempté de la double obligation d'information et de recueil de l'accord préalable que si chaque finalité distincte bénéficie individuellement de l'exemption.

De manière générale, le G29 indique que si, à l'issue d'une évaluation minutieuse, des doutes subsistent quant à l'applicabilité d'un critère d'exception, il est conseillé de recueillir l'accord des utilisateurs afin d'éviter toute insécurité juridique.

Cas particulier : cookies de mesure d'audience

Le G29 soumet au principe du recueil de l'accord préalable les cookies «first» et «third» parties ainsi que de mesure d'audience.

Toutefois, le G29 considère que le législateur européen devrait prévoir une exception en faveur des cookies «first» parties dès lors que leur finalité se limite à agréger des statistiques anonymes, qu'une information claire sur les cookies est proposée aux utilisateurs et qu'un mécanisme d'opposition et d'anonymisation de données est mis en place.

II. Régime juridique des cookies

S'agissant du droit national, selon la CNIL, certains cookies de mesure d'audience sont nécessaires au fonctionnement du service. Ils permettent notamment aux éditeurs de détecter des problèmes de navigation sur leur site ou leur application, ou encore d'organiser certains contenus. Les conditions posées par l'article 6 de la délibération de la CNIL du 5 décembre 2013 doivent être respectées :

- Obligation d'information de l'internaute ;
- Faculté d'opposition accessible simplement et sur tous les terminaux et navigateurs existants (smartphone, tablette, ordinateur...)
- Finalité limitée à la mesure d'audience du contenu visualisé afin de permettre une évaluation des contenus publiés et de l'ergonomie du site ou de l'application ;
- Absence de recoupement avec d'autres traitements ;
- Production de statistiques anonymes uniquement ;
- Durée de vie limitée à treize mois (il est néanmoins conseillé de limiter cette durée à 6 mois pour les cookies de mesure d'audience : cf p.13 Durée du consentement) ;
- Anonymisation des adresses IP ;
- Absence de cookies «third».

Certaines solutions de mesure d'audience, certifiées par la CNIL, bénéficient d'une exemption du recueil de consentement préalable au dépôt des cookies «third».

Cookies et traceurs susceptibles de bénéficier des exceptions

A date, la CNIL détaille, sur son site, de manière non exhaustive, les catégories de cookies susceptibles de bénéficier des exceptions précitées :

- Cookies de «panier d'achat» pour un site marchand ;
- Cookies «identifiants de session», pour la durée d'une session, ou les cookies persistants limités à quelques heures dans certains cas ;
- Cookies d'authentification ;
- Cookies de session créés par un lecteur multimédia ;
- Cookies de session d'équilibrage de charge⁵ (ou «load balancing») ;
- Cookies persistants de personnalisation de l'interface utilisateur.

⁵ L'équilibrage de charges est un ensemble de techniques visant à répartir la charge d'un service entre plusieurs serveurs. Cette répartition permet de distribuer des applications et services à travers un réseau composé de différents ordinateurs et emplacements géographiques. Elle est principalement utilisée pour les serveurs web, ainsi que les points d'accès VPN, les proxies ou les pare-feux.

3. Coresponsabilité éditeurs/ prestataires

Dans sa délibération de 2013, la CNIL indique que les acteurs qui interviennent dans le dépôt et la lecture de cookies (éditeurs, régies publicitaires, réseaux sociaux, éditeurs de solutions de mesure d'audience,...) doivent être considérés comme coresponsables quant au respect des obligations légales.

Les tiers déterminent les finalités et moyens de traitement de données des cookies qu'ils déposent. Ils ne peuvent donc être considérés comme de simples sous-traitants.

Par application de ce principe, la CNIL a considéré en 2014 que le prestataire qui collecte des données utilisateurs⁶ pour améliorer le fonctionnement de son propre service, est tenu pour responsable au même titre que l'éditeur.

Afin de clarifier les responsabilités respectives des acteurs tiers exploitant des cookies sur ses services, l'éditeur est invité à insérer, dans ses contrats, certaines clauses portant sur :

- L'identification du statut du prestataire ;
- Les procédures et conditions pour autoriser le dépôt de cookies par un tiers ;
- Les responsabilités respectives concernant l'information de l'utilisateur et le recueil de l'accord préalable.

A l'inverse, les prestataires sous-traitants déposent des cookies pour le compte de leurs clients éditeurs qui ont eux-même défini les conditions d'exploitation.

6/ Délibération de la CNIL n°2013-420 du 3 janvier 2014. La CNIL y observe que le prestataire, qui fournit aux éditeurs une fonctionnalité analytics à implémenter sur leurs sites, rapproche les données utilisateurs collectées par ce biais afin de produire des statistiques par secteur et améliorer son service.

III. Du bandeau d'information au choix de l'utilisateur

1. Bandeau pour informer l'internaute

Le bandeau d'information doit figurer dès la première page visitée du site.

L'information doit être à la fois juste, claire, compréhensible de tous et complète (finalités, objectifs des cookies, possibilité de s'y opposer et d'en changer les paramètres). L'internaute doit également être informé du fait que la poursuite de sa navigation vaut accord au dépôt de cookies sur son terminal.

L'éditeur ne peut pas se contenter d'informer l'utilisateur sur le fait que les cookies sont nécessaires au bon fonctionnement du service.

Texte suggéré par la CNIL :

«En poursuivant votre navigation sur ce site, vous acceptez l'utilisation de [Cookies ou autres traceurs] pour vous proposer [Par exemple, des publicités ciblées adaptées à vos centres d'intérêts] et [Par exemple, réaliser des statistiques de visites]. Pour en savoir plus et paramétrer les traceurs.»

2. Recueillir le consentement de l'internaute

La dépose de cookies doit être différée tant que l'utilisateur n'a pas exprimé son accord préalable.

Le consentement de l'utilisateur doit être exprimé par un comportement actif : clic sur le bouton «OK», la case à cocher ou la croix «fermer» du bandeau d'information, poursuite de la navigation sur le site (scroll ou clic sur un élément de la page visitée).

En revanche, l'action de cliquer sur le lien «En savoir plus et paramétrer les cookies» ne vaut pas expression de l'accord de l'internaute.

L'utilisateur doit pouvoir revenir a posteriori sur cet accord par le biais de la rubrique «En savoir plus et paramétrer les cookies».

Le bandeau devra apparaître tant que l'utilisateur n'a pas exprimé son consentement ou poursuivi sa navigation.

3. Durée du consentement

La CNIL impose que le consentement soit limité dans le temps (maximum 13 mois). Passé ce délai, l'accord préalable de l'internaute est à nouveau requis.

La norme simplifiée n°48 relative à la gestion des fichiers de clients et de prospects⁷ prévoit une durée de vie inférieure ou égale à 6 mois pour les cookies de mesure d'audience. Au-delà, les données doivent être supprimées ou anonymisées.

Dans l'attente d'une harmonisation des durées de vie des cookies, il est conseillé de prévoir une durée de vie inférieure ou égale à 6 mois pour les cookies de mesure d'audience et inférieure ou égale à 13 mois pour les autres types de cookies.

4. Rubrique pour en savoir plus et paramétrer les cookies

Le bandeau d'information doit orienter l'internaute via le lien «En savoir plus et paramétrer les cookies» vers la rubrique qui l'informe sur les finalités des cookies et les moyens de s'opposer à leur dépôt.

Cette rubrique doit :

- Détailler les finalités des cookies directement déposés par l'éditeur.
- Décrire le fonctionnement des modules implémentés sur le site (liés aux réseaux sociaux, à la publicité ou à la recommandation personnalisée) et les finalités des cookies déposés par les prestataires.
- Indiquer les méthodes d'opposition au dépôt de cookies (paramétrage du navigateur, liens d'opt out, plateformes dédiées) : cf. p.14 Méthodes à disposition de l'internaute pour la gestion des cookies.

Cette rubrique doit être accessible depuis toute page du site : par le biais d'un lien dans l'en-tête ou le pied de page, par exemple.

La CNIL précise que cette rubrique «En savoir plus et paramétrer les cookies» ne doit pas prendre la forme de Conditions Générales d'Utilisation ou de tout autre contenu juridique. Un simple renvoi vers une convention spécifique aux aspects de privacy ou aux CGU du site n'est pas non plus suffisant.

⁷/ Au 1er avril 2016, la recommandation de la CNIL entre en contradiction avec le contenu de la norme simplifiée n°48 qui prévoit un délai de 6 mois pour la durée de vie des cookies de mesure d'audience. Une harmonisation des délais est à ce jour attendue. Délibération n° 2012-209 du 21 juin 2012 portant création d'une norme simplifiée concernant les traitements automatisés de données à caractère personnel relatifs à la gestion de clients et de prospects.

III. Du bandeau d'information au choix de l'utilisateur

5. Méthodes à disposition de l'internaute pour la gestion des cookies

Les choix de l'utilisateur quant aux cookies tiers du site visité peuvent être gérés par des outils externes ou internes.

L'internaute doit être informé par le biais de la rubrique «En savoir plus et paramétrer les cookies» des méthodes existantes.

Plateformes dédiées

Des plateformes dédiées, telles que «Youronlinechoices», permettent ainsi une gestion des cookies de ciblage comportemental déposés par les prestataires.

Le cas échéant, le choix de l'internaute, ainsi recueilli, peut s'appliquer à tous les sites qu'il visite.

Paramétrage du navigateur

Chaque navigateur propose aujourd'hui aux internautes une solution de configuration des paramètres des cookies :

- Soit en proposant des paramètres par défaut, dits universels, et à partir desquels les utilisateurs peuvent adapter leurs besoins : c'est le cas notamment du mode «Session privée». Ce mode permet de supprimer les cookies à l'issue de chaque session.
- Soit à l'aide du «Do Not Track», mécanisme permettant à l'utilisateur d'exprimer son souhait de ne pas être suivi sur internet. Le «Do Not Track» a été intégré par divers navigateurs et fait actuellement l'objet d'une tentative de standardisation par le W3C⁸.

Actuellement, le paramétrage du navigateur n'est pas toujours en mesure de distinguer cookies «first» et cookies «third», ce qui pourrait entraîner une dégradation du fonctionnement du service proposé. C'est pourquoi, l'éditeur est invité à proposer d'autres méthodes de gestion au dépôt de cookies.

^{8/} Le World Wide Web Consortium est un organisme international chargé de proposer et faire adopter des normes de standardisation des technologies du Web.

Solution de cookie consent

Les outils internes permettent à l'utilisateur d'exprimer ses choix, de manière globale, directement sur le site de l'éditeur.

En effet, demander l'accord pour chaque cookie présent sur le site impliquerait que l'éditeur et l'utilisateur effectuent une mise à jour exhaustive et minutieuse.

Une solution interne offre la possibilité d'utiliser une classification par familles de cookies en fonction de leurs finalités d'utilisation (cf. p.5 Les différentes fonctionnalités des cookies). Cette classification effectuée par l'éditeur lui permet de gérer plus facilement l'évolution de son site (ajout ou suppression de tags) tout en offrant une information plus claire à l'internaute.

La solution doit s'adapter à la mise en forme et à la charte graphique du site éditeur. Elle doit également être en mesure de gérer les consentements explicites, implicites, mais aussi par le biais d'un bandeau affiché sur la première page visitée.

Ce consentement, donné pour une durée donnée, doit pouvoir être modifié à tout instant par l'internaute. La solution doit être compatible à la fois sur le Web, mais aussi sur le Mobile et Tablette et ce, quels que soient les modèles et constructeurs.

Cette solution permet une gestion autonome des cookies par l'internaute. Le consentement est recueilli pour une durée donnée (6 ou 13 mois maximum, selon le type de cookie) et le choix de l'internaute peut être modifié à tout instant (en se rendant sur une page dédiée, par exemple).

6. Cas des cookies Flash

La rubrique «En savoir plus et paramétrer les cookies» doit contenir un complément d'information spécifique à cette technologie qui pourra notamment mentionner les points suivants :

- Définition de ce qu'est la technologie cookie flash ;
- Finalités d'exploitation ;
- Méthodes permettant sa suppression.

La CNIL propose, sur son site, un guide complet pour supprimer et bloquer les cookies liés à cette technologie. Le panneau de configuration de votre plug-in Flash propose également un guide.

IV. Cookie consent et mobile

1. Sites mobiles

Les cookies et autres traceurs sont similaires et observent les mêmes règles sur les sites mobiles que sur les sites desktop.

Cookies Flash

Le plug-in flash n'est pas toujours supporté par les différents systèmes d'exploitation, comme iOS. De plus, le langage HTML 5, qui permet la dépose de cookies HTTPS («first» et «third»), remplace progressivement la technologie Flash.

Contraintes d'affichage

Les supports technologiques des sites mobiles possèdent des particularités non négligeables (taille de l'écran, débit du réseau, modèle du terminal...).

La mise en place d'un bandeau d'information qui renvoie vers une rubrique «En savoir plus et paramétrer les cookies» permettant au mobinaute de revenir sur son consentement est néanmoins obligatoire.

Dans le cas d'un site développé en responsive design, le même bandeau s'affichera sur les deux supports. Il se doit de préciser clairement les principales finalités d'exploitation des cookies déposés.

2. Applications mobiles

Chaque application est liée au système d'exploitation (iOS, Android,...) pour lequel elle est développée. Elle peut donner accès à des identifiants uniques associés au terminal tels que le «DeviceId» (pour les systèmes Android) ou encore «IDFA» ou «IDFV» (pour les systèmes iOS). Cependant, les constructeurs peuvent parfois changer leur façon de procéder. Apple a ainsi arrêté l'«udid» en 2012 pour lui préférer l'«IDFA» (identifier for advertisers).

Particularités

Dans le cas des applications n'utilisant pas de navigateurs, aucun cookie n'est déposé. En revanche, si l'application embarque des pages web, des cookies sont déposés. Ces derniers sont confinés au sein du navigateur de l'application exclusivement.

Le Cookie consent

L'information délivrée lors du premier lancement de l'application peut prendre la forme d'un bandeau d'information dont les caractéristiques seront similaires à celles définies par la charte Internet+ mobile⁹ : fond uni et suffisamment contrasté avec l'espace sur lequel il est apposé.

⁹/ Les recommandations suivantes sont inspirées de celles prévues pour les mentions tarifaires au sein de la charte Internet+ mobile.

Selon la charte, il ne doit pas être strictement collé à la partie haute de l'écran, de sorte que le navigateur ne puisse pas le recouvrir lors du téléchargement de la page internet. Enfin la mention sera centrée et représentera au moins 60% de la largeur du bandeau.

Sur chaque application, l'éditeur doit également mettre à la disposition du mobinaute un espace dédié lui permettant de se tenir informé sur la finalité des cookies déposés, et de revenir sur son consentement.

La CNIL juge insuffisante la simple mise à disposition des Conditions Générales d'Utilisation comme mode de recueil du consentement.

Le mobinaute doit dès lors exprimer son accord par un comportement actif (cf. p.12 Recueillir le consentement de l'internaute).

Son consentement est valable pendant 6 ou 13 mois au maximum (selon le type de cookies).

La gestion des autorisations accordées par le mobinaute implique plusieurs acteurs dont l'éditeur, le système d'exploitation et les tiers fournissant les SDK publicitaires.

Si la recommandation de 2013 s'applique aux sites et applications mobiles, la CNIL n'a cependant pas encore défini de modalités d'applications adaptées à leurs spécificités (cf p.13 Durée du consentement).

A propos du GESTE

Le GESTE fédère les principaux éditeurs de contenus et de services en ligne, tous horizons confondus : presse, radio, télévision, plateformes de musique, jeux d'argent, petites annonces, services mobiles et vocaux...

Tous convergent vers un même objectif : la mise en place d'un écosystème pérenne et équitable.

Le GESTE, lieu d'échanges et de veille, permet à ses membres d'avoir un temps d'avance sur les débats business et les réflexions législatives. Des solutions concrètes et applicables pour un réel développement économique y sont débattues avant d'être soumises au gouvernement et aux instances publiques.

Ce livre blanc a été élaboré par l'équipe permanente et les membres du GESTE, Groupement des Editeurs de Contenus et Services en ligne.

Ont contribué à la rédaction du livre blanc :

Me Corinne Thiérache, Cabinet Carbonnier
Lamaze Rasle et Associés

Armand Heslot, Solocal Group

Marie-Blanche Niel Gilly, Solocal Group

Serge Descombes, Fifty-five

Samia Abara, AT Internet

Fanny Le Béguec, Senior Digital Analyst

Emmanuel Parody, Secrétaire Général du GESTE

Ils sont membres du GESTE

20MINUTES.FR	FRANCE MEDIAS MONDE	NEOMOBILE GROUP
ADTHINK MEDIA	FRANCE TÉLÉVISIONS	NETINO
ADVERLINE	GIBMEDIA	NEXT INTERACTIVE MEDIA
AEROCONTACT	GIGYA	ORANGE
AFP	GOOGLE FRANCE	OUTBRAIN
ANNUAIRE INVERSÉ	GROUPE ALTICE MEDIA	PIXTEL
AT INTERNET	GROUPE TELEGRAMME	POKERSTARS
ATCHIK SERVICES	HELENE LANGLOIS AVOCAT	PRISMA MEDIA
AU FOND A GAUCHE	HIMEDIA / HIPAY	QUALIFIO
AUTHOT	INA	QUANTCAST
BAYARD PRESSE	INFOTRAFIC	RADIO FRANCE
BRIGHTCOVE	JACOB AVOCATS	RADIUM ONE
BUONGIORNO FRANCE	K&L GATES LLP	ROUTARD.COM
CAR & BOAT MEDIA	KALANE CONSULTING	RTL NET
CARBONNIERLAMAZERASLE & ASSOCIÉS	L'ÉQUIPE.FR	SKYROCK / TELEFON
CCM BENCHMARK GROUP	L'OBS	SMARTFIZZ
CEDEXIS	LA TRIBUNE	SOLOCAL GROUP
CEDROM-SNI	LAGARDERE ACTIVE	TABOOLA
CELLFISH MEDIA	LCI	TEADS
CENTRE FRANCE	LE FIGARO	TELECOMING
CHALLENGES	LE MONDE	TEMPSMACHINE
DE GAULLE FLEURANCE & ASSOCIES	LE PARISIEN	THANKYOU MOTION
DEEZER	LE POINT	TOP AFFILIATE PUBLISHING
DEKALÉE	LE QUOTIDIEN DU MÉDECIN	TV5 MONDE
DIGITAL VIRGO	LE BON COIN	ULYS
DIGITEKA	LES INDÉS RADIOS	UNI-EDITIONS
DOLEAD	LES-HORAIRE.FR	VALMONDE
DOTSCREEN	LIGATUS	VICTOIRES EDITIONS
E-GUIDE LTD	LIVEFYRE	WISTER
ETF1	M6WEB	WORLDLINE
EDITION MULTIMEDIA	MEDIAMETRIE // NETRATINGS	YOUPASS
EDITIONS DE L'OCTET	MEDIAPART	
EUROPE 1	METRO NEWS	
EUROSPORT	MICROSOFT	
FABLABCHANNEL	MILIBRIS	
FIFTY FIVE	MIND SATELLINET	
FRANCE ANTILLES	MOBILE MEDIACOM	
	MONDADORI	
	MYVIDEOPLACE	

Les éditeurs
de contenus
et services
en ligne

GESTE

76, rue de Richelieu
75002 PARIS
Tél. : 01 47 03 04 60
contact@geste.fr
www.geste.fr