



COOKIE CONSENT

MODE D'EMPLOI

Les éditeurs
de contenus
et services
en ligne

GESTE

2ème édition
Novembre 2015

Table des matières

I. Cookies et autres traceurs	4
1. Le cookie et ses diverses fonctionnalités.....	4
2. Le tracking et ses différents types de stockage de données.....	5
3. Optimiser la performance de son site.....	7
II. Le régime juridique des cookies	8
1. Les obligations.....	8
2. Les exceptions.....	8
3. Cookies et traceurs non concernés par la recommandation.....	10
4. Une coresponsabilité éditeurs/prestataires.....	11
III. Du bandeau d'information au choix de l'utilisateur	12
1. Un bandeau pour informer l'internaute.....	12
2. Recueillir le consentement de l'internaute.....	12
3. Durée du consentement.....	13
4. Une rubrique pour en savoir plus et paramétrer les cookies.....	13
5. Des méthodes pour s'opposer au dépôt des cookies.....	14
6. Cas des cookies Flash.....	15
IV. Cookie Consent et mobile	16
1. Les sites mobiles.....	16
2. Les 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.

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 novembre 2015. La lecture du livre blanc n'exonère donc pas l'éditeur de réaliser 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.

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 (le cache). Ce fichier permet de stocker de l'information sous forme littéraire (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 la fin d'une session utilisateur (c'est-à-dire, à la fermeture du navigateur).

A l'inverse, les cookies persistants ou permanents contiennent une date 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 ne permettront plus de collecter des données par le biais du 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...). Les cookies sont uniquement transmis aux serveurs web des domaines dont ils dépendent.

Cookies Flash (ou Objet local Partagé)

Les cookies Flash, gérés par Adobe, semblables aux cookies «first» et «third» parties et ayant les mêmes finalités, sont déposés consécutivement à l'affichage d'un player vidéo utilisant cette technologie. Cette dernière est configurée par défaut pour accepter le stockage de tels cookies.

La barre, de type «AddThis», qui permet à l'internaute de partager un contenu

¹ Délibération 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.

sur les réseaux sociaux, peut également fonctionner grâce à cette technologie.

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 publicitaire 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. Le tracking et ses différents types de 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 (appelés 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 les 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, les 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, quasiment indétectable à l'œil nu, 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, le chargement de l'image entraîne une requête sur le serveur extérieur.

Cette image sert ainsi à mesurer un comportement (ouverture d'un email, visite d'une page, ...) et à collecter des informations techniques 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 utilise le langage HTML5 et 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

Déployé au sein d'une page web par un prestataire, le «**canvas fingerprinting**» est une technique qui exploite le langage HTML5 et ne nécessite pas la dépose de cookies pour collecter des informations sur la navigation de l'internaute.

En pratique, le script exécuté par le navigateur de l'internaute, lorsqu'il visite la page web, génère une partie supplémentaire et invisible de cette page web.

Ces données supplémentaires permettent ainsi au prestataire de capter des informations sur le navigateur et le terminal auquel il est associé. Ces informations forment une «signature» unique. L'internaute n'est pas identifié précisément grâce à cette technique, mais, combinée à d'autres, elle se révèle être un puissant instrument de ciblage.

A date, la CNIL n'a pas encore détaillé les modalités d'application de sa recommandation à ces différentes technologies.

3. Optimiser la performance de son site

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'affichages 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 donc consommer 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 OJD 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. Le régime juridique des cookies

1. Les obligations

L'article 32-II de la loi n°78-17 du 6 janvier 1978 consacre un double principe d'information et de recueil de l'accord de l'utilisateur. Ces obligations découlent de la transposition de la directive 2002/56/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 calcul d'empreinte
- 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. Les exceptions

L'article 32-II prévoit des exceptions⁴ 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 avis⁵ interprétant la portée de ces exceptions.

4/ L'article 5 §3 de la Directive européenne 2002/58/CE telle que modifiée par la directive 2009/136/CE fait état des exceptions suivantes : le cookie visant «exclusivement à effectuer la transmission d'une communication par la voie d'un réseau de communications électroniques» et le cookie «strictement nécessaire au fournisseur pour la fourniture d'un service de la société de l'information expressément demandé par l'abonné ou l'utilisateur».

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

Cookies nécessaires au fonctionnement du site

Le service (ou la fonctionnalité en tant que partie intégrante du service) a été expressément demandé par l'utilisateur dans un cadre clairement défini : 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 non à sa pérennité économique. Sont considérés comme annexes par le G29 :

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

Cookies de mesure d'audience

Le G29 soumet au principe du recueil de l'accord préalable les cookies «first» et «third» parties et de mesure d'audience. Toutefois, il considère que le législateur européen devrait prévoir à l'avenir une exception en faveur des cookies «first» parties.

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. Ces cookies doivent

respecter les conditions posées par l'article 6 de la délibération de la CNIL du 5 décembre 2013 :

- 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 ;
- Absence de cookies «third» ;
- Durée de vie limitée à treize mois.

Cas particuliers

Le G29 précise que le cookie ne peut être exempté de la double obligation que dans la mesure où chaque finalité distincte bénéficie de l'exception.

Dans le cadre d'un cookie utilisé pour plusieurs finalités, le G29 indique que si, à l'issue d'une évaluation minutieuse, des doutes subsistent quant à l'applicabilité d'un critère d'exemption, l'accord des utilisateurs doit être recueilli afin d'éviter toute insécurité juridique.

II. Le régime juridique des cookies

3. Cookies et traceurs non concernés par la recommandation

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 charge⁶ (ou «load balancing») ;
- Certaines solutions d'analyse de mesure d'audience (analytics) qui respectent les conditions édictées par la CNIL (cf. p.9 Cookies de mesure d'audience).
- Cookies persistants de personnalisation de l'interface utilisateur.

6/ 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 proxy ou les pare-feu.

4. Une 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 des sous-traitants.

Par application de ce principe, la CNIL a considéré en 2014 que le prestataire qui collecte des données utilisateurs⁷ 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.

⁷/ 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. Un bandeau pour informer l'internaute

L'information doit être à la fois juste, claire, compréhensible de tous et complète (finalités et objectifs des cookies).

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».

8/ Au 30 octobre 2015, 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.

3. Durée du consentement

Chaque nouvelle visite n'implique pas nécessairement le renouvellement de la demande de consentement.

La CNIL impose que le consentement soit limité dans le temps. Mais ce consentement doit impérativement être limité dans le temps (maximum 13 mois). La demande doit donc être régulièrement renouvelée.

La norme simplifiée n°48 relative à la gestion des fichiers de clients et de prospects⁸ prévoit une durée de vie inférieure ou égale à 6 mois pour les cookies de mesure d'audience. 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. Une 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.

Elle pourrait, par exemple :

- 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).

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 du site, 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.

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

5. Des méthodes pour s'opposer au dépôt des cookies

Plateformes dédiées

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

Des plateformes dédiées, telles que «Youronlinechoices», permettent ainsi une gestion des cookies pour un ensemble de tags posés par différents 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 lister et gérer les autorisations par grandes catégories de cookies.
- 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 W3C⁹.

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 d'opposition au dépôt de cookies.

^{9/} 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 au site permettent à l'utilisateur d'exprimer ses choix directement sur le site de l'éditeur, de manière globale. En effet, demander l'accord pour chaque cookie présent sur le site implique 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 solution permet une gestion autonome des cookies par l'internaute. Elle doit être également compatible à la fois sur le Web, mais aussi sur le Mobile et la Tablette et ce, quels que soient les modèles et constructeurs.

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. Les 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 plugin flash n'est pas toujours supporté sur les différents systèmes d'exploitation, comme iOS, et 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 desktop développé en responsive design, le même bandeau s'affichera sur les deux supports. Il doit préciser clairement les principales finalités d'exploitation des cookies déposés.

2. Les applis mobiles

Chaque application est liée au support pour lequel elle est développée. Elle peut donner accès à des identifiants uniques associés au terminal tels que le «Deviceld» (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'«iAD» (pour id Advertiser).

Particularités

Les applications mobiles n'utilisant pas de navigateurs, les cookies sont donc directement sauvegardés au sein du téléphone, de la tablette, ou du support mobile.

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+ mobile¹⁰ : fond uni et suffisamment contrasté avec l'espace sur lequel il est apposé. Selon la charte, il ne doit pas être strictement collé à la partie haute de l'écran, de sorte que le navigateur

^{10/} Les recommandations suivantes sont inspirées de celles prévues pour les mentions tarifaires au sein de la charte Internet+ mobile.

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.

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 :

Fanny Le Béguec, Senior Digital Analyst

Serge Descombes, Fifty-five

Me Corinne Thiérache, Cabinet Carbonnier
Lamaze Rasle et Associés

Emmanuel Parody, Secrétaire Général du GESTE

Marie-Blanche Niel Gilly, Solocal Group

Armand Heslot, Solocal Group

Ils sont membres du GESTE

20MINUTES.FR	FRANCE TÉLÉVISIONS	NEXT INTERACTIVE MEDIA
ADTHINK MEDIA	GIBMEDIA	NPA CONSEIL
ADVERLINE	GIGYA	ORANGE
AEROCONTACT	GOOGLE FRANCE	OUTBRAIN
AFP	GROUPE TELEGRAMME	PIXTEL
ANNUAIRE INVERSÉ	HIMEDIA / HIPAY	PMU
AT INTERNET	INA	POKERSTARS
ATCHIK SERVICES	INFOTRAFIC	PRISMA MEDIA
AU FOND A GAUCHE	INOVEN	QUALIFIO
AUTHOT	JACOB AVOCATS	QUANTCAST
BABYCENTER	JANRAIN	RADIO FRANCE
BAYARD PRESSE	K&L GATES LLP	RADIUM ONE
BETCLIC EVEREST GROUP	KALANE CONSULTING	ROUTARD.COM
BUONGIORNO FRANCE	L'EQUIPE.FR	RTL NET
BWIN	L'EXPRESS	SATELLINET
CAR & BOAT MEDIA	L'OBS	SKYROCK /TELEFUN
CARBONNIER LAMAZE RASLE & ASSOCIÉS	LA TRIBUNE	SOLOCAL GROUP
CCM BENCHMARK GROUP	LAGARDERE ACTIVE	SYLLABS
CEDEXIS	LE FIGARO	TEADS
CEDROM-SNI	LE MONDE	TELECOMING
CELLFISH MEDIA	LE PARISIEN	THANKYOUOTION
CENTRE FRANCE	LE QUOTIDIEN DU MÉDECIN	THE ECONOMIST
CUP INTERACTIVE	LE BON COIN	TOP AFFILIATE PUBLISHING
DEEZER	LES INDÉS RADIOS	TV5 MONDE
DIGITAL VIRGO	LES-HORAIRE.FR	ULYS
DIGITEKA	LIGATUS	VALMONDE
DOLEAD	LIVEFYRE	VICTOIRES EDITIONS
DOTSCREEN	M6WEB	WISTER
E TF1	MEDIAMETRIE //NETRATINGS	WORLDLINE
E-GUIDE LTD	MEDIAPART	XERFI
EDITION MULTIMEDIA	MEGATRANSFERT	YAHOO! FRANCE
EDITIONS DE L'OCTET	METRO NEWS	ZED FRANCE
EUROSPORT	MICROSOFT	
FABLABCHANNEL	MILIBRIS	
FIFTY FIVE	MOBILE MEDIACOM	
FLEX MULTIMEDIA GROUP	MONDADORI FRANCE	
FRANCE ANTILLES	DIGITAL	
FRANCE MEDIAS MONDE	NEOMOBILE GROUP	
	NETINO	

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