



Publicité ciblée et données personnelles en droit congolais

Commentaire article publié le 01/04/2022, vu 509 fois, Auteur : [Junior Luyindula](#)

La vente des données personnelles est devenue un mode majeur de financement des plateformes sur internet. Notre quotidien est suivi de jour au jour afin de nous proposer des publicités ciblées

Sommaire

1. Qui peut collecter vos données personnelles ?
2. Quel cadre légal pour la publicité ciblée ?
3. Principe du consentement préalable

Qui peut collecte vos données ?

Les **données personnelles** sont toutes les informations relatives à une personne physique identifiée ou identifiable (nom, prénom, numéro de téléphone, adresse-mail,...).

Ces données sont collectées en majorité sur internet par des plateformes en ligne appartenant pour la plupart à des firmes américaines, des opérateurs des télécommunications et des startups ou entrepreneurs locaux.

- **Plateformes des firmes américaines**

Les plateformes des firmes américaines sont à plusieurs mais quatre ressortent du lot et sont regroupé sur le sigle **GAF**A.

Les GAFA (Google Amazone, Facebook et Amazone) ont la plus grande part du marché de la publicité sur internet. Ils assurent mondialement des offres publicitaires ciblées et personnalisées, et se retrouvent souvent butées au respect du **traitement des données personnelles** de leurs utilisateurs.

- **Plateformes congolaises**

Les plateformes développées par des sociétés ou des particuliers congolais qui produisent du local content, attirent plusieurs visiteurs. Il s'agit notamment:

- Des **médias en ligne**: Actualité.cd, 7.7.cd, politico.cd,....
- Des **agences immobiliers en ligne**: imcongo.com, immo.cd, immordc.net
- Des sites d'informations juridiques: [Avocats.cd](#), Legalrdc.com,...

Les opérateurs congolais de télécommunications, quant à eux, permettent à des fournisseurs de services à valeur ajoutée (VAS) de proposer des services SMS à la suite d'une campagne de profilage de leurs abonnés et possèdent aussi leurs propres plateformes numériques (Vodacom Tv, Airtel Tv,...)

Ces prestataires n'ont pas des formalités à remplir pour être en droit de procéder au traitement des données personnelles. Un arrêté d'application ministériel devrait compléter cette lacune.

Quel cadre légal pour la publicité ciblée ?

Le droit de l'homme le plus touché par les nouvelles technologies, c'est le « **droit à la vie privée** ».

A cet effet, dans le dépôt et la lecture des **cookies** ou un **campagne de profilage**, chaque exploitant de nos données doit être considéré comme responsable des obligations légales auxquelles il est tenu.

- **Un encadrement international**

En acceptant le **contrat d'utilisation générale** qui nous lie avec les géants de la publicité (**GAFA**), la vie privée est fouillée par ce dernier au moyen du profilage et de l'analyse statistique en masse (datamining), en cas de conflit résultant de ce contrat d'utilisation, le juge compétent sera le juge californien, la loi et le tribunal compétent sont à l'avantage de ce dernier.

L'Europe en général voulant protéger leur citoyen avaient mis en place une convention appelée **Privacy Shield** afin d'obtenir l'autorisation de transférer des données personnelles des citoyens de l'Union Européenne vers les Etats-Unis.

Le **privacy shield** a été invalidé par la suite car non conforme avec le **Règlement de la Protection des données Personnelles** de l'Union Européenne.

Le traitement publicitaire des données à caractère personnel par les entreprises multinationales devient de plus en plus stricte grâce à l'entrée en vigueur le 25 mai 2018 du Règlement Général de Protection des données personnelles (RGPD) dont le caractère extranational s'impose même aux entreprises au-delà des frontières de l'Union Européenne. Vodacom Congo, par exemple a adopté une [politique de confidentialité](#) sur ces technologies, conforme au RGPD.

Entre l'Afrique et les Etats-Unis, il n' existe aucun accord protégeant les **données personnelles** de citoyens africains.

- **Un encadrement national**

La [constitution du 18 février 2006](#) place la vie privée parmi les droits fondamentaux de la personne humaine.

C'est dans un texte à portée général qu'est posé le principe du consentement préalable de l'utilisateur au le traitement de ces informations liées à sa personne.

L'article 131 de la [loi n°20/017 du 25 novembre 2020 relative aux télécommunications et aux technologies de l'information et de la communication](#) dispose en effet: " La collecte, l'enregistrement, le traitement, le stockage et la transmission des données à caractère personnel se font sur autorisation de l'utilisateur concerné (...)".

Cette loi étant de compétence territoriale, les plateformes congolaises (média en ligne, blog, application mobile, etc..) qui procèdent à la collecte des **données personnelles** de leurs utilisateurs pour assurer notamment une campagne publicitaire ciblée, doivent dorénavant s'assurer qu'ils ont obtenu le consentement des utilisateurs.

Principe du consentement préalable

En principe, le **traitement des données personnelles** ne peut être effectué qu'avec le consentement préalable de la personne concernée. A défaut, sauf s'il relève d'une exception, le traitement est illicite, ce qui peut exposer le responsable du traitement à des sanctions équivalentes à une amende de 50.000.000 à 100.000.000 de franc congolais.

Dès lors, quand une plateforme collecte des **données personnelles** à des fins de marketing direct, elles doivent impérativement obtenir le **consentement préalable**, libre, spécifique et informé de la personne concernée.

Pour être valable, le consentement donné doit d'abord être libre, c'est-à-dire obtenu en dehors de toute pression. Aucun traitement discriminatoire ne peut être appliqué en cas de refus de la personne concernée. Le consentement doit en outre être spécifique et porter sur des traitements précisément définis, réalisés par des responsables déterminés et pour des finalités particulières.

Ainsi, le consentement à recevoir des publicités par courrier électronique, donné à une plateforme déterminée, ne vaut qu'à l'égard de cette plateforme. Le plateforme ne pourra transmettre ces données à des tiers que si la personne concernée y a expressément consenti.

Enfin, la personne doit être correctement informée pour pouvoir consentir spécifiquement à recevoir des publicités par courrier électronique. À cet égard, il doit être clair que la collecte est effectuée à des fins de marketing direct.

De même, le cas échéant, la personne concernée doit savoir si ses données seront transmises à des tiers, à des fins de marketing, pour pouvoir y consentir en connaissance de cause.

Besoin d'aide ?

Vous pouvez [poser votre première question](#) gratuitement si vous avez besoin d'assistance sur la première plateforme d'assistance juridique en RDC: avocats.cd.

Notre équipe d'expert pourra répondre à vos questions **en moins de 48 heures**.

Comment vous abonnez à notre plateforme ?

Renseigner vos coordonnées pour découvrir nos formules d'abonnements, nos juristes vous recontactent par téléphone dans 24 h. [Cliquez ici](#).

Vos besoins juridiques sont résolus grâce à notre équipe pour vous prémunir des risques et vous conformer à la loi sur les télécommunications et les Tic .

Junior Luyindula

Juriste-consultant en droit des nouvelles technologies

Co-fondateur d'avocats.cd

Tel+W: +243811615180

contact@avocats.cd