

COMMUNIQUE DE PRESSE

Dans le cadre de ses actions de coopération internationale, la CNDP a pris part pour la 3ème année consécutive à une campagne d'envergure internationale connue sous l'appellation « Internet Sweep Day ». Le groupe GPEN (*réseau créé à l'initiative de l'OCDE en vue de renforcer la coopération internationale en matière de protection de la vie privée et des données personnelles*), initiateur de cette action, réunit, chaque année, une trentaine d'autorités de protection de données personnelles en vue d'évaluer le degré de respect de la vie privée et des données personnelles par les sites web et/ou applications mobiles.

La campagne de cette année, qui a eu lieu du 22 au 26 mai 2017, s'est intéressée aux outils mis en place par les éditeurs de sites web afin de permettre aux internautes de garder le contrôle sur leurs données personnelles et plus particulièrement dans les secteurs suivants : éducation/santé/vente en ligne/voyage/jeux/réseaux sociaux... .

Afin d'harmoniser l'opération d'audit, les autorités participantes ont adopté une grille d'analyse standardisée qui vise à vérifier, entre autres, les éléments suivants :

- L'existence, la visibilité et la qualité de la mention relative à la protection des données personnelles ;
- Le respect du droit d'information des internautes ;
- Les modalités de recueil du consentement des internautes avant le traitement de leurs données personnelles ;
- Les modalités de suppression des données personnelles permettant de prévaloir le droit d'opposition ;
- Le respect du droit d'accès aux données personnelles des internautes...

Pour sa part, la Commission Nationale de contrôle de la protection des Données à caractère Personnel (CNDP) a mobilisé, le 23 mai, 12 de ses contrôleurs assermentés afin d'auditer 30 sites web exploités par des entreprises marocaines. Il y a lieu de préciser que le Maroc est le seul pays arabe, musulman et africain à participer à cette opération à laquelle prend part généralement une trentaine d'autorités représentant l'Amérique, l'Europe, l'Asie et l'Océanie.

Les résultats de cette campagne obtenus par les différentes autorités participantes seront consolidés et analysés par le groupe GPEN avant d'être rendus publics en septembre prochain. Ils permettront d'identifier les meilleures pratiques à mettre en place par les éditeurs de sites web en vue de permettre aux internautes d'avoir plus de contrôles sur leurs données personnelles.