



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

**CONCOURS EXTERNE
POUR L'EMPLOI DE CONTRÔLEUR DES DOUANES ET DROITS INDIRECTS**

BRANCHE DE LA SURVEILLANCE

DES 29 FÉVRIER ET 1ER MARS 2012

ÉPREUVE ÉCRITE D'ADMISSIBILITÉ N°1

(DURÉE : 3 HEURES - COEFFICIENT 4)

**RÉSUMÉ DE TEXTE PORTANT SUR LES QUESTIONS
ÉCONOMIQUES ET SOCIALES DU MONDE CONTEMPORAIN, SUIVI
DE RÉPONSES À DES QUESTIONS EN LIEN AVEC LE TEXTE**

AVERTISSEMENTS IMPORTANTS

L'usage de tout matériel autre que celui d'écriture et de tout document autre que le support fourni est interdit. Toute fraude ou tentative de fraude constatée par la commission de surveillance entraînera l'exclusion du concours.

Veillez à bien indiquer sur votre copie le nombre d'intercalaires utilisés (la copie double ne compte pas).

Il vous est interdit de quitter définitivement la salle d'examen **avant le terme de la première heure.**

Le présent document comporte **4 pages** numérotées.

MINISTÈRE DU BUDGET
DES COMPTES PUBLICS
ET DE LA RÉFORME DE L'ÉTAT

Tournez la page SVP

A. Résumez le texte en 200 mots (un écart de plus ou moins 10 % est toléré). Vous indiquerez à la fin de votre résumé le nombre exact de mots qu'il comprend.

B. Définissez et expliquez les mots ou expressions suivants (soulignés et en gras dans le texte) :

- réputation numérique ;
- enjeu ;
- empiéter ;
- pierre angulaire ;
- diffamatoires.

C. Répondez aux questions suivantes :

- 1) Pourquoi la majorité des internautes est-elle favorable à un droit à l'oubli ?
- 2) La France dispose-t-elle d'un arsenal juridique pour protéger les internautes ?
- 3) D'après-vous, les sociétés de e-réputation sont-elles la solution pour préserver sa réputation numérique ?

La longue marche vers un droit à l'oubli numérique.

Politiques et pouvoirs publics ont récemment multiplié les initiatives pour créer un droit à maîtriser ses données personnelles sur l'Internet. Le chemin à parcourir, cependant, reste long car l'Europe ne parvient pas à convaincre les États-Unis, où sont basés les Google et autres Facebook. En attendant, moyennant finance, des sociétés proposent aux particuliers et entreprises de « sauver » leur réputation numérique.

Avec les nouvelles technologies, notre passé est... devant nous. Qu'un internaute assidu tape son nom sur un moteur de recherche et il a toutes les chances de trouver des traces de ses activités et autres prises de position, récentes ou lointaines, des textes, des photos, voire des films qu'il a lui-même négligemment laissés sur la Toile ou que d'autres, sans forcément penser à mal, ont cru bon de diffuser. Soumis au rythme des algorithmes, ces documents peuvent donner de lui une image peu flatteuse, en tout cas souvent en décalage avec celle qu'il a envie de véhiculer aujourd'hui auprès de son employeur, de ses amis, de sa famille...

Le problème, c'est qu'un simple clic permet de démultiplier la moindre information, fût-elle fautive, malveillante ou périmée. Et que pour la personne lésée, il s'avère très difficile de faire disparaître les éléments concernés, gravés qu'ils sont « dans le marbre binaire », pour reprendre l'expression de Me Alain Bensoussan. Comme le dit cet avocat, mobilisé de longue date sur le sujet, « la disponibilité instantanée des données, conjuguée à leur conservation illimitée, rendent plus que jamais nécessaire l'instauration d'un droit à l'oubli ».

Depuis des années, l'idée fait son chemin. Pour une majorité d'internautes, elle tombe sous le sens. Ainsi, à en croire un sondage Eurobaromètre publié à la mi-juin, 75 % des Européens y sont favorables. Et de plus en plus, responsables politiques et autorités publiques avancent des pions sur le terrain juridique. Ainsi, la commissaire européenne à la justice, Viviane Reding, souhaite adapter une directive de 1995 sur la protection des données privées, afin de permettre aux usagers de « corriger, retirer et effacer » ce qu'ils ont mis en ligne. En France, les sénateurs Yves Détraigne (Union centriste) et Anne-Marie Escoffier (Parti radical de gauche) ont rédigé en 2009 une proposition de loi prévoyant entre autres un droit à la suppression des données personnelles sans frais, par simple voie électronique, et de substantielles sanctions financières à l'encontre de ceux qui refuseraient de l'appliquer. Approuvé en première lecture en mars 2010 par le Sénat, ce texte reste en attente à l'Assemblée... Depuis, deux députés, Patrice Verchère (UMP) et Patrick Bloche (PS) ont, en juin dernier, présenté un rapport d'information dans lequel ils préconisent un droit à l'oubli limité aux réseaux sociaux.

Face à un enjeu aussi « grand public », Nathalie Kosciuszko-Morizet, alors secrétaire d'État au numérique, est de son côté parvenue l'an dernier à convaincre plusieurs grands sites Internet, blogs, réseaux sociaux et moteurs de recherche, français pour la plupart (Copains d'avant, Viadeo, Trombi.com, Microsoft France, etc.), de signer une charte de bonnes pratiques permettant aux internautes de conserver la maîtrise de leurs données personnelles. Il s'agit notamment de créer des « bureaux des réclamations » virtuels, accessibles aux membres et aux non-membres qui souhaitent modifier ou effacer des documents les concernant, de faciliter la suppression d'un compte et de ne pas référencer dans les moteurs de recherche des données dont la suppression a été demandée.

Problème : des géants du secteur, comme Google et Facebook, n'ont pas adhéré à cette démarche. Pour eux, le droit à l'oubli est susceptible d'empiéter sur la liberté d'expression et surtout de fragiliser leur modèle économique, fondé sur la masse des contenus, leur profondeur historique et la géolocalisation des usagers. Rien d'étonnant donc à ce qu'ils refusent régulièrement de se soumettre au droit français ou européen, arguant que les seuls tribunaux compétents en cas de litige sont ceux dont dépendent leurs sièges, aux États-

Unis. « Il y a là un point majeur de crispation », observe Yann Padova, le secrétaire général de la Commission nationale informatique et libertés (Cnil). « L'Europe considère que les lois locales s'appliquent aux usagers présents sur son territoire, quel que soit le pays d'origine de la société. »

Selon lui, la France dispose déjà de la « **Pierre angulaire** » d'un droit à l'oubli numérique, « une conservation des données personnelles autorisée uniquement pour la durée strictement nécessaire à leur traitement », un principe inscrit dans la fameuse directive européenne de 1995 et reprise dans la législation nationale. Cette dernière offre aussi aux usagers un droit d'opposition à la collecte d'informations personnelles, à condition que les motifs soient légitimes (l'exemple d'un médecin refusant de figurer sur un site où les internautes seraient invités à noter les professionnels de santé), de même qu'un droit de rectification, si une information les concernant est inexacte. « Cela dit, reconnaît Yann Padova, leur mise en œuvre s'avère plus que difficile dans le cas où le blog ou le site est hébergé hors d'Europe. La marche vers un droit à l'oubli a débuté mais le chemin sera long. Il passera forcément par un compromis politique avec les États-Unis », prévient-il.

En attendant une hypothétique convention internationale, beaucoup cherchent désespérément à améliorer l'image que leur renvoie la Toile. D'autant que, comme le dit le membre d'un cabinet de recrutement, « certains directeurs des ressources humaines n'hésitent pas à se plonger dans l'Internet pour mieux cerner la personnalité des candidats » ... « Lorsque les contenus sont **diffamatoires** , on peut faire intervenir des avocats et chercher à obtenir leur retrait », explique François Jeanne-Beylot, directeur associé d'InMédiatic. « Sinon, la solution consiste à créer du bruit positif sur les forums, les sites participatifs, c'est-à-dire produire de nouveaux contenus qui vont apparaître en premier dans les moteurs de recherche, à la place des documents dérangeants », poursuit le responsable de cette société spécialisée « en influence et notoriété » sur l'Internet.

L'un de ses nombreux concurrents, Reputation Squad, dit recevoir actuellement une dizaine d'appels par jour émanant de particuliers. « Certains retrouvent sur la Toile de vieilles photos personnelles sur lesquelles ils apparaissent dévêtus. Un autre retrouve en première position sur les moteurs de recherche une information concernant son licenciement pour faute, intervenu il y a de nombreuses années », détaille Albéric Guigou, cofondateur. Le créneau est porteur, à tel point que sa société vient de s'allier à Swiss Life pour proposer une assurance spécifique. Moyennant 9,90 € par mois, on peut désormais solliciter ses services pour « sauver » sa réputation numérique !

PEIRON Denis
La Croix, mardi 7 septembre 2011
