

CARTA DEONTOLÓGICA

Última versión fechada el día 1 de Octubre del 2002

1. PREÁMBULO

El presente Anexo tiene por objetivo recordar al Cliente los principales textos aplicables en el Internet asociados a un corto comentario en título de ilustraciones. A pesar de la atención llevada a la redacción de este anexo, OVH no puede asumir cualquier responsabilidad del hecho de que haya informaciones que no estén contenidas aquí. Así pues OVH aconseja fuertemente al Cliente dirigirse a un consultor para tratar su problema particular.

El Cliente es responsable de los propósitos y de los contenidos que figuran en su propia página Web.

En primer lugar, está precisado que el Cliente hace su negocio personal de todas las autorizaciones legales, reglamentarias o administrativas necesarias en la apertura y en la explotación de la página Web.

En segundo lugar, el Cliente se compromete a respetar en el cuadro de la explotación de la página Web, las reglas legales y deontológicas que puedan regir el ejercicio de su profesión, y más generalmente la utilización que él considere de la página Internet.

En todo estado de causa, el Cliente es responsable con respecto a las buenas costumbres y al orden público, con respecto a las Leyes y Reglamentos, especialmente en materia de protección de los menores y con respecto a la persona humana. Él se compromete en las mismas condiciones con respecto a las reglas relativas de la protección de los datos nominativos y más generalmente de aquellas relativas a los derechos de los terceros, en particular a lo que concierne en cuanto a los derechos de propiedad intelectual, así como a los derechos relativos a la información y al contenido de las páginas Web.

OVH se reserva el derecho de suspender o de interrumpir todo o parte de los servicios en caso de faltas a estas obligaciones por el Cliente.

2. SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

En el sentido jurídico del término, los servicios en línea pueden estar asimilados a servicios de comunicación audiovisual o de correspondencia privada.

Mientras que los mensajes sean exclusivamente destinados a una o varias personas determinadas e individualizadas, el servicio ser cualificado de correspondencia privada.

Se tratará de un servicio de comunicación audiovisual desde el momento que el servicio permita "toda puesta a disposición del público o de categorías de público, por un procedimiento de telecomunicaciones, de signos, de señales, de escritos, de imágenes, de sonidos o de mensajes de toda naturaleza que no tengan el carácter de una correspondencia privada".

De esta distinción nacen obligaciones diferentes.

La apertura de un servicio en línea relevante de la comunicación audiovisual está sometida a la ley nº 86-1067 del 30 de septiembre de 1986 relativa a la libertad de comunicación modificada por la ley nº 2000-719 el 1 de agosto del 2000.

Conviene nombrar obligatoriamente un Director de la Publicación.

De una manera general, el Suministrador de servicio debe poner al conocimiento de los usuarios:

- los elementos mencionados en el artículo 37 de la ley nº 86-1067 del 30 de noviembre de 1986 (apellido, nombre del propietario persona física, denominación, razón social y apellido del representante legal para las personas jurídicas, apellido del Director de la Publicación, del responsable de la redacción);
- todas las informaciones que permitan localizar a las personas físicas o morales (dirección postal o puesto social y dirección electrónica);
- la tarifa aplicable, mientras que el servicio da lugar a una remuneración;
- el carácter publicitario de los mensajes difundidos.

Para terminar, existen reglas que se aplican a todos los suministradores de servicio en cuanto a los soportes de información y que tienen relación, la mayor parte de ellas, con la protección del orden público y con respecto a unas buenas costumbres.

3. ORDEN PÚBLICO

La protección del orden público está citada especialmente en los artículos 223-13, 223-14 y 226-1 del Código Penal.

El primer artículo cita la provocación al suicidio, castigando con una pena en prisión de tres años y con una multa de 45.735 euros, el hecho de provocar el suicidio, cuando la provocación ha sido seguida de un suicida o de una tentativa de suicidio.

A tal efecto, podríamos considerar como vector de provocación al Internet.

El segundo artículo cita la propaganda o la publicidad, cualquiera que sea el modo, a favor de productos, objetos o de métodos preconizados como medios para llegar a la muerte, sancionada por una pena en prisión de tres años y de 45.735 euros de multa.

El tercer artículo cita el hecho, en medio de un procedimiento cualquiera, de causar voluntariamente perjuicio a la vida privada de otro, y el castigo de un año en prisión y de 45.735 euros de multa.

4. DECENCIA

El hecho de fabricar, transportar, difundir, por cualquier medio y cualquiera que sea el soporte, un mensaje de carácter violento o pornográfico, o de naturaleza para causar un daño muy grave a la dignidad humana, o de hacer comercio de un mensaje como éste, está castigado con tres años de prisión y de 76.225 euros de multa, cuando este mensaje sea susceptible de ser visto o percibido por un menor (artículo 227-24 del Código Penal).

5. JUVENTUD

El artículo L. 227-23 del Código Penal sanciona:

- el hecho, en vista de su difusión, de fijar, grabar o transmitir la imagen de un menor cuando esta imagen presente un carácter pornográfico está castigado con un año de cárcel y con 45.735 euros de multa;
- el hecho de difundir una imagen como ésta, por cualquier medio que sea, está castigado con las mismas penas;
- las penas son llevadas a tres años de cárcel y 76.225 euros de multa cuando se trata de un menor de menos de 15 años de edad.

Según el artículo 223-13 del Código Penal, las penas relativas a la provocación del suicidio son llevadas a 5 años de cárcel y a 76.225 euros de multa cuando la víctima de la infracción sea un menor de menos de 15 años de edad.

Por otra parte, la ley del 16 de julio de 1949 relativa a las publicaciones destinadas a la juventud puede aplicarse a Internet cuando la página esté destinada a ese público.

6. PROXENETISMO

En los términos del artículo 225-5 del Código Penal el hecho por quién sea, de la manera que sea:

- de ayudar, de asistir o de proteger la prostitución de los demás;
- de sacar provecho de la prostitución de los demás, de compartir los productos o de recibir los subsidios de una persona entregándose habitualmente a la prostitución está castigado con cinco años de cárcel y con 152.449 euros de multa.

Conviene remarcar que el artículo 225-6 del Código Penal asemeja al proxenetismo el hecho, por quién sea, de la manera que sea, de actuar como intermediario entre dos personas de las cuáles una de ellas se entrega a la prostitución y la otra explota o remunera la prostitución de los demás.

7. PERJUICIO EN LOS SISTEMAS DE TRATAMIENTO AUTOMATIZADO DE DATOS

Los artículos 323-1 y siguientes del Código Penal castigan los daños en los sistemas de tratamiento de datos, especialmente:

- el hecho de acceder o de mantenerse fraudulentamente en todo o parte de un sistema de tratamiento automatizado de datos;
- el hecho de entorpecer o desfigurar el funcionamiento de un sistema como éste;
- el hecho de introducir fraudulentamente datos en un sistema como éste o suprimir o modificar fraudulentamente los datos que contiene.

8. JUEGOS Y LOTERÍAS

Como tales, las loterías están prohibidas (ley del 21 de mayo de 1836).

Así pues, las ventas de inmuebles, muebles o mercancías efectuadas por la vía de la suerte, o en las cuáles hayan sido reunidas primas u otros beneficios debidos, incluso parcialmente, al azar y generalmente todas las operaciones ofrecidas al público bajo la denominación que sea, para hacer nacer la esperanza de una ganancia que sería adquirida por la vía de la suerte, están prohibidas en Francia.

Toda infracción en la introducción de las loterías está sancionada con dos años como mucho en prisión y con una multa de una suma máxima de 30.490 euros, y estas sanciones pueden igualmente ser combinadas con penas complementarias.

Por otra parte, los artículos L. 121-36 a L. 121-41 del Código de la Consumición relativos a las loterías publicitarias reglamentan las operaciones publicitarias realizadas por vía escrita que tienden a hacer nacer la esperanza de una ganancia.

A título de excepción, están autorizadas bajo condiciones las loterías siguientes:

- las lotos tradicionales organizadas en un círculo restringido, con un fin social, cultural, científico, educativo, deportivo o de animaciones locales que se caractericen por apuestas y premios de un valor inferior a 381.00€;
- las loterías para las cuáles ninguna participación financiera, de la naturaleza que sea, sea solicitada por parte de los jugadores.

En otros términos, son lícitas las loterías que no estén condicionadas por una compra y que no conduzcan a ningún desembolso a la carga de los participantes.

9. BOLSA

9.1 Informaciones bolsistas

La difusión de informaciones bolsistas está reglada por la ordenanza n° 67-833 del 28 de septiembre de 1967 instituyendo una Comisión de las Operaciones de Bolsa (C.O.B.) y relativa a la información de los portadores de valores mobiliarios y a la publicidad de ciertas operaciones de bolsa, por la ley n° 72-6 del 3 de enero de 1972 relativa a la gestión financiera y a operaciones de ubicación y de aseguramiento.

9.2 Difusión de datos bolsistas

La sociedad puede proponer la consulta de un historial del transcurso de bolsa, bajo reserva de que estas informaciones bolsistas estén acompañadas de las fechas precisas y de una indicación de la fuente.

Si se trata de la retransmisión del transcurso difundido por el servidor de la S.B.F., estos transcurros estarán presentes sin comentario.

Si los elementos bolsistas no son exhaustivos, la sociedad indica claramente cuál es la naturaleza del extracto presentado (curso medio, ponderación eventual por volumen etc.).

La sociedad no puede proponer consejos bolsistas en sus títulos o sobre aquellos del grupo al cuál pertenece.

Ella puede sin embargo tener en cuenta la existencia de un análisis financiero exterior.

De forma más general, la sociedad no hace figurar en su “kiosco” de información financiera los consejos de compra o de venta que llevan a los títulos que ella posee en su cartera.

10. OFERTAS DE EMPLEO

Está prohibido difundir en una página Web, una inserción de prestación de servicios concerniente a las ofertas de empleo o las carreras y comportando alegaciones falsas o susceptibles que induzcan a error, especialmente en el carácter gratuito de susodicho servicio, la sanción es de un año de cárcel y 3.811 euros de multa (artículo L. 311-4-1 y L. 631-4 del Código de Trabajo).

11. PUBLICIDADES FALSAS - PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES

El Proveedor de una página Web debe velar por que en los mensajes que él difunde no haya elementos falsos (publicidad falsa) o de naturaleza que induzcan al error (publicidad engañosa).

En efecto, el artículo L. 121-1 del Código de la Consumición prohíbe toda publicidad que tenga, bajo la forma que sea, alegaciones, indicaciones, presentaciones falsas o de naturaleza a inducir al error y la sanción puede ser un encarcelamiento de un máximo de dos años y/o una multa de 38.112 euros (art. L. 213-1 del Código de la Consumición). La suma de la multa puede ser llevada al 50% de los gastos totales de publicidad que constituye el delito (art. L. 121-6 al .2 del Código de la Consumición).

Por otro lado, los artículos L. 121-16 y siguientes del Código de la Consumición precisan especialmente que para todas las operaciones de venta a distancia, el comprador de un producto dispone de un plazo de 7 días a contar desde la entrega de su pedido para devolver este producto al vendedor, para cambio o reembolso, sin recargo con la excepción de los gastos de vuelta.

Por lo demás, todo profesional que pone a la venta los productos o servicios a consumidores se somete a las enteras disposiciones de la ordenanza del 23 de agosto del 2001.

La ley n° 92-60 del 18 de enero de 1992 reforzando la protección del consumidor ha completado en particular las disposiciones del artículo 7 de la ley n° 72-1137 del 22 de diciembre de 1972 relativas a la protección de los consumidores en materia de gestión y de venta a domicilio precisando que son igualmente sometidas a estas disposiciones los compromisos obtenidos después de una gestión por teléfono y por fax. Ésto se aplica así pues a los "spam", es decir a la técnica de prospección de masa que dirigirá por el sesgo de un motor de búsqueda un mismo mensaje publicitario en una lista de difusión sin acuerdo previo.

Para toda oferta de venta de un bien o de suministro de prestación de servicios que esté hecha a distancia a un consumidor, el profesional está obligado a indicar el nombre de su empresa, sus coordenadas telefónicas así como la dirección de su sede y, si ella es diferente, la del establecimiento responsable de la oferta (artículo L. 121-18 del Código de la Consumición), así como el nombre de la persona considerada como el Director de la publicación.

Toda publicidad en Internet hecha, recibida o percibida en Francia que lleve a una de las operaciones de crédito citadas en el artículo L. 311-2, debe:

- en primer lugar precisar la identidad del prestador, la naturaleza, el objeto y la duración de la operación propuesta así como el coste total y, el caso que vence, las tasas efectivas globales del crédito y de las percepciones a un tanto alzado;
- en segundo lugar, precisar la suma, en francos, de los reembolsos por vencimiento o, en caso de imposibilidad, el medio de determinarlo (artículo L. 311-4 del Código de Consumición), esta suma incluyendo el coste del seguro cuando éste es obligatorio para obtener la financiación y, si llega el caso el coste de percepciones global;
- en último lugar, indicar, para las operaciones en duración determinada, el número de vencimientos.

12. INFORMACIONES

12.1. Autenticación de las informaciones

La fuente de la información debe estar indicada claramente y si se trata de un comentario el autor deberá estar nominalmente señalado.

12.2. Falsas informaciones

En los términos del artículo 322-14 del Código Penal, el hecho de comunicar o divulgar una falsa información con el fin de hacer creer en una destrucción, una degradación o una degradación peligrosa para las personas va a ser o ha sido encomendada o de comunicar o divulgar una falsa información haciendo creer en un siniestro y de naturaleza provocar la intervención inútil de los socorros está castigado con dos años de cárcel y de 30.490 euros de multa.

13. DISCRIMINACIÓN

Según el artículo 225-1 del Código Penal constituye una discriminación, toda distinción operada entre las personas físicas en razón de su origen, de su sexo, de su situación familiar, de su estado de salud, de su invalidez, de sus costumbres, de sus opiniones políticas, de sus actividades sindicales, de su pertenencia o de su no pertenencia, verdadera o supuesta, a una etnia, una nación, una raza o una religión determinada.

Constituye igualmente una discriminación toda distinción operada entre las personas morales en razón del origen, del sexo, de la situación familiar, del estado de salud, de la invalidez, de las costumbres, de las opiniones políticas, de las actividades sindicales, de la pertenencia o de la no pertenencia, verdadera o supuesta, a una etnia, una nación, una raza o una religión determinada de los miembros o de ciertos miembros de estas personas morales.

La discriminación con respecto a una persona física o moral está castigada con dos años de cárcel y de 30.490 euros de multa cuando consista especialmente en rechazar el suministro de un bien o de un servicio, en subordinar el suministro de un bien o de un servicio a una condición fundada sobre uno de los elementos citados anteriormente.

14. PERJUICIO A LA REPRESENTACIÓN DE LA PERSONA

El hecho de publicar, por la vía que sea, el montaje realizado con las palabras o la imagen de una persona sin su consentimiento, si no parece evidente que se trata de un montaje o si no se ha hecho expresamente mención está castigado con un año de cárcel y de 15.245 euros de multa (artículo 226-8 del Código Penal).

15. PROTECCIÓN DE LA PERSONA

El hecho de llevar por medio de un procedimiento cualquiera voluntariamente perjuicio a la vida privada de los demás está citado en los artículos 226-1 y 226-2 del Código Penal.

16. PROPIEDAD INTELECTUAL Y COMPETENCIA DESLEAL

El Código de la Propiedad Intelectual prohíbe toda retoma de la obra de ingenio sin el consentimiento del autor. Del mismo modo, toda utilización ilícita de marca es constitutiva de imitación, comprendidas en los metatags de las páginas Internet.



Por otro lado, los programas y la tecnología subyacentes atadas a las páginas están protegidas y sólo pueden ser retomadas con el consentimiento expreso del titular de los derechos.

Independientemente de los actos susceptibles de constituir una imitación, toda retoma de los derechos que pertenecen a otro podrá estar perseguida en el título de la competencia desleal y de las conductas parasitarias, y conducir a la puesta en causa de la responsabilidad contraventora.

En particular, antes de insertar una unión profunda dirigida hacia una página de terceros, es aconsejable verificar si tal unión es lícita, o solicitar la autorización de la página, con el fin de prevenir todo acto, que podría después relevarse constitutivo de competencia desleal.

17. DATOS NOMINATIVOS

Conformemente a la ley 78-17 del 6 de enero de 1978, toda persona física o moral que se entregue a la colecta de datos nominativos, a título graciado o a su precio, está obligado a proceder a una declaración ad hoc del tratamiento de automatización del procedimiento de la colecta de estos datos.

Como ejemplo, está considerado como un dato nominativo una simple dirección de correo electrónico donde la colecta deberá en consecuencia ser declarada.