**Présence en ligne d’une organisation**

Membres: GALLE Fabien - chef de projet, BOURGI Lucas, MALHERBE Hugo, HANAI Rayan, FERRERO Nathan, LIRZIN Erwan

Table des matières

[Introduction 4](#_Toc128918293)

[I La valorisation de l'image de l'organisation sur internet, son cadre juridique et économique. 5](#_Toc128918294)

[1.1 La correspondance de l'image de l'organisation aux attentes et sa valorisation 5](#_Toc128918295)

[L'image de l'organisation 5](#_Toc128918296)

[Valoriser cette image 5](#_Toc128918297)

[Nom de domaine : formalisme, organismes d'attribution et de gestion, conflits et résolution 6](#_Toc128918298)

[Charte graphique 6](#_Toc128918299)

[1.2 Les enjeux économiques liés à l’image et le respect des obligations juridiques 7](#_Toc128918300)

[1. Introduction 7](#_Toc128918301)

[2. Valorisation de l’image de l’organisation sur internet 7](#_Toc128918302)

[3. Cadre juridique de la valorisation de l’image 8](#_Toc128918303)

[4. Les enjeux économiques liés à l’image de l’organisation sur internet 9](#_Toc128918304)

[6. Conclusion 10](#_Toc128918305)

[II. Gérer le référencement et la visibilité de l'organisation sur internet. 10](#_Toc128918306)

[2 .1 Accessibilité et conformité à la législation et aux mentions légales 10](#_Toc128918307)

[Le droit d’utilisation des contenus externes : 11](#_Toc128918308)

[Mentions légales et conditions générales d'utilisation d'un site web 11](#_Toc128918309)

[Responsabilite de l'éditeur et de l'hébergeuur du site web 12](#_Toc128918310)

[2 .2 La satisfaction de la visibilité des services en ligne 13](#_Toc128918311)

[Convention d'écriture électronique 13](#_Toc128918312)

[III. Contribuer à l'amélioration d'un site web qui utilise les données de l'organisation. 14](#_Toc128918313)

[3.1 Besoins et utilisation des données de l'organisation 14](#_Toc128918314)

[Cartographier les données de l'organisation 14](#_Toc128918315)

[Définir une finalité pour les données de l'organisation 14](#_Toc128918316)

[Vérifier la pertinence des données de l'organisation : 15](#_Toc128918317)

[Évaluer la sensibilité des données de l'organisation 16](#_Toc128918318)

[Analyse d’impact sur la protection des données de l'organisation : 17](#_Toc128918319)

[3.2 L'évolution du site web par rapport aux besoins 17](#_Toc128918320)

[Évaluation des besoins 17](#_Toc128918321)

[Définition des objectifs 18](#_Toc128918322)

[Mise à jour des fonctionnalités 18](#_Toc128918323)

[Refonte de la conception 18](#_Toc128918324)

[Optimisation de l'expérience utilisateur 18](#_Toc128918325)

[Amélioration du référencement 18](#_Toc128918326)

[Analyse des résultats 19](#_Toc128918327)

[CONCLUSION 19](#_Toc128918328)

# 

# Introduction

L'image de l'organisation sur internet est devenue un enjeu majeur pour les entreprises, associations ou administrations publiques. Elle est au cœur de leur stratégie de communication et de leur visibilité auprès du public. Mais comment valoriser cette image et respecter les obligations juridiques qui l'accompagnent ? Comment gérer le référencement et la visibilité de l'organisation sur internet ? Comment contribuer à l'amélioration d'un site web qui utilise les données de l'organisation ? Ce plan aborde ces différentes questions en trois thèmes : la valorisation de l'image de l'organisation sur internet et son cadre juridique et économique, la gestion du référencement et de la visibilité sur internet, et enfin la contribution à l'amélioration d'un site web utilisant les données de l'organisation.

# **I La valorisation de l'image de l'organisation sur internet, son cadre juridique et économique.**

## 1.1 La correspondance de l'image de l'organisation aux attentes et sa valorisation

## 

### **L'image de l'organisation**

L'image d'une organisation (plus communément appelé image de marque) est la façon dont les personnes (public ou interne) perçoivent une entreprise ou une organisation. Cela peut inclure la réputation, les produits ou services offerts, l'expérience client, la culture d'entreprise, les employés et leur comportement, les pratiques commerciales et la perception qu'ont les gens des valeurs de l'organisation.

Elle peut être véhiculée par des messages publicitaires, des interactions avec les clients, des relations publiques, la conduite de l'entreprise et les opinions des parties prenantes telles que les employés, les clients, les investisseurs, les partenaires commerciaux et la communauté dans son ensemble.

Cette perception peut être basée sur une expérience personnelle, des informations extérieures, des rumeurs ou des stéréotypes.

Elle est un concept important en gestion et en marketing car elle peut influencer les attitudes et le comportement des clients, des employés, des investisseurs et du public, si elle est positive, elle peut attirer des clients fidèles, des employés talentueux et des investisseurs intelligents, tandis qu'une image négative peut empêcher ces parties prenantes de s'engager avec l'organisation.

Les entreprises peuvent essayer de façonner leur image de plusieurs manières, notamment par la publicité, les relations publiques ou le marketing de contenu.

Cependant, les perceptions d'une organisation sont souvent basées sur des facteurs plus complexes que sa communication externe, tels que la culture organisationnelle, les pratiques de gestion et la performance réelle.

Travailler son image est essentiel pour toutes les entreprises, même les plus petites.

### Valoriser cette image

Pour valoriser l'image d'une organisation ou d’une entreprise, il est important de créer une identité de marque positive et cohérente qui reflète les valeurs, la mission et la vision de l'entreprise.

Il faut alors cultiver l'expérience client et offrir une expérience client exceptionnelle contribuant à fidéliser la clientèle et à attirer de nouveaux clients. Cela peut inclure la participation à des événements, la publication de communiqués de presse, la collaboration avec des influenceurs et la gestion proactive des problèmes de réputation.

Mais il faut aussi développer une culture d'entreprise forte peut aider à créer une image de marque positive en faisant tomber les valeurs et les normes positives qui guident le comportement des employés. En utilisant les réseaux sociaux de manière stratégique, les entreprises peuvent créer un contenu pertinent et intéressant pour les clients et les parties prenantes, se connecter aux communautés en ligne et communiquer de manière transparente et honnête.

## Nom de domaine : formalisme, organismes d'attribution et de gestion, conflits et résolution

Un nom de domaine est un identifiant unique utilisé pour identifier et localiser des sites Web sur Internet. Les noms de domaine incluent généralement le nom et l'extension, tels que .com, .org, .net, etc.

Le processus de gestion et d'attribution des noms de domaine est géré par des organismes appelés « bureaux d'enregistrement » et « registres ». Un bureau d'enregistrement est une entreprise qui vend des noms de domaine aux utilisateurs finaux, tandis qu'un bureau d'enregistrement est l'organisation qui gère les extensions de noms de domaine.

La forme de la description du nom de domaine est importante pour s'assurer que les noms de domaine sont décrits de manière juste et équitable et pour éviter les conflits entre les parties concernées. Les règles et procédures de détermination des noms de domaine sont définies par l'ICANN, l'instance dirigeante mondiale de l'Internet.

Cependant, malgré ces règles et procédures, des litiges peuvent toujours survenir concernant l'utilisation ou la possession d'un nom de domaine. Dans de tels cas, il existe des mécanismes de règlement des différends, tels que l'UDRP, qui permettent de résoudre les différends rapidement et efficacement.

### Charte graphique

La charte graphique est un document définissant l’ensemble des règles et des codes propres à l’identité visuelle d’une marque, d’un projet, d’une entreprise ou d’une organisation. La charte graphique s’applique de manière homogène à l’ensemble des supports de communication. Ces éléments comprennent : le logo et ses déclinaisons, la palette de couleurs, les polices d’écriture, les règles de mise en page, les symboles et icônes.

Une marque ne peut se construire une image et une personnalité forte si sa communication externe est décousue. En ce sens, la charte graphique se doit d’être suivie et respectée et ce, quel que soit le support de communication.

# 

## 1.2 Les enjeux économiques liés à l’image et le respect des obligations juridiques

1. Introduction   
  
A) Présentation du thème   
  
L’image que renvoie une entreprise est un facteur essentiel dans sa réussite, surtout à l’ère du numérique. Il est indispensable pour chaque organisation d’avoir une présence sur internet afin d’étendre sa visibilité et son audience. Cependant ce facteur peut être à double tranchant, en effet une forte exposition peut aussi desservir l’organisation en l’exposant à des risques juridiques et économiques plus particulièrement sur la protection des données personnelles. Il est donc primordial pour les entreprises de comprendre les enjeux économiques ainsi que les obligations juridiques liées à l’image renvoyer par l’organisation sur internet. Le but est donc de valoriser son image tout en respectant les lois et les réglementations en vigueur.

B) Contexte et enjeux   
  
La digitalisation gravite autour de la croissance des organisations, elle est ancrée dans le contexte actuel et participe grandement à la croissance des activités économiques. Elle garantit la visibilité et la notoriété de l’organisation auprès d’un public lui aussi de plus en plus connecté. Cependant cette forte montée de la digitalisation soulève des risques juridiques et économiques surtout pour la collecte, le traitement et la conservation des données personnelles. D’un point de vue économiques les points liés à l’image de l’organisation sont :

- La notoriété

- la visibilité

- la vision client et partenaire

- Les impacts directs et indirects …   
  
L’organisation peut aussi perdre le contrôle de son image et ainsi être impacté contre son gré par l’opinion publique, à l’inverse elle peut aussi influencer la perception du public vis-à-vis du respect des lois et des réglementations en vigueur. Par conséquent, il est crucial, dans ce contexte que les entreprises prennent conscience des enjeux économiques et les obligations juridiques liées à leur image sur internet, dans le but de valoriser leur image de manière efficace tout en étant en adéquation avec les lois et réglementation en vigueur.

### 2. Valorisation de l’image de l’organisation sur internet

Intro : Qu’est-ce que l’image de l’organisation L’image d’une organisation sur internet est la représentation de la perception des internautes sur cette organisation notamment grâce aux différentes informations et contenues qu'ils peuvent trouver sur internet. Ces informations regroupent le site internet de l’organisation ainsi que son activité sur les réseaux sociaux, les avis clients, les articles de presses etc…

A) L’importance de l’image sur internet   
  
L’image d’une organisation sur internet est d’une importance capitale à l’heure actuelle, en effet de plus en plus de personnes utilisent internet pour s’informer, échanger et effectuer des transactions. Ainsi cette image influe de manière significative sur la réussite de l’organisation, plus particulièrement sur sa notoriété, sa réputation, et son attractivité pour ses clients ou partenaires. L’image de l’organisation sur internet peut également avoir des implications juridiques notamment en matière de protection des données personnelles, en effet une organisation qui ne respecte pas la loi et les réglementations en vigueur liée à la collecte, traitement et conservation des données peut s’exposer à des sanctions financières et à une atteinte à sa réputation. Par conséquent il est donc primordial pour une organisation de prendre en compte son image et de veiller à ce qu’elle soit la vitrine de celle-ci en la représentant le plus fidèlement possible.

B) Comment la valoriser

Afin de valoriser l’image de son organisation sur internet il est possible d’entreprendre différentes actions :

- Créer son propre site web attractif et ergonomique afin d’être a vitrine de l’organisation et donner un premier avis au client/partenaire.

- Mettre en place une stratégie de communication digitale (pub, blog, infographie, vidéos etc..) être actif sur les réseaux, jeux concours …

- Gérer les commentaires et les avis des clients. Ils ont un impact direct sur l’image de l’organisation et peuvent servir d’expérience préliminaire pour certains prospects.

- Mettre en avant les valeurs et l’expérience de l’organisation, il peut être utiles selon les secteurs d’activité de véhiculer certains principes de l’organisation comme l’écoresponsabilité, les engagements sociaux, les certifications et récompenses acquises.

- Respecter les règles ne matière de protection des données personnelles, en effet il est essentiel de se conformer aux lois et règlementation en vigueur en matière de collecte, de traitement et de conservation des données. Cela peut renforcer la confiance des clients et des partenaires et éviter les sanctions juridiques.

3. Cadre juridique de la valorisation de l’image   
  
A) Le droit de la propriété intellectuelle et industrielle   
  
Le droit de la propriété intellectuelle et industrielle est le principal cadre juridique régissant la valorisation de l’image. En effet cette branche du droit regroupe un ensemble de règles et de dispositions légales qui protègent les droits des créateurs et des propriétaires d’image et de marque, et leur permettent de les exploiter économiquement. Ce droit est composé de plusieurs branches, notamment le droit d’auteur, le droit des marques, le droit des brevets, le droit des dessins et modèles, et le droit des indications géographiques. Pour ce qui concerne la valorisation de l’image, le droit d’auteur est la branche la plus importante, il confère aux auteurs et aux titulaires de droit d’images le droit exclusif de reproduire, distribuer et exploiter leurs créations (images / photographie / illustrations / logos …) Le droit des marques est également important pour la valorisation de l’image, il permet aux propriétaires de marques de protéger leur identité visuelle et de l’exploiter commercialement. Les marques peuvent inclure des éléments tels que des logos, des slogans, des designs et des couleurs. Finalement le droit à la propriété intellectuelle et industrielle est un cadre juridique crucial pour la valorisation de l’image, il permet aux créateurs et aux prolétaires d’images et de marques de protéger leurs droits, de les exploiter économiquement et de garantir leur reconnaissance auprès du grand public.

B) La réglementation et les obligations légales en matière de publicité en ligne   
  
Dans le cadre juridique de la valorisation de l’image la réglementation et les obligations légales en matière de publicité en ligne sont également un aspect important, en effet la publicité en ligne est un moyen courant de valoriser son image et les marques mais elle est soumise à un certain nombre de règles et de restrictions légales. En France la publicité en ligne est encadrée par la loi pour la confiance dans l’économie numérique (LCEN), qui impose aux annonceurs et aux éditeurs de site web un certain nombre de règles en matière de transparence et d’information des consommateurs. Ils doivent par exemple indiquer clairement dans leurs publicités qu’il s’agit d’une annonce, les éditeurs doivent également informer les consommateurs des cookies qui sont utilisés pour le suivie de leur comportement en ligne. Les publicités doivent, elle aussi respecter les lois en matière de protection des consommateurs, de discrimination de respect de la vie privée et de la dignité humaine. En 2018 L’union Européen a adopté le règlement général sur la protection des données (RGPD), qui impose aux annonceurs et aux éditeurs de sites de recueillir le consentement explicite des consommateurs avant de collecter et d’utiliser leur donnée personnelle à des fins de publicité ciblée. En résumé, la règlementation et les obligations légales en matière de publicité en ligne sont un aspect important du cadre juridique de la valorisation de l’image. Les annonceurs et les éditeurs de site web doivent respecter les lois en matière de transparence, de protection des consommateurs, de protection des données personnelles et de respect de la vie privée.

4. Les enjeux économiques liés à l’image de l’organisation sur internet   
  
Les enjeux économiques liés à l’image de l’organisation sur internet sont multiples et peuvent entraîner des conséquences importantes sur la performance économique de l’entreprise. A) La notoriété et la visibilité de l’organisation L’image de l’organisation sur internet peut avoir un impact significatif sur la notoriété et la visibilité de l’organisation auprès du public, en effet une image positive poussera les clients/partenaires à avoir confiance tandis qu’une image négative peut nuire à la crédibilité de l’organisation et entraîner des retombées négatives. B) l’impact sur la confiance des clients et partenaires Elle peut également affecter la confiance des clients et des partenaires envers l’organisation, une image positive peut renforcer la confiance des clients et des partenaires dans l’organisation, ce qui peut se traduire par une augmentation de la fidélité des clients, une amélioration de la rétention des clients et une augmentation de la croissance du chiffre d’affaires. C) les retombées économiques direct et indirect Dans les enjeux on retrouve les retombées économiques direct et indirect, elles peuvent être d’ordre direct comme le renvoie d’une image positive peut entrainer des ventes directes, une augmentation de la valeur de la marque et une augmentation du chiffre d’affaires. Les retombées peuvent aussi être d’ordre indirect telles que l’augmentation de la notoriété, l’attractivité pour les investisseurs et l’amélioration des relation avec de nouveaux clients/partenaire.

En somme, l’image de l’organisation sur internet peut avoir un impact énorme sur sa performance économique, une bonne image renforce la notoriété et la visibilité, donne une meilleure confiance au client/partenaires et génère des retombées économiques direct et indirect.   
  
5) La réglementation en matière de collecte, traitement et conservation   
  
La règlementation en matière de collecte, traitement et conservation des données personnelles est un aspect crucial pour les organisations qui collectent, utilisent et stockent des informations sur des individus. La réglementions en la matière a pour objectif de protéger les droits et les libertés des personnes concernées. En France, la réglementation est principalement encadrée par la loi informatique et libertés du 6 Janvier 1978, modifié le 20 Juin 2018 relative à la protection des données personnelles. Cette loi impose aux organisations de respecter un certain nombre de principe en matière de collecte, traitement et conservation des données personnelles. C’est ainsi que les organisations doivent recueillir le consentement explicite des individus avant de collecter et d’utiliser leurs données personnelles. Les individus ont également le droit d’accéder à leurs données personnelles, de les rectifier ou de les supprimer en cas d’erreur ou d’inexactitude. De plus les organisations doivent assurer la sécurité et la confidentialité des données qu’elles collectent et stockent. Elles doivent mettre en place des mesures de sécurité techniques et organisationnelles pour protéger les données contre les accès non autorisées, les pertes ou les altérations. Depuis Mai 2018, la réglementation en matière de protection des données est renforcée avec l’entrée en vigueur de la RGPD de l’UE. Ce règlement harmonise les règles de protection des données personnelles au niveau européen et renforce les obligations de l’organisation en matière de protection des données personnelles. En conclusion, la réglementation en matière de collecte traitement et conservation des données personnelles est un aspect essentiel pour les organisations qui collectent et utilisent des informations sur des individus. Les organisations doivent respecter les principes de collecte et de traitement des données personnelles, assurer la sécurité et la confidentialité de ces données, et répondre aux droits des individus en matière de protection des données personnelles.

6. Conclusion   
  
Pour conclure cette partie, l’image d’une organisation sur internet est un élément crucial de sa réussite, mais peut également avoir des implications juridiques importantes à ne surtout pas négliger. Il est donc essentiel pour les organisations de valoriser leur image de manière efficace via différent procéder tout en respectant les lois et les réglementations en vigueur. Le cadre juridique de la valorisation de l’image sur internet est régi par le droit de la propriété intellectuelle et industrielle, le droit de la protection des donnée personnelles et le droit de la concurrence.

# II. Gérer le référencement et la visibilité de l'organisation sur internet.

## 2 .1 Accessibilité et conformité à la législation et aux mentions légales

Pour comprendre comment le référencement et la visibilité d’une organisation sur un site internet est gérer, il est intéressant d’analyser les droits d’utilisation des contenus externe puis les mentions légales et conditions générales d’utilisation d’un site web et enfin la responsabilité de l’éditeur et de l’hébergeur du site web en question.

La collecte et le traitement de données personnelles (nom, prénom, adresse, numéro de sécurité sociale, etc.) par les entreprises sont soumis à des obligations destinées à protéger la vie privée et les libertés individuelles des personnes dont les données sont collectées.

**Qu’entendons-nous pas données personnelles ?**

Il s'agit de toutes informations se rapportant à une personne physique : Individu qui possède une personnalité juridique et qui lui permet de conclure des actes juridiques identifiée ou identifiable, directement ou non, grâce à un ou plusieurs éléments permettant de le rattacher personnellement à une donnée.

C'est le cas par exemple d'un nom, d'un prénom, d'un numéro de téléphone, d'une adresse électronique, d'un numéro de carte d'identité et/ou de sécurité sociale, d'une adresse IP, d'une photo, d'un profil sur un réseau social.

Les règles de protection des données personnelles s'appliquent en cas de collecte, d'utilisation et de conservation quel que soit le support adopté (papier, numérique,).

**Qu’est-ce que le traitements des données numériques ?**

Le traitement de données personnelles consiste en toute opération portant sur des données personnelles, quel que soit le procédé utilisé (enregistrer, organiser, conserver, modifier, rapprocher avec d'autres données, transmettre, etc.…ces données). Pour mettre en œuvre le traitement, le professionnel doit, le plus souvent, recueillir le consentement de la personne dont les données sont collectées. Droits d'auteur : L'utilisation de contenus tels que des textes, des images, des vidéos ou des musiques sur un site web nécessite l'autorisation préalable de leurs auteurs ou détenteurs de droits. Il est donc important de s'assurer que tous les contenus externes utilisés sur le site internet de l'entreprise sont libres de droits ou ont fait l'objet d'une autorisation légale d'utilisation.

### Le droit d’utilisation des contenus externes :

En France, l'utilisation de contenus externes (textes, images, vidéos, etc.) sur un site internet est soumise à des règles de droit et de propriété intellectuelle. Avant d'utiliser un contenu externe, il est important de s'assurer que celui-ci est libre de droit ou que l'on dispose des autorisations nécessaires pour son utilisation. En effet, toute utilisation non autorisée peut constituer une violation des droits d'auteur ou de la propriété intellectuelle de l'auteur du contenu. Pour cela il est possible d’obtenir des licences pour avoir les droits d'utilisation : Lorsque l'entreprise achète une licence pour utiliser des contenus protégés par le droit d'auteur, elle doit respecter les conditions d'utilisation précisées dans le contrat de licence. En cas de non-respect, elle peut être poursuivie en justice pour violation des droits d'auteur.

Il est également possible d’utiliser des contenus sous licence Creative Commons ou d'autres licences libres de droit ou encore utiliser des contenus tombés dans le domaine public.

Il est également important de noter que les contenus générés par les utilisateurs, tels que les commentaires ou les contributions à un forum, peuvent également être soumis aux règles de droit et de propriété intellectuelle. Il est donc recommandé de définir des règles claires pour l'utilisation de ces contenus par les utilisateurs et de s'assurer de leur conformité avec les lois en vigueur.

En résumé, l'utilisation de contenus externes sur un site internet est soumise à des règles de droit et de propriété intellectuelle en France. Il est important de s'assurer de disposer des autorisations nécessaires avant d'utiliser un contenu externe, sous peine de poursuites judiciaires et de dommages et intérêts. Les contenus générés par les utilisateurs sont également soumis à ces règles et il est recommandé de définir des règles claires pour leur utilisation.

### Mentions légales et conditions générales d'utilisation d'un site web

Le site internet de l'entreprise doit comporter des mentions légales indiquant notamment les coordonnées de l'entreprise, le nom du responsable de publication et les conditions d'utilisation du site internet. Les mentions légales sur un site internet sont des informations qui permettent d'identifier l'entreprise propriétaire du site, ainsi que les responsables de sa publication et de son contenu. Les mentions légales sont obligatoires en France en vertu de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN) du 21 juin 2004.

Les informations qui doivent obligatoirement figurer dans les mentions légales sont les suivantes :

• Le nom ou la raison sociale de l'entreprise

• L'adresse de l'entreprise (adresse postale et adresse e-mail)

• Le numéro de téléphone de l'entreprise

• Le nom du directeur de publication (ou du responsable de la rédaction)

• Les coordonnées de l'hébergeur du site (nom, adresse postale et adresse e-mail)

• Le numéro SIRET de l'entreprise (pour les entreprises soumises à l'obligation de s'immatriculer au registre du commerce et des sociétés)

Il est important que ces informations soient facilement accessibles sur le site internet, généralement dans une section dédiée intitulée "Mentions légales" ou "Mentions obligatoires".

De plus, si le site internet collecte des données personnelles des visiteurs (par exemple, via un formulaire de contact), il est également obligatoire de fournir une politique de confidentialité qui explique comment les données collectées sont utilisées, stockées et protégées.

Ces mentions légales sur un site internet en France permettent en résumé aux visiteurs de savoir qui est responsable de la publication et du contenu du site, ainsi que les moyens pour les contacter. La non-conformité aux obligations de mentions légales peut entraîner des sanctions, notamment des amendes et des poursuites judiciaires.

En somme, pour la présence en ligne d'une organisation au niveau légal en France, il est important de respecter les droits d'auteur et de propriété intellectuelle des contenus externes utilisés sur le site internet, de s'assurer que les licences et droits d'utilisation sont respectés, de vérifier la légalité des contenus avant de les utiliser, et de mentionner les informations légales obligatoires sur le site.

### Responsabilite de l'éditeur et de l'hébergeuur du site web

L'entreprise est responsable des contenus externes qu'elle utilise sur son site internet. Elle doit donc vérifier la provenance et la légalité de ces contenus avant de les utiliser. En cas de litige, elle peut être tenue pour responsable et être poursuivie en justice.

- L'éditeur du site est responsable du contenu qu'il publie, c'est-à-dire des textes, images, vidéos ou tout autre type de contenu qui est affiché sur le site. Il doit s'assurer que le contenu est légal et ne viole pas les droits de tiers, tels que les droits d'auteur, de propriété intellectuelle ou de la personnalité. En cas de violation de ces droits, l'éditeur du site peut être poursuivi en justice et être tenu pour responsable.

L'éditeur est responsable de l'exactitude des informations publiées sur le site.

- L'hébergeur du site, quant à lui, est responsable de la disponibilité et de la sécurité du site. Il doit s'assurer que le site est accessible aux utilisateurs 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, et qu'il est protégé contre les attaques informatiques telles que les piratages ou les virus. En cas de défaillance de l'hébergement, l'hébergeur peut être tenu pour responsable.

En vertu de la loi pour la confiance dans l'économie numérique (LCEN), l'hébergeur bénéficie d'un régime de responsabilité allégée, à condition qu'il respecte certaines obligations légales, notamment :

• Identifier clairement l'éditeur du site

• Supprimer rapidement tout contenu manifestement illicite signalé par un tiers

• Conserver les données de connexion des utilisateurs pour une durée limitée en cas de demande des autorités judiciaires

L'éditeur et l'hébergeur d'un site internet exercent des responsabilités différentes en matière de droit et de réglementation. L'éditeur est responsable du contenu publié sur le site, tandis que l'hébergeur est responsable de la disponibilité et de la sécurité du site. En cas de violation des obligations légales, les deux parties peuvent être poursuivies en justice et tenues pour responsables.

## 2 .2 La satisfaction de la visibilité des services en ligne

La satisfaction de la visibilité des services en ligne est un enjeu important dans l'ère numérique actuelle. En effet, avec la croissance rapide de l'utilisation d'Internet, les services en ligne sont devenus de plus en plus courants et essentiels dans notre vie quotidienne. Pour assurer une bonne qualité de service, il est crucial que les informations fournies en ligne soient visibles et accessibles pour tous les utilisateurs.

### Convention d'écriture électronique

Dans le contexte de la Convention d'écriture électronique, la visibilité des services en ligne est d'autant plus importante. Cette convention établit des règles de base pour l'utilisation de l'écriture électronique, y compris la signature électronique et la conservation électronique des documents. La convention vise à faciliter les échanges commerciaux transfrontaliers en Europe en encourageant l'utilisation de l'écriture électronique.

Cependant, pour que la Convention d'écriture électronique soit efficace, il est essentiel que les services en ligne soient visibles et facilement accessibles. Les utilisateurs doivent être en mesure de trouver les informations dont ils ont besoin et de comprendre les modalités d'utilisation des services en ligne. Pour cela, les prestataires de services en ligne doivent prendre en compte les besoins des utilisateurs en matière de visibilité et d'accessibilité.

En résumé, la satisfaction de la visibilité des services en ligne est essentielle pour assurer une bonne qualité de service dans l'ère numérique actuelle. Dans le contexte de la Convention d'écriture électronique, la visibilité des services en ligne est particulièrement importante pour assurer l'efficacité de la convention et faciliter les échanges commerciaux transfrontaliers en Europe. Les prestataires de services en ligne doivent donc prendre en compte les besoins des utilisateurs en matière de visibilité et d'accessibilité pour assurer une expérience utilisateur satisfaisante.

# III. Contribuer à l'amélioration d'un site web qui utilise les données de l'organisation.

## 3.1 Besoins et utilisation des données de l'organisation

### **Cartographier les données de** l'organisation

Il est important pour toutes les entreprises de respecter le RGPD (Règlement général sur la protection des données), une réglementation européenne en matière de protection des données personnelles entrée en vigueur le 25 mai 2018 et qui s'applique à toutes les entreprises qui traitent des données personnelles de citoyens de l'Union européenne. L'article 30 du RGPD impose la tenue d'un registre des traitements de données personnelles, un document essentiel qui doit recenser et analyser de manière exhaustive tous les traitements de données personnelles effectués par l'entreprise. Les entreprises doivent nommer un délégué à la protection des données (DPO) si elles traitent des données personnelles à grande échelle ou si elles traitent des données sensibles. Toutefois, les entreprises de moins de 250 salariés peuvent bénéficier de dérogations dans des cas très particuliers de traitement de données. Le registre doit inclure les parties prenantes impliquées dans chaque traitement, les catégories de données personnelles traitées, leur finalité, les personnes qui y ont accès, les destinataires et la durée de conservation. Les entreprises doivent informer les personnes concernées de leurs droits en matière de protection des données, notamment le droit d'accès, le droit de rectification, le droit à l'effacement, le droit à la portabilité des données et le droit d'opposition. Les entreprises doivent également mettre en place des mesures de sécurité appropriées pour protéger les données personnelles contre toute perte, altération ou accès non autorisé. En plus d'être une obligation juridique, le registre est un outil de pilotage indispensable pour assurer la conformité de l'entreprise au RGPD. En effet, il permet de documenter et de disposer d'une vue d'ensemble de la manière dont les données personnelles sont traitées au sein de l'entreprise, et ainsi de mieux les protéger. Les entreprises doivent signaler toute violation de données personnelles à l'autorité de protection des données dans les 72 heures suivant la découverte de la violation, sauf si la violation n'est pas susceptible de présenter un risque élevé pour les droits et libertés des personnes concernées. Les entreprises peuvent également être soumises à des amendes pouvant aller jusqu'à 4% de leur chiffre d'affaires annuel mondial ou 20 millions d'euros, selon le montant le plus élevé. Les entreprises doivent donc être vigilantes quant à la tenue de leur registre des traitements de données personnelles et y apporter régulièrement des mises à jour. Le non-respect du RGPD peut avoir des conséquences graves pour les entreprises, notamment en termes de réputation, de confiance des clients et de sanctions financières.

### Définir une finalité pour les données de l'organisation

La finalité indique à quoi votre fichier va servir. Lorsque vous inscrivez un fichier dans le registre des activités de traitement, vous devez indiquer sa finalité : cette finalité devra être respectée tout au long de la construction et de l'utilisation de votre fichier. Il est impératif que la finalité de la création d'un fichier soit déterminée de manière légitime, explicite et claire. La personne en charge doit préciser l'objectif poursuivi par la mise en place du fichier et vérifier qu'il est compatible avec les missions de l'organisme. Les exemples de finalités incluent la gestion du recrutement, la gestion de la clientèle, la réalisation d'enquêtes de satisfaction, la protection des biens et des personnes, etc. Il est important de respecter la finalité définie pour l'utilisation du fichier. Les données personnelles figurant dans le fichier ne doivent pas être utilisées à des fins autres que celles qui ont été spécifiées. Par exemple, un fichier de recrutement ne peut pas être utilisé pour envoyer des offres commerciales aux candidats qui ont postulé un emploi dans l'entreprise. La finalité permet de déterminer les données personnelles qui sont pertinentes et nécessaires à l'objectif poursuivi par le fichier. Seules les données adéquates et strictement nécessaires pour atteindre la finalité du fichier peuvent être collectées. Par exemple, il n'est pas pertinent de demander le numéro de sécurité sociale (ou NIR) d'un client pour alimenter un fichier dont la finalité est la gestion des achats d'un magasin de meubles. La finalité permet également de fixer la durée de conservation des données personnelles du fichier. En fonction de l'objectif poursuivi, les données enregistrées dans le fichier peuvent être conservées plus ou moins longtemps. Par exemple, lorsque qu'un adhérent quitte une association, les données personnelles de l'adhérent doivent être supprimées du fichier de gestion des membres de l'association conformément à la finalité définie pour ce fichier. Il convient de noter que la finalité doit être précisée dès la collecte des données personnelles et que toute nouvelle finalité devra faire l'objet d'une information préalable auprès des personnes concernées et obtenir leur consentement si nécessaire. Il est également important de mentionner que la finalité est l'un des éléments clés du principe de minimisation des données, qui préconise de ne collecter que les données personnelles nécessaires à la réalisation de la finalité poursuivie. Enfin, il est à souligner que la finalité doit être compatible avec les droits fondamentaux des personnes concernées, notamment le respect de la vie privée et de la protection des données personnelles. En cas de conflit entre la finalité poursuivie et les droits fondamentaux, la finalité devra être revue et ajustée en conséquence.

### Vérifier la pertinence des données de l'organisation :

Les données du fichier doivent servir uniquement aux finalités définies lors de leur collecte. Il est important de ne collecter que les données nécessaires pour répondre à l'objectif défini. Exemples de données non pertinentes ou excessives par rapport à l'objectif : La collecte d'informations sur la situation professionnelle de l'entourage d'un candidat n'est pas pertinente dans un fichier de recrutement. Le numéro de carte d'identité n'est pas nécessaire pour la délivrance d'un extrait d'acte d'état civil. Le numéro de sécurité sociale n'est pas utile pour l'inscription à l'école ou aux activités périscolaires. Certaines données bénéficient d'une protection particulière. Les données "sensibles" sont des informations qui révèlent l'origine raciale ou ethnique présumée, les opinions politiques, les convictions religieuses ou philosophiques ou l'appartenance syndicale, ainsi que le traitement des données génétiques, des données biométriques dans le but d'identifier une personne physique de manière unique, des données concernant la santé ou des données relatives à la vie sexuelle ou à l'orientation sexuelle d'une personne physique. Le RGPD interdit de recueillir ou d'utiliser ces données, sauf dans certains cas : si la personne concernée a donné son consentement exprès (démarche active, explicite et de préférence écrite, qui doit être libre, spécifique et informée); si les informations sont rendues publiques par la personne concernée ; si elles sont nécessaires à la sauvegarde de la vie humaine ; si leur utilisation est justifiée par l'intérêt public et autorisée par la CNIL ; si elles concernent les membres ou adhérents d'une association ou d'une organisation politique, religieuse, philosophique, politique ou syndicale. La CNIL a sanctionné des sociétés qui avaient constitué et utilisé à des fins de prospection commerciale une base de données faisant apparaître les origines raciales ou ethniques des personnes. Les données relatives aux infractions, condamnations et mesures de sûreté ne sont pas considérées comme des données sensibles, mais sont très strictement encadrées par la loi. Seules les juridictions, certaines autorités publiques et les auxiliaires de justice (avocats, par exemple) peuvent les traiter, ainsi que la personne morale victime dans le cadre de la défense de ses intérêts. Le numéro de sécurité sociale (NIR) est attribué à chaque personne à sa naissance sur la base d'éléments d'état civil transmis par les mairies à l'INSEE. Dans la mesure où il est unique à chaque personne, particulièrement identifiant et significatif, son utilisation présente un risque de fichage de la population et de rapprochement de fichiers sans cesse plus importants. L'usage du NIR est donc strictement encadré par la loi. Son utilisation est essentiellement limitée à la sphère "santé-social-travail". L'utilisation du NIR doit systématiquement faire l'objet d'une autorisation préalable de la CNIL.

### Évaluer la sensibilité des données de l'organisation

Pour évaluer la sensibilité des données d'une organisation, il est important de prendre en compte plusieurs critères. Voici quelques éléments clés à considérer : Nature des données : Les données personnelles, telles que les noms, les adresses, les numéros de téléphone, les adresses e-mail, les numéros de sécurité sociale, etc. sont considérées comme des données sensibles. Les informations plus délicates comme les opinions politiques, les orientations sexuelles, la religion, la santé, les antécédents médicaux, les informations financières, les données biométriques, les informations relatives aux infractions et condamnations sont encore plus sensibles. Volume de données : Plus il y a de données, plus il y a de risques pour leur sécurité et leur protection. Ainsi, les organisations qui ont une grande quantité de données sensibles sont plus vulnérables aux attaques et aux violations de données. Utilisation des données : L'utilisation des données peut également avoir un impact sur leur sensibilité. Par exemple, les données qui sont utilisées pour la prise de décisions importantes comme l'embauche, l'octroi de crédits ou d'assurances, ou pour la surveillance des activités en ligne peuvent être plus sensibles que d'autres données. Stockage des données : Le lieu où les données sont stockées peut également avoir un impact sur leur sensibilité. Les données stockées dans un environnement en ligne sont plus vulnérables aux attaques informatiques que les données stockées dans un environnement physique. Les réglementations : Les réglementations en matière de protection des données peuvent également jouer un rôle important dans l'évaluation de la sensibilité des données. Les lois telles que le RGPD en Europe ou le CCPA en Californie imposent des obligations strictes aux organisations en matière de protection des données. En somme, pour évaluer la sensibilité des données d'une organisation, il est nécessaire de prendre en compte plusieurs facteurs et de mener une analyse approfondie des risques potentiels pour ces données. Cela permettra à l'organisation de mettre en place les mesures de sécurité appropriées pour protéger ces données et prévenir les violations de données. L'évaluation de la sensibilité des données dans une organisation peut se faire selon plusieurs critères tels que : Le caractère personnel des données : les données personnelles, telles que les noms, les adresses, les numéros de téléphone, les adresses email, les numéros de sécurité sociale, les dates de naissance, les informations médicales, les opinions politiques ou religieuses, sont généralement considérées comme sensibles. Le caractère confidentiel des données : les données qui sont couvertes par le secret professionnel, le secret commercial ou le secret de la défense nationale sont également considérées comme sensibles. Le contexte dans lequel les données sont utilisées : les données qui sont utilisées dans des domaines tels que la recherche médicale, la sécurité nationale, la justice, la finance, la banque ou l'assurance sont souvent considérées comme sensibles. La valeur des données : les données qui ont une valeur financière élevée, telles que les données de carte de crédit, les numéros de compte bancaire ou les données d'identité, sont également considérées comme sensibles. Une fois que les données sensibles ont été identifiées, il est important de mettre en place des mesures de sécurité appropriées pour les protéger contre les risques de perte, de vol ou de compromission. Cela peut inclure l'utilisation de chiffrement, la mise en place de politiques de sécurité des mots de passe, la limitation de l'accès aux données et l'utilisation de pare-feux et d'antivirus. En outre, il est important de sensibiliser les employés à la sécurité des données et de mettre en place des procédures pour signaler les violations de sécurité potentielles.

### Analyse d’impact sur la protection des données de l'organisation :

Lorsque le traitement de données personnelles risque de porter atteinte aux droits et libertés des personnes concernées, il est nécessaire de réaliser une Analyse d'Impact sur la Protection des Données (AIPD ou DPIA - Data Protection Impact Assessment). Pour savoir si votre traitement nécessite une AIPD, deux options s'offrent à vous : Le traitement envisagé est mentionné dans la liste des types d'opérations de traitement qui requièrent obligatoirement une AIPD, établie par la CNIL. Le traitement remplit au moins deux des neuf critères établis par les lignes directrices du Comité Européen de la Protection des Données (CEPD) : Évaluation/scoring, y compris le profilage. Décision automatique ayant un effet légal ou similaire. Surveillance systématique. Collecte de données sensibles ou hautement personnelles. Collecte de données personnelles à grande échelle. Croisement de données. Traitement de données de personnes vulnérables, telles que les patients, les personnes âgées, ou les enfants. Usage innovant d'une nouvelle technologie. Exclusion de l'exercice d'un droit ou du bénéfice d'un contrat. L’AIPD est un outil important pour la responsabilisation des organismes : elle les aide non seulement à construire des traitements de données respectueux de la vie privée, mais aussi à démontrer leur conformité au Règlement général sur la protection des données (RGPD). Elle est obligatoire pour les traitements susceptibles d’engendrer des risques élevés. L'AIPD se décompose en trois parties : Une description détaillée du traitement mis en œuvre, comprenant tant les aspects techniques qu’opérationnels L’évaluation, de nature plus juridique, de la nécessité et de la proportionnalité concernant les principes et droits fondamentaux (finalité, données et durées de conservation, information et droits des personnes, etc.) non négociables, qui sont fixés par la loi et doivent être respectés, quels que soient les risques ; L’étude, de nature plus technique, des risques sur la sécurité des données (confidentialité, intégrité et disponibilité) ainsi que leurs impacts potentiels sur la vie privée, qui permet de déterminer les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour protéger les données.

## 3.2 L'évolution du site web par rapport aux besoins

L'évolution d'un site web par rapport aux besoins d'une organisation est un processus continu qui peut prendre plusieurs formes. Dans cette section, nous allons explorer plus en détail les différentes étapes de ce processus et comment elles peuvent être mises en pratique pour améliorer l'efficacité du site web de l'organisation.

### Évaluation des besoins

Le processus d'évolution d'un site web commence par une évaluation des besoins de l'organisation et de ses utilisateurs. Cette évaluation peut prendre la forme d'une enquête auprès des utilisateurs, d'une analyse des données d'utilisation du site web, ou d'une consultation avec les parties prenantes de l'organisation. Cette évaluation permet d'identifier les problèmes potentiels, les lacunes dans les fonctionnalités et les domaines où des améliorations peuvent être apportées.

### Définition des objectifs

Une fois les besoins de l'organisation et de ses utilisateurs identifiés, il est important de définir des objectifs clairs pour l'évolution du site web. Ces objectifs doivent être alignés sur les besoins de l'organisation et doivent être mesurables pour permettre une évaluation de l'efficacité des modifications apportées au site web. Les objectifs peuvent inclure l'amélioration de l'expérience utilisateur, l'augmentation des ventes ou du trafic, ou l'amélioration de la visibilité de l'organisation en ligne.

### Mise à jour des fonctionnalités

La mise à jour des fonctionnalités est l'une des formes les plus courantes d'évolution d'un site web. Les organisations peuvent avoir besoin de nouvelles fonctionnalités pour répondre aux besoins de leurs utilisateurs et pour améliorer leur expérience utilisateur. Ces fonctionnalités peuvent inclure des options de filtrage avancées, des fonctionnalités de comparaison de produits, ou des processus de paiement simplifiés pour les achats en ligne. La mise à jour des fonctionnalités peut également inclure la correction de bogues et la mise en œuvre de correctifs de sécurité pour garantir que le site web est sûr et fiable.

### Refonte de la conception

La refonte de la conception est une autre façon d'évoluer un site web en réponse aux besoins de l'organisation et de ses utilisateurs. Les tendances en matière de conception évoluent rapidement et les sites web qui ont une apparence obsolète peuvent être perçus comme moins fiables ou moins attrayants pour les utilisateurs(html sans css par exemple). Les organisations peuvent choisir de refondre leur site web pour le mettre à jour avec des designs plus modernes et améliorer ainsi l'expérience utilisateur. Les designs modernes peuvent également inclure des éléments de conception tels que des images de haute qualité, des couleurs vives et une disposition facile à utiliser.

### Optimisation de l'expérience utilisateur

L'optimisation de l'expérience utilisateur est une partie importante de l'évolution d'un site web. Les organisations peuvent surveiller les comportements des utilisateurs sur leur site web pour identifier les problèmes potentiels et les zones d'amélioration. L'optimisation de l'expérience utilisateur peut inclure la simplification des processus de navigation, l'optimisation des temps de chargement, l'amélioration de la facilité d'utilisation et de l'accessibilité du site web. Ces améliorations peuvent aider à augmenter l'engagement des utilisateurs et à am éliorer la conversion des visiteurs en clients.

### Amélioration du référencement

L'amélioration du référencement est également une étape importante dans l'évolution d'un site web. Le référencement est crucial pour améliorer la visibilité d'un site web sur les moteurs de recherche et attirer ainsi plus de trafic. Les organisations peuvent améliorer leur référencement en mettant à jour les mots-clés, en ajoutant des descriptions de pages claires et précises, en optimisant les images pour les moteurs de recherche et en créant un contenu de qualité. Ces améliorations peuvent aider à augmenter le classement du site web dans les résultats de recherche et à amener plus de visiteurs sur le site web de l'organisation.

### Analyse des résultats

La dernière étape du processus d'évolution d'un site web est l'analyse des résultats. Après avoir mis en œuvre des modifications et des améliorations sur le site web, il est important de mesurer l'efficacité de ces changements. Les organisations peuvent suivre les résultats en utilisant des outils tels que Google Analytics pour surveiller le trafic du site web, le temps passé sur le site web, les taux de conversion et les autres métriques importantes. Les données collectées peuvent aider l'organisation à comprendre ce qui fonctionne bien et ce qui doit être amélioré pour continuer à améliorer l'efficacité de leur site web.

L'évolution d'un site web est un processus continu qui nécessite une évaluation régulière des besoins de l'organisation et de ses utilisateurs. En suivant les étapes décrites dans cette section, les organisations peuvent améliorer l'efficacité de leur site web en répondant aux besoins de leurs utilisateurs, en augmentant leur visibilité en ligne et en améliorant l'expérience utilisateur globale. En continuant à surveiller les résultats et à mettre en œuvre des améliorations, les organisations peuvent s'assurer que leur site web reste pertinent et efficace à long terme.

# CONCLUSION

En conclusion, l'image de l'organisation sur internet est un élément clé de sa visibilité et de sa communication avec le public. Pour la valoriser, il est important de respecter les obligations juridiques liées à la collecte, au traitement et à la conservation des données à caractère personnelles. Il est également crucial de gérer efficacement le référencement et la visibilité sur internet, en conformité avec la législation en vigueur et en tenant compte des attentes des utilisateurs. Enfin, contribuer à l'amélioration d'un site web en fonction des besoins de l'organisation permet de maximiser son impact et de renforcer sa présence en ligne. En somme, ces trois thèmes offrent des pistes de réflexion et des stratégies concrètes pour les organisations souhaitant optimiser leur image et leur visibilité sur internet, tout en respectant les règles juridiques et éthiques en vigueur.