

Loi 25 et votre site web : le guide technique

Ce que la Loi 25 change concrètement pour votre site web, expliqué sans jargon juridique. Le volet technique, ce que ça implique, et ce qui relève de votre conseiller juridique.



Mario

Expert senior · GXN

Plus de vingt ans

En implantation technologique

31 juillet 2026

Mis à jour

A dark-themed desk setup featuring a pen, a folder, a padlock, and a document with a flowchart. The flowchart on the document shows a central padlock icon connected to various icons representing different aspects of website security and compliance, such as a person, a document, a shield, a building, and a folder. To the left of the flowchart are four toggle switches, one of which is green. The entire scene is set against a dark background with a subtle grid pattern.

SÉCURITÉ ET CONFORMITÉ

Loi 25 et votre site web : le guide technique

TL;DR

La réponse en une minute

La Loi 25 touche votre site web concrètement à travers cinq éléments techniques. Le consentement avant la collecte de renseignements, le blocage réel des témoins tant que ce consentement n'est pas donné, un mécanisme fonctionnel pour les demandes d'accès et de retrait, la minimisation de ce qui est réellement collecté, et une politique de confidentialité qui reflète les pratiques véritables du site plutôt qu'un texte copié ailleurs. Ce guide couvre le volet technique. Les obligations précises qui s'appliquent à votre entreprise relèvent de votre conseiller juridique.

01 • GUIDE DE FOND

Le malentendu le plus fréquent

Beaucoup d'entreprises croient avoir réglé la question en ajoutant une bannière qui affiche un message sur les témoins. Le problème, c'est que la bannière et le comportement réel du site sont deux choses différentes. On peut afficher un message parfait et laisser les outils de mesure se déclencher exactement comme avant, avant même que le visiteur ait cliqué sur quoi que ce soit. C'est plus fréquent qu'on pense, et ça se vérifie en quelques minutes.

02 • GUIDE DE FOND

Ce qui se règle réellement sur votre site

Le consentement avant la collecte. Le visiteur doit pouvoir choisir avant que les outils de mesure ou de publicité ne commencent à recueillir de l'information.

- Le blocage effectif. Ce n'est pas seulement afficher un choix, c'est empêcher techniquement les scripts de se déclencher tant que le choix n'a pas été fait.

-
- Les catégories distinctes. Un visiteur devrait pouvoir accepter la mesure sans nécessairement accepter la publicité, par exemple, plutôt qu'un seul bouton tout ou rien.
-
- La traçabilité du consentement. Garder une trace de ce qui a été choisi, avec la date, au cas où on doive le démontrer plus tard.
-
- Le mécanisme de demande d'accès et de retrait. Une façon claire pour une personne de demander ce que vous détenez sur elle, ou de demander que ce soit retiré.
-
- La minimisation de la collecte. Ne pas demander plus d'information que ce qui est réellement nécessaire dans vos formulaires.
-
- La politique de confidentialité alignée sur la réalité. Le texte publié doit correspondre à ce que le site fait vraiment, pas à un modèle générique trouvé en ligne.

CARTE DE DÉCISION

Les quatre angles à garder ensemble

01

Le malentendu le plus fréquent

02

Ce qui se règle réellement sur votre site

03

Le test qui prend trois minutes

04

La mesure et le consentement peuvent coexister

GRILLE DE LECTURE DU GUIDE

Angle	Dimension à examiner	Usage dans la décision
01	Le malentendu le plus fréquent	Établir le contexte
02	Ce qui se règle réellement sur votre site	Identifier les dépendances
03	Le test qui prend trois minutes	Comparer les options
04	La mesure et le consentement peuvent coexister	Préparer la prochaine étape

03 · GUIDE DE FOND

Le test qui prend trois minutes

Voici un exercice simple que n'importe qui peut faire. Ouvrez votre site dans un navigateur, utilisez les outils d'inspection intégrés au navigateur, refusez tout dans votre bannière, puis regardez ce qui continue de se charger. Dans une proportion étonnamment élevée des sites que j'examine, quelque chose continue de se déclencher malgré le refus. C'est exactement l'écart que ce guide vous aide à comprendre et à corriger.

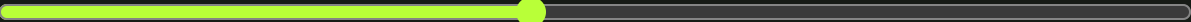
Situez votre décision

Sélectionnez les dimensions qui décrivent votre situation. Le résultat sert à organiser la prochaine conversation, pas à remplacer une analyse.

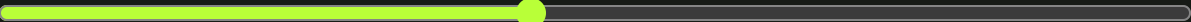
CE QUI VOUS CONCERNE MAINTENANT

- 01 **Le malentendu le plus fréquent**
- 02 **Ce qui se règle réellement sur votre site**
- 03 **Le test qui prend trois minutes**
- 04 **La mesure et le consentement peuvent coexister**

Urgence de la décision 5

A horizontal slider bar with a green segment on the left and a grey segment on the right. A green dot is positioned at the 50% mark.

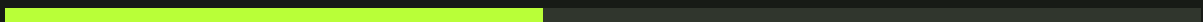
Niveau de contrôle actuel 5

A horizontal slider bar with a green segment on the left and a grey segment on the right. A green dot is positioned at the 50% mark.

ANALYSE RECOMMANDÉE

Plusieurs dimensions doivent être traitées ensemble

Évitez une décision isolée. Cartographiez les dépendances et convenez d'un ordre d'intervention.



45 / 100

La mesure et le consentement peuvent coexister

Une crainte fréquente. Si on demande vraiment le consentement, on va perdre toutes nos données de mesure et on ne saura plus rien sur nos visiteurs. Dans les faits, une configuration bien pensée conserve une capacité de décision largement suffisante. Les visiteurs qui acceptent sont mesurés normalement. Des techniques existent pour estimer raisonnablement le reste sans violer les choix exprimés. Vous perdez de la précision individuelle parfaite, vous gardez la capacité d'arbitrer vos décisions marketing.

05 · GUIDE DE FOND

Ce qui relève de votre conseiller, et ce qui relève de l'implantation technique

Votre conseiller juridique détermine quelles obligations précises s'appliquent à votre entreprise, comment interpréter les exigences dans votre contexte particulier, et quels risques sont acceptables pour vous. L'implantation technique s'occupe de rendre ces exigences réelles dans le fonctionnement de votre site, à travers le mécanisme de consentement, le blocage effectif des témoins, les formulaires de demande, et la configuration de vos outils de mesure.

-
- Une entreprise qui confie l'interprétation juridique à son fournisseur technique prend un risque inutile. Une entreprise qui a des exigences juridiques bien identifiées mais jamais exécutées techniquement prend un risque tout aussi réel.

Ce que je vois sur le terrain

Le scénario le plus courant. Une bannière a été installée rapidement, souvent par un fournisseur externe ou une extension automatique, sans que personne ne vérifie ensuite si elle fonctionnait vraiment. La direction croit le dossier réglé. Personne n'a testé.

Le test des trois minutes mentionné plus haut règle cette incertitude immédiatement. Soit tout fonctionne comme prévu, et tant mieux. Soit un écart apparaît, et on sait exactement quoi corriger.

Quand ce guide ne s'applique pas

Si votre site ne recueille aucun renseignement personnel, pas de formulaire, aucun outil de mesure, aucun outil publicitaire, les enjeux de ce guide s'appliquent beaucoup moins directement à vous. C'est rare en pratique, mais ça arrive pour des sites très simples et purement informatifs.

GXN offre l'implantation technique et le soutien opérationnel. L'interprétation juridique doit venir d'un conseiller juridique qualifié.

Questions fréquentes

01 **Notre bannière actuelle de témoins suffit elle.**

Ça se teste objectivement en quelques minutes, comme décrit plus haut. Le résultat surprend souvent, dans un sens comme dans l'autre.

02 **Google Analytics est il conforme à la Loi 25.**

03 **Que dois je faire si je reçois une demande d'accès d'un client.**

04 **Faut il refaire complètement notre politique de confidentialité.**

MÉTHODE ÉDITORIALE

Guide de fond écrit par Mario pour GXN à partir de situations réelles d'entreprise. Les recommandations restent indépendantes des marques et des fournisseurs.



À PROPOS DE L'AUTEUR

Mario

Expert senior directement accessible, avec plus de vingt ans d'expérience en implantation technologique.

[Voir le profil de Mario ↗](#)

PROCHAINE ÉTAPE

**Envoyez nous l'adresse de votre site.
Nous testerons ce qui se déclenche
réellement quand un visiteur refuse, et
vous saurez où vous en êtes.**

Pas d'appel obligatoire. Pas de séquence de vente.