

Prospection commerciale - Qu'autorise la réglementation en matière de données personnelles et quels sont les risques ?

Prospection commerciale = courrier, prospectus, catalogue, téléphone, mails, infolettre, etc.
-> Important : distinction entre B2B et B2C

DISTINCTION (FONDEMENTS JURIDIQUES DIFFERENTS)

Communication à des fins publicitaires (communication concernant des offres commerciales, des promotions, etc.)



Communication dite technique (sans élément commercial, exemple : rapport de service, délais de paiement, etc.)



- Fondements juridiques : Art. 34-5 CPCE ; Art. 6 RGPD ; Loi n°78-17 du 6 janvier 1978, dite "Informatique et Libertés"
- En principe : consentement du destinataire nécessaire
- Exceptions possibles



- Fondements juridiques : Art. 6 RGPD ; Loi n°78-17 du 6 janvier 1978, dite "Informatique et Libertés"
- Suffisant : intérêts légitimes du commerçant
- Principes généraux du RGPD s'appliquent

PRINCIPES DE LA PROSPECTION COMMERCIALE PAR VOIE ELECTRONIQUE (EMAIL, SMS, MMS)

Chaque communication doit IMPERATIVEMENT comporter l'identité de l'émetteur + la possibilité de s'opposer de manière simple à toute communication ultérieure (exemple : lien de désinscription)

PROSPECTION B2C

Principe : aucune prospection sans le consentement préalable du destinataire -> « Opt-in »

Exigences relatives au consentement : consentement exprès nécessaire (les cases pré-cochées ne suffisent pas ! la simple acceptation des conditions générales ne suffit pas !)

Exception : le destinataire est déjà client du démarcheur et la prospection concerne des produits et services analogues.

Important : le client doit être préalablement informé de l'utilisation de ses données + disposer d'un droit d'opposition simple et gratuit !

PROSPECTION B2B

Principe : information préalable et droit d'opposition (lors de la collecte de l'adresse e-mail) -> « Opt-out »

Exigence supplémentaire : l'objet de la sollicitation doit être en rapport avec la profession de la personne démarchée



PROBLEME : TRANSFERT DE DONNEES A DES TIERS

- Consentement préalable requis -> « opt in » ; le destinataire des données doit être identifiable (par une liste complète, par une liste régulièrement mise à jour, ou par un lien vers la liste et la politique de confidentialité du partenaire)
- Le client doit être informé en tout temps de la mise à jour de la liste

PROSPECTION COMMERCIALE PAR COURRIER POSTAL / TELEPHONE

- Principe : information préalable et droit d'opposition -> « opt out »
- Nécessaire : information de l'utilisation de l'adresse à des fins de prospection + droit d'opposition simple et gratuit

SANCTIONS EN CAS DE MANQUEMENTS

Manquement au CPCE ;

→ Jusqu'à 375.000 € d'amende pour une personne morale

Manquement au RGPD : jusqu'à 10 M € ou 2% du chiffre d'affaires mondial ;

→ Jusqu'à 20 M € ou 4% du chiffres d'affaires mondial pour les manquements les plus graves

