

2026 PROSPECTION COMMERCIALE ET RGPD

QUELLES SONT LES RÈGLES ?



Depuis mai 2018, le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) est en vigueur.

L'objectif principal est de **renforcer les droits des citoyens pour favoriser la confiance entre le consommateur et les marques**. C'est donc une réglementation clé pour votre activité.



Attention : les éléments ci-dessous concernent la prospection commerciale et ne concernent pas les autres types de communication comme celles relatives à l'exécution d'un contrat ou d'une obligation légale.

DONNÉES PERSONNELLES : LES FONDEMENTS



Les données personnelles sont **toutes les informations se rapportant à une personne physique** identifiée ou identifiable, **directement** (nom, prénom, etc.) ou **indirectement** (numéro client, identifiant, etc.).

Les opérations réalisées sur ces données personnelles, qu'il s'agisse de collecte, de conservation ou bien d'utilisation, sont appelées « traitements de données personnelles ». Elles doivent avoir un objectif – appelé « finalité » – qui doit être légal au regard de votre activité.

En matière de prospection commerciale, deux bases légales sont possibles :



LE CONSENTEMENT PRÉALABLE DE LA PERSONNE

« OPT-IN »

Manifestation de volonté, libre, spécifique, éclairée et univoque par laquelle la personne accepte que des données la concernant soient utilisées.

Les responsables de traitement qui collectent directement, ou pour qui sont collectées des données personnelles nécessitant un opt-in, doivent pouvoir démontrer à tout moment que la personne a bien consenti, dans des conditions valides. Cela passe notamment par une documentation des conditions de recueil du consentement.

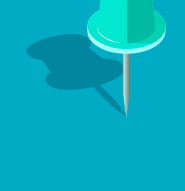


L'INTÉRÊT LÉGITIME DE L'ORGANISME

« OPT-OUT »

Traitement nécessaire à la poursuite d'un intérêt légitime de l'entreprise, sous réserve de respecter le droit d'opposition. Pour être valable, il doit reposer sur la licéité, être déterminé de façon claire et précise, et être réel et présent.

Il repose sur une information claire pour la personne associée, et sauf dans des cas où les traitements reposent sur des motifs légitimes ou impérieux, un droit d'opposition doit également être prévu.



Le RGPD (articles 47 et 49) précise que la prospection commerciale peut constituer un intérêt légitime.

QUEL DISPOSITIF POUR QUEL CANAL ?

La prospection commerciale **ne dépend pas uniquement du RGPD**. Le tableau ci-dessous synthétise le régime juridique applicable, qui doit s'apprécier au cas par cas.



Les règles applicables aux canaux électroniques relèvent de la directive ePrivacy et du Code des postes et des communications électroniques (article L.34-5). Elles s'appliquent quel que soit le support (email, SMS, messageries instantanées, etc.). Certaines plateformes (WhatsApp, Messenger, etc.) peuvent en outre imposer des conditions spécifiques dans leurs CGU.

CANAUX ÉLECTRONIQUES

Canal	BtoC Client	BtoC Prospect	BtoB Client et Prospect
Email	OPT-OUT Intérêt légitime si biens/services analogues	OPT-IN Consentement	OPT-OUT Intérêt légitime
SMS/ MMS	OPT-OUT Intérêt légitime si biens/services analogues	OPT-IN Consentement	OPT-OUT Intérêt légitime
RCS	OPT-OUT Intérêt légitime si biens/services analogues	OPT-IN Consentement	OPT-OUT Intérêt légitime
Messageries instantanées (WhatsApp, Messenger, Signal...)	OPT-OUT Intérêt légitime si biens/services analogues	OPT-IN Consentement	OPT-OUT Intérêt légitime
Notification push	OPT-IN Consentement	OPT-IN Consentement	OPT-IN Consentement
VMS (Messages vocaux)	OPT-IN Consentement	OPT-IN Consentement	OPT-OUT Intérêt légitime
Callbots	OPT-OUT Intérêt légitime si biens/services analogues	OPT-IN Consentement	OPT-OUT Intérêt légitime

AUTRES CANAUX

Canal	BtoC Client	BtoC Prospect	BtoB Client et Prospect
Courrier postal	OPT-OUT Intérêt légitime	OPT-OUT Intérêt légitime	OPT-OUT Intérêt légitime
Appels téléphoniques avec intervention humaine	OPT-OUT Pour le contrat en cours et les biens/services analogues	OPT-IN Consentement obligatoire à partir d'août 2026	OPT-OUT Intérêt légitime

Cas particuliers de certains secteurs :



• Médias, caritatif et instituts de sondage : non-concernés par l'opt-in démarchage téléphonique BtoC ;



• Adaptation du logement au vieillissement ou au handicap : interdiction de démarchage téléphonique et numérique pour le BtoC (hors contrats en cours) ;



• Économies d'énergie, production d'énergie renouvelables : interdiction de démarchage téléphonique pour le BtoC (hors contrats en cours).

MENTIONS D'INFORMATIONS OBLIGATOIRES

L'individu doit être informé au moment de la collecte des données et/ou de la 1^{ère} communication par l'annonceur.



Mentions complémentaires selon les cas :

- Collecte indirecte : source et catégories de données ☐
- Base légale = consentement : droit au retrait ☐
- Transferts internationaux : garanties associées ☐
- Profilage : existence, logique sous-jacente, conséquences pour la personne ☐

Dans tous les cas, informer la personne sur :

- Identité et coordonnées du responsable de traitement ☐
- Finalités du traitement ☐
- Base légale (consentement ou intérêt légitime) ☐
- Destinataires ou catégories de destinataires ☐
- Caractère obligatoire ou facultatif des réponses ☐
- Droits (accès, rectification, effacement, limitation, opposition) ☐
- Durée de conservation des données ☐
- Coordonnées du DPO ou du contact Données personnelles ☐
- Droit d'introduire une réclamation auprès d'une autorité de contrôle ☐

RÉFÉRENCES

- Règlement (UE) 2016/679 du 27/04/2016 (RGPD)
- Directive 2002/58/CE (ePrivacy)
- Loi Informatique et Libertés (78-17 du 06/01/1978)
- Code des postes et communications électroniques (CPCE)
- Site de la CNIL (cnil.fr)