

La prospection commerciale consiste à adresser à une personne physique un message destiné à promouvoir des biens, des services ou l'image d'une société (message publicitaire) et ce, quel que soit le « canal » de prospection utilisé (message publicitaire adressé par voie postale, téléphonique, email, SMS, etc.).

La prospection commerciale est régie par le droit de la consommation : elles dépendent de la directive e-Privacy, transposée en droit français à l'article L.34-5 du Code des Postes et des communications électroniques. Un futur règlement ePrivacy devrait réformer le cadre applicable.

En revanche, le traitement (collecte, conservation...) des fichiers de prospection commerciale est soumis au RGPD.

## A savoir

### Qu'est-ce qu'un spam ?

Le spam ou spamming constitue l'envoi massif et parfois répété, de courriers électroniques non sollicités, à des personnes avec lesquelles l'expéditeur n'a jamais eu de contact et dont il a capté l'adresse électronique de façon irrégulière dans les espaces publics d'internet, forums de discussion, liste de diffusion, annuaires, sites web, etc. Dès lors il est impératif de distinguer la **prospection commerciale, qui est licite et encadrée, du spam qui est quant à lui illicite.**

## I. La constitution du fichier de prospection

L'entreprise recourant à la prospection commerciale doit s'assurer que les données utilisées à des fins de prospection ont été collectées conformément à la réglementation en vigueur en matière de protection des données personnelles :

- **Le fichier est constitué directement par l'entreprise :** il faut inscrire le fichier dans le registre et [informer les personnes concernées](#) des mentions obligatoires et de leurs droits, notamment d'accès et d'opposition.
- **Le fichier a été loué et/ou acheté auprès d'un tiers :** il convient de s'assurer contractuellement que les données ont été collectées de manière régulière et [informer la personne concernée](#) sous un mois ou au plus tard au moment de la première communication.

La finalité est essentielle. En effet, il **n'est pas possible d'utiliser les données collectées pour une autre fin que celles pour lesquelles elles ont été collectées (données RH utilisées pour adresser des publicités...).**



La prospection électronique à partir d'adresses de courriers électroniques collectées dans les **espaces publics de l'internet** (site web, annuaire, forum discussion...) **est interdite !**

[La CNIL a publié un référentiel](#) pour aider les responsables de traitements et sous-traitant à gérer les données personnelles figurant dans un fichier de prospection (information des personnes concernées, durée de conservation, mesures de sécurité...)

## II. Consentement (opt-in) ou opposition (Opt-out) ?

Deux régimes distincts s'appliquent à la prospection commerciale en fonction du canal utilisé :

### OPT-IN

Le **consentement libre, spécifique, univoque et informé de la personne concernée** doit être recueilli préalablement à la collecte de ses données personnelles. Elle doit pouvoir retirer son consentement à tout moment.

### OPT-OUT

La **personne concernée peut recevoir de la prospection commerciale tant qu'elle ne s'y oppose pas. Elle doit pouvoir s'opposer à la prospection commerciale à tout moment et doit être informée de cette possibilité.**

## Consentement préalable requis (OPT-IN)

Prospection commerciale adressée par voie électronique (mail, fax, sms...) aux particuliers et aux non professionnels (B to C) (en principe)

Le consentement préalable doit être :

- **Univoque** : la CNIL recommande que le consentement soit recueilli par le biais d'une **case à cocher**. **Le fait de pré-cocher la case par défaut est contraire à la loi.**
- **Spécifique** : le consentement recueilli par la simple acceptation des **CGU / CGV n'est pas valable.**
- **Libre** : il n'est pas possible de **conditionner l'accès à un service ou l'achat d'un bien** à l'acceptation de recevoir des messages publicitaires par voie électronique.
- **Eclairé** : les formulaires d'inscription proposés par une entreprise qui comportent uniquement la mention « *oui, je souhaite recevoir la newsletter du groupe* » sans préciser à la personne à combien et à quelles newsletters elle s'inscrit ne sont pas conformes.

### Modèle d'opt-in

#### Mails ou SMS

Si vous voulez recevoir nos offres commerciales, merci de cocher cette case   
Si vous voulez recevoir des offres de nos partenaires [lister les partenaires ou renvoyer vers un lien contenant la liste], merci de cocher cette case

## OPT-OUT possible lorsque :

La prospection est adressée par voie électronique **personne à un particulier/non professionnel déjà client de l'entreprise ET elle concerne des produits ou services analogues à ceux déjà fournis par l'entreprise.**

OU

La prospection n'est pas de nature commerciale.

OU

La prospection commerciale est adressée par voie électronique aux professionnels (B to B).

**ATTENTION** : Le message publicitaire envoyé sur l'adresse électronique professionnelle d'une personne physique (nom.prénom@entreprise.fr) doit être en rapport avec sa profession.

OU

La prospection est adressée par voie postale ou téléphonique, quel que soit le destinataire.

**ATTENTION** : Il est **interdit de démarcher téléphoniquement** un consommateur inscrit sur une liste d'opposition téléphonique, sauf en cas de relations contractuelles préexistantes.

## III. Information & opposition

Outre l'obligation d'information applicable lors de la constitution du fichier, au moment de la prospection commerciale, chaque message publicitaire doit obligatoirement :

- **Préciser l'identité** de l'annonceur ;
- **Proposer un moyen simple et gratuit de s'opposer** à la réception de nouvelles sollicitations (lien de désinscription dans le mail, envoi d'un SMS « STOP »...).

## III. Durée de conservation

Les **données personnelles** utilisées à des fins de prospection commerciale peuvent être conservées pendant un délai de **trois ans**. Cela s'applique aux données personnelles :

- Des **clients**, à compter de la fin de la relation commerciale.
- Des **prospects non-clients**, à compter de leur collecte par le responsable de traitement ou du dernier contact émanant du prospect.

Au terme des trois ans, le responsable de traitement pourra demander à la personne concernée si elle souhaite continuer à recevoir des sollicitations commerciales. En l'absence de réponse positive et explicite, **les données devront être supprimées ou anonymisées.**

### A noter

#### Adresses génériques

Les adresses professionnelles génériques (info@nomsociete.fr, contact@nomsociete.fr...) sont des coordonnées de personnes morales et **ne sont pas soumises aux principes du consentement et du droit d'opposition.**

**Des mesures de sécurité doivent être prises pour protéger les données.** Exemple : une société faisant appel à un prestataire pour l'envoi de ses publicités doit s'assurer contractuellement que ce prestataire ne réutilisera pas les données pour son propre compte ou pour le compte d'autres clients.