matmut
PROTECTION JURIDIQUE

Actu juridique des particuliers

Le démarchage abusif



Le démarchage téléphonique

Depuis le 11 août 2026, le démarchage téléphonique à des fins de prospection commerciale est interdit pour les entreprises de tous les secteurs d'activité (à l'exception de la presse), sauf accord préalable du consommateur.

La logique est inversée. Auparavant, le consommateur devait s'inscrire sur la liste Bloctel pour s'opposer au démarchage téléphonique. En l'absence d'opposition, il pouvait être démarché par téléphone.

Le nouveau dispositif repose sur le recueil préalable du consentement du consommateur à être démarché par téléphone, rendant ainsi les appels non consentis interdits.

Le dispositif d'opposition Bloctel disparaît au bénéfice du système de l'accord exprès.

Si un contrat est conclu à la suite d'un démarchage téléphonique réalisé en violation des règles prévues par la loi sur le consentement, il est nul.

Deux exceptions au principe de l'accord exprès existent :

- l'appel concerne un contrat en cours et est en rapport avec l'objet de ce contrat (services complémentaires, amélioration du service, performance du produit...) ;
- l'appel concerne la vente de journaux ou de magazines.

Comment le professionnel doit-il recueillir l'accord du consommateur ?

Le consentement du consommateur doit être recueilli par une demande claire et compréhensible du professionnel précisant les éléments suivants :

- l'identité du professionnel et, le cas échéant, celle du tiers agissant pour son compte ;
- la nature des biens ou services concernés par la prospection ;
- la possibilité pour le consommateur de consentir ou de refuser à être appelé à des fins commerciales par le professionnel (système de case à cocher possible, pré-cochage interdit) ;
- la durée pendant laquelle le consommateur consent à être démarché, qui ne peut excéder un an à compter de la date de recueil du consentement, sans reconduction tacite possible (un nouveau consentement devra donc être recueilli au terme de cette durée) ;
- la possibilité pour le consommateur de retirer son consentement à tout moment et les modalités de ce retrait ;
- la possibilité de demander la preuve de son consentement recueilli sur support durable. Le professionnel doit conserver cette preuve pendant 3 ans.

Le consentement du consommateur doit être libre, éclairé, donné par un acte positif clair et révocable.

L'accord du consommateur n'est pas recueilli si :

- toutes les informations mentionnées ci-dessus ne lui ont pas été données ou ne figurent pas sur le support de recueil de son consentement ;
- l'appel intervient en dehors de la période pour laquelle le consommateur a donné son consentement ou en dehors des plages autorisées, sauf accord exprès du consommateur pour une heure et une plage précise. Les appels sont autorisés du lundi au vendredi de 10 h à 13 h et de 14 h à 20 h, interdits les samedi, dimanche et jours fériés ;
- le consentement ne résulte pas d'un acte positif clair du consommateur. Par exemple : la mention prérédigée sur le document sans qu'aucun accord exprès du consommateur ne soit nécessaire, ou le simple fait de poursuivre sa navigation sur le site internet ne constituent pas un acte positif.

Que peut faire le consommateur en cas d'appel non sollicité ?

- Signaler cet appel sur la plateforme SignalConso.
- Demander la suppression de ses données auprès du professionnel.

Quelles sont les sanctions encourues par les professionnels qui ne respectent pas la réglementation ?

- Une sanction pécuniaire par appel : jusqu'à 75 000 € pour les personnes physiques et jusqu'à 375 000 € pour les personnes morales.
- La publication systématique de la sanction sur le site de la DGCCRF, aux frais du professionnel.

En présence d'un abus de faiblesse ou d'ignorance, les sanctions prévues pour le professionnel sont plus lourdes, pouvant aller jusqu'à 5 ans d'emprisonnement et 500 000 € d'amende ou 10 % du chiffre d'affaires annuel moyen pour une personne morale.

Le démarchage téléphonique dans certains secteurs demeure strictement interdit, même avec l'accord du consommateur :

- la rénovation énergétique ;
- l'adaptation des logements au handicap ou au vieillissement ;
- auprès des titulaires d'un Compte professionnel de formation (CPF).



Les spams

Le spam SMS est une prospection directe via un SMS non désiré utilisant les coordonnées du consommateur sans que ce dernier ait donné son accord au préalable.

Ce message peut viser à tromper le consommateur pour lui soutirer de l'argent en lui demandant de rappeler un numéro payant. Il peut également s'agir de simples offres commerciales et l'entreprise propose au consommateur d'envoyer « STOP » pour cesser l'envoi de SMS.

Le spam SMS peut être signalé par SMS au 33700 (plateforme officielle de lutte contre les spams vocaux et les spams par SMS). Le 33700 demande de renvoyer par SMS le numéro de téléphone correspondant au message indésirable. Il est également possible de le signaler en ligne sur le site du 33700.

Le spam vocal ou ping call est un appel qui raccroche dès que le consommateur répond ou qui apparaît en absence. Le but est d'inciter ce dernier à rappeler un numéro surtaxé et d'encaisser ainsi les frais liés à la communication téléphonique.

Le spam vocal peut être signalé par l'envoi d'un SMS au 33700 en écrivant « spam vocal » suivi du numéro qui a appelé. Le signalement en ligne sur le site du 33700 est également possible.



Les SMS ou MMS publicitaires

Les offres commerciales par SMS ou MMS sont autorisées si le consommateur y a consenti préalablement.

Deux exceptions au principe de l'accord préalable du consommateur existent :

- le consommateur est déjà client de l'entreprise et la prospection concerne des produits ou des services analogues fournis par cette même entreprise ;
- la prospection n'est pas de nature commerciale (caritative par exemple).

Le consommateur qui souhaite s'opposer à ces SMS ou MMS doit envoyer le mot « STOP » par SMS au numéro expéditeur du message. Ce dernier doit en retour confirmer qu'il a pris en compte la demande et supprimer les coordonnées du consommateur de ses fichiers.

Un SMS ou MMS abusif ou frauduleux peut être signalé par SMS au 33700 ou en ligne sur le site dédié 33700.fr.

Les courriels publicitaires

Ils sont autorisés si le consommateur a donné son accord explicite, par exemple en cochant une case autorisant le professionnel à lui envoyer certains types de mails (pré-cochage interdit).

Les exceptions sont identiques à celles mentionnées pour les SMS ou MMS publicitaires.

Le consommateur doit obligatoirement pouvoir se désabonner gratuitement et facilement, avec un lien de désinscription par exemple.

Les courriels frauduleux peuvent être signalés sur la plateforme signal-spam.fr (plateforme nationale de lutte contre le spam en lien avec la CNIL).

Le démarchage par automate d'appels

Le démarchage publicitaire par automate d'appels (ou messages téléphoniques pré-enregistrés) est légal **mais le consommateur doit au préalable avoir donné de façon explicite son accord pour recevoir ce type d'appel.**

Les exceptions sont identiques à celles mentionnées pour les SMS ou MMS publicitaires.

À noter : tous les signalements évoqués sont gratuits et permettent aux opérateurs de téléphonie, aux services d'enquêtes et aux autorités judiciaires d'être plus efficaces dans la lutte contre les spams et les SMS, MMS et mails frauduleux.



Les informations contenues dans ce document ne sont pas exhaustives. Elles ne peuvent se substituer aux textes juridiques applicables et sont susceptibles d'être modifiées en fonction de leur évolution.

Matmut Protection Juridique, SA au capital de 7 500 000 € entièrement libéré, N° 423 499 391 RCS Rouen. Entreprise régie par le Code des assurances, 66, rue de Sotteville 76100 Rouen.
Crédits photos : © Vergani_Fotografia - GettyImages ; © Storyset.