

# Stop au harcèlement

**Le consommateur qui ne souhaite pas recevoir de publicité doit être écouté. Les listes « Robinson » et « Ne m'appellez plus » sont un premier pas mais restent totalement insuffisantes.**

Pour faire face aux démarchages téléphoniques et par e-mail intempestifs, les listes « Ne m'appellez plus » et « Robinson » furent mise en place. Elles sont gérées par l'Association belge de marketing direct (ABMD). Le consommateur peut s'y inscrire, exprimant ainsi de manière claire son refus de recevoir des appels téléphoniques ou des mails de nature commerciale d'aucune entreprise (belge ou étrangère).

Malheureusement, trop peu de consommateurs connaissent l'existence de ces listes. En outre, l'inscription n'est valable que pendant deux ans. En ce qui concerne la liste Robinson, la protection du consommateur est encore moins efficace puisque l'entreprise dont le consommateur est client peut encore continuer à lui envoyer des mails publicitaires même s'il s'est inscrit sur la liste. De même, les sociétés étrangères ainsi que celles qui ne sont pas affiliées à l'ABMD peuvent continuer à contacter le consommateur inscrit sur cette liste. Le consommateur doit s'adresser directement à ces entreprises pour ne plus être contacté à des fins commerciales.



**Xavier, de la société BONVIN, me téléphone pour me proposer d'acheter du vin. Si je dis oui, cet accord m'engage-t-il définitivement ?**

**Réponse : Oui, votre consentement peut être verbal !** Mais préalablement à la conclusion de tout contrat de vente à distance (par exemple par téléphone ou sms), vous devez être informé, de manière claire et compréhensible, des éléments les plus importants du contrat, c'est-à-dire : l'identité de l'entreprise ; l'objet de l'appel ; les principales caractéristiques des biens ou des services ; le prix total ; la durée du contrat ; les conditions de résiliation, en cas de contrat à durée indéterminée. Pour les autres informations précontractuelles (adresse de l'entreprise, modalités de paiement, de livraison et d'exécution, existence d'une garantie légale...) l'entreprise devra vous renvoyer vers une autre source d'information, par exemple en fournissant un numéro de téléphone gratuit ou un lien vers une page internet de l'entreprise, où les informations utiles sont facilement accessibles.

Au plus tard au moment de la livraison du bien ou avant le début de l'exécution du service, l'entreprise devra vous envoyer une confirmation écrite du contrat conclu. Il est pourtant fréquent que ce ne soit pas le cas ! Enfin, c'est à l'entreprise de prouver que vous avez marqué votre accord de conclure le contrat. C'est d'ailleurs pour cette raison qu'on vous informe généralement au début de la conversation que les communications téléphoniques sont enregistrées.

**Comme pour tout type de vente à distance, vous bénéficiez d'un droit de rétractation de 14 jours à compter du lendemain de la conclusion du contrat.**

## Le démarchage par téléphone :

A l'heure actuelle, c'est le consommateur qui doit s'opposer de manière expresse à l'utilisation de son numéro de téléphone à des fins de marketing direct. C'est ce qu'on appelle la technique de l'**opt-out**.

## Le démarchage par e-mail :

A l'heure actuelle, pour pouvoir envoyer des mails publicitaires au consommateur, l'entreprise doit au préalable obtenir son consentement. C'est la technique de l'**opt-in**. Cependant, ce consentement n'est pas requis lorsque le consommateur est un client de l'entreprise et que la publicité porte sur des produits ou services analogues à ceux que l'entreprise a initialement vendus au consommateur. Dans ce cas, l'entreprise doit seulement fournir au consommateur la faculté de s'opposer à l'envoi de telles publicités par e-mail, au moment où ses données électroniques sont recueillies.

Bien qu'inscrits sur la liste Robinson, les consommateurs se plaignent de continuer à recevoir de la publicité par e-mail de la part des entreprises dont ils sont les clients. Ils ne comprennent pas la nécessité de devoir à nouveau notifier leur opposition auprès de

# ent !

ces entreprises directement alors qu'ils se sont déjà inscrits sur la liste Robinson !

## « Et pourtant je n'ai jamais communiqué mon numéro de téléphone ! »

En signant un contrat de téléphonie mobile, sans en avoir réellement conscience, vous acceptez de figurer dans plusieurs annuaires téléphoniques accessibles via internet. En effet, les opérateurs téléphoniques vendent leur fichier client à des éditeurs d'annuaires. Par exemple, chez Mobistar, vous acceptez expressément cette inscription au moment de la signature du contrat. Pour ce faire, une case est en effet discrètement précochée par le vendeur qui a visiblement comme instruction de ne pas s'étendre sur ces options précochées et leurs conséquences.

Une fois que vous vous trouvez dans l'annuaire, Infobel<sup>(1)</sup> par exemple, il est évidemment encore possible d'en demander le retrait. Mais, Infobel réactualisant très régulièrement ses données reçues des différents opérateurs (voir la liste ci-dessous), vous êtes obligé de faire la même demande au moins une fois par mois pour ne pas vous y retrouver à nouveau à la prochaine réactualisation !

Pour éviter cela, il est encore possible de demander directement à Mobistar de ne plus figurer dans les annuaires... en théorie en tous cas ! Encore faut-il que l'opérateur ne fasse pas preuve de "mauvaise volonté" (renvoi à chaque annuaire, demande jamais concrétisée si elle est faite par téléphone, etc.). Mobistar, vu la valeur de ses fichiers, ne semble pas pressé de vous permettre de ne plus y figurer. ■

**Caroline Sauveur,**  
juriste au CRIOC

1 Infobel est un éditeur d'annuaires téléphoniques officiellement enregistré auprès de l'IBPT (organe régulateur).

Infobel est donc légalement autorisé à publier des données personnelles. Infobel reçoit régulièrement (soit journalièrement, soit hebdomadairement, soit mensuellement) les données à publier des différents opérateurs téléphoniques : Belgacom, Base, BT, Colt Telecom nv, MCI, Mobistar, Proximus, Scarlet, Telenet Versatel/Tele2, Numéricable, Tecteo, Brutele, Voo.

Si vous souhaitez modifier ou supprimer la publication de vos données, il vous suffit d'en faire la demande auprès de votre opérateur téléphonique. Si toutefois vous désirez retirer vos données du site Infobel, nous vous invitons à continuer en cliquant sur le lien ci-dessous.

## Recommandations de la plate-forme Journée sans crédit

### **Interdire les démarchages intempestifs que ce soit par téléphone ou par e-mail sauf consentement préalable et express du consommateur**

Afin d'accroître davantage la protection du consommateur dans le cadre du démarchage par mail ou par téléphone, nous recommandons d'instaurer un opt-in dans chaque cas, c'est-à-dire avoir le consentement préalable et express du consommateur à recevoir des mails ou appels publicitaires, même lorsque le consommateur est client de l'entreprise.

C'est déjà le système qui est appliqué dans d'autres pays européens (Italie, Allemagne, Autriche, Portugal, Espagne et en Lettonie) et qui est également préconisé par la Commission de la vie privée<sup>(1)</sup>.

L'opt-in implique donc une interdiction de principe d'envoyer des publicités non sollicitées par mail ou d'appeler le consommateur sans avoir obtenu son consentement express et préalable. Cette option est plus simple et plus claire pour les consommateurs. Si le consommateur ne donne pas son accord, il ne peut pas recevoir d'appels ni de mails intempestifs.



### **A défaut d'interdiction, il faut à tout le moins améliorer le fonctionnement des listes "Ne m'appellez plus" et "Robinson"**

Afin d'améliorer le fonctionnement des listes "Ne m'appellez plus" et "Robinson", il est nécessaire de créer un seul guichet et une seule liste centralisée, d'informer davantage les consommateurs sur les différentes possibilités de s'inscrire et d'instaurer une adresse e-mail et postale ainsi qu'un numéro de téléphone unique et gratuit pour simplifier davantage la procédure d'inscription.

Par ailleurs, la liste devrait être gérée par un opérateur indépendant et non plus par l'ABMD et l'inscription devrait être permanente (et non plus pour deux ans seulement) tout en laissant la possibilité au consommateur de se désinscrire à tout moment et sans frais. La liste devrait s'appliquer à toutes les entreprises (belges ou étrangères) affiliées ou non à l'ABMD que le consommateur soit client ou pas. Et le SPF Economie devrait être chargé de veiller à un contrôle effectif du respect de ces dispositions.

1 La Commission de la vie privée (recommandation n°02/2013 du 30 janvier 2013 p.10 point 25) recommande l'opt-in pour le marketing direct via courrier électronique, fax, systèmes d'appels automatiques ou télé-marketing.