

Entreprises, quelles sont vos obligations en matière de courriel commercial ?

Par **Bercy Infos** < <https://economie.gouv.fr/entreprises/bercy-infos-qui-sommes-nous> >, le 15/03/2023 - **Vente et commerce** LECTURE : 3 MINUTES

Vous envoyez des courriers électroniques commerciaux à vos clients ou prospects ? Êtes-vous sûr d'avoir obtenu leur consentement ? Voici toutes les bonnes pratiques pour bien respecter la réglementation concernant ce type de prospection.

La règle d'or : le consentement

La prospection commerciale par courrier électronique (emailing de prospection, lettre d'information, publicité...) est devenue courante pour les professionnels. Rien n'empêche cette pratique, qui constitue **un moyen efficace de fidélisation des clients et de prospection**, tant que certaines règles sont respectées. À commencer par le consentement préalable des personnes qui en sont destinataires.

La personne démarchée doit en effet avoir **donné son accord explicite** pour recevoir par mail vos communications.

Pour ce faire, le destinataire peut, par exemple, cocher lui-même une case (**cette case ne peut pas être pré-cochée**) selon laquelle il vous autorise à lui envoyer un certain type de mails. C'est ce que recommande **la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil)** < <http://www.cnil.fr/fr/la-prospection-commerciale-par-courrier-electronique> > .

Vous êtes par ailleurs tenu, à chaque communication par voie électronique, de **préciser votre identité**.

À savoir

L'acceptation par l'internaute de vos conditions générales de vente **ne vaut pas pour acceptation concernant l'envoi de courriels commerciaux**.

Exceptions à la règle

Dans certains cas, vous n'êtes pas obligé de recueillir le consentement de la personne que vous allez démarcher :

- ▶ la personne prospectée est **déjà cliente** de l'entreprise (un achat a été précédemment réalisé) et la prospection concerne des **produits ou services similaires proposés par la même entreprise**
- ▶ le courriel commercial est adressé à un prospect qui est un professionnel dont **l'adresse est de type générique** : « contact@... » ou « info@... », etc., ou l'objet du courriel est en lien avec sa profession
- ▶ la prospection n'est **pas de nature commerciale** (caritative, par exemple)

À savoir

Si un consentement clair n'est pas nécessaire dans certains cas, la personne doit tout de même, au moment de la collecte de son adresse de messagerie :

- ▶ **être informée** que son adresse électronique sera utilisée à des fins de prospection
- ▶ **être en mesure de s'opposer** à cette utilisation de manière simple et gratuite

Les règles en matière de recueil des adresses

Vous avez recueilli des adresses par vos propres moyens

Si les adresses de votre fichier pour l'envoi de vos communications par courriel ont été recueillies par vos propres moyens (à l'aide d'un formulaire sur votre site web, par exemple), il est impératif d'avoir **clairement informé l'internaute que son adresse électronique allait être utilisée à des fins de prospection**, et de lui demander son accord.

Vous avez recueilli des adresses via l'achat de fichiers

Si vous achetez ou louez des fichiers via un prestataire, vous devez vous assurer contractuellement que les adresses mails ont été collectées **dans le respect de la loi**.

Le respect des données personnelles

La collecte et/ou le traitement de données personnelles implique le respect du **règlement général sur la protection des données (RGPD)**.

En effet, tout utilisateur préserve :

- ▶ un droit d'accès à ses données personnelles
- ▶ un droit de portabilité (de récupération des données)
- ▶ un droit d'effacement des données le concernant
- ▶ un droit de rectification

En savoir plus sur le règlement général sur la protection des données (RGPD)

À savoir

Pour vous aider à intégrer les obligations RGPD dans votre activité, la Cnil propose un ensemble de ressources. **Rendez-vous sur son site pour les consulter < <https://www.cnil.fr/fr/tpe-pme>>**.

Proposer un moyen simple de s'opposer

Tous les courriels que vous envoyez doivent obligatoirement permettre aux prospects de **se désabonner gratuitement et facilement** et de **s'opposer à de nouvelles sollicitations**.

Vous pouvez, par exemple, ajouter **un lien de désinscription** à la fin de votre message.

Ces contenus peuvent aussi vous intéresser

Mentions sur votre site internet : les obligations à respecter

Utilisation de données personnelles : vos obligations d'information vis-à-vis de l'internaute

En savoir plus sur la prospection commerciale par courriel

Sur le site de la Cnil < <https://www.cnil.fr/fr/la-prospection-commerciale-par-courrier-electronique>>

Ce que dit la loi

Le Code des postes et des communications électroniques < <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006070987>>

Le Code de la consommation < <https://www.legifrance.gouv.fr/codes/id/LEGITEXT000006069565>>

Thématiques : [Vente et commerce](#)

Ce sujet vous intéresse ? Chaque jeudi avec la lettre Bercy infos Entreprises, recevez les toutes les dernières actus fiscales, comptables RH et financières... utiles à la gestion de votre activité.

Partager la page   