

Guidelines relatives au marketing direct par téléphone

En tant qu'entreprise, vous êtes amené à faire de la publicité par voie directe ou via un sous-traitant : celle-ci est soit générale, soit ciblée sur des personnes précises. Vous entretenez ainsi une relation commerciale avec vos clients et cherchez à en convaincre de nouveaux.

Afin que votre objectif marketing puisse être atteint sans que cela dérange le consommateur individuel, des règles légales existent et doivent être respectées. Nous allons vous les rappeler ci-dessous et même vous donner des conseils pratiques en supplément, car il vaut mieux éviter les ennuis avant qu'ils ne surviennent !

1. Quand suis-je soumis aux règles encadrant le marketing direct par téléphone ? 2
2. Qui bénéficie de la protection prévue par la loi en matière de marketing direct par téléphone ? 2
3. Que dois-je faire si je veux téléphoner ou faire téléphoner à certains abonnés pour leur proposer un produit/service ou pour leur communiquer une action promotionnelle ? 2
4. Que me conseillez-vous de faire ? 4
5. Comment le contrôle va-t-il s'effectuer ? 4
6. Quelles sont les sanctions possibles ? 4

1. Quand suis-je soumis aux règles encadrant le marketing direct par téléphone ?

Le marketing direct est un concept large. Il ne s'agit pas uniquement des actions commerciales d'entreprises vers leurs clients, mais également de prises de contacts avec des prospects, donc des clients potentiels.

Des prises de contacts par des organisations, en vue de collecter des fonds pour de bonnes œuvres ou recruter des membres, par exemple, sont également considérées comme marketing direct.

Toutes les prises de contacts ne sont toutefois pas considérées comme des actions de marketing direct.

Par exemple :

- une entreprise qui contacte un client pour confirmer un rendez-vous ;
- une entreprise qui informe un client d'un problème qui pourrait se produire avec un produit qu'il a acheté.



Le marketing direct est plus large que ce qu'on entend par « publicité ». Les messages non commerciaux font aussi partie de ce concept.

2

2. Qui bénéficie de la protection prévue par la loi en matière de marketing direct par téléphone ?

Tout abonné belge au téléphone en bénéficie qu'il soit consommateur, entreprise, association sans but lucratif, etc.

3. Que dois-je faire si je veux téléphoner ou faire téléphoner à certains abonnés pour leur proposer un produit/service ou pour leur communiquer une action promotionnelle ?

En vertu des articles VI.111 à 115 du [Code de droit économique](#) :

1. **vous devez d'abord** consulter la liste¹ gérée par l'association « Do Not call Me » agréée pour tenir à jour une liste des numéros de téléphone des abonnés **qui ont explicitement indiqué à leur opérateur téléphonique ou à cette association qu'ils ne voulaient pas être sollicités** pour des raisons de marketing direct par téléphone.

¹ <https://www.ne-m-appellez-plus.be>

« Créer les conditions d'un fonctionnement compétitif, durable et équilibré du marché des biens et services en Belgique. »

Tous les opérateurs téléphoniques collaborent avec cette association.

Les numéros de téléphone que vous désirez appeler ne doivent pas être repris dans cette liste.

C'est ce que l'on appelle un droit **d'opposition générale** exprimé par l'abonné : il ne veut aucun appel téléphonique de qui que ce soit pour lui proposer des produits ou des services ou pour toute autre action promotionnelle par téléphone.

Vous devez **ensuite** vérifier dans vos propres listes de clients ce qui suit :

1. les personnes qui ne figurent pas dans la liste « Ne m'appellez plus » et que vous contactez vous ont peut-être fait savoir **qu'elles ne désiraient pas** ce type de contact par téléphone ;
2. les personnes reprises sur la liste « [Ne m'appellez plus](#) » vous ont peut-être fait savoir, après leur inscription sur la liste « Ne m'appellez plus » **qu'elles acceptent ce type de contact par téléphone**. C'est le **consentement spécifique** exprimé par le consommateur.



Attention, il est primordial de prêter attention à la **date** à laquelle le client a donné son consentement spécifique pour être contacté par téléphone par votre entreprise. Si cette date est postérieure à l'opposition générale exprimée dans la liste « Ne m'appellez plus » alors vous **pouvez** le contacter. Dans le cas contraire, vous ne pouvez pas contacter le client au risque d'être sanctionné.

3

Exemple concret

M. X, consommateur, ne veut pas être appelé par téléphone pour de la publicité ou des ventes de biens et services quelle que soit la firme en question ; il s'enregistre le 03.03.2016 dans le registre « Ne m'appellez plus ».

Le 02.11.2016, il surfe sur le site de l'entreprise Y et s'inscrit pour recevoir des offres publicitaires et autres promotions de la part d'Y.

Résultat : si l'entreprise Y veut lancer une action de promotion à partir du 01.12.2016, elle peut le faire **pour autant que M. X n'ait pas fait savoir à Y depuis le 02.11.16 qu'il avait changé d'avis**.

Y peut donc agir puisque le consentement spécifique a eu lieu après le droit d'opposition général.



Conseil : Pensez à clairement indiquer à votre (futur) client **qu'il a le droit d'accepter ou de refuser** de recevoir des actions publicitaires de votre part, et ce, durant toute la durée de son lien commercial avec vous.

4. Que me conseillez-vous de faire ?

Ménagez-vous un système permettant :

- d'offrir à vos clients la possibilité permanente, simple et gratuite d'accepter ou de refuser de recevoir de la publicité de votre part. Par exemple, lorsqu'un client se crée un compte, demande de l'information, après l'exécution d'une commande, dans le cadre d'une enquête de satisfaction, d'un concours, etc. ;
- de collecter tous les consentements et les oppositions de vos clients à des actions de marketing ;
- étant donné que vous devez pouvoir prouver que vous avez bien consulté les listes obligatoires et respecté l'avis du consommateur, ménagez-vous des preuves écrites et datées ;
- **avant** chaque action marketing, vérifier le contenu de la liste « [Ne m'appellez plus](#) » et écartier les noms qui seraient repris à la fois sur cette liste et dans vos listes potentielles de cibles ;
- de croiser vos cibles potentielles avec vos propres listes.



Conseil : Faites en sorte que toutes ces listes soient disponibles facilement pour les personnes chargées des actions marketing, **toujours tenues à jour et datées.**

4

5. Comment le contrôle va-t-il s'effectuer ?

Les contrôles du respect des dispositions du livre VI du Code de droit économique seront effectués par les agents de la Direction générale de l'Inspection économique, sur plainte ou d'initiative.

Vous devez pouvoir prouver que vous avez consulté et recoupé les listes citées plus haut. Si le plaignant figure sur la liste d'opposition générale à la publicité (<https://www.ne-m-appellez-plus.be>) et qu'il n'a pas **ensuite** exprimé le désir d'être contacté par vos soins, mais que vous l'avez quand même contacté, vous risquez une sanction.

6. Quelles sont les sanctions possibles ?

Le livre XV du Code de droit économique prévoit une sanction de niveau 2 en cas d'infraction, c'est-à-dire une amende pénale de 26 à 10.000 euros (montants à multiplier par 8 en raison des décimes additionnels).

A la suite d'une constatation d'infraction, l'Inspection économique en avise le procureur du Roi ou recourt éventuellement à une transaction (proposition d'une somme dont le paiement volontaire par l'auteur de l'infraction éteint l'action publique). Dans certains cas, l'Inspection économique adresse au préalable un avertissement mettant en demeure de mettre fin à l'infraction.