LE COIN DE LA CHOUETTE

STÉPHANE CHOISEZ

DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE ; TOUT A CHANGÉ



Le Décret du 23 juillet 2026 (n°2026-663) relatif aux « modalités de recueil, de conservation et de retrait du consentement du consommateur à des fins de prospection commerciale par voie téléphonique » va totalement bouleverser la pratique du démarchage téléphonique pour les intermédiaires bancaires et financiers.

Etat des lieux de ce qu'il faut savoir pour être en conformité au 11 aout 2026.

Cette réglementation s'applique depuis le 11 août 2026, modifiant au passage le Code de la Consommation.

Il n'a y aura pas de délai supplémentaire de mise en conformité (on peut imaginer une tolérance relative pendant quelques semaines, mais il ne faut pas parier là-dessus).

À compter du 11 août 2026, tout pointe vers un durcissement très net du démarchage : le démarchage téléphonique bascule vers un régime centré sur le consentement préalable du consommateur, avec preuve, archivage et retrait à tout moment.

À compter du 11 août 2026, tout pointe vers un durcissement très net du démarchage : le démarchage téléphonique bascL'Etat a longtemps cru à l'auto-régulation des différents secteurs utilisant le démarchage téléphonique comme outil de prospection.

L'idée était que, puisque le consommateur prenait la peine de s'inscrire à Bloctel, les acteurs, vertueux, respecteraient cette interdiction de démarchage et auraient à cœur de ne pas abuser du démarchage téléphonique.

Le souci est que face à l'avalanche de sollicitations non désirées, peu important l'inscription à Bloctel, le législateur a été très fréquemment saisi par des consommateurs épuisés de sollicitations incessantes..

Ce Décret correspond aussi à la volonté forte de l'ACPR de ne plus accepter les filiales et succursales de démarchage téléphonique à l'étranger.
Bloctel est désormais remplacé par les dispositifs propres à chaque entreprise.
ule vers un régime centré sur le consentement préalable du consommateur, avec preuve, archivage et retrait à tout moment.

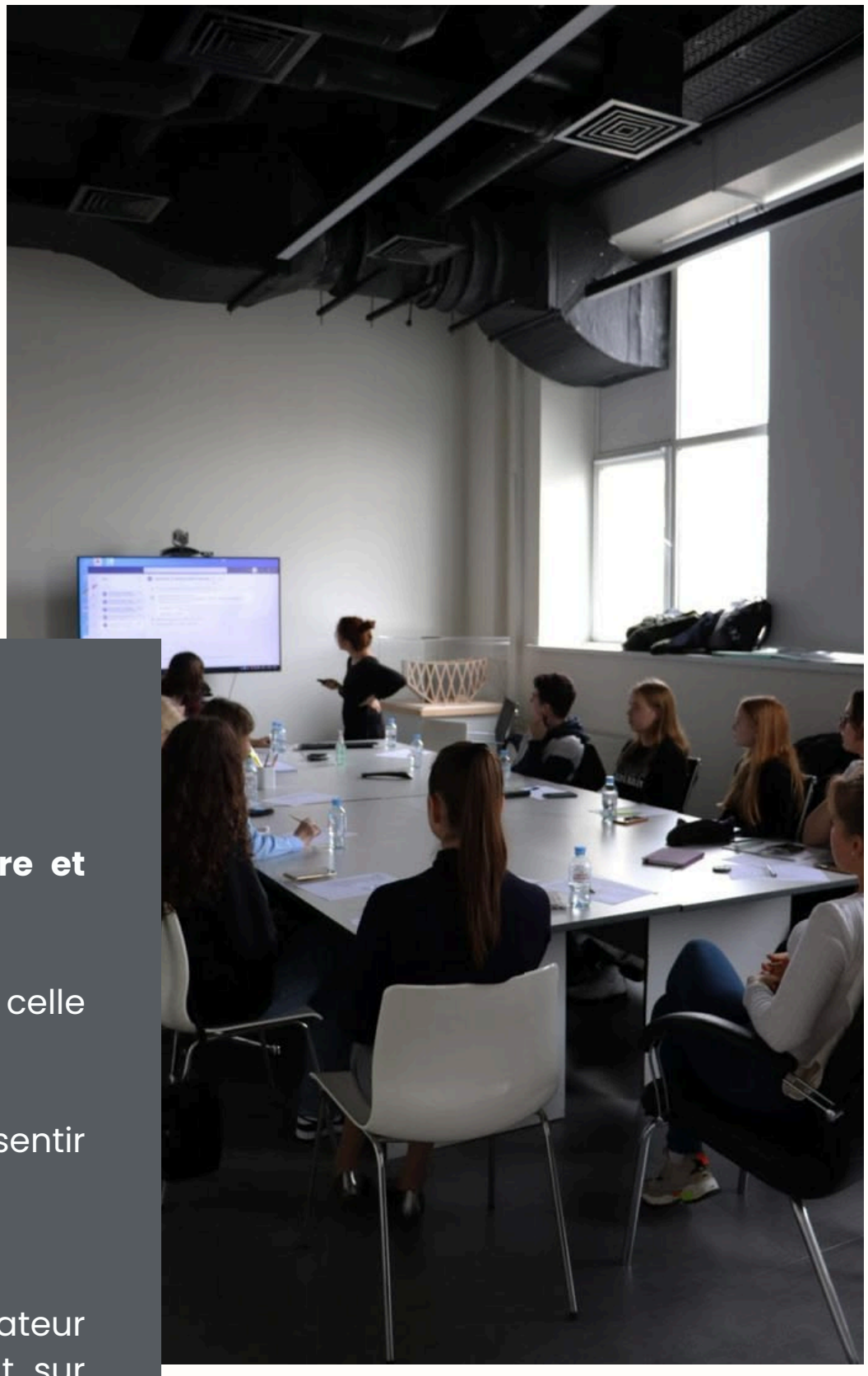
LA LOGIQUE D'OPT-IN VA PRÉVALOIR

Désormais la règle du jeu est simple : **le consentement du consommateur qu'on veut démarcher doit être recueilli.**

Plus précisément, ce consentement est caractérisé par **une manifestation de volonté libre, spécifique, éclairée, univoque et révocable.**

En clair, il faudra un acte positif, soit un accord clair du consommateur sur l'utilisation de ses données à caractère personnel à des fins de prospection commerciale.

Il s'agit donc d'une **logique d'opt-in**, ou un individu est exclu d'un groupe – ici celui des prospects envisageables – sauf s'il désire rejoindre ce groupe, et donc être appelé.



RECUEILLIR LE CONSENTEMENT EN RESPECTANT LA LOI

La demande de consentement doit être claire et compréhensible et comporter au minimum :

- l'identité du professionnel, et le cas échéant celle du tiers agissant pour son compte,
- la nature des biens ou services concernés,
- la proposition faite au consommateur de consentir ou non à être appelé,
- la durée du consentement,
- la faculté de retirer ce consentement,
- l'information selon laquelle le consommateur pourra obtenir la preuve de ce consentement sur support durable

La période de consentement ne peut pas excéder un an et ne peut pas être renouvelée tacitement.

PROUVER LE CONSENTEMENT

Le professionnel doit mettre en place **un dispositif d'archivage numérique** permettant de conserver :

- les éléments du consentement,
- la date et l'heure de son recueil,
- et, le cas échéant, la date et l'horaire précis acceptés par le consommateur pour un appel hors plages ordinaires,

Ces éléments sont conservés pendant 3 ans, et le consommateur doit pouvoir obtenir gratuitement la preuve sur un support durable.

UN ACCORD POUR TOUJOURS ?

La réponse négative s'impose ; ce droit à ne pas être démarché **existera jusqu'au moment ou le consommateur qui avait donné son accord va le révoquer.**

Il peut le faire sans motif, et n'a pas à se justifier.

LES CRÉNEAUX HORAIRES

L'encadrement strict des appels commerciaux est imposé :

- du lundi au vendredi,
- hors jours fériés,
- uniquement de 10 h à 13 h et de 14 h à 20 h,
- selon le fuseau horaire du consommateur,
- avec un maximum de 4 sollicitations sur 30 jours calendaires pour un même consommateur.



LE DÉROULEMENT DE L'ENTRETIEN

Lorsqu'un professionnel appelle un prospect en vue de conclure un contrat, il doit annoncer **dès le début :**

- son identité,
- le cas échéant l'identité de la personne pour le compte de laquelle il appelle,
- la nature commerciale de l'appel,

Le recours à un numéro masqué est interdit.

Après un démarchage par téléphone, le consommateur n'est engagé qu'après réception d'une confirmation sur papier ou support durable, puis signature / acceptation sur support durable.



LES RARES EXCEPTIONS

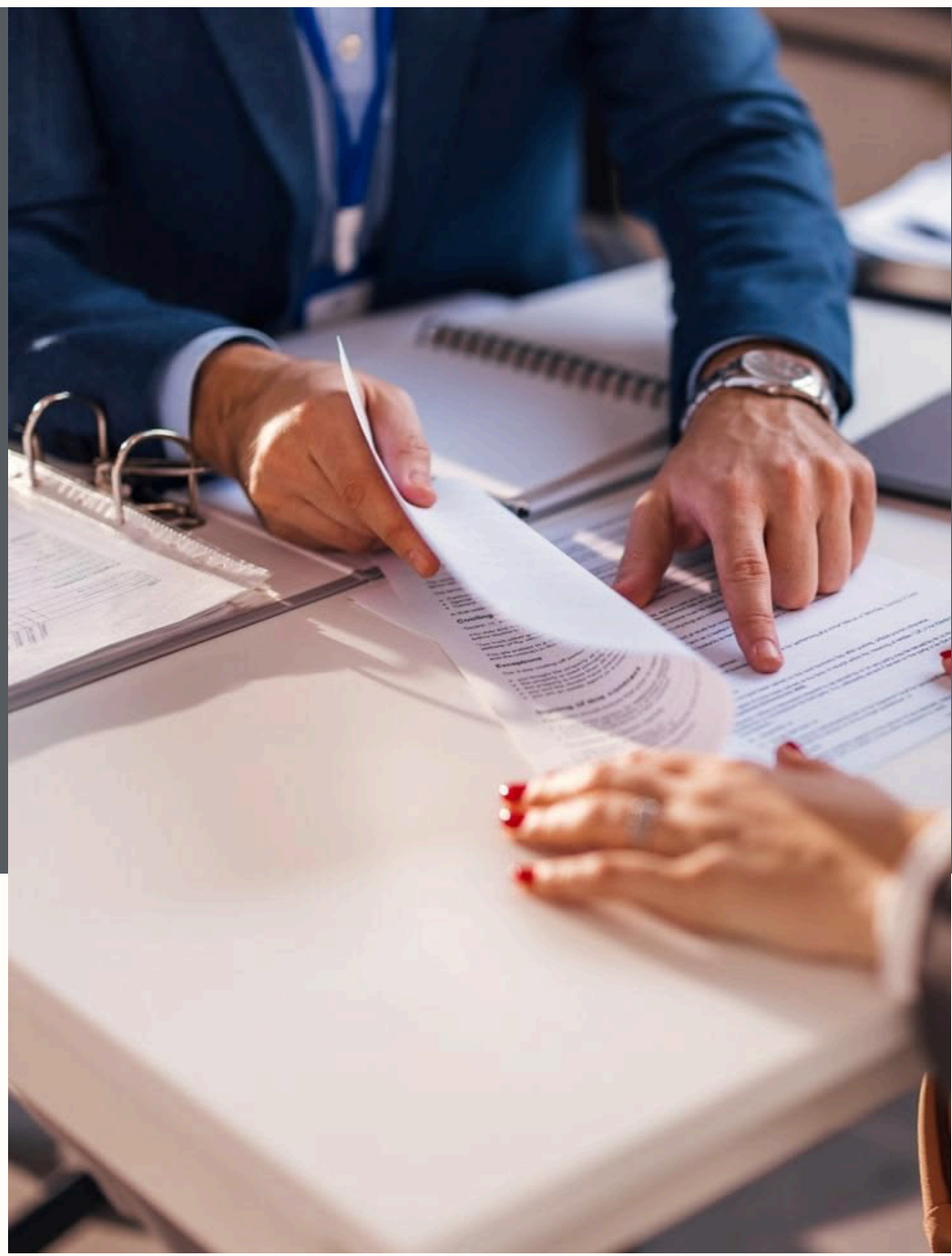
On retiendra :

- l'exception liée à l'exécution d'un contrat en cours, sous conditions,
- des règles spécifiques pour certains secteurs, notamment travaux/équipements liés aux économies d'énergie et certaines hypothèses de demande d'information du consommateur à laquelle le professionnel répond dans un délai limité, avec objet strictement cantonné à cette demande,
- mais également **des règles sectorielles particulières en assurance et services financiers, encore plus formalistes encore** (Article L112-2-2 - Code des assurances et Article R112-7 - Code des assurances).

LES SANCTIONS

Enfin, le non-respect des règles du démarchage téléphonique expose à :

- la **nullité du contrat conclu** à la suite d'un démarchage irrégulier,
- une **amende administrative** pouvant aller jusqu'à **75 000 € pour une personne physique et 375 000 € pour une personne morale.**





A RETENIR

Le changement de la règle du jeu interdit désormais d'acheter des leads qui ne seraient pas conformes avec le Décret du 23 juillet 2026.

Cela ne signifie pas que l'achat de leads est interdit, simplement qu'ils doivent respecter la nouvelle règle du jeu (avec un risque par ailleurs que le contrat de cession de leads non conforme ne soit pas valable).

Méfiance également sur **la question des apporteurs** (ex : agent immobilier) il faut être certain que l'acquéreur en recherche de financement souhaite être rappelé, ce qui suppose d'anticiper (document d'autorisation).

Et il est important de retenir que depuis le 11 aout 2026, **un appel commercial non sollicité peut couter jusqu'à 375.000 €** d'amende…

Pratiquement, la réaction première a avoir, si l'intermédiaire bancaire ou financier n'a pas déjà adapté son processus au Décret du 23 juillet 2026, est de **vérifier notamment les conditions par lesquelles ses propres clients acceptent d'être contactés** (conformité RGPD).

Puis de reconstruire son schéma de prospection pour être en conformité avec le Décret du 23 juillet 2026 .

Mais il est certain que ce Décret, pensé pour empêcher le moindre contournement de la nouvelle règle, marque la fin d'une époque.



Stéphane CHOISEZ
Avocat à la Cour

Contact

Mail : s.choisez@cabinetchoisez.com
Tel : 01 58 56 60 60 – Fax : 01 58 56 60 68