

L'enrichissement des bases de données

La prospection commerciale cumule l'utilisation du canal postal et du canal électronique. La prospection postale directe doit être réalisée dans le respect de l'article 38 de la loi du 6 janvier 1978 : la personne physique doit être informée de l'utilisation de ses coordonnées à des fins de prospection et disposer de droits d'accès, de rectification et d'opposition. Depuis la réforme de 2004, **le consentement préalable est donc la règle quelle que soit la forme de la prospection.**

Quid lorsqu'une base postale est enrichie par des adresses e-mail ? Certains croient que dès lors que le fournisseur adresse déjà des messages postaux à la personne, il n'est pas tenu d'obtenir son consentement préalable pour l'ouverture d'un canal électronique de prospection auprès d'elle.

Il s'agit là d'une erreur : **dès lors qu'une donnée, quelle qu'elle soit, est collectée aux fins de démarchage, elle doit donner lieu à information et consentement préalables.** La personne qui a précédemment consenti à recevoir des messages postaux doit donc à nouveau consentir à recevoir des messages électroniques dans le cadre d'un dispositif « opt-in » conforme à la loi de 1978 et aux recommandations de la CNIL.

Il n'existe qu'une **exception à cette obligation** : en cas de **relation commerciale antérieure** entre le fournisseur et la personne physique. L'article 34-5 du Code des postes et des communications électroniques vise

*Toute donnée collectée
aux fins de démarchage
doit donner lieu
à information et
consentement préalables*

le cas où les coordonnées du destinataire ont été recueillies « directement auprès de lui, dans le respect des dispositions de la loi du 6 janvier 1978 (...), à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de services, et si la prospection directe concerne des produits ou services analogues fournis par la même personne physique ou morale ».



Toutefois les opérations de prospection postale antérieures ne suffisent pas à qualifier cette relation commerciale s'il n'y a pas eu contrat. La constitution d'une nouvelle base de prospection, électronique celle-là, implique donc d'obtenir un nouveau consentement préalable, dont on ne peut se dispenser que pour les clients qui ont déjà contracté avec le fournisseur et ont communiqué leur e-mail à cette occasion.

A défaut, l'opération de prospection serait contraire aux dispositions de l'article 34-5 du Code et à celles de la loi de 1978 sur la protection des données personnelles, ce qui expose le fournisseur aux sanctions applicables à l'envoi de messages commerciaux non sollicités.

STAUB & ASSOCIES
AVOCATS AU BARREAU DE PARIS