



## DEMARCHAGE TELEPHONIQUE : PLACE AU CONSENTEMENT... UNE RIGUEUR TROP IMPORTANTE ?

### \* Ce qu'il faut retenir :

Le 21 mai 2025, le Parlement a adopté la proposition de loi visant notamment à interdire le démarchage téléphonique non sollicité. Les professionnels effectuant du démarchage téléphonique vont devoir anticiper ce changement : à compter du 11 août 2026, tout professionnel devra obtenir le consentement préalable et exprès du consommateur pour effectuer un démarchage téléphonique, sauf dans l'hypothèse d'un contrat en cours.

### \* Pour approfondir :

Dans un contexte où les consommateurs sont de plus en plus sollicités par téléphone sur des sujets très divers par des professionnels parfois négligents, et sans avoir consentis à être démarchés de la sorte, il s'agissait d'encadrer davantage la liberté de ces professionnels. Or, la proposition de loi qui vient d'être adoptée a *in fine* une portée très large ce qui est regrettable pour certains professionnels.

#### • Un changement de paradigme : de l'opt out à l'opt in

Jusqu'à présent, les consommateurs étaient considérés comme ayant, par défaut, consentis au démarchage téléphonique sauf s'ils étaient inscrits sur la liste d'opposition Bloctel (« opt-out »). A compter du 11 août 2026, la logique sera inversée : aucun démarchage par téléphone ne pourra être effectué auprès des consommateurs s'ils n'y ont pas au préalable consentis (« opt-in »). Le consommateur devra ainsi accepter, par un acte positif clair, que ses données à caractère personnel soient utilisées à des fins de prospection commerciale par voie téléphonique. C'est au professionnel qu'il appartiendra de prouver qu'il dispose de ce consentement.

Il existera une exception : la prospection directe sera autorisée sans avoir à disposer du consentement préalable du consommateur lorsque la sollicitation effectuée par le professionnel interviendra dans le cadre de l'exécution d'un contrat en cours et qu'elle aura un rapport direct avec l'objet de ce contrat, y compris lorsqu'il s'agira de proposer au consommateur des produits ou des services afférents ou complémentaires à l'objet du contrat en cours, ou de nature à améliorer ses performances ou sa qualité. Dans ce cas, le professionnel pourra contacter le consommateur du lundi au vendredi, de 10 à 13 heures et de 14 à 20 heures et, s'il dispose du consentement exprès du consommateur, le professionnel pourra également le contacter en dehors de ces horaires habituels.

#### • Une nouvelle interdiction sectorielle

Jusqu'ici, le démarchage téléphonique était interdit lorsqu'il concernait la rénovation énergétique ou le compte professionnel de formation. Le champ de l'interdiction est désormais étendu aux travaux d'adaptation des logements au vieillissement et au handicap.

#### • Sanctions renforcées en cas d'abus de faiblesse

En cas de non-respect des dispositions relatives au démarchage téléphonique, le professionnel peut être poursuivi pour [abus de faiblesse](#). La proposition de loi renforce les peines encourues : elles seront portées à 5 ans (au lieu de 3 ans) d'emprisonnement et 500.000 € d'amende (au lieu de 375.000 €), le montant de l'amende pouvant être porté à 10% du chiffre d'affaires moyen annuel calculé sur les trois derniers chiffres d'affaires annuels connus à la date des faits.

## VENTE AVEC PRIME : UNE OPERATION COMMERCIALE A MANIER AVEC PRECAUTION

### \* Ce qu'il faut retenir :

**Les ventes avec prime visant à accorder un avantage gratuit aux consommateurs sont par principe licites dès lors qu'elles ne constituent pas une pratique commerciale déloyale.**

### \* Pour approfondir :

#### • Qu'est-ce qu'une vente avec prime ?

Une vente ou une prestation de services avec prime est une technique commerciale visant à attirer le consommateur par l'octroi d'un avantage gratuit (appelé « prime »), à l'occasion de la vente ou de l'offre de vente d'un produit, d'un bien ou d'une prestation de services (art. L.121-19 al. 1 du C. conso.). Cet avantage peut être immédiat ou différé. A titre d'exemples, sont considérés comme une vente avec prime, un objet offert, la remise d'un bon de réduction ou un service supplémentaire effectué sans surcoût.

#### • Appréciation du caractère déloyal d'une vente avec prime

La vente avec prime est une pratique licite dès lors qu'elle ne revêt pas un caractère déloyal au sens de l'article L.121-1 du Code de la consommation. La vente liée sera ainsi considérée comme déloyale lorsque les deux conditions cumulatives suivantes seront réunies :

- la vente est contraire aux exigences de la diligence professionnelle ; et
- la vente altère, ou est susceptible d'altérer de manière substantielle, le comportement économique du consommateur normalement informé, raisonnablement attentif et avisé à l'égard du bien ou service.

L'appréciation du caractère déloyal d'une vente liée s'apprécie au cas par cas.

#### • Focus sur les produits pour lesquels la vente avec prime est interdite

En principe, la réglementation des ventes avec prime s'applique à toutes les activités économiques, y compris celles effectuées par des personnes publiques (art. L.121-19 al. 2 du C. conso.).

Certaines activités font cependant l'objet d'interdictions spécifiques. Tel est le cas des activités suivantes pour lesquelles la vente avec prime est interdite :

- le tabac et les produits de vapotage (art. L. 3512-4 et L. 3513-5 du C. santé publ.) ;
- les boissons alcoolisées (contenant plus de 1.2 degré d'alcool), à l'égard des mineurs (art. L. 3353-3-3 du C. santé publ.) ;
- les produits pharmaceutiques, sauf pour les avantages de valeur négligeable (art. 5125-28 du C. santé publ.) ;
- les livres, sauf exceptions (vente par libraire ou édition spéciale par courtage/abonnement) (art. 6 loi n°81-766 du 10 août 1981) ;
- les produits et services bancaires, lorsqu'ils donnent droit à une prime dépassant un seuil fixé par arrêté (art. L. 312-1-2, I-2 du C. mon. fin).

#### • Sanctions des ventes avec prime illicite

Lorsque la vente avec prime constitue une pratique commerciale trompeuse, des sanctions pénales peuvent s'appliquer au titre des délits prévus aux articles L.132-1 et suivants du Code de la consommation.

Indépendamment de ces sanctions pénales, un consommateur victime d'une vente avec prime déloyale peut obtenir des dommages et intérêts s'il parvient à démontrer l'existence d'un préjudice personnel directement lié à la pratique illicite.

## UNE ASSOCIATION PEUT-ELLE ETRE CONSIDEREE COMME UN PROFESSIONNEL ?

### \* Ce qu'il faut retenir :

**Une association, même sans but lucratif, peut être considérée comme un « professionnel » au sens du droit de la consommation.**

**Dans cette hypothèse, l'association est soumise aux mêmes obligations que n'importe quel professionnel et au respect des dispositions du droit de la consommation.**

### \* Pour approfondir :

#### • Le professionnel en droit de la consommation

Le Code de la consommation définit le professionnel de manière large, comme « *toute personne physique ou morale, publique ou privée, qui agit à des fins entrant dans le cadre de son activité commerciale, industrielle, artisanale, libérale ou agricole, y compris lorsqu'elle agit au nom ou pour le compte d'un autre professionnel* » (article liminaire du Code de la consommation).

Pour déterminer si une personne agit en qualité de professionnel, plusieurs critères sont pris en compte, tels que : l'objectif poursuivi, la recherche d'un avantage économique ou encore le développement d'une activité organisée. En revanche, le caractère lucratif de l'opération ne constitue pas toujours un critère décisif.

#### • Et les associations dans tout ça ?

Par principe, une association à but non lucratif n'a pas la qualité de professionnel. Tel est le cas, par exemple, d'une association sportive dont les seules ressources proviennent des cotisations de ses membres.

Certaines associations ont cependant été reconnues par la jurisprudence comme étant professionnelles en raison de la nature et de l'organisation de leur activité. Tel est le cas par exemple :

- d'une association publiant une revue dès lors qu'elle en tire des ressources ;
- d'une association fournissant une garantie financière aux agences de voyages (Cass. com., 12 février 2025, n°23-21.079).

#### • Quelles conséquences pour l'association ?

Dès lors qu'une association est qualifiée de professionnel au regard du droit de la consommation, elle est tenue de respecter l'ensemble des obligations imposées aux professionnels vis-à-vis des consommateurs.

L'association doit ainsi notamment fournir une information précontractuelle complète, se conformer aux règles de formation et de résiliation du contrat, garantir le respect du délai de rétractation (notamment en matière de vente à distance et de démarchage), proscrire toute pratique commerciale trompeuse ou agressive, ainsi que toute clause susceptible d'être qualifiée d'abusives au regard des articles L. 212-1 et suivants du Code de la consommation.

En cas de manquement de l'association à ses obligations, sa qualité de professionnel facilite l'engagement de sa responsabilité. L'association pourra être sanctionnée civilement, administrativement et pénalement, conformément aux dispositions du Code de la consommation.

Enfin, en cas de litige, le consommateur bénéficie d'un régime protecteur, notamment en ce qui concerne la charge de la preuve qui pèsera sur le professionnel, et la compétence du tribunal du lieu de son domicile.