

ASSEMBLÉE NATIONALE

23 septembre 2022

LUTTER CONTRE LES ABUS ET LES FRAUDES AU CPF - (N° 212)

Tombé

AMENDEMENT

N° AS2

présenté par
Mme Batho et Mme Garin

ARTICLE PREMIER

Substituer à l'alinéa 2 les trois alinéas suivants :

« 1° L'article L. 221-16 est ainsi rédigé :

« *Art. L. 221-16.* – La prospection commerciale par voie téléphonique n'est autorisée que dans le cadre des sollicitations ayant un rapport direct avec l'objet d'un contrat en cours ou si le professionnel a reçu le consentement du consommateur au sens du 11 de l'article 4 du règlement (UE) n° 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE, et dans les conditions mentionnées à l'article 7 du même règlement. » ;

« 1° *bis (nouveau)* Le chapitre III du titre II du livre II est abrogé ; ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

Le démarchage téléphonique agressif lié au compte personnel de formation (CPF) n'est hélas qu'un nouvel épisode des pratiques commerciales abusives et intrusives dont les citoyennes et citoyens doivent être protégés.

Si la loi n° 2020-901 du 24 juillet 2020 visant à encadrer le démarchage téléphonique et à lutter contre les appels frauduleux a interdit le démarchage téléphonique commercial pour l'isolation des logements et les travaux d'installation de production d'énergie renouvelable, elle n'a pas étendu ce principe aux autres domaines commerciaux concernés ces pratiques de harcèlement.

De même, la loi n° 2021-402 du 8 avril 2021 relative à la réforme du courtage de l'assurance et du courtage en opérations de banque et en services de paiement et le décret n° 2022-34 du 17 janvier 2022 relatif au démarchage téléphonique en assurance ont procédé à une régulation de ces mêmes pratiques pour les seuls distributeurs d'assurance.

Le démarchage massif lié au CPF prouve que l'approche partielle du législateur qui a prévalu jusqu'ici, à savoir des interdictions édictées par étape et ciblées sur tel ou tel secteur, s'avère notoirement insuffisante. Après l'adoption de la présente proposition de loi, il est certain que le démarchage commercial intrusif se reportera sur d'autres nouveaux secteurs propices au harcèlement et aux arnaques.

Par conséquent, le présent amendement complète le dispositif proposé par la présente proposition de loi en instaurant le principe de l'interdiction du démarchage téléphonique commercial non consenti. Il s'appliquera ainsi au CPF mais aussi à tous les autres domaines de prospection commerciale.

Le démarchage téléphonique intempestif représente en effet une véritable nuisance qui fait des citoyens des consommateurs 24 heures sur 24, même lorsqu'ils sont à leur domicile, et parfois même la nuit. Ces appels incessants, extrêmement intrusifs, perturbent la tranquillité à laquelle chacun a droit et constituent une véritable invasion de la société de consommation dans la vie privée. Il s'apparente à un véritable harcèlement moral et justifie une exaspération grandissante de nos concitoyens.

Le Règlement européen n° 2016/679 dit règlement général sur la protection des données (RGPD) est entré en vigueur le 25 mai 2018. Son article 4 définit le consentement comme « toute manifestation de volonté, libre, spécifique, éclairée et univoque par laquelle la personne concernée accepte, par une déclaration ou par un acte positif clair, que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement ». Cependant le droit de l'Union européenne n'impose le consentement préalable du consommateur que pour la prospection commerciale automatisée, c'est-à-dire les courriels, mails, SMS ou télécopies. L'article L. 34 5 du code des postes et des communications électroniques interdit ainsi « la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen ». Ainsi les numéros de téléphone utilisés pour la prospection commerciale échappent au statut applicable à l'ensemble des données personnelles numériques, ce qui est paradoxal car un appel téléphonique peut être considéré comme beaucoup plus intrusif qu'un courriel ou un SMS.

Pour cette raison, de nombreux pays européens, comme l'Allemagne, le Danemark ou encore le Portugal, ont assujéti les numéros de téléphone au même régime que celui prévu par le RGPD en optant pour un système reposant sur le recueil préalable du consentement du consommateur. Ainsi, au Danemark, le consentement préalable du consommateur à être démarché téléphoniquement est requis (sous réserve d'exceptions dans les domaines de la presse, des assurances ou d'abonnements aux services de secours et au transport sanitaire). En Allemagne, un consommateur ne peut être appelé à des fins publicitaires par une entreprise sans lui avoir donné son consentement exprès. Enfin, face à l'échec de la liste d'opposition, le Royaume-Uni a fait le choix de l'« opt-in » en 2018 : désormais les entreprises doivent s'assurer qu'elles ont le consentement du destinataire avant d'appeler.

Le présent amendement propose donc de consacrer dans la législation française le même principe de consentement explicite du consommateur, qui ne pourrait plus faire l'objet d'aucun démarchage téléphonique commercial s'il n'a pas donné son accord, en conférant au numéro d'appel téléphonique le même statut que celui dont bénéficient les SMS et les courriels.