

**ASSEMBLÉE NATIONALE**

14 février 2025

**VISANT À INTERDIRE LE DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE - (N° 561)**

Adopté

**AMENDEMENT**

N ° CE2

présenté par

M. Bex, Mme Abomangoli, M. Alexandre, M. Amard, Mme Amiot, Mme Amrani, M. Arenas, M. Arnault, Mme Belouassa-Cherifi, M. Bernalicis, M. Bilongo, M. Bompard, M. Boumertit, M. Boyard, M. Cadalen, M. Caron, M. Carrière, Mme Cathala, M. Cernon, Mme Chikirou, M. Clouet, M. Coquerel, M. Coulomme, M. Delogu, M. Diouara, Mme Dufour, Mme Erodi, Mme Feld, M. Fernandes, Mme Ferrer, M. Gaillard, Mme Guetté, M. Guiraud, Mme Hamdane, Mme Hignet, M. Kerbrat, M. Lachaud, M. Lahmar, M. Laisney, M. Le Coq, M. Le Gall, Mme Leboucher, M. Legavre, Mme Legrain, Mme Lejeune, Mme Lepvraud, M. Léaument, Mme Élisa Martin, M. Maudet, Mme Maximi, Mme Mesmeur, Mme Manon Meunier, M. Nilor, Mme Nosbé, Mme Obono, Mme Oziol, Mme Panot, M. Pilato, M. Piquemal, M. Portes, M. Prud'homme, M. Ratenon, M. Saint-Martin, M. Saintoul, Mme Soudais, Mme Stambach-Terrenoir, M. Taché, Mme Taurinya, M. Tavel, Mme Trouvé et M. Vannier

-----

**ARTICLE PREMIER**

Rédiger ainsi l'alinéa 8 :

« Pour l'application du présent article, on entend par consentement toute manifestation de volonté libre, spécifique, éclairée, univoque et révocable par laquelle une personne accepte, par un acte positif clair, que des données à caractère personnel la concernant soient utilisées aux fins de prospection commerciale par voie téléphonique. Les conditions prévues à l'article 7 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 s'appliquent. »

**EXPOSÉ SOMMAIRE**

Par cet amendement de repli, les député.es LFI-NFP souhaitent à minima doter l'article 1er d'une définition du consentement qui soit complète, opérationnelle, et suffisamment protectrice pour les consommateurs.

En effet, la rédaction actuelle de cet article risque de rendre inapplicable dans les faits le régime d'opt-in proposé et donc de continuer à exposer les consommateurs au fléau que constitue le démarchage téléphonique.

Nous proposons ainsi une définition du consentement qui intègre l'intégralité des critères entourant le recueil du consentement tels que prévus par le règlement général de protection des données, à ceux prévus pour le recueil du consentement au démarchage téléphonique. L'article 4 du RGPD dispose en effet que "le «consentement» d'une personne désigne toute manifestation de volonté, libre, spécifique, éclairée et univoque par laquelle cette personne accepte, par une déclaration ou par un acte positif clair, que des données à caractère personnel la concernant fassent l'objet d'un traitement".

Le professionnel doit recueillir un consentement du consommateur qui soit donné de manière univoque, c'est-à-dire découler d'un acte positif clair marquant son accord à ce que ses données soient utilisées aux fins de prospection commerciale par voie téléphonique. La CNIL souligne explicitement que l'acceptation des CGU ne peut pas suffire.

De même, le consentement doit pouvoir être révocable, comme le prévoit l'article 7 du RGPD. Le consommateur doit pouvoir retirer son consentement à tout moment, aussi facilement qu'il ne l'a donné en premier lieu. Il doit être informé de cette possibilité de retrait avant de donner son consentement. Enfin, le professionnel doit pouvoir apporter la preuve de ce consentement.

Enfin, ce consentement doit bien entendu être donné de manière préalable à tout démarchage téléphonique ou toute tentative, comme le prévoit déjà l'alinéa 7 du présent article.

En oubliant ces éléments, et en particulier le caractère univoque du consentement, cette PPL ouvre à une marge d'interprétation excessive, au risque que le consentement du consommateur soit simplement "présumé" dans la plupart des cas, et selon le bon-vouloir des entreprises. Pourtant, tout mécanisme d'incitation plutôt que d'interdiction serait une impasse.

Les Françaises et Français n'en peuvent plus du démarchage téléphonique, qui est extrêmement intrusif et perturbe le droit de chacun.e à la tranquillité. Il incarne le marché qui s'immisce dans tous les pans de notre vie, jusqu'à notre intimité, à toute heure. Et ce alors qu'il n'a pas d'utilité sociale, ne rend pas de services aux consommateurs et incite à la consommation de produits inutiles, à mille lieues de l'urgence de notre temps : la bifurcation écologique.

Trois quart des Français.e sont victimes chaque semaine de démarchage sur leur mobile. 97% de nos concitoyen.nes déclarent être « très agacé.es » par ces démarchages. A ce sentiment de harcèlement et de violation de la vie privée s'ajoutent des conséquences parfois très graves. En particulier, le refus de répondre au téléphone peut conduire à l'isolement de certaines personnes, y compris face aux risques. Cela concerne surtout les personnes âgées, qui figurent parmi les premières cibles, étant les principales utilisatrices du téléphone fixe dont les numéros sont faciles à dénicher pour les centres d'appel via les annuaires publics.

Le démarchage téléphonique est aussi un fléau pour celles et ceux qui le vivent au quotidien et en continu : les travailleurs du secteur. Outre des conditions d'emploi particulièrement rudes (salaires très faibles, dictature du chiffre et du "reporting" et donc cadence infernale, absence d'autonomie, bruit ambiant excessif...), aux effets souvent délétères sur la santé physique et mentale, s'ajoute le fardeau d'échanges particulièrement pénibles avec les consommateurs excédés. Les compétences et qualités de ces travailleurs seraient bien mieux employés ailleurs que dans ces centres d'appel nuisibles et aliénants.