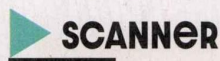




Edition : Mars 2026 P.56-59
 Famille du média : Médias spécialisés
 grand public
 Périodicité : Mensuelle
 Audience : 2270000
 Sujet du média : Lifestyle



Journaliste : CYRIL BROSSET
 Nombre de mots : 1620



DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE Le baroud d'honneur

TROP D'APPELS Le démarchage par téléphone semble connaître un regain d'intérêt depuis quelques mois. Heureusement, en août prochain, l'entrée en vigueur de la loi visant à l'interdire devrait lui porter un coup d'arrêt – sans, toutefois, le faire disparaître complètement.

Jusqu'au bout, ils auront continué ! À en croire les tout derniers chiffres de l'Observatoire de la consommation de l'UFC-Que Choisir, les démarcheurs par téléphone ont à nouveau été particulièrement actifs ces derniers mois. Après une baisse, il y a deux ans, les appels non sollicités ont retrouvé des niveaux record en 2025 (lire l'encadré p. 57). Ainsi, 42 % des Français interrogés déclarent recevoir au moins un coup de fil non sollicité chaque semaine sur leur appareil fixe, et 24 % chaque jour. Ces chiffres élevés sont d'autant plus étonnants que le nombre de foyers dotés d'un tel équipement ne cesse de diminuer (74 % en 2024, selon l'Arcep, soit 5 points de moins que l'année précédente). Résultat : 97 % des sondés se disent agacés par ces dérangements intempestifs et 83 %, très agacés, un taux en hausse par rapport à l'an passé.

BIENTÔT UN CONSENTEMENT OBLIGATOIRE

Ce regain d'activité a tout d'un baroud d'honneur car cet été, le démarchage tel qu'on le connaît actuellement sera proscrit. Jusqu'à présent, en effet, tous les Français étaient supposés accepter d'être appelés. S'ils ne le souhaitent pas, ils étaient tenus d'exprimer leur refus, soit en informant les sociétés concernées, soit en inscrivant leur numéro sur la liste antidémarchage Bloctel. C'est ce qu'on appelle l'opt-out. À partir du 11 août prochain, le principe contraire s'appliquera : les entreprises désirant prospecter de potentiels clients seront obligées d'avoir eu

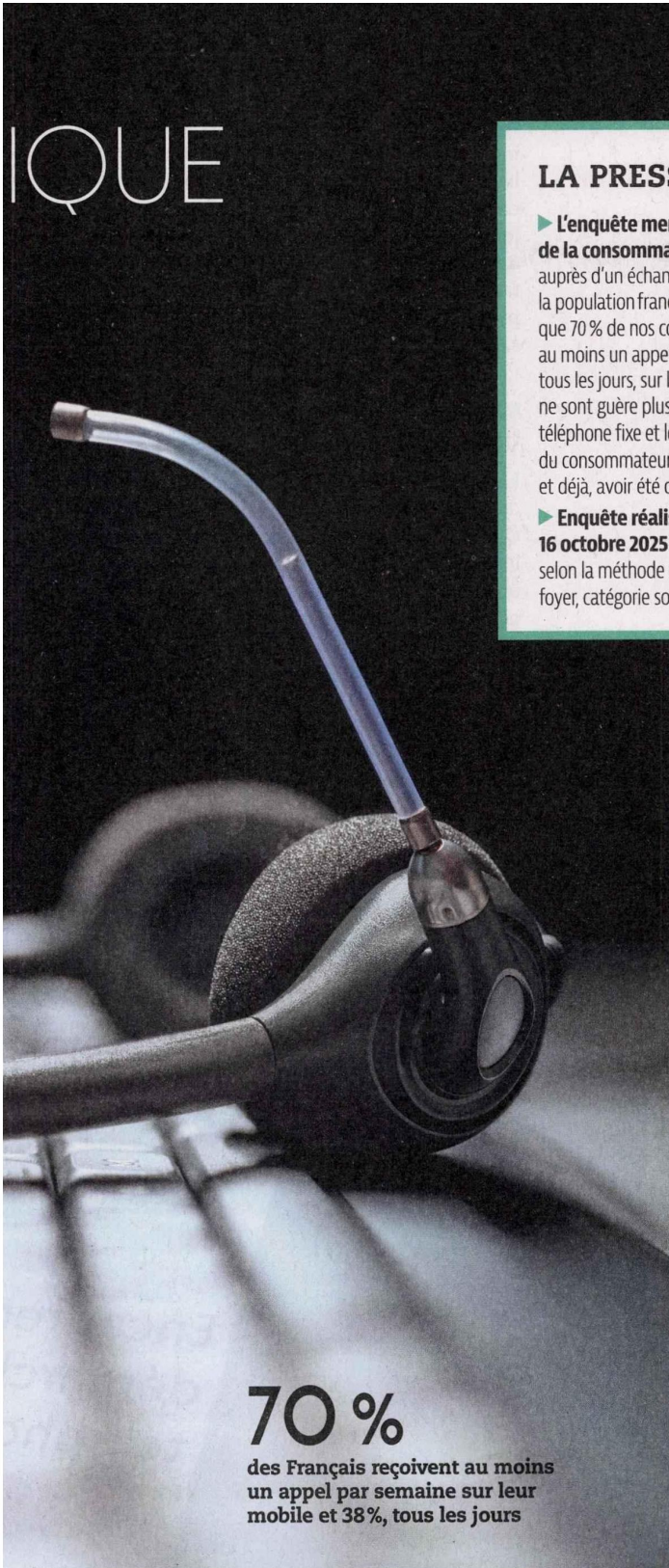
leur accord avant de leur téléphoner (l'opt-in) sur leur fixe ou leur mobile. Conséquence directe de cette mesure : la liste Bloctel disparaîtra.

Autre bonne nouvelle, ce consentement devra être recueilli de manière « libre, spécifique, éclairée, univoque et révoquable ». Autrement dit, il faudra que le consommateur ait conscience qu'il donne son accord pour être démarché. Le professionnel ne pourra donc pas l'obtenir en incluant, dans ses conditions générales, une clause l'autorisant à contacter le prospect, ou par le biais d'une case précochée. Le consentement ne sera considéré comme valable que si ce dernier fait une action, en cochant une case dédiée, en signant un formulaire ou en demandant à être appelé, par exemple. Quant aux entreprises œuvrant dans les secteurs de la rénovation énergétique, de l'adaptation des logements à la perte d'autonomie et au handicap et de la formation professionnelle (notamment celles liées au compte personnel de formation, le CPF), elles resteront soumises, comme c'est le cas aujourd'hui, à une interdiction totale de démarchage, que ce soit par téléphone ou par voie électronique (SMS, e-mail, réseaux sociaux).

LES ENTREPRISES DEVRONT S'ADAPTER

Après la date du 11 août, donc, les professionnels qui voudront continuer à démarcher seront contraints de changer leurs pratiques. Exit les « appels à froid » (ou *cold calling*) effectués sur la base de fichiers de prospects achetés auprès de firmes plus ou moins sérieuses. Désormais, l'une de leurs priorités sera de recueillir l'accord

B. JACKSON/ADOBE STOCK



70 %

des Français reçoivent au moins un appel par semaine sur leur mobile et 38 %, tous les jours

LA PRESSION AUGMENTE

► L'enquête menée par l'Observatoire de la consommation de l'UFC-Que Choisir auprès d'un échantillon représentatif de la population française montre notamment que 70 % de nos concitoyens reçoivent au moins un appel par semaine et 38 %, tous les jours, sur leur mobile. Les taux ne sont guère plus encourageants sur le téléphone fixe et le SMS, pour lequel l'accord du consommateur doit pourtant, d'ores et déjà, avoir été obtenu au préalable.

► Enquête réalisée en ligne du 14 au 16 octobre 2025 auprès de 998 personnes selon la méthode des quotas (sexe, âge, foyer, catégorie socioprofessionnelle, région).



PART DES FRANÇAIS VICTIMES DE DÉMARCHAGE EN 2025

(Hausse, en points, par rapport à 2024)

	TOUS LES JOURS	CHAQUE SEMAINE
	38 % (+ 4)	70 % (+ 22)
	24 % (+ 1)	42 % (+ 8)
	13 % (+ 3)	46 % (+ 28)

préalable des personnes qu'ils appellent, d'en conserver la preuve et de leur permettre de le révoquer à tout moment.

« Toutes les sociétés qui démarchaient sont en train de réfléchir à adapter leurs process afin de respecter la future législation », affirme Éric Dadian, le président de l'Association française des entreprises expertes de la relation client (AFRC). Même son de cloche du côté des centres d'appels. « Les procédures de démarchage vont évoluer. Dans certains cas, elles prendront mieux en compte le souhait des consommateurs, mais elles pourraient aussi complexifier certaines démarches, met en garde Caroline Adam, qui préside le Syndicat des professionnels des centres de contacts (SP2C). Comment un livreur de produits surgelés obtiendra-t-il de personnes âgées peu à l'aise avec l'informatique leur consentement pour être appelées, par exemple ? »

L'autre inquiétude concerne les effets de la mesure sur l'emploi. Sera-t-elle à l'origine de la disparition de 50 000 postes, comme certaines fédérations professionnelles l'ont laissé entendre pendant des années ? « L'impact sur l'emploi sera minime, n'a cessé de rassurer Pierre-Jean Verzellen, le sénateur de l'Aisne à l'origine de l'instauration de l'opt-in, tout au long des débats, parce que le démarchage à froid est principalement effectué depuis des centres d'appels installés à l'étranger et parce que certaines entreprises surestimaient le nombre de ventes qu'elles réalisaient par ce canal. La réalité, c'est que le démarchage téléphonique profite surtout aux sociétés peu scrupuleuses et aux escrocs. »

- Pour autant, pas de faux espoirs. L'entrée en vigueur de l'opt-in au 11 août ne signifie pas que les appels intempestifs cesseront du jour au lendemain. Tout d'abord parce que, bien sûr, le législateur a prévu des exceptions. L'une des plus importantes concerne les entreprises avec lesquelles vous êtes déjà en contrat : elles auront le droit de continuer à vous contacter, non seulement pour assurer le service clients, mais également pour vous vendre des prestations ou des produits «*afférents ou complémentaires à l'objet du contrat en cours, ou de nature à améliorer ses performances ou sa qualité*».
- Bref, l'installateur de votre chauffe-eau pourra vous téléphoner dans le but de vous inciter à souscrire un contrat d'entretien, et votre opérateur mobile aura toujours la possibilité de vous proposer un forfait plus cher ou de vous présenter sa nouvelle box Internet, et ce même s'il n'a pas obtenu votre accord avant. À l'inverse, le garagiste à qui vous avez confié la révision de votre voiture ne devrait pas être autorisé à vous joindre pour vous convaincre d'acheter un nouveau véhicule, et il n'est pas permis à la société auprès de laquelle vous avez résilié un contrat de vous contacter afin d'essayer de vous en faire signer un nouveau.

POURQUOI LES APPELS NE VONT PAS S'ARRÊTER DU JOUR AU LENDEMAIN

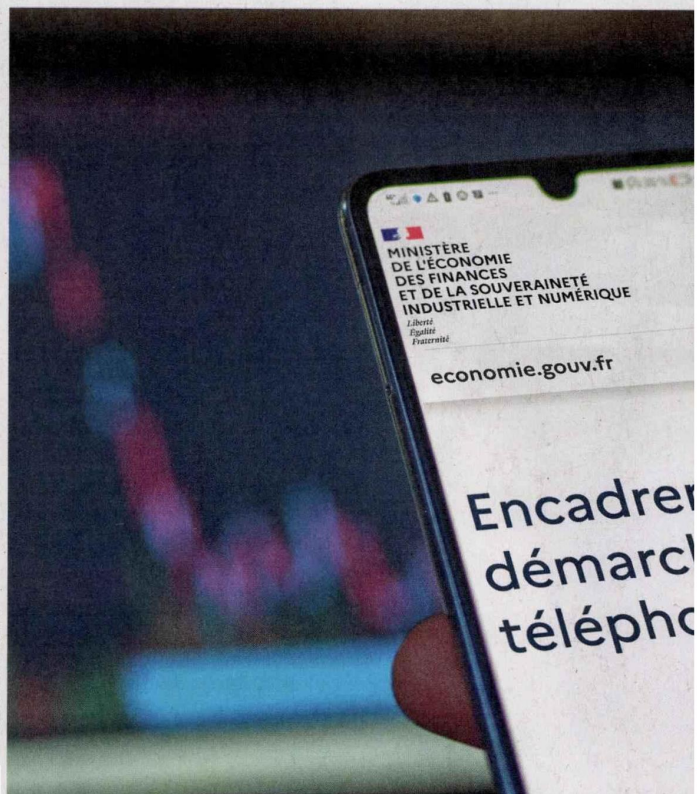
Certains professionnels n'auront pas non plus besoin de votre consentement pour appeler chez vous. Il s'agit des structures faisant des enquêtes ou des sondages, des services publics, des sociétés de recouvrement et de toutes celles dont les sollicitations auraient un objectif humanitaire ou caritatif, ou encore qui seraient liées à la commercialisation de périodiques. Fort heureusement, ces exceptions demeurent limitées, les demandes d'exemption de quelques filières, notamment celle de la vente et de la livraison à domicile de produits alimentaires et surgelés, ayant été écartées. Le démarchage à destination des entreprises, lui, reste autorisé.

Et puis il y aura les récalcitrants. Il y a fort à parier que des sociétés soient tentées, malgré la mise en place de l'opt-in, de poursuivre leurs campagnes de démarchage comme si de rien n'était, ou de déménager leur activité à l'étranger afin de prospecter la population française sans être soumises à ces nouvelles règles⁽¹⁾. Il n'est pas exclu non plus que certaines se tournent vers d'autres formes de démarchage à peine moins agaçantes, telles que

l'e-mail, le SMS ou les réseaux sociaux. Enfin, l'opt-in n'aura aucune incidence sur les appels frauduleux. Des escrocs continueront à vous contacter en se faisant passer, par exemple, pour des conseillers bancaires. Vous serez toujours dérangé par des robots vous invitant à rappeler un numéro surtaxé sous prétexte qu'un colis vous attend quelque part ou par des intelligences artificielles vous faisant miroiter des offres alléchantes.

UN DÉCRET À VENIR

La nouvelle loi n'aura un réel impact sur le niveau de démarchage qu'à deux conditions. La première ? Que le décret et les circulaires censés en préciser les modalités d'application reflètent l'esprit du texte. On n'est pas à l'abri que des souplesses soient octroyées aux entreprises, en particulier s'agissant des horaires d'appel ou des méthodes de recueil du consentement. L'UFC-Que Choisir sera particulièrement attentive à sa rédaction. La seconde : que les autorités veillent à la bonne application des mesures. L'efficacité de la loi dépendra en grande partie de la capacité de la Direction générale de la



M. NORBERT/ADOBE STOCK

concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) à procéder à des contrôles et à faire exécuter les lourdes sanctions (jusqu'à 500 000 € d'amende!) prévues par le législateur. L'autre enjeu porte sur la lutte contre les appels frauduleux. S'ils perdurent, les Français ne cesseront pas d'être dérangés de façon intempestive. Depuis quelque temps, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (l'Arcep) comme les opérateurs semblent enfin prendre le problème à bras-le-corps.

Ces derniers mois, plusieurs dispositifs ont été mis en œuvre pour renforcer le filtrage des coups de fil suspects. Et, depuis le 1^{er} janvier, la mention «numéro masqué» est supposée s'afficher dès lors qu'Orange, SFR et consorts ne parviennent pas à garantir qu'un appel émis depuis l'étranger avec un numéro mobile français est authentique. Ce système permettrait de limiter les risques d'usurpation... Espérons que toutes ces actions finissent par porter leurs fruits et qu'enfin les consommateurs soient tranquilles.

CYRIL BROSSET

(1) Le fait, pour une entreprise française, de confier le démarchage à un centre d'appels installé à l'étranger ne l'exonère pas de ses responsabilités.

