



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Politique et réglementation

Question écrite n° 3348

Texte de la question

M. Leonce Deprez appelle l'attention de M. le ministre de l'industrie, des postes et telecommunications et du commerce exterieur sur le developpement du demarchage publicitaire par telephone, dit « phone-marketing », qui, par son developpement, porte atteinte a la vie privee. Cette situation devient d'autant plus preoccupante que des publicitaires ont developpe l'automatisation de leurs appels, permettant de joindre des abonnees et de leur diffuser un message preenregistre. Il lui demande s'il peut lui preciser l'etat actuel de la legislation applicable a l'egard de ces pratiques et s'il ne lui semble pas opportun de definir de nouvelles regles deontologiques et professionnelles, souhaitees par les consommateurs afin que le demarchage publicitaire s'effectue, essentiellement aupres des personnes ayant explicitement demande a l'etre.

Texte de la réponse

L'honorable parlementaire s'inquiete des atteintes a la vie privee auxquelles peut conduire le developpement du demarchage telephonique. Il est vrai que cette pratique est en expansion et peut prendre des formes variees. C'est ainsi que sont parfois utilises des automates d'appel qui sont des terminaux de telecommunications permettant de diffuser sur le reseau telephonique, avec ou sans operateur, des messages preenregistres dont la capacite d'appel en fait un moyen de communication efficace. L'utilisation de ces automates est soumise a des conditions particulieres. Tout d'abord, et dans la mesure ou elle suppose la mise en oeuvre de traitements informatises, elle est bien entendu soumise a la loi no 78-17 du 6 janvier 1978 relative a l'informatique, aux fichiers et aux libertes. De plus, tout abonne au telephone peut demander, sur le fondement de l'article R. 10-1 du code des postes et telecommunications, a se faire inscrire sur la liste orange de France Telecom sans redevance supplementaire, afin de ne pas figurer sur les listes extraites des annuaires et commercialisees par l'exploitant public. Par ailleurs, s'agissant d'equipements terminaux de telecommunications, les automates sont soumis a un agrement qui permet de verifier leur conformite aux exigences essentielles. Il est vrai que ces regles peuvent etre jugees insuffisantes. C'est pourquoi le ministere charge des telecommunications en a saisi l'observatoire juridique des technologies de l'information, organisme place aupres du Premier ministre charge d'etudier l'adaptation du droit aux nouvelles technologies de l'information. Les reflexions de cette instance sur les nouveaux services de telecommunications qui, faisant appel a la publicite, peuvent mettre en cause le respect de la vie privee ont conduit a saisir le Conseil national de la consommation pour recueillir l'avis des consommateurs et des professionnels. Enfin, les professionnels eux-memes s'attachent a elaborer des codes de conduite. C'est ainsi que le bureau de verification de la publicite (BVP) a publie une recommandation relative au marketing telephonique precisant que les appels telephoniques aupres des particuliers ne peuvent etre effectues que pendant les jours ouvrables, a des heures adaptees a l'horaire et au rythme de leur vie privee. Le ministre est tres favorable a ces demarches qui permettent de degager des regles deontologiques reellement appliquees par les professionnels afin que les nouvelles techniques de telecommunications n'aient pas d'effets negatifs sur la vie privee. Il est pret a apporter son concours a toute evolution en la matiere.

Données clés

Auteur : [M. Deprez Léonce](#)

Circonscription : - UDF

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 3348

Rubrique : Publicite

Ministère interrogé : industrie, postes et télécommunications et commerce extérieur

Ministère attributaire : industrie, postes et télécommunications et commerce extérieur

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 5 juillet 1993, page 1890

Réponse publiée le : 16 août 1993, page 2571