



Proposition de
Code de bonne conduite
pour le
Respect du consommateur
en matière de
Démarchage téléphonique

SEPTEMBRE 2020



SP2C Les entreprises de la
relation client externalisée

Sommaire

Préambule

Contexte.....	3
Objet.....	4
Éléments Constitutifs (Cadre juridique, Méthodologie et Identification des critères).....	5

Le Code de Bonne Conduite

1) Le Ciblage.....	8
• Définition	
• Recommandation de Bonne conduite	
2) Le droit d'opposition au démarchage.....	9
• Définition	
• Recommandation de Bonne conduite	
3) Les plages horaires d'appels.....	10
• Définition	
• Recommandation de Bonne conduite	
4) La fréquence des sollicitations.....	11
• Définition	
• Recommandation de Bonne conduite	
5) L'usage des systèmes automatisés d'appel.....	12
• Définition	
• Recommandation de Bonne conduite	
6) La présentation du numéro appelant.....	13
• Définition	
• Recommandation de Bonne conduite	
7) L'identité de l'appelant et l'objet de l'appel.....	14
• Définition	
• Recommandation de Bonne conduite	
8) Le coût de la communication.....	15
• Définition	
• Recommandation de Bonne conduite	

Les Signataires.....	16
----------------------	----

Préambule

Contexte

L'Assemblée Nationale a examiné en séance publique le 21 juin 2018, en première lecture, une proposition de loi visant à encadrer le démarchage téléphonique et à lutter contre les appels frauduleux. Face à la complexité du sujet, Madame la Secrétaire d'État auprès du Ministre de l'Économie et des Finances, Delphine Gény-Stephann, a souhaité inviter les associations de consommateurs et les représentants du monde économique, sous l'égide du Conseil National de la Consommation (CNC), à formuler des propositions pour renforcer les dispositifs existants afin de mieux lutter contre les sollicitations téléphoniques illicites et la fraude aux numéros surtaxés.

Indépendamment de la clôture des débats constatant un désaccord (Rapport du CNC du 22 février 2019) entre les parties représentées, et en parallèle des discussions parlementaires en cours, le présent Code de Bonne Conduite a été rédigé, sous l'impulsion du Syndicat des Professionnels des Centres de Contact (SP2C).

Le 6 décembre 2018, l'Assemblée Nationale a voté la proposition de loi présentée par Monsieur le député Christophe Naégelen, relative à l'encadrement du démarchage téléphonique et à la lutte contre les appels frauduleux qui prévoit à l'article L. 223-1 du Code de la Consommation que le professionnel qui fait valider ses listes de prospection par Bloctel devrait s'engager à respecter une charte de bonne conduite. Le 21 février 2019, le Sénat a modifié, en première lecture la proposition de loi adoptée en maintenant l'exception client préexistante et garantissant des sanctions plus sévères aux contrevenants.

Tout au long du processus de réflexion législatif, le SP2C a partagé ses bonnes pratiques avec l'ensemble des parties prenantes lors de rencontres régulières notamment avec Monsieur le député Christophe Naégelen, avec Madame Lucie Poivert, Conseillère Santé, Biens de Consommation, et avec les représentants de la Direction Générale des Entreprises.

Les débats législatifs se sont poursuivis avec une deuxième lecture à l'Assemblée Nationale jusqu'à la Loi du 24 juillet 2020 visant à encadrer le démarchage téléphonique et à lutter contre les appels frauduleux.

Toutes les principales mesures étaient préalablement présentes dans le code de conduite du SP2C, et dont les dispositions opérationnelles sont reprises ici :

Le professionnel doit se présenter de façon claire, précise et compréhensible au téléphone et doit également rappeler au consommateur son droit à s'inscrire sur Bloctel, la liste d'opposition au démarchage téléphonique.

Les entreprises qui ont recours au démarchage téléphonique doivent respecter un code de bonnes pratiques et saisir régulièrement l'organisme chargé de gérer la liste d'opposition Bloctel sous peine de sanctions au moins une fois par mois si elles exercent à titre habituel une activité de démarchage téléphonique ; avant toute campagne de démarchage téléphonique dans les autres cas.

Dès leurs premiers échanges avec Madame la Secrétaire d'Etat auprès du Ministère de l'économie, Agnès Pannier-Runacher et son Cabinet, les adhérents du SP2C ont réaffirmé être convaincus que l'autorégulation des professionnels vertueux en accompagnement de sanctions fortes à l'encontre des fraudeurs sera plus efficace, et s'engagent en vue d'encadrer les pratiques en matière de démarchage téléphonique des consommateurs.

Ainsi, les membres du SP2C tiennent à rappeler et soutenir les sanctions prévues par la loi n° 2020-901 :

Tout contrat conclu avec un consommateur à la suite d'un démarchage téléphonique réalisé en violation de ces nouvelles dispositions est nul et la nullité est rétroactive.

Les sanctions sont renforcées en cas d'abus (par exemple, appel à des personnes inscrites sur Bloctel) ou en cas d'utilisation d'un numéro masqué : 75 000 € pour les personnes physiques et 375 000 € pour les entreprises, contre 3 000 € et 15 000 € auparavant.

Il est attendu par les professionnels et les marques qu'ils représentent, que ces engagements leurs permettent d'exercer avec éthique leurs activités de commerce et de service auprès des consommateurs.

Objet

La sollicitation commerciale par téléphone parfois dénommée « démarchage téléphonique » dans les textes de proposition de loi se définit comme la prise de contact d'une marque par téléphone avec un consommateur en vue de préparer ou de conclure la vente d'un bien ou la fourniture d'un service ; elle fait partie des interactions usuelles du commerce moderne.

Les centres de contact externes représentent 49 000 salariés en France (Rapport de Branche des Prestataires de Services du Tertiaire 2018, I+C) dont 85% sont situés dans les territoires sur des bassins d'emploi en revitalisation. Dans son étude sectorielle 2020, EY évalue à 20% des effectifs le nombre de salariés dédiés directement aux opérations de démarchage téléphonique (appels sortants) porté à 35% avec la mutualisation des compétences soit 15 000 emplois en France pour les seuls prestataires de centre de contacts externalisés.

Les adhérents du SP2C s'inscrivent dans une démarche de responsabilité sociétale depuis plusieurs années à travers différentes démarches institutionnelles, connues et reconnues, notamment la Norme NF Services, la Charte Diversité, Le Label Responsabilité Sociales des Centres de Relation Client, The Global Compact, le Label engagé RSE... qui démontrent la capacité du secteur à déployer des prestations de qualités dans un environnement socialement responsable.

L'enjeu est aujourd'hui de donner à ce secteur les moyens et les chances d'affirmer sa pleine mesure en matière d'utilité sociétale et de maîtriser son développement dans les conditions les plus équilibrées pour ses entreprises et ses salariés.

Ainsi, le 29 octobre 2019, le SP2C, représenté par son Président Patrick Dubreil, a signé la nouvelle Charte « Recommandations et bonnes pratiques pour une relation client externalisée durable et responsable ». Son objectif : améliorer et fluidifier les relations entre donneurs d'ordre et centres de contacts externalisés. Cette signature a eu lieu en présence de Pierre Pelouzet, médiateur des entreprises et Jo-Michel Dahan, Sous-Directeur des Services Marchands à la Direction Générale des Entreprises (DGE). Les deux administrations soutiennent en effet cette démarche et saluent l'engagement pris par SP2C. « Ce travail collaboratif est susceptible de se poursuivre et de s'élargir à l'ensemble des acteurs de la profession, dans le cadre d'une plate-forme d'échanges les réunissant. » a confirmé Pierre Pelouzet, Médiateur des Entreprises.

En conséquence, dans la continuité de engagements en matière de responsabilité sociétale, les signataires souhaitent, par le présent Code, partager leurs recommandations de bonne conduite relatives au démarchage téléphonique dans une volonté d'équilibre entre le respect des consommateurs et la liberté de commerce.

Eléments constitutifs

En tant que guide de bonnes pratiques, le Code de Bonne Conduite constitue un outil méthodologique et didactique pour ses signataires leur permettant d'être reconnus comme des partenaires engagés dans une démarche de protection et de respect des consommateurs. Le présent Code est une recommandation de bonne conduite volontaire des signataires, lesquels restent soumis à la législation française et européenne en vigueur.

Le cadre juridique et normatif :

la norme internationale ISO 18295-1 élaborée par des experts du monde entier (Corée, Chine, France, Malaisie, Afrique du Sud, etc.) ;

les obligations relatives au registre unique des intermédiaires en assurance, banque et finance géré par l'ORIAS (Organisme Regroupant l'ensemble des Intermédiaires financiers au service des particuliers) ;

la loi n° 2014-344 du 17 mars 2014 relative à la consommation créant Bloctel, la liste d'opposition au démarchage téléphonique sur laquelle tout consommateur peut s'inscrire gratuitement afin de ne plus être démarché téléphoniquement par un professionnel avec lequel il n'a pas de relation contractuelle en cours.

La loi dite Hamon de 2014 sur la consommation précise également que le professionnel qui effectue un démarchage téléphonique a l'obligation de décliner son identité ou l'identité de la personne pour le compte de laquelle il effectue le démarchage ainsi que la nature commerciale de son appel. En outre, les appels en numéro masqué d'opérateurs sont interdits ;

le Règlement Général de Protection des Données (RGPD) : il s'agit du règlement 2016/679 du Parlement européen et du Conseil européen 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 ;

la décision de l'ARCEP n° 2019-0954 du 16 juillet 2019 relative au plan de numérotation, indépendamment du recours constitué auprès du Conseil d'Etat en cours ;

l'article 39 de la loi n° 2008-3 du 3 janvier 2008, pose le principe d'une interdiction générale des pratiques commerciales déloyales des professionnels à l'égard des consommateurs et s'attache tout particulièrement à protéger les consommateurs contre des pratiques commerciales trompeuses ou agressives ;

la loi Sapin 2, relative à la transparence, la lutte contre la corruption et la modernisation de la vie économique du 8 décembre 2016 ;

la loi n°2020-901 du 24 juillet 2020 visant à encadrer le démarchage téléphonique et à lutter contre les appels frauduleux, modification du code de la consommation.

La méthodologie poursuivie

Lors de leurs travaux, les professionnels adhérents du SP2C se sont efforcés de concilier le ressenti des consommateurs, la liberté de commerce des marques et les contraintes législatives, réglementaires, sociales et économiques de nos métiers.

1. Identification des critères impactant la perception du consommateur
2. Recensement des pratiques professionnelles actuelles par le SP2C
3. Examen des aménagements possibles
4. Rédaction de la plateforme de la charte
5. Présentation aux autres organisations parties prenantes
6. Présentation au Conseil National de la Consommation lors des auditions
7. Echanges avec les donneurs d'ordre et particulièrement l'AFRC
8. Inscription aux Recommandation de bonne conduite du SP2C et Promotion externe

L'identification des critères sensibles

Suite aux différents échanges avec les Parlementaires et les Associations de consommateurs concernant le ressenti des consommateurs lié aux pratiques abusives et/ou frauduleuses de démarchage téléphonique, les signataires ont identifié huit critères « sensibles » impactant la perception du consommateur :

1. le ciblage,
2. le droit d'opposition au démarchage,
3. les plages horaires d'appel,
4. la fréquence des sollicitations,
5. l'usage des systèmes automatisés d'appel et d'envoi de SMS,
6. la présentation du numéro appelant,
7. l'identité de l'appelant et l'objet de l'appel,
8. le coût de la communication.

Chacun de ses 8 critères fait l'objet dans le code, d'une définition et d'une recommandation de bonne pratique.

Le Code de Bonne Conduite

1) Le Ciblage

Définition

Le ciblage consiste, pour une entreprise, à évaluer l'appétence de différents segments du marché visé et à sélectionner les consommateurs susceptibles d'être intéressés par les offres de produits ou services proposées. Cette qualification donne lieu à la création d'un fichier qui sera transmis aux prestataires de services (centres de contacts) pour la réalisation des opérations de démarchage.

Recommandation de bonne conduite

Les professionnels signataires du présent Code s'engagent à respecter les obligations relatives à la protection des données à caractère personnel des consommateurs, avec une attention particulière sur l'information donnée aux consommateurs, lors de la collecte de données personnelles, de leur droit de figurer sur la liste d'opposition au démarchage (liste Bloctel) et de leur droit d'information et d'opposition, tel que prévu au L. 223-1 du droit de la consommation.

Les professionnels signataires du présent Code s'engagent également à délivrer une information pleine et entière au consommateur sur les dispositifs de protection dont il bénéficie, notamment liés au RGPD et à Bloctel en particulier.

Les professionnels signataires du présent Code forment leurs collaborateurs au RGPD et au dispositif Bloctel afin qu'ils puissent répondre à toute demande d'information du consommateur et instaurent un processus de transmission, au donneur d'ordre, des droits d'accès ou d'opposition exercés par les consommateurs.

Le Code de Bonne Conduite

2) Le droit d'opposition au démarchage

Définition

Le consommateur peut s'inscrire gratuitement sur la liste d'opposition dénommée « Bloctel » afin de ne plus être démarché téléphoniquement, à l'exception des cas suivants :

- Lorsqu' il s'agit de sollicitations intervenant dans le cadre de l'exécution d'un contrat en cours notamment pour des produits ou des services afférents ou complémentaires, ou concernant des propositions de nature à améliorer ses performances ou sa qualité.
- Lorsque le consommateur a de manière libre et non équivoque transmis son numéro afin d'être rappelé.
- Dans le respect des horaires et de la fréquence d'appels précisés par décret, pour des appels de prospection en vue de la fourniture de journaux, magazines ou périodiques et pour d'autres motifs spécifiques : appel d'un service public, d'instituts d'études et caritatifs.

Recommandation de bonne conduite

Les professionnels signataires du présent Code mettent en œuvre les moyens et procédures nécessaires pour un strict respect du souhait des personnes à ne pas être prospectées, que ces personnes en aient fait la demande auprès du professionnel ou en s'inscrivant sur une liste d'opposition.

Lorsque les demandes d'oppositions sont réceptionnées par les centres de contacts externes, ces derniers les transmettent au donneur d'ordre selon les modalités opérationnelles que ce dernier a défini.

Le Code de Bonne Conduite

3) Les plages horaires

Définition

Il s'agit de définir les plages horaires à l'intérieur desquelles peuvent légitimement être réalisées les interactions téléphoniques (appels sortants) à vocation commerciale non sollicitées par les consommateurs Français.

Recommandation de bonne conduite

Tels que le recommande l'AFNOR dans sa norme internationale ISO 18295-1, les professionnels signataires du présent Code s'engagent à respecter strictement les plages horaires suivantes : du lundi au vendredi de 09H00 à 20H00, et le samedi de 09H00 à 18H00, hors jours fériés (sauf si a un RDV a été expressément pris avec le client ou le prospect).

Par ailleurs, les signataires s'engagent de s'assurer en début d'appel que le consommateur a le temps nécessaire et la disponibilité pour l'entretien qui lui est proposé.

Le Code de Bonne Conduite

4) La fréquence des sollicitations

Définition

Il s'agit du nombre de sollicitations à vocation commerciale (appels) émises par une marque à destination du consommateur sur l'un de ses numéros pendant une période donnée.

Recommandation de bonne conduite

Les professionnels signataires du présent Code s'engagent à mettre en place les dispositions propres à éviter une pression commerciale excessive par une fréquence inadaptée des contacts opérés lors d'une même campagne.

Il est rappelé que si, logiquement, plusieurs tentatives peuvent être réalisées pour joindre un consommateur, le contact une fois établi n'a pas lieu d'être reproduit pour un même consommateur lors d'une même campagne.

Les professionnels s'engagent à ce que, sauf sur demande du consommateur :

- Un même numéro ne puisse pas faire l'objet de plus de 10 (dix) sollicitations (numérotation) à vocation commerciale sur 30 jours, dans le cadre d'une même campagne, sur la base des plages horaires définies préalablement.
- Un même numéro ne pourra pas faire l'objet de plus de 2 (deux) sollicitations (numérotation) à vocation commerciale sur une même journée, dans le cadre d'une même campagne, sur la base des plages horaires définies préalablement.
- ne pas composer successivement tous les numéros disponibles d'un même consommateur dans un intervalle de temps restreint.

Le Code de Bonne Conduite

5) L'utilisation des systèmes automatisés d'appels

Définition

Les systèmes automatisés d'appel permettent d'émettre des sollicitations à destination des consommateurs en composant automatiquement, séquentiellement ou parallèlement, les numéros d'une liste de destinataires. Ils permettent des sollicitations en journée auprès des consommateurs disponibles afin de limiter les appels en soirée.

Recommandation de bonne conduite

Les professionnels signataires du présent Code s'engagent à paramétrer les systèmes automatisés de manière à respecter les Recommandation de bonne conduite du présent Code et notamment les règles encadrant la fréquence des sollicitations.

Une attention particulière portera sur une des principales causes d'insatisfaction des consommateurs, les appels sans correspondant ou raccrochés qui sont dus à de mauvais réglages des *predictive* d'appels.

De la même manière, les professionnels signataires s'engagent également à veiller, lors des fins de campagne à modifier le paramétrage des systèmes afin de respecter scrupuleusement, tout au long de la campagne, les règles de sollicitations.

Le Code de Bonne Conduite

6) La présentation du numéro appelant

Définition

Conformément aux dispositions du Code de la Consommation, il est interdit au professionnel qui contacte un consommateur par téléphone en vue de conclure un contrat portant sur la vente d'un bien ou sur la fourniture d'un service d'appeler en numéro masqué.

Recommandation de bonne conduite

Les professionnels signataires du présent Code s'engagent à s'identifier auprès du consommateur lorsqu'il rappelle le numéro affiché sur son téléphone soit par la mise en place d'un message lui indiquant quelle société (Donneur d'Ordre) l'a contacté, soit par la prise en charge de l'appel par un conseiller qui l'informe de l'objet de l'appel et si le client l'accepte, qui entame la démarche prévue initialement.

Par ailleurs, les professionnels signataires du présent Code utilisent des numéros dont ils sont titulaires, ou qui sont affectés à leurs clients donneurs d'ordres.

Ils s'interdisent d'utiliser, en tant qu'identifiant d'appelant :

- Depuis le 1er janvier 2019, pour les systèmes automatisés, les numéros mobiles (06-07)
- Depuis le 1^{er} août 2019, pour les appels provenant de l'international, en l'absence de mécanisme d'authentification, un numéro géographique (01-05) ou polyvalent (09)

Le Code de Bonne Conduite

7) L'identité de l'appelant et l'objet de l'appel

Définition

En application de l'Article L.221-16 du Code de la consommation, « le professionnel qui contacte un consommateur par téléphone en vue de conclure un contrat [...] indique au début de la conversation, de manière claire, précise et compréhensible, son identité, le cas échéant l'identité de la personne pour le compte de laquelle il effectue cet appel et la nature commerciale de celui-ci. Le professionnel indique également au consommateur qu'il peut s'inscrire gratuitement sur la liste d'opposition au démarchage téléphonique [...] s'il ne souhaite pas faire l'objet de prospection commerciale par cette voie. »

Recommandation de bonne conduite

Les professionnels signataires du présent Code s'engagent à préciser dès la prise de contact, clairement et sans ambiguïté, l'objet de l'appel et l'identité du donneur d'ordre dans le respect du Code de la consommation, puis la possibilité d'inscription sur Bloctel.

Les appels à vocation commerciale ne doivent pas être présentés sous de faux prétextes (étude de marché, présentation fallacieuse de dispositifs défiscalisés, envoi de gains...).

Les signataires s'engagent à développer l'écoute, la capacité des conseillers à faire preuve d'empathie et d'accompagnement des consommateurs dans les échanges.

Le Code de Bonne Conduite

8) Le coût de la communication

Définition

Un numéro de téléphone surtaxé est un numéro qui est mis à la disposition du public moyennant un surcoût lors de la mise en ligne téléphonique.

Recommandation de bonne conduite

Les professionnels signataires du présent Code confirment avec force leur Recommandation de bonne conduite contre les pratiques de ping call (message frauduleux renvoyant sur un serveur surtaxé).

En cas de rappel du consommateur sur le numéro affiché, le professionnel doit être identifié préalablement à la facturation de toute prestation de services autre que le prix de la communication.

Les professionnels signataires du présent Code respectent la norme ISO 18 295 Relation Client de l'AFNOR : le consommateur doit être informé sur le coût éventuel de communication, y compris en cas de transfert ou d'invitation à finaliser la vente par un rappel.

Les Signataires

Denis Akriche, Président, **armatis-lc**

Chloé Beauvallet, CEO, **Sitel France**

Vincent Bernard, Président, **Webhelp**

Dominique Decaestecker, COO, **Majorel**

Maxime Didier, CEO, **Comdata France**

Patrick Dubreil, Président, **SP2C**

Olivier Hérault, Directeur Général, **Coriolis Service**

Franck Legré, Directeur Général, **Groupe BlueLink**

Frédéric Proville, CEO FSM, **Teleperformance**