

Le guide pratique du RGPD en **prospection commerciale**

Le domaine de la prospection commerciale implique le traitement quotidien de données personnelles. Ce guide dédié à la prospection commerciale explore les enjeux spécifiques, les meilleures pratiques et les obligations légales pour vous aider à mener des campagnes efficaces tout en respectant le RGPD.

Sommaire

1	La prospection commerciale		3	Les bonnes pratiques RGPD	
	Le contexte actuel	01		Obtenir le consentement que si c'est nécessaire	08
	Les enjeux	02		Comment obtenir le consentement	10
	Les 6 bénéfices d'être conforme RGPD	03		Envoyer des mails conforme	11
	Les chiffres	04		Constituer une base de donnée conforme	12
2	Les plaintes CNIL			Connaitre la durée de conservation des données	13
	D'où viennent les plaintes ?	05		Connaitre les droits de mes prospects	14
	Analyse d'une sanction	06		Répondre aux demandes d'exercice de droit	17
	Que faire en cas de plainte ?	07		Les questions fréquentes	19
				Pour aller plus loin	20

La prospection commerciale

Le contexte actuel

Aujourd'hui, avec l'essor du numérique et l'accès croissant à l'information, les individus sont de plus en plus conscients de **l'importance de protéger leurs données personnelles**.

Que ce soit dans le contexte professionnel (B2B) ou en tant que consommateurs (B2C), ils exigent désormais un contrôle accru sur la manière dont leurs données sont utilisées et partagées.

Face à ces préoccupations croissantes, le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) est entré en vigueur en 2016 pour **renforcer la protection des données personnelles et garantir les droits fondamentaux des individus en matière de confidentialité**.

Cette réglementation impacte significativement les pratiques de prospection commerciale en B2B et B2C, exigeant des entreprises une approche responsable et conforme au RGPD.

Dans ce guide, nous vous présentons les bonnes pratiques pour mener une prospection commerciale efficace et conforme RGPD.



| La prospection commerciale

Les enjeux

Les enjeux financiers

Sanctions légales et amendes

Les autorités de protection des données peuvent infliger des amendes substantielles en cas de non-conformité au RGPD, pouvant atteindre jusqu'à 4 % du chiffre d'affaires mondial annuel de l'entreprise ou 20 millions d'euros, selon le montant le plus élevé.

Risques juridiques et contentieux

Les entreprises peuvent faire face à des actions en justice de la part des individus dont les données ont été mal utilisées ou dont la vie privée a été compromise en raison de pratiques de prospection non conformes.

Les enjeux business

Réactions négatives des prospects

Les prospects sont de plus en plus conscients de leurs droits en matière de protection des données. Recevoir des communications non sollicitées ou non conformes au RGPD peut entraîner des réactions négatives, telles que des plaintes ou des demandes de suppression des données.

Perte de confiance et d'image

Une mauvaise gestion des données personnelles peut entraîner une perte de confiance de la part des clients, des prospects et du public en général. Cela peut nuire à l'image de l'entreprise et affecter sa réputation.

Les 6 bénéfices d'être RGPD conforme

Renforcez la confiance

Affirmez l'engagement de votre entreprise envers la protection des données, gagnant ainsi la confiance de vos collaborateurs, clients et prospects.



Réduisez les risques de sanctions

Évitez les amendes et préservez la réputation de votre entreprise en respectant la réglementation, rassurant ainsi vos employés, clients et prospects.



Prospectez efficacement

La conformité RGPD favorise une meilleure gestion des données, assurant des bases de données précises et donc une prospection plus efficace.



Minimisez les risques de fuites de données

En adoptant des normes rigoureuses de protection et de gestion des données personnelles, assurez la sécurité des données personnelles de vos parties prenantes.



Différenciez-vous

Montrez votre responsabilité en matière de protection des données pour vous démarquer de la concurrence, témoignant de votre engagement envers la vie privée et la sécurité de vos parties prenantes.



Augmentez votre compétitivité

Être conforme au RGPD évite la perte d'appels d'offres et de ventes, car de nombreuses entreprises et groupes préfèrent travailler avec des partenaires conformes pour éviter les risques de non-conformité. Cela renforce votre position concurrentielle sur le marché.



Les chiffres

Depuis 2022, la CNIL a choisi de porter une attention particulière à 3 thématiques prioritaires :

- La **prospection commerciale**
- La surveillance des travailleurs en télétravail
- L'utilisation du Cloud



Des français se disent **opposés à ce que leurs données personnelles soient stockées en dehors de l'UE**



Des français indiquent pouvoir **changer de prestataire s'il n'est pas conforme au RGPD***

*Sondage Ifop pour OVH en 2021.

525 000€

C'est le montant de l'amende que la CNIL a infligé à HUBSIDE STORE le 4 avril 2024 pour avoir utilisé des données fournies par des courtiers en données à des fins de prospection commerciale sans obtenir un consentement valide des personnes concernées.

Cette infraction concerne le non-respect de l'obligation de recueillir un consentement clair et libre des personnes concernées pour l'envoi de communications commerciales par voie électronique, en conformité avec les exigences du RGPD.

Cette fois ci la sanction ne représente que 2 % du chiffre d'affaires de l'entreprise, mais cela peut monter jusqu'à 4 %.

D'où viennent les plaintes CNIL ?



VOS PROSPECTS

Les prospects mécontents ont la possibilité de déposer une plainte en cas de non-respect du RGPD dans le cadre de la prospection commerciale.



VOS CLIENTS

Ils peuvent demander un audit RGPD, exercer leurs droits d'accès aux données et déposer une plainte auprès de la CNIL en cas de non-conformité.



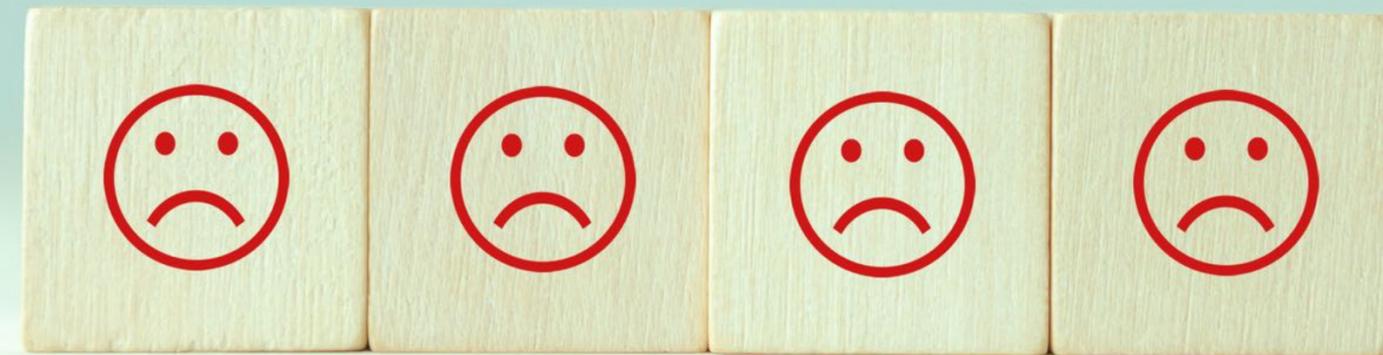
VOS PARTENAIRES

Vos partenaires peuvent vous imposer d'être en conformité RGPD ou résilier des contrats en cas de manquement



VOS CONCURRENTS

Le RGPD peut être utilisé par vos concurrents comme un moyen de déstabiliser votre structure.



Analyse d'une sanction

Le 12 octobre 2023, la CNIL a sanctionné la société GROUPE CANAL+ d'une amende de 600 000 euros, notamment pour ne pas avoir respecté ses obligations en matière de prospection commerciale et de droits des personnes. Voici les manquements :

MANQUEMENTS

- Omission de recueillir le **consentement préalable** des individus pour la prospection commerciale par e-mail.
- **Non-respect des obligations d'information** et de facilitation de l'exercice des droits des personnes.
- Défaut de supervision des activités de traitement effectuées par des **sous-traitants** au moyen de contrats appropriés.
- Négligence en matière de **sécurité des données personnelles**
- Défaut de notification à la CNIL en cas de **violation de données**.

En BtoC, vous devez impérativement obtenir le consentement explicite des individus avant d'envoyer des e-mails commerciaux. Utilisez des méthodes claires pour recueillir ce consentement

Fournissez des informations transparentes sur l'utilisation des données dans votre politique de confidentialité et facilitez l'exercice des droits des personnes.

Établissez des contrats de traitement des données clairs avec vos sous-traitants. Effectuez des contrôles réguliers pour assurer leur conformité.

Mettez en place des mesures de sécurité robustes. Formez régulièrement votre personnel sur la sécurité des données.

Élaborez un plan de gestion des incidents de sécurité des données. Notifiez toute violation à la CNIL dans les délais requis.



Que faire en cas de plainte CNIL ?

1 Analysez la mise en demeure

Examinez attentivement la mise en demeure pour comprendre les infractions relevées par la CNIL et les actions requises pour se conformer au RGPD.

2 Agissez rapidement

Prenez des mesures immédiates pour corriger les problèmes identifiés. Plus vous agissez rapidement, plus il sera facile de démontrer votre engagement envers la conformité et de réduire les risques de sanctions supplémentaires.

3 Répondez à la CNIL

Répondez à la mise en demeure de manière appropriée et dans les délais impartis. Fournissez à la CNIL toutes les informations demandées et démontrez votre engagement envers la conformité.

1

3

5

2

4 Identifiez les mesures correctives

Identifiez les actions spécifiques nécessaires pour remédier aux infractions signalées. Cela peut inclure la mise en place de politiques de confidentialité, la sécurisation des données, ou d'autres mesures de protection de la vie privée.

4

5 Documentez les actions prises

Gardez une trace détaillée de toutes les mesures correctives mises en œuvre en réponse à la mise en demeure. Cela peut inclure des captures d'écran, des rapports d'audit, des communications avec les parties concernées, etc.

6

6 Coopérez avec la CNIL

Coopérez pleinement avec la CNIL tout au long du processus. Répondez à toutes leurs demandes de clarification ou de documentation supplémentaire et participez activement à toute enquête ou audit.

Quand doit-on obtenir le consentement du prospect ?

➤ SMS, appel, mail, courrier

En BtoB



CONSENTEMENT NON OBLIGATOIRE

Vous n'avez pas besoin de recueillir le consentement de vos prospects pour faire de la prospection commerciale en BtoB : que ce soit par SMS, appel, mail ou voie postale.

Il est tout de fois nécessaire de respecter **4 points RGPD** pour être conforme en prospection commerciale :

- ✓ Informez vos prospects de la source de vos données
- ✓ Informez sur le fait qu'il s'agit d'une prospection commerciale
- ✓ Donnez leur la possibilité de se désinscrire
- ✓ Prospectez uniquement des personnes qui sont en lien avec votre activité

En BtoC

CONSENTEMENT OBLIGATOIRE



Pour contacter un prospect en BtoC par **SMS** (de 8h à 20h sauf dimanche et jours fériés) **ou mail** vous devez recueillir leur consentement.

CONSENTEMENT NON OBLIGATOIRE



Cependant pour les **appels et les courriers postaux**, pas besoin de consentement !

Attention tout de même avec les appels : le démarchage téléphonique est autorisé du lundi au vendredi, de **10h à 13h** et de **14h à 20h**. Vous devez également vous assurer que la personne que vous allez contacter n'est pas inscrit sur **Bloctel**. Si tel est le cas, vous n'avez pas le droit de la contacter.

Quand doit-on obtenir le consentement du prospect ?

➤ Sur les réseaux sociaux

En BtoB



CONSENTEMENT NON OBLIGATOIRE

LinkedIn est un réseau social professionnel. Vous pouvez contacter un prospect sans recueillir son consentement, sous la base de **l'intérêt légitime**.

Pour rester professionnel, veillez à **cibler vos messages**, et prospector seulement des personnes en lien avec votre activité.

Vous devez aussi **respecter l'opt-out** : si un utilisateur indique qu'il ne souhaite plus recevoir de message de votre part, vous devez respecter ce souhait.

En BtoC



CONSENTEMENT OBLIGATOIRE

La prospection commerciale sur les réseaux sociaux en BtoC est interdite.

Vous pouvez néanmoins :

- Faire de la publicité ciblé
- Créer du contenu engageant
- Utiliser des influenceurs et des ambassadeurs de marque
- Participer aux discussion et dialogues sur les réseaux sociaux
- Offrir des promotions et des concours

Comment obtient-on le consentement du prospect ?

Le consentement doit être libre, spécifique, éclairé et univoque.

Il doit être donné de manière explicite et non ambiguë. Les prospects doivent pouvoir manifester leur consentement de manière active. Il est donc interdit de pré-cocher la case de recueil de consentement.

Les informations à inclure :

- ✓ Explication claire de la finalité de la collecte des données (par exemple, "Inscrivez-vous pour recevoir nos offres commerciales").
- ✓ Case à cocher pour recueillir le consentement explicite des utilisateurs. Par exemple.
- ✓ Lien vers la politique de confidentialité pour plus de détails.
- ✓ Il est préférable de recueillir le consentement pour chaque type de communication, par exemple :

Exemple, si vous souhaitez faire de prospection commerciale par email et par SMS :

- J'accepte que mes informations soient utilisées pour de la prospection commerciale par **email**. Pour en savoir plus, consultez [notre politique de confidentialité](#).
- J'accepte que mes informations soient utilisées pour de la prospection commerciale par **SMS**.

| La prospection commerciale

La prospection commerciale par mail

➤ Ce qu'il faut mentionner impérativement dans vos mails

Assurer la conformité au RGPD dans vos campagnes d'emailing est essentiel pour respecter les droits des individus et éviter les sanctions légales.

Voici les 4 éléments essentiels à inclure dans vos emails de prospection commerciale pour être conforme au RGPD :



Informez vos prospects de la **source de leurs données**.



Offrez-leur la possibilité de **se désabonner** de vos communications.



Informez vos contacts de **leurs droits** (droit d'accès et droit à l'oubli).



Fournissez des informations sur la **manière dont vous traitez les données personnelles**, en incluant une politique de confidentialité conforme au RGPD.



La prospection commerciale par mail

➤ Exemple de mention légale pour vos campagnes d'email

Exemple Dipeeo :

“ Cet email ainsi que toutes ses pièces jointes sont confidentiels et sont protégés par le secret professionnel. Si vous recevez ce message par erreur, merci de le détruire et d'en avertir l'expéditeur. Toute reproduction, divulgation, ou utilisation, même partielle, de son contenu est strictement interdite. **Nous avons obtenu vos coordonnées** i) directement par vous ii) par l'intermédiaire d'informations publiques (ex : salon et site internet) iii) par l'intermédiaire des réseaux sociaux (ex : LinkedIn) ou encore iv) via des outils autorisés par la CNIL (ex : Dropcontact), conformément aux dispositions de l'article L34-5 du CPCE et aux directives de la CNIL. Pour ne plus recevoir de messages sur nos dernières offres et promotions, cliquez sur **Ne plus recevoir**. Vous pouvez également **demander l'accès à vos données et l'arrêt des traitements** de données personnelles à des fins de prospection commerciale à l'adresse contact@dipeeo.com. Pour plus d'informations sur la manière dont vos données sont collectées, vous pouvez consulter **notre politique de confidentialité**.”



La prospection commerciale

La prospection commerciale par mail

➤ Les outils de mailing RGPD friendly

Vous l'aurez compris, un des grands principes du RGPD est de contrôler ses prestataires techniques. Ca vaut bien évidemment pour vos outils de prospection commerciale. Voici une liste non exhaustive d'outils conformes RGPD pour lancer vos campagnes d'email :



Quelles sont les règles pour constituer une base de données ?

En BtoB

Tout est (presque) permis ! 

En BtoB vous avez le droit de...

- **De collecter toutes les adresses mails** que vous souhaitez tant qu'elles sont professionnelles et en lien avec votre domaine d'activité (Ex : nomprénom@nomsociété.com)
- **Créer des bases de données sans consentement** préalable
- **Louer, vendre ou donner** à titre gracieux votre base de données
- **Scraper** des informations publiques
- **Garder les données autant de temps que vous souhaitez** (il n'y a pas de durée de conservation)

Le tout en utilisant des **outils conforme au RGPD** : LinkedIn, Dropcontact, Leadjet etc.

En BtoC

Les règles sont strictes ! 

La prospection commerciale en BtoC nécessite d'obtenir le consentement préalable du prospect (opt-in)

Il est interdit de

- Scrapper des informations publiques
- Garder les données personnelles éternellement (cf. page 14)
- Louer, vendre, donner, créer, collecter des bases de données et/ou adresses mails sans consentement préalable

Cependant, vous avez le droit :

- **D'acheter** une base de données de prospects BtoC ayant consenti à être prospectés et faisant partie de vos cibles.
- **Constituer votre base de données** grâce aux inscriptions à votre newsletters, vos webinars, jeux concours, etc...
- **De louer ou prêter une base de données**, si et seulement si vous avez obtenu le consentement préalable des prospects.



Combien de temps puis-je conserver les données de mes prospects ?

Les données ne doivent pas être conservées indéfiniment. Elles doivent rester en « base active » uniquement le temps strictement nécessaire à la réalisation de l'objectif poursuivi. Par la suite, elles doivent être détruites, anonymisées ou archivées.

En BtoB

En théorie, la durée légale de conservation des données en BtoB est de 3 ans. En pratique, tant qu'il n'y a pas d'opt-out, vous pouvez conserver ces données et continuer de ad vitam aeternam.

En BtoC

La durée légale de conservation d'une donnée dans le cadre d'une prospection commerciale est de **3 ans** à compter du dernier contact.

Cependant, il y existe quelques exceptions :

- Si le prospect est toujours inscrit ou abonné à vos emails.
- Si le prospect fait une démarche vers vous, vous pouvez remettre le compteur à 0.

Quels droits mes prospects peuvent-ils exercer ?



Tous les utilisateurs ont des droits spécifiques qu'ils peuvent utiliser à tout moment et gratuitement afin de contrôler l'usage de leurs données personnelles. Ces droits sont octroyés par la réglementation applicable en matière de protection des données.

➤ **Droit d'accès et de copie des données personnelles**

Chaque utilisateur a le droit de demander l'information de tous les traitements de ses données personnelles dès lors que cette demande n'est pas en contradiction avec le secret des affaires, la confidentialité, ou encore le secret des correspondances.

➤ **Droit de rectification des données personnelles**

Chaque utilisateur peut rectifier, compléter, actualiser, verrouiller ou effacer ses données personnelles qui seraient erronées, obsolètes ou incomplètes.

➤ **Droit de s'opposer aux traitements**

Chaque utilisateur a le droit de se désabonner d'une campagne de prospection commerciale (opt-out)

➤ **Droit de demander l'effacement / droit à l'oubli**

Vos prospects peuvent vous demander de supprimer leurs données personnelles si elles ne sont plus nécessaires aux fins pour lesquelles elles ont été collectées ou si le consentement est retiré

➤ **Droit à la limitation des données personnelles**

Ce droit permet aux individus de restreindre temporairement le traitement de leurs données personnelles dans certaines circonstances

➤ **Droit à la portabilité des données**

Ce droit donne aux individus la possibilité de récupérer et réutiliser leurs données personnelles dans un format structuré, couramment utilisé et lisible. Cela permet aux individus de changer de fournisseur de service plus facilement tout en conservant le contrôle sur leurs données personnelles.

➤ **Droit de donner des directives sur le sort des données**

Ce droit permet aux individus de donner des instructions spécifiques sur la manière dont leur données personnelles doivent être traitées après leur décès ou leur incapacité.

Que répondre à des demandes d'exercice de droits en BtoB

➤ Demande simple d'accès

 1 mois max pour répondre.

Comment avez vous eu mes données ?

Bonjour,

Nous avons obtenu vos coordonnées i) directement par vous ii) par l'intermédiaire d'informations publiques (ex : salon et site internet) iii) par l'intermédiaire des réseaux sociaux (ex : LinkedIn) ou encore iv) via des outils autorisés par la CNIL (ex : Drop contact), conformément aux dispositions de l'article L34-5 du CPCE et aux directives de la CNIL.

Je reste disponible si vous avez des questions.

➤ Demande d'opt-out

 1 mois max pour répondre.

Bonjour, je ne souhaite plus recevoir vos e-mails de prospection

Bonjour,

Merci pour votre retour, c'est bien noté. Je vous retire dès à présent de notre liste de diffusion.
très bonne continuation,



Dans le cadre d'une demande d'opt-out, vous ne devez jamais supprimer entièrement ces données. Transférez-les plutôt dans une base de données dédiées aux désabonnements. Sinon vous n'aurez plus aucune trace de l'opt-out et risquerez de prospecter à nouveau ces personnes par inadvertance.

Que répondre à des demandes d'exercice de droits en BtoB

➤ Demande complexe de droit d'accès

 3 mois max pour répondre.

Madame, Monsieur,

Conformément au Règlement général sur la protection des données (RGPD), je vous adresse une demande d'accès aux données personnelles que vous traitez à mon sujet. Je souhaite obtenir les informations suivantes :

1. Les types de données personnelles collectées et traitées.
2. Les finalités du traitement de ces données.
3. Les catégories de destinataires auxquels ces données sont communiquées.
4. La durée de conservation prévue pour ces données.
5. La source des données collectées.

Merci de bien vouloir me fournir ces informations dans un délai raisonnable et de me contacter si des frais sont applicables pour cette demande.

Bonjour X,

Nous vous remercions pour votre demande d'accès.

Nous utilisons des données d'identification (nom, prénom) et des coordonnées (adresse email) vous concernant à des fins de prospection commerciale pendant toute la durée de la campagne jusqu'à ce que vous formuliez une opposition à cette prospection ou, en l'absence d'opposition, pendant une durée de 3 ans à compter de votre dernier contact.

En aucun cas vos données sont utilisées dans le cadre d'une décision automatisée ou d'un profilage.

Vos données sont **exclusivement utilisées en interne** auprès de nos équipes commerciales et ne sont jamais transmises à des tiers.

Par ailleurs, nos outils de prospection sont français et bénéficient de serveurs sur le sol européen.

Nous avons obtenu vos coordonnées i) directement par vous ii) par l'intermédiaire d'informations publiques (ex : salon et site internet) iii) par l'intermédiaire des réseaux sociaux (ex : LinkedIn) conformément aux dispositions de l'article L34-5 du CPCE relatif aux règles de prospection commerciale.

Pour rappel, la prospection **B2B ne requiert pas d'obtenir votre consentement préalable comme cela est très bien expliqué par la CNIL**. A ce titre, aucune preuve de recueil du consentement n'est applicable ou réalisable ici.

Nous comprenons que vous souhaitez vous opposer aux traitements de données dans le cadre de notre campagne de prospection. Nous confirmons la prise en compte de votre demande avec **effet immédiat**.

Nous vous confirmons également que vos données ont été supprimées de nos outils. Si, toutefois, vous estimez que nous n'avons pas respecté votre demande d'accès, vous pouvez introduire une réclamation auprès de la CNIL à l'adresse suivante : <https://www.cnil.fr/fr>

Bien cordialement,

Les questions fréquentes

➤ Les règles de prospections sont-elles identiques dans toute l'union européenne ?

Le RGPD établit des principes fondamentaux applicables dans tous les États membres de l'UE. Cependant, **chaque pays peut avoir ses propres lois et réglementations spécifiques** qui complètent ou adaptent les exigences du RGPD.

En France, par exemple, la prospection commerciale est encadrée par le Code des Postes et des Communications Électroniques (CPCE). Les règles de prospection commerciale **BtoB y sont parmi les plus permissives en Europe**, permettant notamment l'utilisation de **l'intérêt légitime** comme base légale pour contacter des professionnels sans consentement préalable.

En revanche, des pays comme l'Allemagne ou l'Italie exigent le consentement préalable pour contacter un prospect BtoB.

Les méthodes de prospection peuvent donc varier d'un pays à l'autre. Aussi, si vous commercialisez en Europe ou envisagez de le faire il est essentiel de vérifier et de respecter les règles spécifiques de chaque pays.

➤ Peut-on effectuer un transfert de base de données entre la France et l'international ?

Les transferts de données hors de l'Union européenne **sont généralement interdits**, mais il existe des exceptions.

Par exemple, pour transférer des données vers les États-Unis, des clauses contractuelles standard approuvées par la Commission européenne sont nécessaires.

Cependant, il convient de noter qu'il existe une subtilité : dans certains pays, ces clauses contractuelles ne sont nécessaires que si les transferts de données ont lieu quotidiennement dans le cadre d'une relation commerciale.

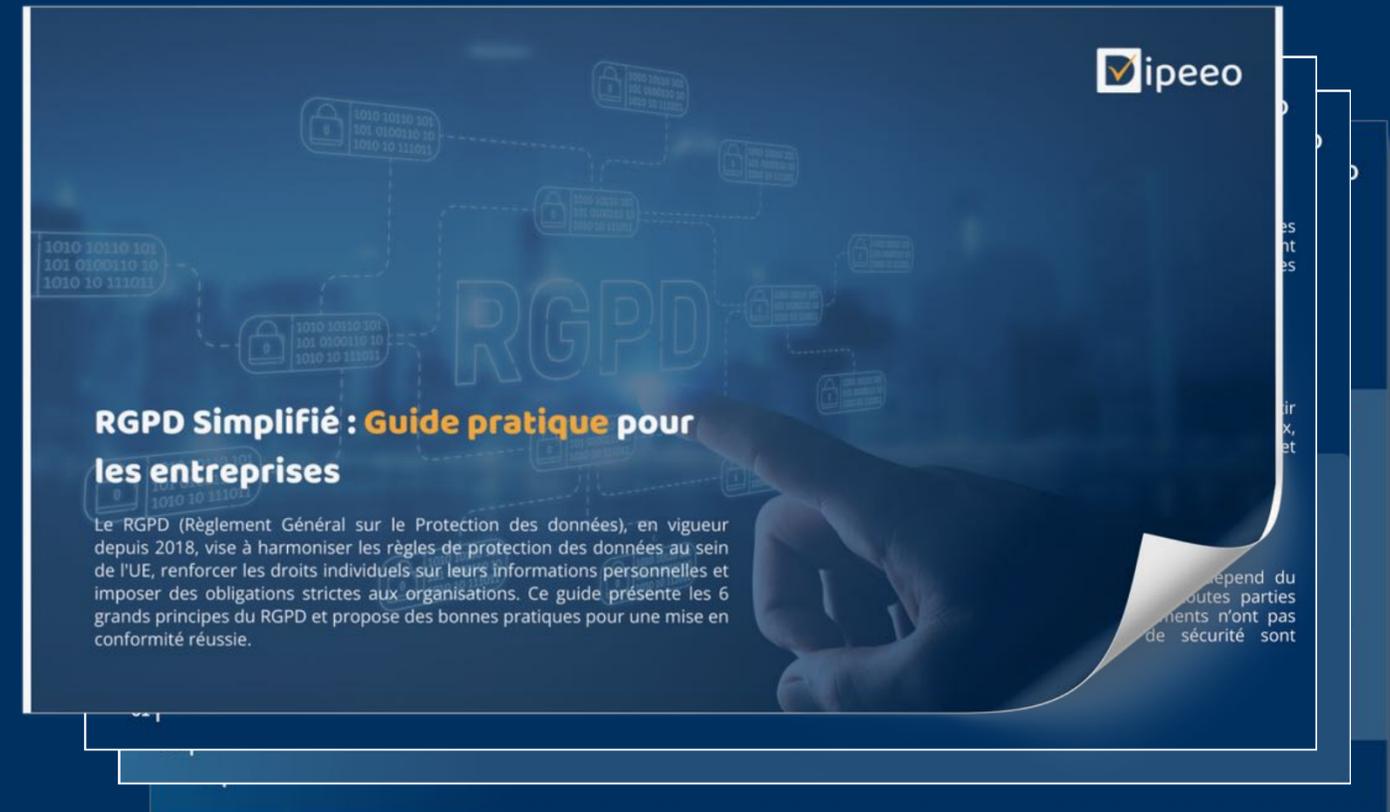
Dans d'autres cas, elles ne sont requises que si les transferts ont lieu à des intervalles plus fréquents, tels que tous les 6 mois ou chaque année.

■ Pour aller plus loin

En plus d'appliquer les bonnes pratiques en prospection commerciale, il est essentiel de garantir une conformité totale avec le RGPD.

Ce guide pratique vous offre des conseils détaillés sur les meilleures pratiques à adopter pour assurer la protection des données personnelles et respecter toutes les exigences légales du RGPD dans tous les domaines de votre activité.

[Télécharger le guide](#)



Dipeeo traite l'ensemble de vos sujets RGPD, pour une conformité totale



Des documents juridiques



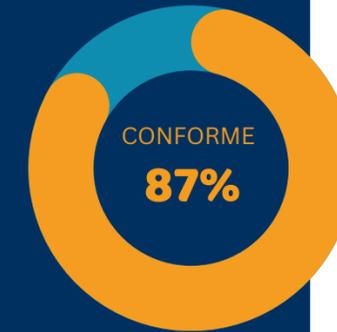
Des conseils illimités



Une plateforme collaborative



Un label "RGPD conforme"



Mon site internet

En cours de validation



11 versions

2/12 étapes validées

COMPLÉTER LES ÉTAPES

Mes documents

Choix de l'entité

Société 1

Société 1 / Etape de conformité RGPD



DPA



Politique de confidentialité cookies



Politique de confidentialité clients



Charte des systèmes d'information



CONTACTEZ-NOUS

