

● **Prospection commerciale par téléphone : le principe du consentement préalable des consommateurs**

Depuis le 11 août 2026, la prospection commerciale par téléphone à destination des consommateurs est, par principe, subordonnée à leur consentement préalable. Ce nouveau régime, issu de la loi n° 2025-594 du 30 juin 2025 contre toutes les fraudes aux aides publiques, met fin au dispositif Bloctel, qui proposait aux consommateurs de s'inscrire sur une liste d'opposition à ce démarchage.

I. Sur le principe du consentement préalable

L'article L. 223-1 du Code de la consommation interdit désormais à un professionnel de démarcher par téléphone, directement ou par l'intermédiaire d'un tiers agissant pour son compte, un consommateur qui n'a pas exprimé préalablement son consentement à faire l'objet de prospections commerciales par ce moyen.

Le consentement doit être libre, spécifique, éclairé, univoque et révocable, et résulter d'un acte positif clair. Il appartient au professionnel de rapporter la preuve que le consentement du consommateur a été recueilli dans ces conditions.

Le décret n° 2026-662 du 23 juillet 2026 précise les modalités de recueil de ce consentement. La demande doit notamment indiquer l'identité du professionnel et, le cas échéant, celle du tiers agissant pour son compte, la nature des biens ou services concernés, la possibilité de retirer son consentement et les modalités de ce retrait ainsi que la période pendant laquelle le consommateur accepte d'être démarché. Cette période ne peut excéder un an à compter de la date du recueil du consentement. Elle doit également informer le consommateur de la possibilité d'accéder, à sa demande, au support durable comportant la preuve de son consentement. Le consentement ne peut faire l'objet d'un renouvellement tacite.

De plus, une mention préédigée ne nécessitant aucun accord exprès du consommateur ou la simple poursuite de la navigation sur un site internet ne permettent pas de caractériser un consentement au démarchage téléphonique. Le professionnel doit conserver et archiver au format numérique les informations relatives au consentement, ainsi que la date et l'heure auxquelles celui-ci a été donné, pendant une période de trois ans à compter de la date de son recueil.

Le consommateur peut retirer son consentement à tout moment, selon des modalités qui ne peuvent être plus complexes que celles prévues pour son recueil. Ce retrait peut être exprimé oralement.

II. Sur les exceptions au principe du consentement préalable

L'article L. 223-1 du Code de la consommation prévoit deux exceptions au principe du consentement préalable du consommateur :

- Lorsque la sollicitation intervient dans le cadre de l'exécution d'un contrat en cours et a un rapport avec l'objet de ce contrat. Cette exception couvre notamment les sollicitations portant sur des produits ou services afférents ou complémentaires à l'objet du contrat en cours ou de nature à améliorer ses performances ou sa qualité ;
- Lorsque la prospection a lieu en vue de la fourniture de journaux, de périodiques ou de magazines.

Liens utiles :

- [Article L223-1 - Code de la consommation - Légifrance](#)
- [Décret n° 2026-662 du 23 juillet 2026 relatif aux modalités de recueil, de conservation et de retrait du consentement du consommateur à des fins de prospection commerciale par voie téléphonique - Légifrance](#)