

« E-mailing et contexte juridique : les grandes tendances »



E-mailing et newsletter : les clés de la réussite
2 juin 2005 – Région Midi-Pyrénées

- **La LCEN : Loi pour la confiance dans l'Économie Numérique – 21 juin 2004**
- **La loi informatique et liberté du 6 janvier 1978, modifiée le 6 Août 2004**
- **La CNIL : l'interprétation de la LCEN depuis le 17 février 2005**
- **Le SNCD : le syndicat national de la communication directe édite le code de déontologie de la communication directe - mars 2005**
- **L'UMFD : l'Union Française du Marketing Direct édite un code de déontologie en matière de e-mailing - 19 avril 2005**
- **Ce qu'il faut en retenir,...**

- **LCEN : La loi pour la confiance en l'économie numérique, publiée le 22 juin 2004**

L'article 22 traite des dispositions relatives à l'envoi des courriers électroniques

- « *Est interdite la prospection directe au moyen d'un automate d'appel, d'un télécopieur ou d'un courrier électronique utilisant, sous quelque forme que ce soit, les coordonnées d'une personne physique qui n'a pas exprimé son consentement préalable à recevoir des prospections directes par ce moyen* »

- **Trois cas sont à distinguer :**
 - Les fichiers clients : adresses électroniques collectées dans le cadre d'un achat commercial
 - Les fichiers prospects : adresses électroniques collectées en dehors de tout acte commercial collectées avec consentement
 - Les fichiers prospects constitués sans consentement préalable des personnes fichées

- **22 juin - 22 décembre 2004 : six mois pour répondre à la règle de l'opt-in**
 - D'après les premières études, la majorité des propriétaires ne s'y sont soumis,...qu'à la dernière minute



La LCEN en bref

De : La Gazette des communes [mailto:actu-lme@groupe-monteur.fr]

Envoyé : mercredi 22 décembre 2004 08:13

À : Isabelle HARDY

Objet : A propos de votre compte Gazette des communes



Bonjour ISABELLE HARDY

Comme vous le savez sans doute, la nouvelle réglementation dite " loi sur la confiance dans l'économie numérique ", demande aux éditeurs de sites internet de s'assurer que les destinataires de leurs messages ont préalablement donné un accord explicite à la réception de tels envois.

Cette démarche légitime renforce la protection des internautes contre les envois non sollicités.

Pour continuer à recevoir de la part de la Gazette des communes des informations à caractère professionnel

[Cliquez ici](#)

Très cordialement,

L'équipe web Gazette
www.lagazettedescommunes.com



- **Autres informations à donner**
 - Finalité de la collecte
 - Durée de conservation des informations
 - Conséquence de l'absence de réponse
 - Droit d'accès et de rectification
- **Les sanctions**
 - Pénales,...
 - Les premières condamnations apparaissent

- **Séance du 17 février 2005**
 - « *Les personnes physiques peuvent être prospectées par courrier électronique à leur adresse électronique professionnelle sans leur consentement préalable, si le message leur est envoyé au titre de la fonction qu'elles exercent dans l'organisme privé ou public qui leur a attribué cette adresse.* »
- **Un rappel : ne pas oublier de déclarer ses fichiers d'adresses,...**

Pour en savoir plus : www.cnil.fr

- **Syndicat National de la Communication Directe**
 - Créé en 1933, il regroupe 120 membres professionnels qui travaillent à la promotion des techniques et usages du marketing direct et de la relation client.
 - Mars 2005 : le code de déontologie de la communication directe électronique tient compte des impératifs liés à la LCEN et propose une pratique de cette loi.

Pour en savoir plus : www.sncd.org

- **L'Union Française du Marketing direct**
 - Code de déontologie du e-mailing : code, charte, guide pratique,...paru le 19 avril 2005
- **Les professionnels s'organisent et se fédèrent,...**

- **10 règles à suivre :**
 - 1 - Obtenir le consentement préalable
 - 2 - Indiquer la finalité du traitement (et l'identité de l'émetteur)
 - 3 - Privilégier les formulaires courts
 - 4 - Poser des questions cohérentes avec le métier de l'entreprise
 - 5 - Essayer la collecte ludique (sauf pour une cible CSP+ ou professionnelle)

- **10 règles à suivre (suite)**
 - 6 - Penser à la collecte via une newsletter
 - 7 - Attention au parrainage
 - 8 - Penser à la collecte multicanal et à la complémentarité web/papier
 - 9 - Ne pas viser l'homogénéité immédiate
 - 10 - Rédiger une charte de déontologie multicanal

Source : Journal du Net