

BELGISCHE KAMER VAN  
VOLKSVERTEGENWOORDIGERS

10 april 2026

**WETSVOORSTEL**

tot wijziging van het Wetboek van  
economisch recht, teneinde ongewenste  
telemarketing doeltreffender tegen te gaan

**Advies**  
van de Gegevensbeschermingsautoriteit

---

*Zie:*

Doc 56 **1081/ (2024/2025)**:  
001: Wetsvoorstel van de heer De Smet.

CHAMBRE DES REPRÉSENTANTS  
DE BELGIQUE

10 avril 2026

**PROPOSITION DE LOI**

modifiant le Code de droit économique  
afin de lutter plus efficacement contre  
le démarchage téléphonique intempestif

**Avis**  
de l'Autorité de protection des données

---

*Voir:*

Doc 56 **1081/ (2024/2025)**:  
001: Proposition de loi de M. De Smet.

03492

N-VA	: Nieuw-Vlaamse Alliantie
VB	: Vlaams Belang
MR	: Mouvement Réformateur
PS	: Parti Socialiste
PVDA-PTB	: Partij van de Arbeid van België – Parti du Travail de Belgique
Les Engagés	: Les Engagés
Vooruit	: Vooruit
cd&v	: Christen-Democratisch en Vlaams
Ecolo-Groen	: Ecologistes Confédérés pour l'organisation de luttes originales – Groen
Anders.	: Anders.
DéFI	: Démocrate Fédéraliste Indépendant
ONAFH/INDÉP	: Onafhankelijk-Indépendant

<i>Afkorting bij de nummering van de publicaties:</i>		<i>Abréviations dans la numérotation des publications:</i>	
DOC 56 0000/000	Parlementair document van de 56 <sup>e</sup> zittingsperiode + basisnummer en volgnummer	DOC 56 0000/000	Document de la 56 <sup>e</sup> législature, suivi du numéro de base et numéro de suivi
QRVA	Schriftelijke Vragen en Antwoorden	QRVA	Questions et Réponses écrites
CRIV	Voorlopige versie van het Integraal Verslag	CRIV	Version provisoire du Compte Rendu Intégral
CRABV	Beknopt Verslag	CRABV	Compte Rendu Analytique
CRIV	Integraal Verslag, met links het definitieve integraal verslag en rechts het vertaalde beknopt verslag van de toespraken (met de bijlagen)	CRIV	Compte Rendu Intégral, avec, à gauche, le compte rendu intégral et, à droite, le compte rendu analytique traduit des interventions (avec les annexes)
PLEN	Plenum	PLEN	Séance plénière
COM	Commissievergadering	COM	Réunion de commission
MOT	Moties tot besluit van interpellaties (beigekleurig papier)	MOT	Motions déposées en conclusion d'interpellations (papier beige)



Autorité de protection des données  
Gegevensbeschermingsautoriteit

**Advies nr. 02/2026 van 12 januari 2026**

**Betreft: advies met betrekking tot een wetsvoorstel tot wijziging van het Wetboek van economisch recht, teneinde ongewenste telemarketing doeltreffender tegen te gaan** (CO-A-2025-188)

**Vertaling**

**Trefwoorden:** telemarketing – direct marketing – opt-in – toestemming

Gelet op de wet van 3 december 2017 tot oprichting van de Gegevensbeschermingsautoriteit, met name de artikelen 23 en 26 (hierna "WOG");

Gelet op Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG (hierna "AVG");

Gelet op de wet van 30 juli 2018 betreffende de bescherming van natuurlijke personen met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens (hierna "WVG");

Gelet op de adviesaanvraag van de heer Peter De Roover, voorzitter van de Kamer van volksvertegenwoordigers (hierna "de aanvrager"), ontvangen op 5 november 2025;

Gelet op de aanvullende informatie, ontvangen op 27 en 28 november 2025;

Brengt de Autorisatie- en Adviesdienst van de Gegevensbeschermingsautoriteit (hierna "de Autoriteit") op 12 januari 2026 het volgende advies uit:

*Enkel adviezen met betrekking tot ontwerpen en voorstellen met rang van wet, die uitgaan van de federale overheid, het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en de Gemeenschappelijke Gemeenschapscommissie worden zowel in het Nederlands als in het Frans door de Autoriteit gepubliceerd. De 'Originele versie' is de versie die gevalideerd werd.*

## I. VOORWERP EN CONTEXT VAN DE AANVRAAG

### a. Inhoud van het voorstel

1. Op 5 november 2025 heeft de aanvrager het advies van de Autoriteit gevraagd over een wetsvoorstel tot wijziging van het Wetboek van economisch recht, teneinde ongewenste telemarketing doeltreffender tegen te gaan (hierna "**het voorstel**")<sup>1</sup>.
2. Het voorstel wil een verbod invoeren (met een uitzondering) om "*per telefoon dan wel via een andere communicatietechniek een consument te benaderen die er niet [...] mee heeft ingestemd*". De afgevaardigde van de aanvrager heeft in een e-mail van 27 november 2025 het volgende gepreciseerd (vrije vertaling): "*De heer DE SMET<sup>2</sup> beoogt elke vorm van communicatie waarbij een onderneming of organisatie een consument op misbruikende wijze benadert via diens vaste of mobiele telefoonnummer, met inbegrip van sms-berichten, WhatsApp [...]*"<sup>3</sup>.
3. Meer in het bijzonder voorziet het voorstel erin om het huidige artikel VI.110, § 1, van het Wetboek van economisch recht (hierna "**het WER**") te vervangen door de volgende tekst:

*"§ 1. Het is verboden om rechtstreeks of via een derde partij die in eigen naam optreedt, per telefoon dan wel via een andere communicatietechniek een consument te benaderen die er niet op voorhand mee heeft ingestemd om via die weg te worden benaderd voor commerciële werving.*

*Voor de toepassing van dit artikel wordt onder toestemming verstaan elke vrije, specifieke, geïnformeerde, ondubbelzinnige en herroepbare wilsuiting waarmee een persoon door een duidelijke positieve handeling aanvaardt dat hem betreffende persoonsgegevens mogen worden gebruikt voor telefonische commerciële werving. De voorwaarden bepaald in artikel 7 van Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG (algemene verordening gegevensbescherming) zijn van toepassing.*

<sup>1</sup> Het [voorstel](#) is beschikbaar op de website van de Kamer (DOC 56, 1081/001).

<sup>2</sup> De heer De Smet is de volksvertegenwoordiger die het voorstel heeft ingediend.

<sup>3</sup> Het antwoord van de afgevaardigde van de aanvrager vermeldde ook "mailings", maar naar aanleiding van een vraag van de Autoriteit over de reikwijdte van die term en over het bestaan van een verband met het gebruik van een telefoonnummer, heeft hij later verduidelijkt dat met "mailings" geen rekening meer moest worden gehouden.

*Het komt de wervende partij toe het bewijs te leveren dat de toestemming van de consument werd verkregen onder de in het tweede lid van deze paragraaf uiteengezette voorwaarden.*

*Het verbod in het eerste lid is niet van toepassing wanneer contact wordt opgenomen in het kader van de uitvoering van een lopende overeenkomst en de contactopname rechtstreeks verband houdt met het voorwerp van die overeenkomst, met inbegrip van het geval waarin de consument producten of diensten worden aangeboden die verband houden met of een aanvulling vormen op het voorwerp van de lopende overeenkomst of die de prestaties dan wel de kwaliteit ervan kunnen verbeteren."*

4. Het voorstel beoogt dit verbod te koppelen aan een sanctie van niveau 4. Daartoe voorziet het in de opheffing van artikel XV.83, eerste lid, 16°, van het WER, dat momenteel een sanctie van niveau 2 vaststelt voor overtredingen van de artikelen VI.110 tot VI.115 en van de besluiten ter uitvoering van artikel VI.114, en in de invoering van een nieuw artikel XV.85/1, 2°, waarin een sanctie van niveau 4 wordt vastgesteld voor overtredingen van de artikelen VI.110 tot VI.115 van het WER.

## **b. Huidig juridisch kader**

5. Om de ruimere context waarin het voorstel kadert goed te begrijpen, acht de Autoriteit het aangewezen om kort<sup>4</sup> de complexiteit van het bestaande wettelijk kader in herinnering te brengen.
6. Momenteel wordt direct marketing via elektronische communicatie geregeld door artikel 13 van Richtlijn 2002/58 betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie (hierna "**de ePrivacy-richtlijn**"), dat in nationaal recht is omgezet in verschillende artikelen van het WER en de uitvoeringsbesluiten daarvan. In het algemeen kunnen drie verschillende regelingen worden onderscheiden, afhankelijk van het communicatiemiddel dat wordt gebruikt om de communicatie tot stand te brengen.
7. Ten eerste voorziet artikel VI.110, § 1, van het WER, dat artikel 13.1 van de ePrivacy-richtlijn gedeeltelijk omzet, in een verbod op het gebruik van **geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst** en het gebruik van **faxen** met het oog op direct marketing, tenzij de voorafgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschap is verkregen. Dit verbod heeft in het bijzonder betrekking op direct marketing via telefoonoproepen

---

<sup>4</sup> Dit is geen uitputtend overzicht en de Autoriteit verzoekt de aanvrager zich te informeren over en kennis te nemen van de wettelijke bepalingen die in deze samenvatting worden genoemd. In dit verband verzoekt de Autoriteit de aanvrager haar [ontwerp van aanbeveling 01/2025 over de verwerking van persoonsgegevens](#) (die momenteel wordt afgewerkt) te raadplegen, en met name de bijlagen 1 en 2 daarvan.

zonder menselijke tussenkomst (bijvoorbeeld automatische oproepapparaten) en direct marketing via fax.

8. Ten tweede voorzien de artikelen VI.110, § 2 en 3, VI.111, VI.112 en VI.114 van het WER, die artikel 13.3 van de ePrivacy-richtlijn omzetten, in een opt-outregeling voor **telefoonoproepen met menselijke tussenkomst** die worden gevoerd met het oog op direct marketing. Krachtens deze bepalingen zijn deze oproepen toegestaan, tenzij de ontvangers zich hiertegen hebben verzet, hetzij rechtstreeks bij de afzenders van deze oproepen, hetzij op algemene wijze door hun telefoonnummer(s) op de "Bel me niet meer!"-lijst te plaatsen.
  
9. Ten derde verbiedt artikel XII.13 van het WER, dat artikel 13.1 van de ePrivacy-richtlijn gedeeltelijk omzet, "*het gebruik van elektronische post voor reclame [...] zonder de voorafgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschappen*". Dit verbod wordt beperkt door **de zogenaamde "soft opt-in"-uitzondering**, die is ingevoerd bij het koninklijk besluit van 4 april 2003 tot reglementering van het verzenden van reclame per elektronische post (hierna "**het koninklijk besluit van 4 april 2003**"). In het bijzonder bepaalt artikel 1, 1<sup>o</sup>, van dit besluit, dat artikel 13.2 van de ePrivacy-richtlijn omzet, het volgende: "*[...] is elke dienstverlener ervan vrijgesteld de voorafgaande toestemming te vragen om reclame per elektronische post te ontvangen bij zijn klanten, natuurlijke of rechtspersonen, indien elk van de volgende voorwaarden vervuld is : a) hij heeft rechtstreeks hun elektronische contactgegevens verkregen in het kader van de verkoop van een product of een dienst, mits de wettelijke en reglementaire voorwaarden betreffende de bescherming van de private levenssfeer nageleefd zijn; b) hij gebruikt de beschouwde elektronische contactgegevens uitsluitend voor gelijkaardige producten of diensten die hijzelf levert; c) hij geeft aan de klanten, op het ogenblik waarop hun elektronische contactgegevens worden verzameld, de mogelijkheid om zich kosteloos en op gemakkelijke wijze tegen de uitbating te verzetten*".
  
10. Het WER bevat definities van de begrippen "reclame"<sup>5</sup> en "elektronische post" zoals gebruikt in artikel XII.13 van het WER. In het bijzonder definieert artikel I.18.2<sup>o</sup> van het WER "elektronische post" als volgt: "*tekst-, spraak, geluids- of beeldbericht dat over een openbaar communicatienetwerk wordt verzonden en in het netwerk of in de eindapparatuur van de ontvanger kan worden opgeslagen tot het door de afnemer wordt opgehaald*"<sup>6</sup>. **Deze definitie dekt ongetwijfeld e-mails en sms-berichten.** Volgens de FOD Economie zou deze definitie ook betrekking hebben op "*het gebruik van "chatten", videoconferencing of vocale telefoon via het internet [...] [evenals] de berichten die worden*

<sup>5</sup> Artikel I.18.6<sup>o</sup> van het WER definieert "reclame" als volgt: "*elke vorm van communicatie bestemd voor het direct of indirect promoten van de goederen, diensten of het imago van een onderneming, organisatie of persoon die een commerciële, industriële of ambachtelijke activiteit of een gereguleerd beroep uitoefent*".

<sup>6</sup> Deze definitie is afkomstig uit de wet van 11 maart 2003 betreffende bepaalde juridische aspecten van de diensten van de informatiemaatschappij (artikel 2, 2<sup>o</sup>).

*achtergelaten op antwoordapparaten of voicemail*<sup>7</sup>. De Autoriteit stelt zich echter vragen bij de opname van videoconferentie of internettelefonie in deze lijst, aangezien bij het gebruik van deze technieken niet wordt voldaan aan het criterium dat het bericht wordt opgeslagen in de eindapparatuur van de ontvanger totdat deze het ophaalt. Daarnaast lijkt het logischer om op internettelefonie dezelfde regels toe te passen als die welke gelden voor klassieke telefonie, aangezien het tegenwoordig mogelijk is om via internettelefonie (Voice over IP) vaste of mobiele telefoonnummers te bellen. Hoe dan ook is de Autoriteit van oordeel dat **een verduidelijking door de federale wetgever over het kader voor direct marketing via diensten die een verbinding met het internet of met een mobiel netwerk<sup>8</sup> vereisen, zoals Voice over IP, instant messaging of videoconferentie, wenselijk zou zijn.**

### c. Eerdere adviezen van de Autoriteit

11. De Autoriteit vestigt de aandacht van de aanvrager op het feit dat zij onlangs adviezen heeft uitgebracht over telemarketing. In 2023 heeft de Autoriteit zich in haar advies 120/2023 uitgesproken over een voorontwerp van wet, waarna de laatste wetswijzigingen met betrekking tot telemarketing werden aangenomen<sup>9</sup>. Eerder dit jaar heeft de Autoriteit zich ook uitgesproken in advies 23/2025 over een wetsvoorstel dat een opt-insysteem voor telemarketing wil invoeren<sup>10</sup>. Aangezien het voorstel eveneens voorziet in de invoering van een opt-insysteem, beveelt de Autoriteit de aanvrager aan kennis te nemen van advies 23/2025 met betrekking tot de hervorming die hij voor ogen heeft op het gebied van telemarketing.

## II. ONDERZOEK VAN DE ADVIESAANVRAAG

### a. Materieel toepassingsgebied en samenhang van het normatieve kader

12. Allereerst merkt de Autoriteit op dat, hoewel uit de toelichting en uit het nieuwe artikel VI.110, § 1, dat het voorstel wil invoeren, duidelijk blijkt dat de aanvrager klassieke telemarketing beoogt (namelijk telefoonoproepen met menselijke tussenkomst die worden gevoerd met het oog op direct marketing

<sup>7</sup> Brochure "Spam in 23 vragen & antwoorden", september 2019, beschikbaar via deze [link](#).

<sup>8</sup> Bijvoorbeeld een 4G- of 5G-verbinding.

<sup>9</sup> Advies 120/2023 van 18 juli 2023 betreffende een voorontwerp van wet tot wijziging van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie en van de bepalingen betreffende de ongewenste communicaties in het Wetboek van economisch recht, [hier](#) beschikbaar.

<sup>10</sup> Advies 23/2025 van 9 april 2025 met betrekking tot een wetsvoorstel tot wijziging van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie en het Wetboek van economisch recht zodat reclameoproepen enkel nog zijn toegestaan met uitdrukkelijke toestemming, [hier](#) beschikbaar.

via het netwerk van een traditionele telefoonoperator), het voorstel niet preciseert wat wordt bedoeld met "een andere communicatietechniek". **In dit verband is de Autoriteit van mening dat het aan de aanvrager toekomt om duidelijk aan te geven wat het materiële toepassingsgebied van het voorstel is** (met andere woorden, op welke communicatietechnieken het voorstel betrekking heeft).

13. Vervolgens **nodigt de Autoriteit de aanvrager uit om** bij het bepalen van het materiële toepassingsgebied van het voorstel **rekening te houden met het bestaan van regels die reeds van toepassing zijn op de technieken waarop de aanvrager zich wil richten**, en verwijst zij de aanvrager in dit verband naar de punten 5 tot en met 10 van dit advies, waarin een beknopte samenvatting van het huidige wettelijk kader wordt gegeven. Dit is van essentieel belang, omdat zo enerzijds kan worden bepaald of er hogere normen bestaan die de opname van een specifieke communicatietechniek in het materiële toepassingsgebied van het voorstel in de weg staan, en anderzijds kan worden vastgesteld welke bestaande wettelijke bepalingen moeten worden gewijzigd of opgeheven om de samenhang van het normatieve kader te waarborgen.
14. Wat het eerste punt betreft, wijst de Autoriteit de aanvrager erop dat de regels die van toepassing zijn op direct marketing via sms, een techniek die door de afgevaardigde van de aanvrager is aangemerkt als behorend tot het materiële toepassingsgebied van het voorstel (zie punt 2 hierboven), niet verenigbaar zijn met de in het voorstel beoogde regels. Zoals uitgelegd in punt 9 hierboven, voorziet artikel 13.2 van de ePrivacy-richtlijn in de "soft opt-in"-uitzondering, een uitzondering die niet duidelijk in het voorstel terug te vinden is. Aangezien het Europees recht voorrang heeft op het nationaal recht, kan een Belgische wet niet tot gevolg hebben dat de "soft opt-in"-uitzondering wordt afgeschaft. De Autoriteit benadrukt in dit verband dat, indien het verbod in het voorgestelde nieuwe artikel VI.110, § 1, vierde lid, van het WER betrekking heeft op communicatie die onder het toepassingsgebied van de uitzondering van artikel 13.2 van de ePrivacy-richtlijn valt, dit verbod moet worden geherformuleerd zodat het in overeenstemming is met artikel 13.2.
15. Wat het tweede punt betreft, stelt de Autoriteit vast dat het voorstel niet voorziet in een passende wijziging van de bestaande regels. Zo voorziet het voorstel, wat klassieke telemarketing betreft, waarop het voorstel duidelijk betrekking heeft, in een wijziging van artikel VI.110, § 1, van het WER, dat, zoals uitgelegd in punt 7, betrekking heeft op direct marketing via geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst en faxen, maar voorziet het niet in een wijziging van artikel VI.110, § 2, dat de regels bevat die momenteel van toepassing zijn op klassieke telemarketing (zoals uitgelegd in punt 8), noch van de andere bepalingen van het WER of van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie met betrekking tot (de organisatie van) de "Bel me niet meer!"-lijst. Dit betekent met name dat, indien het WER zou worden aangepast zoals momenteel in het voorstel is voorzien, paragraaf 1 van artikel VI.110 zou voorzien in een opt-insysteem voor

telemarketing, terwijl paragraaf 2 van dezelfde bepaling zou voorzien in een opt-outsysteem. Dit zou een incoherentie creëren die tot grote onzekerheid zou leiden over de toepasselijke regels.

16. Voorts is de Autoriteit van mening dat, met het oog op duidelijkheid en leesbaarheid, **het voorstel voor het nieuwe artikel VI.110, § 1, tweede lid, zich zou moeten beperken tot de precisering dat toestemming moet worden opgevat in de zin van artikel 4.11 van de AVG (dat het voorstel momenteel parafraseert) en dat deze toestemming dus moet voldoen aan de voorwaarden van artikel 7 van de AVG.** Het zou bijvoorbeeld als volgt kunnen worden geformuleerd: *"Voor de toepassing van dit artikel wordt onder toestemming verstaan de toestemming in de zin van artikel 4.11 van Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG (algemene verordening gegevensbescherming), die onderworpen is aan de voorwaarden van artikel 7 van die verordening."*
17. Wat de toestemming betreft, is de Autoriteit van mening dat **het voorstel ook moet verduidelijken of de toestemming specifiek moet zijn voor direct marketing door de afzender van de communicatie, dan wel of een algemene toestemming die (bijvoorbeeld) door een gegevensmakelaar (of een van diens bronnen) voor direct-marketingdoeleinden is verkregen, volstaat** en, zo ja, onder welke voorwaarden.
18. Ten slotte is de Autoriteit, eveneens met het oog op duidelijkheid en leesbaarheid, van mening dat **de aanvrager de terminologie in zijn voorstel moet uniformeren.** In artikel VI.110, § 1, van het WER, zoals geformuleerd in het voorstel, worden momenteel de termen "benaderen", "commerciële werving" en "commerciële contactopname" gebruikt. Artikel VI.110, § 2, van het WER (waaraan het voorstel geen wijzigingen aanbrengt) verwijst daarentegen naar "direct marketing". Noch uit het voorstel, noch uit de toelichting blijkt dat de aanvrager een onderscheid zou maken in de reikwijdte van deze termen. In dit verband zou de samenhang van het voorstel worden versterkt door het gebruik van een uniforme terminologie. De Autoriteit is van mening dat, aangezien de Nederlandse versie van de AVG en de ePrivacy-richtlijn het begrip "direct marketing" gebruiken, deze term in de Nederlandse versie van het voorstel kan worden gehanteerd<sup>11</sup>.

## **b. Analyse van het voorstel wat betreft telemarketing**

19. Aangezien de toelichting bij het voorstel en het voorstel zelf duidelijk betrekking hebben op klassieke telemarketing, wordt het voorstel in de volgende punten geanalyseerd vanuit de veronderstelling dat

---

<sup>11</sup> (Deze voetnoot is niet van toepassing op de Nederlandse versie van het advies.)

direct marketing plaatsvindt in de vorm van een telefoonoproep met menselijke tussenkomst via het netwerk van een traditionele telefoonoperator.

20. De Autoriteit heeft geen commentaar bij de inhoud van de voorgestelde maatregel, namelijk de overgang van een opt-outregeling naar een opt-inregeling voor telemarketing. Enerzijds is die in overeenstemming met het Europees recht, aangezien de Europese wetgever de nationale wetgever de vrijheid laat om te kiezen tussen een opt-outsysteem en een opt-insysteem<sup>12</sup>. Anderzijds biedt het opt-insysteem *a priori* een betere bescherming van het recht op privacy en de bescherming van persoonsgegevens van burgers.
21. De Autoriteit wenst echter enkele bedenkingen te uiten over de wijze waarop het voorstel de opt-inregeling wil invoeren.
  - Zoals reeds in punt 15 is aangegeven, houdt het voorstel geen rekening met het bestaande normatieve kader en voorziet het niet in de opheffing van de bepalingen die de huidige opt-outregeling ten uitvoer leggen (namelijk § 2 van artikel VI.110 van het WER).
  - De voorziene uitzondering (de opt-in is niet van toepassing "*wanneer contact wordt opgenomen in het kader van de uitvoering van een lopende overeenkomst en de contactopname rechtstreeks verband houdt met het voorwerp van die overeenkomst, met inbegrip van het geval waarin de consument producten of diensten worden aangeboden die verband houden met of een aanvulling vormen op het voorwerp van de lopende overeenkomst of die de prestaties dan wel de kwaliteit ervan kunnen verbeteren*") moet gepaard gaan met de mogelijkheid voor de betrokkene om zich te verzetten tegen dergelijke contactopname in het kader van de toepassing van deze uitzondering. Met andere woorden moet de betrokkene bij het sluiten van een overeenkomst en gedurende de gehele looptijd van de overeenkomst kunnen aangeven dat hij niet wenst te worden gecontacteerd in gevallen die onder het toepassingsgebied van de uitzondering vallen. De Autoriteit is van mening dat de aanvrager, met het oog op de samenhang, deze uitzondering (met inbegrip van de formulering ervan) zou kunnen afstemmen op de zogenaamde "soft opt-in"-uitzondering van artikel 13.2 van de ePrivacy-richtlijn, zoals omgezet in Belgisch recht.
22. Voorts is de Autoriteit van mening dat **het voorstel**, om burgers te beschermen tegen ongewenste oproepen, **zou moeten voorzien in een verbod op telefoonoproepen met als doel de toestemming van de betrokkenen te verkrijgen om voor telemarketing te worden benaderd.**

---

<sup>12</sup> Zie artikel 13.3 van Richtlijn 2002/58 van 12 juli 2002 betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie.

De Autoriteit verwijst de aanvrager naar de punten 13 en 14 van haar advies 23/2025 voor verdere toelichting hierover.

23. **De Autoriteit beveelt de aanvrager ook aan om te voorzien in een overgangperiode tussen het opt-outsysteem en het opt-insysteem**, zodat organisaties die actief zijn in de telemarketingsector middelen kunnen ontwikkelen en implementeren om de toestemming van de betrokkenen te verkrijgen en te bewaren. De Autoriteit verwijst de aanvrager naar de punten 14 tot en met 16 van haar advies 23/2025 voor verdere toelichting hierover.

**OM DEZE REDENEN,**

**Is de Autoriteit van oordeel dat het voorstel grondig moet worden herwerkt, rekening houdend met de volgende elementen:**

- het voorstel moet zijn materiële toepassingsgebied verduidelijken (punten 12 tot en met 15);
- het voorstel moet de hogere normen eerbiedigen (in het bijzonder moet het artikel 13 van de ePrivacy-richtlijn eerbiedigen) (punten 14 en 21);
- het voorstel moet de samenhang van het normatieve kader waarborgen door: (i) voor te stellen bestaande bepalingen te wijzigen of op te heffen die niet verenigbaar zouden zijn met de inhoud van het voorstel (punt 15); (ii) waar nodig te verwijzen naar de Europese wetgeving (punt 16 en punt 21); en (iii) de gebruikte terminologie te uniformeren (punt 18); en
- het voorstel zou, wat klassieke telemarketing betreft, moeten voorzien in: (i) een verbod op telefoonoproepen met als doel de toestemming te verkrijgen om voor telemarketing te worden benaderd; en (ii) een overgangperiode tussen de opt-outregeling en de opt-inregeling (punten 22 en 23).

Voor het overige beveelt de Autoriteit de aanvrager (via het voorstel) of de federale wetgever aan te verduidelijken welke regels van toepassing zijn op direct marketing via diensten die een verbinding met het internet of met een mobiel netwerk vereisen, zoals Voice over IP, instant messaging of videoconferentie (punt 10).



Voor de Autorisatie- en Adviesdienst,  
(get.) Alexandra Jaspars, directeur





Autorité de protection des données  
Gegevensbeschermingsautoriteit

**Avis n° 02/2026 du 12 janvier 2026**

**Objet : Avis concernant une proposition de loi modifiant le Code de droit économique afin de lutter plus efficacement contre le démarchage téléphonique intempestif (CO-A-2025-188).**

**Version originale**

**Mots-clés :** télémarketing – démarchage - marketing direct – opt-in – consentement

Vu la loi du 3 décembre 2017 *portant création de l'Autorité de protection des données*, en particulier ses articles 23 et 26 (ci-après « LCA ») ;

Vu le règlement (UE) 2016/679 *du Parlement européen et du Conseil 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, et abrogeant la directive 95/46/CE* (ci-après « RGPD ») ;

Vu la loi du 30 juillet 2018 *relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements de données à caractère personnel* (ci-après « LTD ») ;

Vu la demande d'avis de Monsieur Peter De Roover, président de la Chambre des représentants (ci-après « le demandeur »), reçue le 5 novembre 2025 ;

Vu les informations complémentaires reçues les 27 et 28 novembre 2025 ;

Le Service d'Autorisation et d'Avis de l'Autorité de protection des données (ci-après « l'Autorité ») émet, le 12 janvier 2026, l'avis suivant :

*L'Autorité ne publie en français et en néerlandais que les avis concernant les projets ou propositions de textes de rang de loi émanant de l'Autorité fédérale, de la Région de Bruxelles-Capitale ou de la Commission Communautaire Commune. La « Version originale » est la version qui a été validée.*

## I. OBJET ET CONTEXTE DE LA DEMANDE

### a. Contenu de la proposition

1. En date du 5 novembre 2025, le demandeur a sollicité l'avis de l'Autorité en ce qui concerne une proposition de loi modifiant le Code de droit économique afin de lutter plus efficacement contre le démarchage téléphonique intempestif (la « **proposition** »).<sup>1</sup>
2. La proposition entend consacrer une interdiction (assortie d'une exception) de démarcher « *téléphoniquement ou par toute autre technique de communication [...] un consommateur qui n'a pas exprimé son consentement [...]* ». Le délégué du demandeur a précisé, par e-mail du 27 novembre 2025 que : « *Monsieur DE SMET*<sup>2</sup> *entend viser toute forme de communication qui inclut dans le chef de la société ou l'organisation qui démarche de manière abusive, l'usage d'un numéro de téléphone fixe ou portable d'un consommateur ou d'une consommatrice, en ce compris les SMS, WhatsApp [...]*<sup>3</sup> ».
3. Plus particulièrement, la proposition prévoit de remplacer l'actuel article VI.110, §. 1<sup>er</sup> du Code de droit économique (le « **CDE** ») par le texte suivant :

*« 1er. Il est interdit de démarcher téléphoniquement, ou par toute autre technique de communication, 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.*

*Pour l'application du présent article, on entend par consentement toute manifestation de volonté libre, spécifique, éclairée, univoque et révocable par laquelle une personne accepte, par un acte positif clair, que des données à caractère personnel la concernant soient utilisées aux fins de prospection commerciale par voie téléphonique. Les conditions prévues à l'article 7 du règlement (UE) n° 2016/679 du Parlement européen et du Conseil 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, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données) s'appliquent.*

<sup>1</sup> La [proposition](#) est disponible sur le site de la Chambre (Doc 56, 1081/001).

<sup>2</sup> M. De Smet est le député à l'origine de la proposition.

<sup>3</sup> La réponse du délégué du demandeur identifiait également les « mailings » mais, suite à une question de l'Autorité relative à la portée de ce terme et à l'existence d'un lien avec l'utilisation d'un numéro de téléphone, ce dernier a précisé par la suite qu'il ne fallait plus prendre en compte les « mailings ».

*Il appartient à l'émetteur d'apporter la preuve que le consentement du consommateur a été recueilli dans les conditions fixées au deuxième alinéa du présent paragraphe.*

*L'interdiction prévue au premier alinéa n'est pas applicable lorsque la sollicitation intervient dans le cadre de l'exécution d'un contrat en cours et a un rapport direct avec l'objet de ce contrat, y compris lorsqu'il s'agit de proposer au consommateur des produits ou des services afférents ou complémentaires à l'objet du contrat en cours ou de nature à améliorer ses performances ou sa qualité ».*

4. La proposition entend assortir cette interdiction d'une sanction de niveau 4. Elle prévoit à cet effet l'abrogation de l'article XV.83, al. 1<sup>er</sup>, 16<sup>o</sup> du CDE, lequel établit actuellement une sanction de niveau 2 pour les violations des articles VI.110 à VI.115 et des arrêtés pris en exécution de l'article VI.114, et la création d'un nouvel article XV.85/1, 2<sup>o</sup> établissant une sanction de niveau 4 pour les violations des articles VI.110 à VI.115 du CDE.

## **b. Cadre juridique actuel**

5. Afin de bien comprendre le contexte plus large dans lequel la proposition s'inscrit, l'Autorité estime qu'il convient de brièvement<sup>4</sup> rappeler la complexité du cadre légal existant.
6. A l'heure actuelle, la prospection directe par communication électronique est réglementée par l'article 13 de la directive 2002/58 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (la « **directive e-privacy** »), lequel est transposé en droit national dans divers articles du CDE et leurs arrêtés d'exécution. De manière générale, 3 régimes différents peuvent être identifiés en fonction du moyen de communication utilisé pour effectuer la communication.
7. Premièrement, l'article VI.110, §. 1<sup>er</sup> du CDE, qui transpose partiellement l'article 13.1 de la directive e-privacy, prévoit une interdiction d'utilisation de **systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et de télécopieurs** à des fins de prospection directe, sauf si le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages a été recueilli. Cette interdiction vise en particulier la prospection par appels téléphoniques sans intervention humaine (par exemple, automates) et la prospection par fax.

---

<sup>4</sup> Il ne s'agit pas d'un aperçu exhaustif et l'Autorité invite le demandeur à se renseigner sur et à consulter les dispositions légales identifiées dans ce résumé. A cet égard, l'Autorité invite le demandeur à consulter son projet de [recommandation 01/2025 relative aux traitements de données à caractère personnel](#) (en cours de finalisation) et en particulier ses annexes 1 et 2.

8. Deuxièmement, les articles VI. 110, §. 2 et 3, VI. 111, VI.112 et VI. 114 du CDE, qui transposent l'article 13.3 de la directive e-privacy, mettent en place un régime d'opt-out en ce qui concerne **les appels téléphoniques avec intervention humaine effectués** à des fins de prospection commerciale. En vertu de ces dispositions, ces appels sont autorisés, sauf si leurs destinataires s'y sont opposés, soit directement auprès des émetteurs de ces appels, soit de manière générale, en inscrivant leur(s) numéro(s) de téléphone sur la liste « Ne m'appellez plus ! ».
9. Troisièmement, l'article XII.113 du CDE, qui transpose partiellement l'article 13.1 de la directive e-privacy, interdit « *l'utilisation du courrier électronique à des fins de publicité [...] sans le consentement préalable, libre, spécifique et informé du destinataire des messages* ». Cette interdiction est tempérée par **l'exception dite de « soft opt-in »**, mise en œuvre par l'arrêté royal du 4 avril 2003 visant à réglementer l'envoi de publicités par courrier électronique (l' « **arrêté royal du 4 avril 2003** »). En particulier, l'article 1er, 1<sup>o</sup> de cet arrêté, qui transpose l'article 13.2 de la directive e-privacy, prévoit que : « [...] *tout prestataire est dispensé de solliciter le consentement préalable à recevoir des publicités par courrier électronique auprès de ses clients, personnes physiques ou morales, lorsque chacune des conditions suivantes est remplie: a) il a obtenu directement leurs coordonnées électroniques dans le cadre de la vente d'un produit ou d'un service, dans le respect des exigences légales et réglementaires relatives à la protection de la vie privée; b) il exploite lesdites coordonnées électroniques à des fins de publicité exclusivement pour des produits ou services analogues que lui-même fournit; c) il fournit à ses clients, au moment où leurs coordonnées électroniques sont recueillies, la faculté de s'opposer, sans frais et de manière simple, à une telle exploitation* ».
10. Le CDE contient des définitions des notions de « publicité »<sup>5</sup> et de « courrier électronique » telles qu'utilisées dans l'article XII.113 du CDE. En particulier, l'article I.18.2<sup>o</sup> du CDE précise que le courrier électronique est « *tout message sous forme de texte, de voix, de son ou d'image envoyé par un réseau public de communications qui peut être stocké dans le réseau ou dans l'équipement terminal du destinataire jusqu'à ce que ce dernier le récupère* ».<sup>6</sup> **Cette définition couvre sans conteste les e-mails et les SMS.** Selon le SPF Économie, cette définition couvrirait également « *l'utilisation du « chat », de la vidéoconférence ou de la téléphonie vocale sur l'internet [...] [ainsi que] les messages laissés sur répondeurs téléphoniques ou sur boîtes vocales* ».<sup>7</sup> L'Autorité s'interroge cependant sur l'inclusion de la vidéoconférence ou de la téléphonie vocale sur internet dans cette liste, étant donné que dans ces cas d'utilisation de ces techniques, il n'est pas satisfait au critère du stockage dans l'équipement terminal du destinataire jusqu'au moment de la récupération du message par le

<sup>5</sup> L'article I.18.6<sup>o</sup> du CDE définit la publicité comme étant : « *toute forme de communication destinée à promouvoir, directement ou indirectement, des biens, des services ou l'image d'une entreprise, d'une organisation ou d'une personne ayant une activité commerciale, industrielle ou artisanale ou exerçant une activité réglementée* ».

<sup>6</sup> Cette définition est issue de la loi du 11 mars 2003 sur certains aspects juridiques des services de la société de l'information (article 2, 2<sup>o</sup>).

<sup>7</sup> Brochure « Le spam en 23 questions & réponses », Septembre 2019, disponible via [ce lien](#).

destinataire. Par ailleurs, il semblerait plus logique d'appliquer à la téléphonie vocale sur internet les mêmes règles que celles applicables à la téléphonie classique puisqu'à l'heure actuelle, il est possible d'utiliser la téléphonie par internet (voix sur IP) pour appeler des numéros de téléphones fixes ou portables. En tout état de cause, l'Autorité considère qu'**une clarification du législateur fédéral sur l'encadrement du démarchage via des services nécessitant une connexion à internet ou à un réseau cellulaire<sup>8</sup>, comme les services de voix sur IP, de messagerie instantanée, ou encore de vidéoconférence serait la bienvenue.**

### c. Avis précédents de l'Autorité

11. L'Autorité attire l'attention du demandeur sur le fait qu'elle a récemment rendu des avis sur le sujet du démarchage téléphonique. En 2023, dans son avis 120/2003, l'Autorité s'est prononcée sur un avant-projet de loi à la suite duquel les dernières modifications législatives relatives au démarchage téléphonique ont été adoptées.<sup>9</sup> Plus tôt cette année, l'Autorité s'est également prononcée dans son avis 23/2025 sur une proposition de loi visant à mettre en place un système d'opt-in pour le démarchage téléphonique.<sup>10</sup> Étant donné que la proposition prévoit également la mise en place d'un système d'opt-in, l'Autorité recommande au demandeur de prendre connaissance de l'avis 23/2025 en ce qui concerne la réforme qu'il envisage relativement au démarchage téléphonique.

## II. EXAMEN DE LA DEMANDE D'AVIS

### a. Champ d'application matériel et cohérence du cadre normatif

12. Tout d'abord, l'Autorité observe que, s'il ne fait aucun doute, à la lecture des développements et du nouvel article VI.110, §.1<sup>er</sup> que la proposition entend mettre en œuvre, que le demandeur vise le démarchage téléphonique classique (à savoir, les appels téléphoniques à intervention humaine opérés à des fins de marketing direct via le réseau d'un opérateur traditionnel de téléphonie), la proposition ne précise pas ce qu'il faut entendre lorsqu'elle vise « toute autre technique de communication ». **Dans ce contexte, l'Autorité estime qu'il appartient au demandeur d'identifier clairement le champ d'application matériel de la proposition** (en d'autres termes, quelles sont les techniques de communication que la proposition entend viser).

<sup>8</sup> Par exemple, une connexion 4G ou 5G.

<sup>9</sup> Avis 120/2023 du 18 juillet 2023 concernant un avant-projet de loi modifiant la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques et modifiant les dispositions relatives aux communications non souhaitées dans le Code de droit économique, disponible [ici](#).

<sup>10</sup> Avis 23/2025 du 9 avril 2025 concernant une proposition de loi modifiant la loi du 13 juin 2005 relative aux communications électroniques et le Code de droit économique pour que les appels publicitaires ne soient autorisés qu'après un consentement explicite, disponible [ici](#).

13. Ensuite, **l'Autorité invite le demandeur à prendre en compte l'existence des règles qui sont déjà applicables aux techniques que le demandeur entend viser** dans son exercice de détermination du champ d'application matériel de la proposition, et renvoie à cet effet le demandeur vers les paragraphes 5 à 10 du présent avis reprenant un rappel succinct du cadre légal actuel. Un tel exercice est indispensable, puisqu'il permet de déterminer, d'une part, s'il existe des normes supérieures qui s'opposeraient à l'inclusion d'une technique de communication spécifique dans le champ d'application matériel de la proposition et, d'autre part, d'identifier les dispositions législatives existantes à modifier ou abroger afin de garantir la cohérence du cadre normatif.
14. S'agissant du premier point, l'Autorité attire l'attention du demandeur sur le fait que les règles applicables au démarchage par SMS, technique identifiée par le délégué du demandeur comme devant faire partie du champ d'application matériel de la proposition (voir paragraphe 2 ci-dessus), ne sont pas compatibles avec les règles envisagées par la proposition. En effet, comme expliqué au paragraphe 9 ci-dessus, l'article 13.2 de la directive e-privacy consacre l'exception de soft opt-in, exception qui ne se retrouve pas clairement dans la proposition. Le droit européen ayant primauté sur le droit national, une loi belge ne pourrait avoir pour effet de supprimer l'exception de soft opt-in. L'Autorité souligne à cet égard que si l'interdiction prévue à la proposition du nouvel article VI.110, §. 1<sup>er</sup>, alinéa 4 du CDE entend viser les communications relevant du champ d'application de l'exception prévue à l'article 13.2 de la directive e-privacy, il faudrait reformuler cette interdiction afin qu'elle s'aligne avec le prescrit de cet article 13.2.
15. S'agissant du second point, l'Autorité constate que la proposition ne prévoit pas de modifier de façon appropriée les règles existantes. Par exemple, pour ce qui concerne le démarchage téléphonique classique, que la proposition vise clairement, la proposition prévoit de modifier l'article VI.101, §.1<sup>er</sup> du CDE, lequel vise, comme expliqué au paragraphe 7, la prospection directe via des systèmes automatisés d'appel sans intervention humaine et des télécopieurs, mais ne prévoit ni la modification de l'article VI.101, §.2 qui prévoit les règles actuellement applicables au démarchage téléphonique classique (comme expliqué au paragraphe 8), ni les autres dispositions du CDE ou de la loi du 13 juillet 2005 relative aux communications électroniques portant sur (l'organisation de) la liste « Ne m'appellez plus ! ». Cela veut notamment dire que, si le CDE était adapté tel que le prévoit actuellement la proposition, le paragraphe 1<sup>er</sup> de l'article VI.110 prévoirait un système d'opt-in pour le démarchage téléphonique alors que le paragraphe 2 de cette même disposition prévoirait un système d'opt-out. Ceci générerait une incohérence qui serait source d'une grande incertitude quant aux règles applicables.
16. Par ailleurs, l'Autorité estime que, dans un souci de clarté et lisibilité, **la proposition du nouvel article VI.110, §.1<sup>er</sup>, al.2 devrait se limiter à préciser que le consentement doit s'entendre au sens du consentement tel que visé à l'article 4.11 du RGPD (que la proposition**

**paraphrase actuellement) et que ce consentement doit donc répondre aux conditions de l'article 7 du RGPD.** Il pourrait par exemple être formulé comme suit : « *Pour l'application du présent article, on entend par consentement le consentement au sens de l'article 4.11 du règlement (UE) n° 2016/679 du Parlement européen et du Conseil 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, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données), lequel est soumis aux conditions reprises à l'article 7 de ce règlement.* »

17. Concernant le consentement, l'Autorité estime que **la proposition devrait également clarifier si le consentement doit être spécifique au démarchage par l'émetteur de la communication ou si un consentement général collecté (par exemple) par un courtier en données (ou une de ses sources) à des fins de prospection commerciale est suffisant** et dans ce cas, dans le respect de quelles conditions.
18. Enfin, toujours dans un souci de clarté et lisibilité, l'Autorité considère que **le demandeur devrait unifier la terminologie de sa proposition.** Actuellement, l'article VI.110, §.1er du CDE tel que formulé dans la proposition reprend les termes « démarchage », « prospection commerciale », et « sollicitation commerciale ». L'article VI.110 du CDE (auquel la proposition n'apporte pas de modifications) mentionne pour sa part le « marketing direct ». Ni la proposition, ni les développements n'indiquent que le demandeur ferait une distinction quant à la portée de ces termes. Dans ce contexte, la cohérence de la proposition serait renforcée par l'usage d'une terminologie unifiée. L'Autorité considère que, dans la mesure où la version française du RGPD et de la directive e-privacy reprennent la notion de « prospection commerciale », cette dernière pourrait être retenue dans la version française de la proposition, tout comme la notion de « marketing direct » que l'on retrouve dans les versions anglaises de ces textes.<sup>11</sup> S'agissant de la version néerlandaise, la notion de « direct marketing » pourrait être retenue.

### **b. Analyse de la proposition en ce qui concerne le démarchage téléphonique**

19. Étant donné que les développements de la proposition et la proposition visent clairement le démarchage téléphonique classique, les paragraphes qui suivent analysent la proposition en partant de

---

<sup>11</sup> L'Autorité préfère la notion de « marketing direct » dès lors que le terme « prospection » mentionné aux considérants 47 et 70 et à l'article 21.2 du RGPD, est généralement compris comme visant uniquement l'action de démarcher de nouveaux clients, distinguant ainsi entre les prospects et les clients existants. Or, les règles du RGPD applicables au marketing n'opèrent pas une telle distinction. La version anglaise du RGPD, laquelle est la version originale, fait d'ailleurs seulement mention de « direct marketing ».

l'hypothèse où le démarchage prend la forme d'un appel téléphonique à intervention humaine via le réseau d'un opérateur traditionnel de téléphonie.

20. L'Autorité tient à préciser que le fond de la mesure proposée, à savoir passer d'un régime d'opt-out à un régime d'opt-in pour le démarchage téléphonique n'appelle pas de commentaire. D'une part, cela est conforme au droit de l'Union européenne, puisque le législateur européen laisse au législateur national la liberté de choisir entre un système d'opt-out ou d'opt-in.<sup>12</sup> D'autre part, un système d'opt-in est *a priori* plus protecteur du droit à la vie privée et à la protection des données à caractère personnel des citoyens.
21. Cependant, l'Autorité souhaite exprimer certaines réserves quant à la manière dont la proposition envisage de mettre en œuvre le régime de l'opt-in.
  - Comme déjà précisé ci-dessus au paragraphe 15, la proposition ne prend pas en compte le cadre normatif existant et ne prévoit pas l'abrogation des dispositions qui mettent en œuvre l'actuel régime de l'opt-out (à savoir le §2 de l'article VI 110 du CDE).
  - L'exception prévue (l'opt-in ne s'applique pas « *lorsque la sollicitation intervient dans le cadre de l'exécution d'un contrat en cours et a un rapport direct avec l'objet de ce contrat, y compris lorsqu'il s'agit de proposer au consommateur des produits ou des services afférents ou complémentaires à l'objet du contrat en cours ou de nature à améliorer ses performances ou sa qualité* » ) devrait être assortie d'une possibilité, pour la personne concernée de s'opposer à être sollicitée dans le cadre l'application de cette exception. En d'autres termes, la personne concernée doit pouvoir indiquer au moment de la conclusion d'un contrat et durant toute la période de validité du contrat qu'elle ne souhaite pas faire l'objet de sollicitations qui relèveraient du champ d'application de l'exception. L'Autorité estime que, dans un souci de cohérence, le demandeur pourrait aligner cette exception (en ce compris sa formulation) sur l'exception dite de soft opt-in prévue à l'article 13.2 de la directive e-privacy tel que transposé en droit belge.
22. Par ailleurs, l'Autorité estime qu'afin de protéger les citoyens contre des appels intempestifs, **la proposition devrait prévoir une interdiction de passer des appels téléphoniques aux fins d'obtenir le consentement des personnes concernées à faire l'objet de démarchage téléphonique.** L'Autorité renvoie le demandeur vers les paragraphes 13 et 14 de son avis 23/2025 pour plus de développements sur ce sujet.

---

<sup>12</sup> Voir l'article 13.3 de la directive 2002/58 du 12 juillet 2002 concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques.

23. **L'Autorité recommande également au demandeur de prévoir une période de transition entre le régime de l'opt-out et celui de l'opt-in** afin de permettre aux organisations qui sont actives dans le secteur du démarchage téléphonique de développer et mettre en œuvre des moyens permettant d'obtenir et de conserver le consentement des personnes concernées. L'Autorité renvoie le demandeur vers les paragraphes 14 à 16 de son avis 23/2025 pour plus de développements sur ce sujet.

**PAR CES MOTIFS,**

**L'Autorité estime que la proposition doit être fondamentalement retravaillée en prenant en compte les éléments suivants :**

- La proposition doit clarifier son champ d'application matériel (§§. 12 à 15) ;
- La proposition doit respecter les normes supérieures (en particulier, elle doit respecter le prescrit de l'article 13 de la directive e-privacy) (§§. 14 et 21) ;
- La proposition doit veiller à garantir la cohérence du cadre normatif en : (i) proposer de modifier / abroger des dispositions existantes qui ne seraient pas compatibles avec le contenu de la proposition (§. 15) ; (ii) opérant des renvois à la législation européenne lorsque cela s'impose (§. 16 et §. 21) ; et (iii) unifiant la terminologie utilisée (§. 18) ; et
- Pour ce qui concerne le démarchage téléphonique classique, la proposition devrait prévoir : (i) une interdiction d'obtenir le consentement à être démarché(e) téléphoniquement en passant un appel téléphonique ; et (ii) une période transitoire entre le régime de l'opt-out et celui de l'opt-in (§§. 22 et 23).

Pour le surplus, l'Autorité recommande au demandeur (au moyen de la proposition) ou au législateur fédéral de clarifier quelles sont les règles applicables au démarchage via des services nécessitant une connexion à internet ou à un réseau cellulaire, comme les services de voix sur IP, de messagerie instantanée, ou encore de vidéoconférence (§. 10).



Pour le Service d'Autorisation et d'Avis,  
Alexandra Jaspar, Directrice

