

Adoption du principe de l'opt-in

Souhaitant encadrer la prospection commerciale par courrier électronique, les parlementaires ont adopté lors du vote de la LCEN le principe de l'opt-in, c'est-à-dire du recueil du consentement préalable de l'internaute à recevoir des messages publicitaires. Cette protection a été réduite aux seuls particuliers, les parlementaires refusant de l'étendre aux personnes morales inscrites au registre du commerce et des sociétés. Un régime dérogatoire demeure néanmoins. Les entreprises conservent la possibilité d'adresser des messages publicitaires à leurs clients pour des produits et services analogues.