Secuenza

Bonnes pratiques légales pour envoyer des e-mails

Ce qu'il faut savoir pour écrire à vos contacts dans le respect de la loi en Espagne, en France, en Italie et en Allemagne, et comment Secuenza vous aide à la respecter. C'est un guide pratique, pas un conseil juridique : pour un cas précis, consultez votre avocat.

Ce qui vaut dans toute l'Union européenne

Le Règlement général sur la protection des données (RGPD) s'applique à toute donnée concernant une personne, y compris l'adresse e-mail d'un professionnel (`marta.gil@entreprise.fr`). L'essentiel :

- **Une base légale pour chaque contact.** Les plus courantes sont le **consentement** (la personne a dit oui), la **relation contractuelle** (c'est un client) et l'**intérêt légitime** (par exemple, un contact professionnel à qui votre offre sert dans son travail). L'intérêt légitime exige une mise en balance : ce que vous proposez doit avoir un rapport avec son activité et la personne doit pouvoir s'attendre à votre e-mail.
- **Informer.** Qui vous êtes, à quoi servent ses données, comment ne plus recevoir vos e-mails et où se trouve votre politique de confidentialité.
- **Le droit d'opposition.** Se désinscrire doit être simple, gratuit et appliqué tout de suite. Une personne désinscrite ne reçoit plus rien, même si vous la réimportez.
- **Garder le strict nécessaire.** N'accumulez pas de données que vous n'utilisez pas et effacez tout ce qui concerne une personne qui vous le demande.

Vous êtes le **responsable du traitement** de ces données : vous décidez à qui vous écrivez et pourquoi. Tude ne traite, pour votre compte, que les données de suivi (ouvertures, clics et désinscriptions), sans les adresses de vos destinataires. C'est ce que prévoit l'accord de sous-traitance.

Les communications commerciales : chaque pays a ses règles

En plus du RGPD, chaque pays encadre l'e-mail commercial avec sa propre loi, issue de la même directive européenne. Les différences comptent quand vous écrivez dans un autre pays.

Espagne

La **LSSI-CE** interdit d'envoyer par e-mail des communications commerciales qui n'ont pas été demandées ou expressément autorisées, y compris quand vous écrivez à d'autres entreprises. L'exception concerne vos **clients** : vous pouvez leur écrire au sujet de produits ou services semblables à ceux qu'ils ont achetés, si vous leur avez donné la possibilité de refuser au moment de collecter leurs données et que vous la leur redonnez dans chaque e-mail.

Chaque e-mail doit être reconnaissable comme commercial et identifier qui l'envoie.

France

Le **Code des postes et des communications électroniques** exige un consentement préalable pour écrire aux particuliers, avec la même exception pour les clients.

Avec les professionnels, la **CNIL** admet d'écrire sans consentement préalable à leur adresse professionnelle si ce que vous proposez a un rapport avec leur profession, s'ils ont été informés lors de la collecte de leurs données et s'ils peuvent se désinscrire dans chaque e-mail.

Italie

Le **Codice privacy** exige un consentement préalable, et le **Garante** l'applique avec rigueur, y compris aux professionnels. L'exception est le « soft spam » : vous pouvez écrire à vos clients au sujet de produits semblables à ceux qu'ils ont achetés, si vous les avez informés et qu'ils ne s'y sont pas opposés.

En Italie, mieux vaut avoir le consentement de chaque contact et pouvoir le prouver.

Allemagne

La loi contre la concurrence déloyale (**UWG**, § 7) considère la publicité par e-mail sans consentement exprès préalable comme un harcèlement inacceptable, envers les particuliers comme envers les entreprises. L'exception pour les clients est étroite : adresse obtenue lors d'une vente, produits propres semblables, absence d'opposition, et information au moment de la collecte de l'adresse et dans chaque e-mail.

En pratique, on utilise le **double opt-in** (la personne confirme d'un clic dans un e-mail) pour pouvoir prouver le consentement. Et on attend que le pied de l'e-mail contienne les informations de votre entreprise, comme sur une lettre commerciale.

Comment Secuenza vous aide

- **La base légale de chaque contact** est enregistrée quand vous l'importez ou l'ajoutez, pour que vous sachiez à qui vous pouvez écrire et pourquoi.

- **Chaque e-mail contient le lien de désinscription** et l'en-tête qu'utilisent Gmail et Outlook pour leur bouton « Se désabonner ». La page de désinscription porte votre marque, et la désinscription est enregistrée même si Secuenza est fermé : elle arrive dès que vous l'ouvrez.
- **La liste de suppression** vous empêche d'écrire de nouveau à une personne désinscrite, même si elle réapparaît dans un import.
- **Le pied légal** avec les informations de votre entreprise figure dans chaque e-mail.
- **La suppression RGPD** efface un contact avec tout ce qui le concerne : envois, ouvertures et réponses.
- **Le frein de sécurité** met une campagne en pause si les désinscriptions ou les e-mails non distribués s'envolent, ce qui est souvent le signe d'une liste qu'il ne fallait pas utiliser.
- **Les inscriptions depuis votre site** enregistrent si la personne a coché la case de consentement, obligatoire dans le formulaire, et quand. Secuenza ne lui envoie pas d'e-mail de confirmation (double opt-in) : si vous écrivez en Allemagne, tenez-en compte.
- **Vos contacts restent sur votre PC.** Seules les données de suivi arrivent sur nos serveurs, sans adresses. Les inscriptions venues de votre site ou de l'API y attendent jusqu'à ce que votre logiciel les récupère, 30 jours au plus.

Les listes achetées ou louées sont interdites par la politique d'utilisation acceptable : en plus d'être illégales dans presque tous les cas, elles ruinent la réputation de votre boîte mail.

Avant de lancer une campagne

1. Avez-vous une base légale pour chaque contact de la liste, selon son pays ?
2. Le premier e-mail dit-il qui vous êtes et pourquoi vous écrivez ?
3. Votre politique de confidentialité est-elle liée dans le pied ?
4. Avez-vous retiré les personnes déjà désinscrites ou qui vous ont demandé de ne pas leur écrire ?
5. Ce que vous proposez a-t-il un rapport avec leur travail (si vous écrivez à des professionnels sans consentement préalable) ?