

LA LOI CANADIENNE ANTI-POURRIEL

TOUT CE QUE VOUS DEVEZ SAVOIR

CHAMBRE DE COMMERCE DE LA MRC DE L'ASSOMPTION
17 SEPTEMBRE 2014



avocats d'affaires • corporate lawyers

Simplifier les affaires!^{MC}

baa-avocats.com



Me Guillaume Beaupré
Me Philippe Archambault

BAA AVOCATS

PLAN DE LA FORMATION



- Objectifs de la formation
- Mise en contexte
- La loi anti-pourriel en bref
- À qui la loi s'applique-t-elle?
- La notion de « message électronique commercial » (MEC)
- L'obtention du consentement
- Sanctions
- Quelques mesures pour vous conformer à la LCAP
- Période de questions

OBJECTIFS DE LA FORMATION



- Connaissance de base des principales obligations imposées par la loi
- Savoir reconnaître dans quelles situations la loi s'applique (donc savoir identifier ce qu'est un « message électronique commercial »)
- Obtention du consentement: qui, quand et comment?
- Quelques trucs et conseils pour vous conformer à la loi

MISE EN CONTEXTE



- Environ **100 milliards** de courriels envoyés tous les jours dans le monde
- On estime que **88%** de ces courriels sont des **pourriels**
- **Impacts sur la productivité:** temps perdu à recevoir et supprimer les pourriels, pertes de concentration, services d'assistance technique, surcharge bande passante, stockage des données, mécanismes anti-spam, virus, interruptions de service, etc.)
- **Impact sur l'environnement:** 62 milliards de spams ont gaspillé une quantité d'électricité équivalente à l'émission de 17 millions de tonnes de CO₂, soit 0,2% des émissions mondiales de Gaz à effet de serre (GES) ou l'équivalent des émissions de GES de 3,1 millions de voitures en un an.
- **Plus grands pays « spammeurs »:** États-Unis, Chine, Corée du Sud (environ 55% des pourriels)
- Le **Canada** serait le 4^e pays le plus touché par les pourriels
- Plusieurs pays ont adopté des **lois anti-pourriel** au cours des dernières années, à divers degrés

LA LOI ANTI-POURRIEL EN BREF



- Plan d'action anti-pourriel mis en œuvre par le gouvernement canadien en 2004
- Groupe de travail, processus de consultation auprès des parties intéressées et du public
- **Objectif:** mettre en vigueur une loi qui vise à dissuader l'envoi au Canada de pourriels et autres menaces électroniques sous leurs formes les plus trompeuses et dangereuses comme l'usurpation d'identité, l'hameçonnage, les logiciels espions, et à chasser les polluposteurs du Canada
- La loi a reçu la sanction royale le 15 décembre 2010



*LOI VISANT À PROMOUVOIR L'EFFICACITÉ ET LA
CAPACITÉ D'ADAPTATION DE L'ÉCONOMIE CANADIENNE
PAR LA RÉGLEMENTATION DE CERTAINES PRATIQUES QUI
DÉCOURAGENT L'EXERCICE DES ACTIVITÉS
COMMERCIALES PAR VOIE ÉLECTRONIQUE*

L.C. c-23, 2010

LA LOI ANTI-POURRIEL EN BREF



- **Entrée en vigueur** de la plupart des dispositions de la loi: 1^{er} juillet 2014
- Administrée principalement par le **CRTC** (conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes)
- Une des lois anti-pourriels **les plus rigoureuses au monde, très prohibitive**
 - Définition très large de ce que constitue un pourriel
 - Aucune discrimination dans son application
 - Sanctions sévères
 - Responsabilité personnelle des administrateurs et dirigeants
 - Responsabilité indirecte des employeurs

À QUI LA LOI S'APPLIQUE-T-ELLE?



- Corporations/sociétés
- Personnes physiques/particuliers
- Organismes à but non lucratif
- Universités/collèges
- Hôpitaux
- Associations commerciales
- **Ne s'applique pas** aux organismes de bienfaisance enregistrés dont l'objectif premier est d'amasser des fonds pour cet organisme
- **Ne s'applique pas** aux partis politiques et candidats à charge électorale pour sollicitation de contributions, aux activités des gouvernements fédéral et provinciaux
- **S'applique** aux administrations municipales et aux sociétés d'État lorsque celles-ci agissent dans le cadre d'une activité commerciale

L'application de la loi ne se fonde pas sur le type de personne qui envoie un message, mais plutôt sur le contexte dans lequel le message est envoyé

À QUI LA LOI S'APPLIQUE-T-ELLE?



DEUX CONCEPTS FONDAMENTAUX

- Le message électronique commercial (MEC)
- La notion de consentement

LE MESSAGE ÉLECTRONIQUE COMMERCIAL (MEC)



« Message électronique »:

« Message envoyé par tout moyen de télécommunication, notamment un message textuel, sonore, vocal ou visuel »

- Compte courriel
- Compte de messagerie sur réseaux sociaux (Facebook, linkedin, Twitter, etc.)
- Compte de cellulaire (messagerie texte, SMS)
- Message instantané (MSN, Skype, etc.)
- Photo, vidéo, enregistrement sonore envoyé via un message électronique

Ne s'applique pas aux conversations téléphoniques, messages téléphoniques, facsimilés, messages envoyés par la poste

LE MESSAGE ÉLECTRONIQUE COMMERCIAL (MEC)



« Message électronique commercial »:

Message électronique qui a pour but, entre autres, d'encourager la participation à une activité commerciale, qu'il y ait ou non une expectative de réaliser un profit

- *Offre d'achat, de vente, de troc ou de louage d'un produit, bien, service, terrain ou droit ou intérêt foncier;*
- *Offre d'une possibilité d'affaire, d'investissement ou de jeu;*
- *Annonce ou promotion d'une chose ou possibilité mentionnée ci-dessus;*
- *Promotion d'une personne comme étant une personne qui accomplit ou a l'intention d'accomplir un des actes mentionnés ci-dessus.*

LE MESSAGE ÉLECTRONIQUE COMMERCIAL (MEC)



- Portée très large
- Ne s'applique pas seulement aux courriels malveillants ou frauduleux
- Vise la plupart des relations entreprises-consommateurs et entreprises-entreprises
- Enquêtes, sondages, infolettres
- S'applique au MEC qui ne fait que référer à un site web par hyperlien
- Message électronique demandant consentement est un MEC
- Ultimement il revient au CRTC de déterminer si le contenu du message revêt un caractère commercial (cas par cas)



EXIGENCES DE FORME D'UN MEC

Certaines informations doivent être incluses dans le MEC

- Identité de la personne qui envoie le MEC (ou au nom de qui le MEC est envoyé)
- Informations permettant de contacter l'expéditeur
 - Adresse postale
 - Numéro de téléphone **ou** adresse courriel **ou** site web
 - Possibilité de mettre un lien vers site web dans lequel on retrouve ces informations
 - Informations doivent demeurer valables pendant au moins 60 jours suivant envoi
- Description d'un mécanisme d'exclusion ou de retrait de consentement, en termes clairs et facilement lisibles
- Attention: il existe certaines exceptions (voir p. 16)

PRINCIPE DE BASE

Interdiction d'envoyer un MEC à une personne sans son consentement exprès ou tacite

EXCEPTIONS À L'APPLICATION DE LA LOI



MEC pour lesquels aucune exigence de forme ou de consentement n'est requis

- Message entre des personnes physiques qui entretiennent **liens familiaux ou personnels**
- **Demande de renseignement** sur les activités commerciales d'une personne
- **Envoi d'un prix ou estimation** suivant la demande du destinataire
- Message envoyé au sein d'une **même organisation**
- Message envoyé **entre deux organisations** (lorsque le MEC concerne les activités de l'autre organisation et que les organisations entretiennent des rapports)
- **Confirmation d'une transaction** ou opération commerciale préalablement consentie
- Renseignements en matière de **garantie, rappel ou sécurité**
- Information relative à un **abonnement, adhésion**, compte, prêt préalablement contracté
- **Mises à jour** de produits ou services préalablement acheté

EXCEPTIONS À L'APPLICATION DE LA LOI



PRÉCISIONS SUR LA NOTION DE LIEN PERSONNEL

- Doit comprendre une communication bidirectionnelle, volontaire et directe
- Se limite aux **liens étroits**
- **Facteurs:** partage d'intérêts, d'expériences, d'opinions et d'informations comme en témoignent les communications, la fréquence de celles-ci, etc.
- **N'existe qu'entre des personnes physiques** (une compagnie ne peut donc invoquer cette exemption)
- **Médias sociaux:** Le simple fait de cliquer sur « j'aime », de voter pour ou contre un message, d'accepter quelqu'un comme « ami », ou de cliquer sur « suivre », est généralement insuffisante pour constituer un lien personnel.

LA DEMANDE DE CONSENTEMENT



AVANT LE 1^{er} JUILLET 2014

Pouvait être obtenu par tout moyen, incluant l'envoi d'un message électronique

APRÈS LE 1^{er} JUILLET 2014

Doit être obtenu autrement que par l'envoi d'un message électronique (car il s'agit d'un MEC soumis à la loi)

- Inscription sur site web
- Formulaire papier remis à un point de vente
- Consentement oral ou par téléphone (attention au fardeau de preuve, enregistrez!)
- Réponse à un concours ou offre de coupon

LA DEMANDE DE CONSENTEMENT



EXCEPTION

PERSONNES AVEC QUI VOUS AVIEZ UNE RELATION D'AFFAIRE OU UNE RELATION PRIVÉE EN COURS
AU 1^{ER} JUILLET 2014

PÉRIODE TRANSITOIRE DE 3 ANS (JUSQU'AU 1^{ER} JUILLET 2017) AU COURS DE LAQUELLE CES
PERSONNES SONT RÉPUTÉES VOUS AVOIR DONNÉ LEUR **CONSENTEMENT** DE FAÇON **TACITE**

Il serait donc possible d'envoyer un MEC à ces personnes afin d'obtenir leur consentement exprès



Conditions de forme de toute demande

- Énoncer les fins auxquelles le consentement est sollicité (être le plus exhaustif possible)
- Inclure renseignements permettant d'identifier la personne qui sollicite le consentement
 - Adresse postale
 - Numéro de téléphone ou adresse courriel ou site web
 - Énoncé mentionnant que la personne peut retirer son consentement

LE CONSENTEMENT EXPRÈS



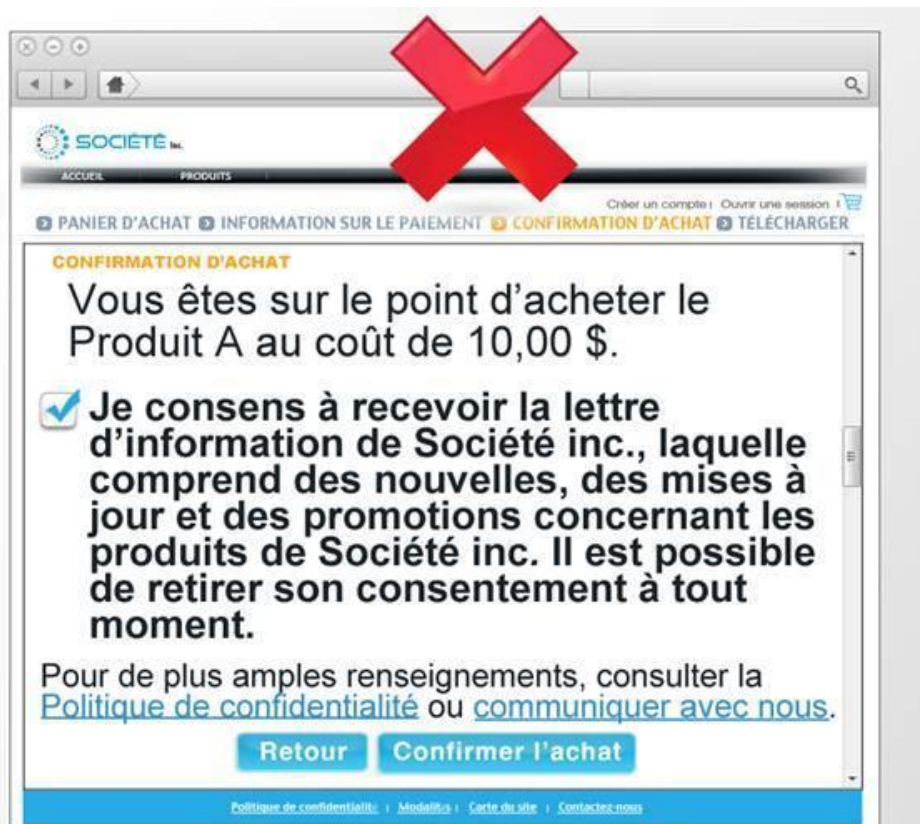
FINI LE « OPT OUT », SEULEMENT LE « OPT IN » EST ACCEPTABLE

- Requierent une demande positive, active et explicite
- Faire cocher une case
- Cliquer sur une icône
- Entrer son adresse courriel
- Pas de case précochée!
- Le simple fait de donner son adresse courriel (par exemple concours) n'équivaut pas à un consentement

LA DEMANDE DE CONSENTEMENT

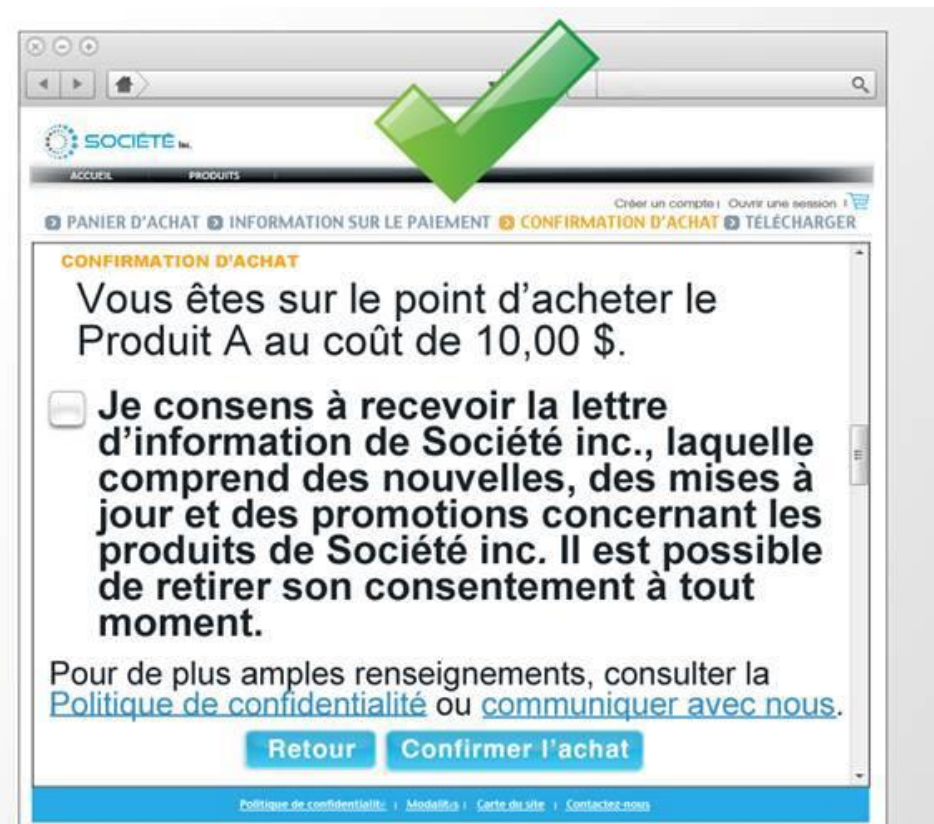


« OPT-OUT »



A screenshot of a web browser showing a confirmation page for purchasing 'Produit A' for 10.00\$. The page is titled 'CONFIRMATION D'ACHAT'. A large red 'X' is overlaid on the page, indicating it is an incorrect example of consent. The text on the page reads: 'Vous êtes sur le point d'acheter le Produit A au coût de 10,00 \$.' Below this, there is a checkbox that is checked, followed by the text: 'Je consens à recevoir la lettre d'information de Société inc., laquelle comprend des nouvelles, des mises à jour et des promotions concernant les produits de Société inc. Il est possible de retirer son consentement à tout moment.' At the bottom, there are two buttons: 'Retour' and 'Confirmer l'achat'. The footer contains links for 'Politique de confidentialité', 'Modalités', 'Carte du site', and 'Contactez-nous'.

« OPT-IN »



A screenshot of a web browser showing a confirmation page for purchasing 'Produit A' for 10.00\$. The page is titled 'CONFIRMATION D'ACHAT'. A large green checkmark is overlaid on the page, indicating it is a correct example of consent. The text on the page reads: 'Vous êtes sur le point d'acheter le Produit A au coût de 10,00 \$.' Below this, there is a checkbox that is unchecked, followed by the text: 'Je consens à recevoir la lettre d'information de Société inc., laquelle comprend des nouvelles, des mises à jour et des promotions concernant les produits de Société inc. Il est possible de retirer son consentement à tout moment.' At the bottom, there are two buttons: 'Retour' and 'Confirmer l'achat'. The footer contains links for 'Politique de confidentialité', 'Modalités', 'Carte du site', and 'Contactez-nous'.

LA DEMANDE DE CONSENTEMENT



A screenshot of a web browser displaying a consent form for a 40% discount. A large green checkmark is overlaid on the top right of the browser window. The website header includes the logo for 'SOCIÉTÉ inc.' and navigation links for 'ACCUEIL' and 'PRODUITS'. A 'MAGASINER' button is visible on the left. The main content area features a blue starburst graphic with 'RABAIS de 40%' and the text 'Rabais de 40 % sur TOUS LES PRODUITS offerts pour un temps limité!'. Below this, there is a paragraph explaining the offer and a text input field for the user's email address, followed by a 'Soumettre' button. The footer contains links for 'Politique de confidentialité', 'Modèles', 'Carte du site', and 'Contactez-nous'.

SOCIÉTÉ inc.

ACCUEIL PRODUITS

MAGASINER

Produit A
Produit B
Produit C

Créer un compte | Ouvrir une session |

RABAIS de 40%

Rabais de 40 % sur TOUS LES PRODUITS offerts pour un temps limité!

Entrer votre adresse de courriel pour recevoir la lettre d'information de Société inc., laquelle comprend des nouvelles, des mises à jour et des promotions concernant les produits de Société inc. Il est possible de retirer son consentement à tout moment.

Pour de plus amples renseignements, consulter la [Politique de confidentialité](#) ou [communiquer avec nous](#).

votre adresse de courriel

Soumettre

[Politique de confidentialité](#) | [Modèles](#) | [Carte du site](#) | [Contactez-nous](#)

LA DEMANDE DE CONSENTEMENT



ET UNE FOIS LE CONSENTEMENT OBTENU...

- Limiter vos envois aux seules fins pour lesquelles le consentement a été obtenu
- Développer et conserver un registre des consentements obtenus pour fins de preuve, et dans le cas des consentements électronique, avoir une base de données enregistrant la date, l'heure, l'objet du consentement, le mode d'obtention
- Importance de bien documenter le processus de consentement, car c'est à l'expéditeur de prouver que le consentement a été obtenu!



Certains cas où le consentement peut être considéré comme étant tacite

1) Relation d'affaire en cours

- S'il y a eu une **relation d'affaire** entre l'expéditeur et le destinataire (i.e. achat, louage, troc d'un bien, produit ou service, acceptation d'une possibilité d'affaire ou investissement, contrat écrit) au cours des **deux dernières années** précédant l'envoi du message
- S'il y a eu une **demande de renseignement** de la part du destinataire ou cours des **six derniers mois** précédant l'envoi du message relativement au premier item
- Aucun impact s'il y a vente d'entreprise – la relation d'affaire est réputée se poursuivre même s'il y a un nouveau propriétaire



2) Relation privée en cours

- Pour les organismes de bienfaisance enregistrés et partis politiques ou candidats à une charge publique électorale:
 - Si le destinataire a fait un don ou cadeau à l'expéditeur dans les deux ans précédant l'envoi du message
 - Si le destinataire a effectué du travail à titre bénévole au cours des deux ans précédant l'envoi du message
- Pour les clubs, associations ou organismes bénévoles, si le destinataire a adhéré à titre de membre au cours des deux ans précédant l'envoi du message



3) Autres formes de consentement tacite

- Le **destinataire a publié son adresse électronique** et cette publication ne stipule pas que la personne ne souhaite pas recevoir de MEC non sollicité
 - Par exemple, publication dans un bottin ou répertoire de gens d'affaire
- Le **destinataire communique son adresse électronique** à l'expéditeur sans stipuler qu'il ne souhaite pas recevoir de MEC non sollicité
 - Par exemple remise d'une carte d'affaire
- Dans chaque cas cependant, **le message envoyé doit être en lien avec l'entreprise de la personne ou ses fonctions au sein de son entreprise**
- Important de conserver la publication en archive pour fins de preuve



PRINCIPES DE BASE

- Permettre aux personnes de **retirer leur consentement à tout moment**
- La **description du mécanisme de retrait** doit être incluse dans tout MEC
- Le processus de retrait doit se faire **facilement** et **sans frais**
 - Envoi d'une demande à une adresse électronique
 - Lien à une page web où la personne peut demander le retrait de son consentement
- Délai maximal de **10 jours ouvrables** suite à la demande pour procéder au retrait
- Maintenir un **registre des désabonnements** à des fins de preuve (base de données pour désabonnement par courriel ou site web, enregistrement si verbal)

LE RETRAIT DU CONSENTEMENT



EXEMPLES DE FORMULES DE DÉSABONNEMENT

Directement par courriel

Si vous ne souhaitez plus recevoir de courriels de la part de XYZ Ltd., veuillez répondre par courriel à l'adresse sedesabonner@xyzltd.com en y inscrivant votre nom et votre adresse de courriel.

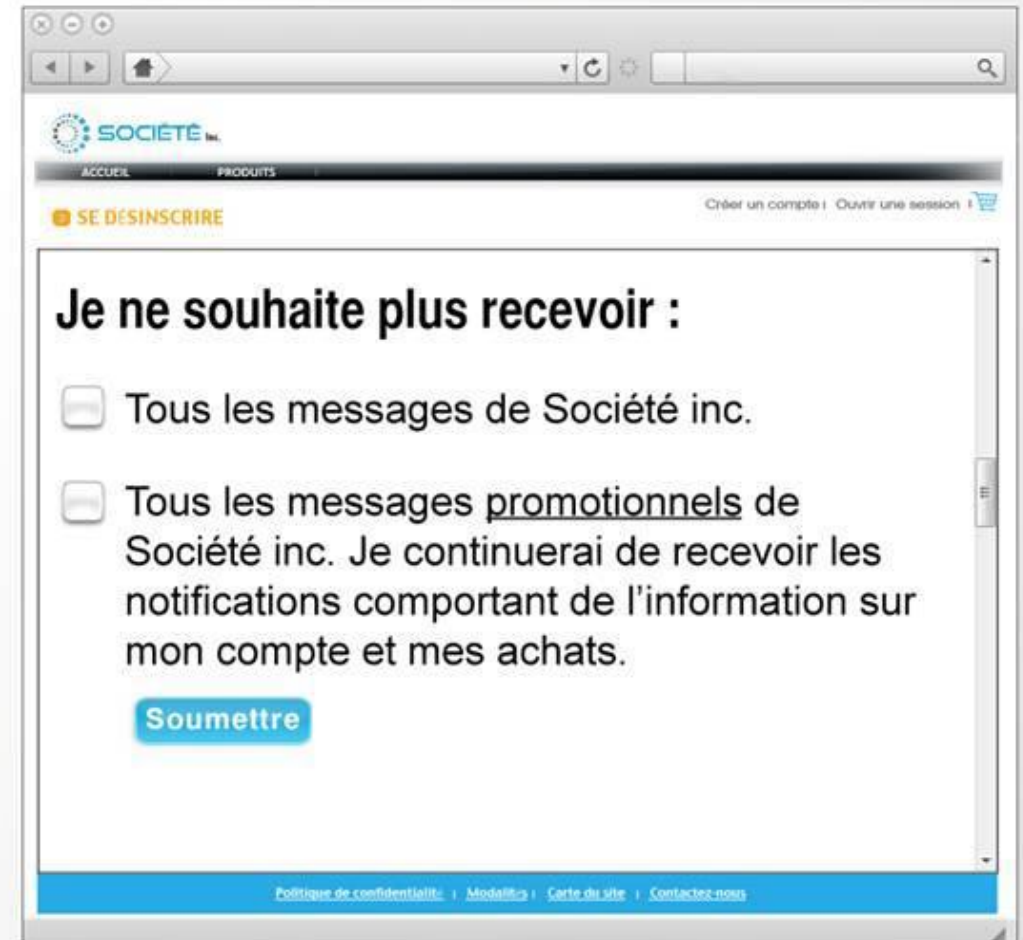
Lien vers site web

Vous avez en tout temps la possibilité de vous désabonner de notre liste d'envoi en cliquant sur le lien suivant: [Je souhaite me désabonner](#)

ou

Pour vous désabonner, [cliquez ici](#)

LE RETRAIT DU CONSENTEMENT



CONSERVEZ VOS PREUVES!

- L'expéditeur a le **fardeau de prouver** qu'il a obtenu le consentement du destinataire
- **Conserver des traces** de la manière dont le consentement a été obtenu
 - Registres de consentements et de retraits de consentement
 - Bases de données électronique
 - Archives papier
 - Enregistrements sonores
 - Circonstances dans lesquelles le consentement a été donné, le cas échéant

LES RÉSEAUX SOCIAUX



- Nous pourrions dire que le fait de cliquer « j'aime » sur **Facebook** ou de s'abonner à un fil **Twitter** d'une personne équivaut à un consentement de recevoir les messages publiés par cette personne sur son mur ou les « twits » émis par celle-ci
- Donc le fait pour une entreprise de publier des MEC sur son mur ne contreviendrait pas à la loi
- **ATTENTION:** éviter l'envoi de messages sur les réseaux sociaux par la fonction courriel en l'absence d'un consentement explicite ou tacite du destinataire
- **Linkedin:** la même analyse s'applique aux demandes de relation
- Cas par cas!



VIOLATIONS DE LA LOI

- Envoi d'un MEC sans consentement
- Envoi d'un MEC qui ne respecte pas les conditions de forme
- Envoi d'un MEC qui contient des informations fausses ou trompeuses

La violation doit être dénoncée au CRTC, qui décidera s'il y a eu violation de la loi et de la sanction applicable le cas échéant.

À ce jour, plus de 108 000 plaintes ont été déposées au CRTC...

SANCTIONS



- Jusqu'à 1 000 000\$ pour une **personne physique**
- Jusqu'à 10 000 000\$ pour une **personne morale**
- Différents **critères** pour déterminer la sanction:
 - Nature et portée de la violation (acte isolé vs répétitif, erreur vs acte intentionnel)
 - Antécédents de l'auteur de la violation
 - Avantages financiers retirés de la violation
 - Capacité de payer
 - Tout dédommagement versé à la victime
- Effet dissuasif recherché

RESPONSABILITÉ DES ADMINISTRATEURS, DIRIGEANTS ET EMPLOYEURS

- **Personne morale:** responsabilité des administrateurs et dirigeants ayant ordonné, autorisé, consenti ou participé à la violation
- **Employeur:** responsable de la violation commise par son employé dans le cadre de son emploi
- **Défense de diligence raisonnable:** responsabilité peut être rejetée s'il y a preuve que toutes les précautions voulues ont été prises pour prévenir la violation

SANCTIONS ET AUTRES RECOURS



- Les infractions ne sont pas considérées comme étant criminelles (sauf exception)
- **Prescription de 3 ans** suivant dénonciation au CRTC
- Possibilité de recours en **injonction**
- Le fait qu'il y ait eu violation (incluant identité du fautif et sanction imposée) peut être rendu public par le CRTC
- **Droit privé d'action** de la victime à partir du **1^{er} juillet 2017**

PRATIQUES À ADOPTER POUR VOUS CONFORMER



Analysez vos pratiques actuelles

- À qui envoyez-vous vos messages?
- Est-ce que vos messages peuvent être qualifiés de « MEC »? (contenu)
- Si oui, avez-vous obtenu le consentement (exprès ou tacite) de vos destinataires et ce consentement est-il vérifiable?
- Vos employés sont-ils au courant des nouvelles règles imposées par la loi?

PRATIQUES À ADOPTER POUR VOUS CONFORMER



Modifiez vos pratiques pour devenir conformes

- Modifiez vos MECs afin d'y inclure les informations obligatoires (sauf si exemption s'applique)
- Prévoir un mécanisme de consentement directement sur votre site web
- Modifier vos mécanismes « opt-out » pour mécanismes « opt-in »
- Épurez vos listes d'envois ou d'adresse actuelles pour éliminer toute adresse pour laquelle vous n'avez pas de consentement (exprès ou tacite)
- **N'oubliez pas:** période transitoire de 3 ans pour relations d'affaires et privées actuelles (donc pour l'instant vous pouvez les garder dans vos listes)
- Obtenez les consentements exprès pour vos contacts et listes d'envoi actuelles
- Conservez un registre des consentements obtenus et des retraits de consentement (manuellement ou via fournisseurs spécialisés)
- Conservez toute autre preuve de consentement (oral, publication, carte d'affaire, etc.)
- Arrêtez d'envoyer des messages électroniques comme premier point de contact
- Informez vos employés de leurs obligations en vertu de la loi (formation, politique de conformité à la loi)
- Et surtout... pas de panique! Utilisez votre jugement!

QUESTIONS?



POUR PLUS D'INFORMATIONS

Site web du CRTC dédié à la loi: <http://www.crtc.gc.ca/fra/lcap-casl.htm>

Ou encore...

WWW.BAA-AVOCATS.COM

MERCI!

BAA-AVOCATS.COM



avocats d'affaires • corporate lawyers

Simplifier les affaires!^{MC}

baa-avocats.com

Nicolas Brabant
nbrabant@baa-avocats.com
T. 514.982.9421 poste 21

Guillaume Beaupré
gbeaupre@baa-avocats.com
T. 514.982.9421 poste 22

Philippe Archambault
parchambault@baa-avocats.com
T. 514.982.9421 poste 23