

**AVIS DE CONSULTATION DE TÉLÉCOM
CRTC 2011-400–Appel aux
observations concernant le projet de
règlement du CRTC portant sur la
protection du commerce électronique**

de :

union
des consommateurs

Montréal
8 septembre 2011

1. Par son avis de consultation de télécom CRTC 2011-400, le Conseil sollicitait des « observations sur un nouveau projet de règlement du CRTC portant sur la protection du commerce électronique, en ce qui a trait à la forme des messages électroniques commerciaux et des demandes de consentement dans le cadre de l'envoi de messages électroniques commerciaux, la modification des données de transmission dans les messages électroniques, et l'installation de programmes d'ordinateur, de même qu'aux renseignements à y inclure. »
2. Union des consommateurs souhaite faire les observations suivantes sur le projet de règlement. Nous commenterons tout particulièrement les articles 2, 3 et 4 du projet de règlement (ci-après le Règlement).

Article 2 du Règlement

3. L'article 2 du Règlement dispose que : « (1) Pour l'application du paragraphe 6(2) de la Loi, tout message électronique commercial comporte les renseignements suivants:
 - a) le nom de la personne qui envoie le message, ainsi que, le cas échéant, celui de la personne au nom de qui il est envoyé;
 - b) si le message est envoyé au nom d'une autre personne, la mention indiquant le nom de la personne qui envoie le message et le nom de la personne au nom de qui le message est envoyé;
 - c) si la personne qui envoie le message et, le cas échéant, la personne au nom de qui le message est envoyé exercent leurs activités commerciales sous d'autres noms, les noms qu'elles utilisent pour exercer leurs activités commerciales;
 - d) les adresses municipale et postale, le numéro de téléphone donnant accès à un agent de service ou à un service de messagerie vocale et les adresses de courriel et du site Web de la personne qui envoie le message et, s'il y a lieu, de la personne au nom de qui le message est envoyé et, le cas échéant, toute autre adresse électronique utilisée par ces personnes.(2) Si cela est pratiquement impossible d'inclure les renseignements mentionnés au paragraphe (1) et le mécanisme d'exclusion visé à l'alinéa 6(2)c) de la Loi dans un message électronique commercial, ceux-ci peuvent être fournis, sans frais, au destinataire du message, par l'entremise d'un lien à une page Web, lequel doit être indiqué en termes clairs et facilement lisibles et accessible par un simple clic ou une autre méthode d'une efficacité équivalente. »
4. Concernant l'alinéa a) de cet article 2(1) du Règlement, nous proposons au Conseil l'ajout des termes « de manière exacte » après le mot comporte. En effet, l'article 6(2) de la 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 et modifiant la Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, la Loi sur la concurrence, la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques et la Loi sur les télécommunications (ci-après la Loi) précise que : « Le message doit respecter les exigences réglementaires quant à sa forme et comporter, à la fois : a) les renseignements réglementaires permettant d'identifier la personne qui l'a envoyé ainsi que, le cas échéant, celle au nom de qui il a été envoyé; ».
5. Cet article 2(1) de la Loi devrait donc se lire comme suit : Pour l'application du paragraphe 6(2) de la Loi, tout message électronique comporte de manière exacte les renseignements suivants : »
6. La Loi ne contient pas d'exigence d'exactitude concernant les renseignements qui doivent figurer dans tout message électronique commercial.
7. Il faut noter que, dans les législations australienne et néo-zélandaise, qui ont inspiré le législateur canadien pour l'élaboration de la Loi, cette exigence d'exactitude est explicitement prévue. Par exemple, dans la Loi australienne, l'article 17(1)a) du Spam Act 2003 précise : « (1) A person must not send, or cause to be sent, a commercial electronic message that has an Australian link

unless: (1)(a) the message clearly and accurately identifies the individual or organisation who authorised the sending of the message ; (...) » (nos soulignés).

8. L'article 10 a) de la loi néo-zélandaise (Unsolicited Electronic Messages Act 2007) prévoit quant à lui : « A person must not send, or cause to be sent, a commercial electronic message that has a New Zealand link unless — (a) the message clearly and accurately identifies the person who authorised the sending of the message; (...) » (nos soulignés).
9. Les notes explicatives de la loi australienne viennent préciser ce que cette indication claire et précise devrait inclure : « Examples of information which accurately identifies an individual would include the correct legal name of the individual or organisation and an Australian Business Number (ABN) (where applicable)¹ ».
10. Attendu que le seul nom d'une entreprise pourrait ne pas suffire à une identification claire et précise, nous proposons donc que soit ajouté à l'alinéa d) de l'article 2(1) du Règlement une exigence semblable à celle qu'impose la loi australienne, soit une obligation d'indiquer « tout numéro d'enregistrement de la personne auprès des autorités fédérale ou provinciales. »
11. Nous souhaiterions aussi que le Conseil indique que les numéros de téléphone, donnant accès à un agent de service ou à un service de messagerie vocale, doivent être des numéros sans frais. En effet, il ne faut pas que les consommateurs qui essaient de rejoindre les personnes qui envoient des messages électroniques commerciaux aient à payer pour effectuer ces appels. Certaines personnes ne disposent pas d'un accès Internet leur permettant d'avoir gratuitement accès à un service de courriel. Il est donc primordial que le Conseil impose cette exigence afin que les personnes puissent être jointes sans frais, et ce d'autant plus que le Conseil prévoit à l'alinéa (2) de ce même article que lorsqu'il est pratiquement impossible d'inclure les renseignements mentionnés, les renseignements sont fournis sans frais au destinataire du message.
12. L'article 2(1)d) du Règlement se lirait donc idéalement comme suit : « d) les adresses municipale et postale, le numéro de téléphone sans frais donnant accès à un agent de service ou à un service de messagerie vocale et les adresses de courriel et du site Web de la personne qui envoie le message et s'il y a lieu, de la personne au nom de qui le message est envoyé et, le cas échéant, toute autre adresse électronique utilisée par ces personnes, ainsi que tout numéro d'enregistrement de la personne auprès des autorités fédérale ou provinciales. »
13. Attendu que la Loi, à son article premier, précise que les messages pour lesquels elle vise à établir un cadre comprennent tout « *message électronique* » soit un message envoyé par tout moyen de télécommunication, notamment un message textuel, sonore, vocal ou visuel, l'alinéa (2) de l'article 2 du Règlement, qui prévoit que : « Si cela est pratiquement impossible d'inclure les renseignements mentionnés au paragraphe (1) et le mécanisme d'exclusion visé à l'alinéa 6(2)c) de la Loi dans un message électronique commercial, ceux-ci peuvent être fournis, sans frais, au destinataire du message, par l'entremise d'un lien à une page Web, lequel doit être indiqué en termes clairs et facilement accessible par un simple clic ou une autre méthode d'une efficacité équivalente » semble problématique.
14. L'alternative prévue par cet alinéa favorise un mode de communication, l'Internet, au détriment des autres modes de communication. En pratique, les consommateurs qui recevraient des messages textes sur leur téléphone sans fil pourraient être privés des renseignements dont l'alinéa (1) de l'article 2 exige la communication, et n'obtenir comme seule information sur la provenance du message électronique commercial et le mécanisme d'exclusion qu'un lien vers une page Web.

¹ SPAM Bill 2003, Explanatory memorandum (en ligne):

http://www.austlii.edu.au/au/legis/cth/bill_em/sb200376/memo1.html (page consultée le 15 août 2011)

15. Il faudrait idéalement que l'information requise par l'article 6(2) de la Loi soit communiquée et accessible grâce au même moyen de communication par lequel ce message électronique commercial a été envoyé, et avec une facilité égale à celle qui est prévue relativement à l'accès par Internet. Ainsi, les consommateurs qui ne disposent pas d'une connexion Internet pourront tout de même obtenir les renseignements exigés par le règlement.
16. Il est également entendu que le consommateur ne doit pas avoir à payer de frais pour obtenir l'information requise par la Loi. C'est pourquoi nous demandons au Conseil de maintenir les mots « sans frais » à cet alinéa, comme ils apparaissaient dans la version initiale de l'article proposé.
17. Nous souhaiterions également attirer l'attention du Conseil, sur le sens de l'expression « pratiquement impossible », qui peut signifier tout autant "impossible en pratique" que "peu commode". Il nous semble que le premier sens devait être privilégié; c'est d'ailleurs le sens qui est retenu dans la version anglaise avec l'emploi du terme « practicable ». Donc, par souci de clarté, et pour éviter toute confusion, nous suggérons au Conseil de remplacer « pratiquement impossible » par « impossible en pratique ».
18. Par souci de précision, il serait également bon d'insister sur l'obligation de fournir de tels renseignements, en remplaçant le mot « peuvent » par le mot « doivent ».
19. Nous proposons donc la formulation qui suit pour l'article 2(2) du Règlement : « Si cela est impossible en pratique d'inclure les renseignements mentionnés au paragraphe (1) et le mécanisme d'exclusion visé à l'alinéa 6(2)c) de la Loi dans un message électronique commercial, ceux-ci doivent être fournis, sans frais, par le même moyen de communication qui a permis l'envoi du message électronique, en termes clairs et facilement lisibles ou accessible par un simple clic ou une autre méthode d'une facilité et d'une efficacité équivalente. »

Article 3 du Règlement

20. Le second alinéa de l'article 3 du Règlement, qui s'intéresse au mécanisme d'exclusion, précise que : « Le mécanisme d'exclusion visé à l'alinéa 6(2)c) de la Loi doit pouvoir s'exécuter en au plus deux clics ou par une autre méthode d'une efficacité équivalente. »
21. Comme précédemment mentionné au paragraphe 14 de nos observations, cet alinéa risque de faire prévaloir le moyen de communication Internet sur les autres modes de communications pour la mise en œuvre du mécanisme d'exclusion.
22. Nous proposons au Conseil que le moyen d'exécution du mécanisme d'exclusion soit le même que celui qui a permis l'envoi du message électronique commercial, tout en restant rapide et efficace. Par exemple, si le message électronique commercial est un message texte envoyé sur un téléphone sans fil, le mécanisme d'exclusion doit pouvoir s'effectuer lui aussi par l'entremise d'un téléphone sans fil. Si le message électronique commercial est un message envoyé sur Internet à une adresse courriel, la mention existante dans le Règlement indiquant en « au plus deux clics » devrait être conservée.
23. Par ailleurs, il pourrait être bon de rappeler dans le Règlement que ce mécanisme d'exclusion doit être sans frais, comme l'article 11(1)a) de la Loi le précise explicitement².

² Article 11(1) de la Loi : « Le mécanisme d'exclusion mentionné à l'alinéa 6(2)c) doit respecter les exigences suivantes :

a) permettre à la personne qui reçoit le message électronique d'exprimer sans frais sa volonté de ne plus recevoir d'autres messages électroniques commerciaux — ou certaines catégories de ceux-ci — de la personne qui l'a envoyé ou, le cas échéant, de celle au nom de qui il a été envoyé, en utilisant soit la méthode qui a été employée pour envoyer le message, soit, si cela est pratiquement impossible, toute autre méthode électronique qui lui permet d'exprimer cette volonté; »

24. Nous suggérons au Conseil comme libellé pour l'alinéa 2 de l'article 3 du Règlement : « Le mécanisme d'exclusion visé à l'alinéa 6(2)c) de la Loi doit pouvoir s'exécuter, sans frais, par le biais du même moyen de communication que celui utilisé pour l'envoi du message électronique commercial, en au plus deux clics ou par une autre méthode d'une rapidité et d'une efficacité équivalente. »

Article 4 du Règlement

25. L'article 4 du Règlement vise tout particulièrement les renseignements qui doivent être transmis lors de toute demande de consentement.
26. Il semble manquer dans cet article la notion d'exactitude que nous avons mentionnée préalablement au paragraphe 5 de nos observations. Aussi, nous invitons le Conseil à ajouter à cet alinéa après le mot « comporte » les termes « de manière exacte ».
27. Aussi, à la différence de l'article 3 du Règlement, il manque l'exigence de clarté et de lisibilité des renseignements que nous retrouvons à l'alinéa 1 de l'article 3 du Règlement.
28. Il serait bon que le Conseil ajoute après le mot « renseignements » figurant à l'alinéa 1 de l'article 4, les mots « énoncés en termes clairs et facilement lisibles ». Si cette exigence de clarté et de lisibilité est demandée et figure à l'article 3 du Règlement, il nous semble important qu'elle soit reprise également à l'article 4 du Règlement.
29. Ainsi, cet alinéa 1 de l'article 4 se lirait comme suit : « Pour l'application des paragraphes 10(1) et (3) de la Loi, toute demande de consentement est faite par écrit et séparément pour chacun des actes visés aux articles 6 à 8 de la Loi et comporte de manière exacte les renseignements suivants, énoncés en termes clairs et facilement lisibles : »
30. Nous suggérons également au Conseil d'ajouter à la fin de l'alinéa d) de cet article 4 du Règlement : « ainsi que tout numéro d'enregistrement de ces personnes auprès des autorités fédérales ou provinciales », et ce pour les mêmes raisons que celles qui ont été avancées au paragraphe 9 des présentes observations.
31. Concernant l'alinéa e) de l'article 4 du Règlement, il serait bon de préciser que l'énoncé dont il est fait question soit écrit en termes clairs et lisibles. En effet, cet énoncé doit permettre au consommateur d'être informé qu'il peut retirer son consentement en utilisant les coordonnées qui sont précisées à l'alinéa d) de l'article 5 du Règlement. Le consommateur doit pouvoir comprendre aisément cet énoncé. Il est donc important que cet énoncé soit écrit en termes clairs et lisibles.
32. L'alinéa e) de l'article 4) prévoit que « un énoncé portant que la personne auprès de qui le consentement est sollicité peut retirer son consentement en utilisant l'une ou l'autre des coordonnées mentionnées à l'alinéa d). » Nous proposons au Conseil de préciser que c'est à la personne auprès de qui le consentement est sollicité que revient le choix d'utiliser l'une ou l'autre des coordonnées mentionnées à l'alinéa d) de cet article 4.
33. L'alinéa e) de l'article 4) se lirait donc idéalement comme suit : « un énoncé portant que la personne auprès de qui le consentement est sollicité peut retirer son consentement en utilisant à son choix l'une ou l'autre des coordonnées mentionnées à l'alinéa d). »

Fin de document