

EMPIRE VIE

CIRCULAIRE D'INFORMATION

DATE : Le 23 juin 2014

N° 2014-22

CATÉGORIE : ASSURANCE/PLACEMENTS

DESTINATAIRES : Agents généraux administrateurs, agents associés généraux, conseillers, agents généraux, conseillers autonomes, comptes nationaux

OBJET : *Loi canadienne anti-pourriel (LCAP)*

La *Loi canadienne anti-pourriel* (LCAP) prendra effet le 1^{er} juillet 2014. Cette nouvelle loi aura une incidence sur la façon de communiquer des conseillers auprès de clients potentiels et existants.

Cette circulaire résume les exigences applicables aux messages électroniques commerciaux (MEC). Il est important que les conseillers comprennent bien leurs obligations en vertu de cette nouvelle loi. Nous vous encourageons à vous informer davantage à ce sujet et à prendre connaissance de la loi en visitant le site combattrelepourriel.ca. Vous pouvez également consulter la documentation de référence du secteur, comme le guide des pratiques exemplaires, « Advocis Best Practice Manual » (en anglais seulement).

La LCAP interdit à quiconque d'envoyer, de faire envoyer ou de permettre l'envoi d'un MEC à une adresse électronique, sauf si l'expéditeur a obtenu le consentement exprès ou implicite du destinataire ou que le message est admissible à une exception prévue par la LCAP.

Qu'est-ce qu'un MEC?

Un MEC comprend tout message qui revêt un caractère commercial. Il ne se limite pas aux courriels. La loi indique clairement qu'elle s'applique à un message par tout média sur support électronique, par ex., tout message texte ou tout message direct par Facebook, Twitter ou LinkedIn.

Même si l'objet principal du message n'est pas de nature commerciale, il est visé par cette loi s'il comporte une offre d'achat ou de vente, qu'il fait la promotion de services ou de produits ou qu'il annonce une occasion d'affaires ou d'investissement.

Exigences relatives au contenu

Chaque MEC doit comprendre les éléments suivants, sous réserve des exceptions prévues par la LCAP :

- le nom de l'expéditeur (le nom ou la raison sociale, s'il s'agit d'une entreprise), son adresse postale, ainsi que ses coordonnées (numéro de téléphone, adresse de courriel ou site web; et
- un mécanisme d'exclusion gratuit. Il doit pouvoir s'exécuter facilement. L'expéditeur doit s'assurer que le mécanisme d'exclusion peut être mis en place dans un délai de dix (10) jours, s'il y a lieu.

Tout consentement antérieur, implicite ou exprès est remplacé par l'adhésion au mécanisme d'exclusion par le destinataire ou une mention de sa part de ne plus vouloir recevoir de MEC de l'expéditeur.

Exceptions prévues par la LCAP

La LCAP prévoit certaines exceptions. Voici quelques exemples de messages à caractère commercial qui font l'objet d'une exception prévue par la LCAP :

- message envoyé en réponse à une demande ou qui a été sollicité par le destinataire;
- message échangé entre employés d'organisations distinctes qui entretiennent une relation d'affaires (si le message porte sur les activités de l'organisation du destinataire);
- messages adressés pour satisfaire à une obligation juridique;
- messages envoyés de la part d'une personne qui entretient des liens personnels ou familiaux avec le destinataire, comme définis par la LCAP.

La LCAP prévoit aussi des exceptions quant à l'exigence de consentement du destinataire. Il s'agit des quelques circonstances particulières. Les MEC doivent toutefois respecter les exigences relatives au contenu en toute circonstance, en vertu de la législation.

Voici quelques exemples où le consentement n'est pas requis :

- le message consiste uniquement à fournir une cotation ou une estimation demandée par le destinataire;
- le message consiste uniquement à faciliter, à conclure ou à confirmer une transaction commerciale;
- le message consiste uniquement à fournir un avis ou de l'information factuelle concernant (i) l'utilisation/l'achat en cours d'un produit ou d'un service offert par l'expéditeur dans le cadre d'un abonnement, d'un compte ou d'une autre relation semblable; ou (ii) l'abonnement, le compte en vigueur ou toute autre relation semblable du destinataire (par ex., relevés de compte);
- lors d'une relation d'affaires en cours et active tout en respectant les échéances précises décrites par la LCAP;
- lorsque le destinataire a publié son adresse électronique sans indiquer qu'il ne souhaite pas recevoir de MEC. Le message doit être en lien avec les affaires du destinataire;
- lorsqu'un destinataire a fourni sa carte professionnelle avec une adresse électronique sans indiquer qu'il ne souhaite pas recevoir de MEC. Le message doit être en lien avec la fonction d'affaires du destinataire décrite sur la carte professionnelle.

La loi prévoit une exception à l'exigence de consentement dans le cadre d'une recommandation. Les conseillers peuvent envoyer un message de sollicitation à un client potentiel qui leur a été recommandé. Ce message ne peut être envoyé qu'une seule fois. Voici les conditions relatives à l'exception de recommandation :

- la personne ayant fait la recommandation doit avoir une relation déjà existante avec l'expéditeur et le destinataire;
- l'expéditeur doit indiquer dans son message le nom de toute personne ayant fait la recommandation. Il doit indiquer qu'il a été envoyé à la suite d'une recommandation; et
- l'expéditeur doit documenter ses messages de sollicitation pour éviter tout doublon de recommandation provenant de sources différentes.

L'expéditeur peut envoyer un MEC à la suite d'une recommandation une seule fois par destinataire, peu importe le nombre de recommandations ou le temps écoulé entre les recommandations.

Consentement exprès Vous devez obtenir le consentement exprès du destinataire si vous ne pouvez pas établir un consentement implicite. Une demande de consentement exprès doit respecter certaines exigences de contenu, comme l'identité de l'expéditeur, incluant le nom de l'entreprise, son adresse postale et ses coordonnées. Le consentement doit se faire sur une base d'adhésion. Il doit être donné de façon distincte de tout autre consentement de toute modalité ou de toute condition de la part du destinataire.

Autres aspects à considérer Les MEC ne sont qu'un des éléments prévus par la LCAP. La loi prévoit aussi des dispositions concernant l'installation de programmes informatiques, la cueillette de renseignements personnels (par ex. la collecte d'adresses) et les pratiques de marketing trompeuses dans le cybermarché, y compris de l'information fausse ou trompeuse concernant l'expéditeur ou l'objet du message.

Sanctions en cas de non-respect Les sanctions en cas de non-respect de la LCAP peuvent être sévères. Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, le Bureau de la concurrence et le Commissaire à la protection de la vie privée veilleront à la mise en application de cette loi. Ils pourront imposer des amendes administratives. Les destinataires individuels pourront exercer des recours civils contre les expéditeurs à compter de 2017. Ils pourront également exercer des recours collectifs contre les expéditeurs.

Visitez le site www.combattrelepourriel.ca pour obtenir tous les détails et connaître l'incidence que la LCAP pourrait avoir sur votre pratique.

Note importante L'information contenue dans ce document est fournie à titre de renseignements généraux seulement et ne peut être considérée comme constituant des conseils juridiques, fiscaux, financiers ou professionnels. L'Empire, Compagnie d'Assurance-Vie décline toute responsabilité quant à l'usage, au mauvais usage ou aux omissions concernant l'information contenue dans ce document. Veuillez demander conseil à des professionnels avant de prendre une quelconque décision.

Compétence Lisa Lawlor, gestionnaire, Pratiques de distribution