

350 Albert St.  
Suite 1710  
Ottawa, ON  
K1R 1B1

350, rue Albert  
Bureau 1710  
Ottawa (Ontario)  
K1R 1B1

613-563-1236  
univcan.ca

## Universities Canada Universités Canada

Le 20 octobre 2017

Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Mesdames, Messieurs,

Je vous écris au nom des universités du Canada pour vous faire part des préoccupations de notre secteur au sujet de la *Loi canadienne antipourriel* (la « *Loi* »). Universités Canada est le porte-parole national de 96 universités publiques et privées sans but lucratif. Nous sommes reconnaissants d'avoir l'occasion de faire part de nos commentaires au Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie dans le cadre de son examen de la *Loi*.

Universités Canada soutient l'objectif déclaré de la *Loi*, soit de réglementer les pratiques commerciales qui nuisent à l'efficacité des activités commerciales électroniques, compromettent la confidentialité et la protection de la vie privée, et minent la confiance des Canadiens à l'égard des activités commerciales électroniques. Cependant, les universités canadiennes craignent que l'interdiction générale prévue par la *Loi* quant à l'envoi de messages commerciaux électroniques sans le consentement exprès ou tacite du destinataire puisse englober les communications électroniques s'inscrivant dans les activités éducatives fondamentales des universités, qui ne sont pas volontairement ciblées par la *Loi*, ce qui cause un nouveau fardeau administratif et risque d'entraîner des sanctions pécuniaires et de ternir la réputation des universités.

Pour ces motifs, Universités Canada recommande au Comité de signaler au Parlement qu'il faudrait modifier la *Loi* afin d'exempter les organismes de bienfaisance, y compris les universités, de l'obligation d'avoir obtenu le consentement exprès ou tacite des destinataires avant de leur envoyer des « messages électroniques commerciaux ».

L'article 6 de la *Loi* énonce une interdiction générale d'envoyer un « message électronique commercial » sauf si la personne à qui le message est envoyé a consenti expressément ou tacitement à le recevoir, le message comporte les renseignements réglementaires permettant d'identifier la personne qui l'a envoyé et le message comporte un « mécanisme d'exclusion » conforme à l'article 11 de la *Loi*. Bien que la *Loi* ne comprenne pas de définition de l'expression « message électronique commercial », elle définit l'expression « activité commerciale » de façon très large, à savoir tout acte ou activité qui « revêt un caractère commercial, que la personne qui l'accomplit le fasse ou non dans le but de réaliser un profit ».

Les communications faites dans le cadre des activités fondamentales des universités, y compris le recrutement d'étudiants, la transmission des programmes universitaires et les communications avec d'anciens élèves et des donateurs éventuels ne sont pas des activités à caractère commercial qui devraient être visées par la *Loi*. L'enseignement

universitaire fait partie des avoires publics que les Canadiens chérissent le plus. Les universités servent l'intérêt public, car elles renforcent l'avantage concurrentiel du Canada au moyen de l'apprentissage et de l'avancement des connaissances, qui permettront aux particuliers, aux collectivités, aux régions et au pays tout entier de résoudre les problèmes sociaux et économiques de l'avenir, qui sont en constante évolution. L'enseignement universitaire n'est pas un intérêt particulier ni une entreprise commerciale.

Cependant, la large définition de l'expression « activité commerciale » dans la *Loi* crée une incertitude quant à la question de savoir si certaines communications des universités contribuant à l'atteinte des objectifs en matière d'enseignement seront considérées comme des « activités commerciales » et des pourriels.

Par exemple, en matière de recrutement, les universités canadiennes accordent une priorité élevée au recrutement d'étudiants autochtones. Les universités mènent des activités de communication pouvant comporter l'envoi de messages électroniques à des dirigeants et à des étudiants autochtones éventuels contenant des renseignements sur des programmes d'études conçus pour les étudiants autochtones ainsi que des renseignements sur d'autres ressources à leur disposition, comme de l'aide financière, des services d'hébergement, des activités culturelles, des séances de counselling, des Aînés et des services de mentorat. Compte tenu de l'incertitude quant à la question de savoir si le recrutement d'étudiants est une « activité commerciale » au sens de la *Loi* et du fait qu'il revient à l'expéditeur d'un « message électronique commercial » de prouver qu'il avait obtenu le consentement du destinataire lorsqu'il a envoyé le message, les universités souhaitant appliquer une approche prudente hésiteraient à envoyer un message électronique à des dirigeants ou à des étudiants autochtones éventuels sans avoir obtenu leur consentement au préalable ou à leur envoyer un message pour obtenir leur consentement, car ce message en soi pourrait contrevenir à la *Loi*. Cela pourrait nuire aux démarches des universités visant à recruter des étudiants autochtones.

Les peines importantes pouvant être imposées aux personnes physiques et aux organisations contrevenant à la *Loi*, jusqu'à concurrence de 1 million de dollars pour une personne physique et de 10 millions de dollars pour une organisation pour chaque violation de la *Loi*, sont également très préoccupantes. Ces préoccupations sont amplifiées par la possibilité que les dirigeants et les administrateurs d'une organisation soient indirectement responsables d'une violation de la *Loi* et par le droit privé d'action des personnes physiques qui reçoivent des messages électroniques commerciaux sans avoir donné leur consentement, ce qui peut donner lieu à un recours collectif intenté par les personnes qui ont reçu des « messages électroniques commerciaux » non sollicités.

La *Loi* prévoit que le consentement à recevoir des messages électroniques commerciaux peut être tacite lorsqu'il existe une relation d'affaires ou une relation privée préexistante avec le destinataire du message. Toutefois, dans bien des circonstances, il se peut que la relation que l'université entretient ou souhaite établir avec le destinataire du message ne soit pas appropriée pour justifier un consentement tacite, car elle ne respecte pas les conditions limitées énoncées dans la *Loi*.

Aux termes de la *Loi*, le consentement est implicite lorsqu'il existe une « relation privée en cours ». En application de l'alinéa 10(13)a) de la *Loi*, un consentement à communiquer par voie électronique afin de solliciter un don à un organisme de bienfaisance est implicite uniquement si le destinataire du message a offert un don à l'organisme de bienfaisance dans les deux ans précédant la date à laquelle celui-ci envoie le message. Il se peut que d'anciens donateurs choisissent de cesser de faire des dons pendant de longues périodes lorsque les marchés financiers et l'économie connaissent des ralentissements prolongés. L'imposition d'un délai arbitraire de deux ans au cours duquel les organismes peuvent communiquer avec d'anciens donateurs peut compliquer la tâche des organismes souhaitant communiquer ultérieurement avec ces donateurs et rendre leur démarche plus coûteuse s'ils sont tenus d'avoir recours à la sollicitation téléphonique ou à la poste pour les joindre. En outre, l'exemption de la « relation privée en cours » ne s'applique pas aux personnes physiques qui n'ont jamais fait de don à un organisme, mais qui peuvent être disposées à le faire si l'organisme communique avec elles.

Les lois et les règlements destinés à lutter contre le pourriel au Canada ont actuellement une portée si large qu'ils empêchent les organismes de bienfaisance enregistrés, y compris les universités, d'envoyer des communications électroniques à différentes fins, comme pour recueillir des fonds, et rendent ces démarches de communication plus coûteuses. Les Règles du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes sur les télécommunications non sollicitées, dont l'objectif est de régler un problème connexe, soit le télémarketing, reflètent ce principe. En effet, elles exemptent de l'application de la liste nationale de numéros de télécommunication exclus toute télécommunication non sollicitée faite par un organisme de bienfaisance.

Si le Canada décidait d'exempter les organismes de bienfaisance, y compris les universités, de l'application de la *Loi*, ses pratiques s'harmoniseraient avec celles de pays du Commonwealth comparables, comme l'Australie. En Australie, la loi et les règlements reconnaissent que les communications électroniques envoyées par des organismes de bienfaisance ne sont pas des pourriels. L'annexe 1 de la *Spam Act 2003* de l'Australie exempte explicitement les messages électroniques envoyés par les organismes de bienfaisance de l'interdiction d'envoyer des « messages électroniques commerciaux » sans avoir obtenu le consentement du destinataire au préalable.

Une exemption générale englobant le secteur des organismes de bienfaisance est la solution la plus efficace pour veiller à ce que la *Loi* ne cause pas préjudice aux organismes de bienfaisance. L'autre solution consisterait à donner une liste détaillée d'exemptions précises. Toutefois, l'adoption d'une solution fragmentée se traduira inévitablement par des lacunes dans les situations régies par la *Loi*. Par exemple, la loi australienne citée ci-dessus prévoit aussi une exemption pour les messages électroniques qu'un établissement d'enseignement envoie à ses étudiants ou à ses anciens étudiants, et aux membres de leur ménage, mais cette exemption est inadéquate, car elle ne s'applique pas aux communications électroniques s'inscrivant dans le cadre des activités fondamentales des universités, comme le recrutement d'étudiants et les collectes de fonds.

Universités Canada recommande au Comité de recommander au Parlement de modifier la *Loi* afin d'exempter les organismes de bienfaisance enregistrés, y compris les universités, de l'obligation d'avoir obtenu le consentement exprès ou tacite des destinataires avant de leur envoyer des « messages électroniques commerciaux ».

Si le Comité décide de ne pas appuyer une exemption applicable aux organismes de bienfaisance, Universités Canada recommande d'exempter certaines communications électroniques des établissements d'enseignement de l'exigence d'avoir obtenu le consentement du destinataire au préalable dans les situations suivantes :

- (i) le destinataire est ou a été inscrit comme étudiant à cet établissement;
- (ii) le destinataire est ou a été un membre du ménage d'une personne qui est ou a été inscrite comme étudiant à cet établissement;
- (iii) le destinataire est un étudiant éventuel d'un établissement d'enseignement;
- (iv) le destinataire est une personne à laquelle un établissement d'enseignement soit demande un don de bienfaisance, soit envoie une invitation à participer à une activité de financement.

Je vous remercie de tenir compte des commentaires d'Universités Canada. Si je peux vous être utile d'une façon ou d'une autre, veuillez me le faire savoir. En outre, je serais heureuse d'avoir l'occasion de m'adresser en personne au Comité pour vous faire part de ces préoccupations, si vous estimez que cela vous aiderait à effectuer votre examen de la *Loi*.

Veuillez agréer, Mesdames et Messieurs, mes salutations distinguées.

[SIGNATURE]

Pari Johnston  
Vice-présidente, Politiques et affaires publiques