

Le 6 novembre 2017

Objet : Réponse de la FCEI à l'examen de la Loi canadienne anti-pourriel par le Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie

À l'intention des membres du Comité :

Nous vous écrivons au nom des 109 000 petites et moyennes entreprises membres de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) pour vous faire part de leurs commentaires sur l'examen de la Loi canadienne anti-pourriel (LCAP) par le Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie.

Il est important de noter que la FCEI soutient l'objectif de réduction des pourriels de la LCAP. En effet, la loi a été initialement présentée comme un outil nécessaire pour permettre au gouvernement de s'attaquer aux « pires délinquants », ce avec quoi la plupart de nos membres seraient d'accord. Cependant, la LCAP s'est également révélée compliquée, lourde et coûteuse pour les petites entreprises qui comptent de plus en plus sur les communications numériques. Nous recommandons fortement au gouvernement de repenser la façon dont la LCAP tente d'atteindre les objectifs voulus. Des exemples, ailleurs dans le monde, ont montré qu'il existe d'autres moyens de réduire les pourriels, notamment en se concentrant sur des principes plutôt que sur des exceptions.

La LCAP peut être un frein à l'innovation et à la croissance

Les technologies numériques ont transformé la façon dont les petites entreprises communiquent. Près de 80 % des propriétaires de petites entreprises disent que les technologies numériques sont importantes pour la réussite de leur affaire¹ et 89 % affirment envoyer fréquemment ou occasionnellement des courriels à leurs clients et à leurs contacts commerciaux². Par conséquent, lorsque la LCAP a été mise en œuvre, de nombreux propriétaires de petites entreprises craignaient qu'elle ne limite sérieusement leur capacité de communiquer électroniquement avec leurs clients.

Au cours des cinq dernières années, les progrès technologiques ont en grande partie résolu de nombreux problèmes que la LCAP avait l'intention de cibler. La plupart des programmes de courrier électronique sont maintenant équipés de filtres anti-pourriels perfectionnés, de sorte que maintenant, la plupart des Canadiens reçoivent rarement des pourriels. Permettre aux clients de se « désabonner » des notifications par courrier électronique qu'ils ne souhaitent plus recevoir est également devenu une pratique d'excellence. En fait, la majorité des pourriels reçus par les Canadiens semble provenir de pays étrangers, où la LCAP ne s'applique pas. La question qui se pose alors est la suivante : la LCAP contribue-t-elle réellement à réduire les pourriels au Canada ou limite-t-elle la capacité des petites entreprises à faire preuve d'innovation dans leurs interactions avec leurs clients?

¹ FCEI, *Franchir le fossé numérique*, janvier 2017.

² FCEI, *Sondage sur la Loi canadienne anti-pourriel (LCAP)*, juin 2014, n = 5 403

Faible sensibilisation des petites entreprises à la LCAP

En juin 2014, juste avant la mise en œuvre de la LCAP, la FCEI a mené un sondage et constaté que près de 34 % des propriétaires de petites entreprises avaient entendu parler de la LCAP, mais en ignoraient les exigences, et que 15 % n'en avaient jamais entendu parler. Soixante-deux pour cent des répondants ont déclaré n'avoir pris aucune mesure pour se conformer à cette loi³. En juillet 2015, soit un an après l'entrée en vigueur de la LCAP, 24 % des propriétaires d'entreprise avaient entendu parler de la loi, mais ne savaient pas quelles étaient les nouvelles exigences et 10 % n'en savaient rien. Ces résultats sont troublants, car ils indiquent qu'un tiers des propriétaires d'entreprises étaient encore largement ignorants des nouvelles règles. Malgré ce manque de sensibilisation, 69 % des propriétaires d'entreprise croyaient que leur entreprise était entièrement conforme. Cela peut vouloir dire que beaucoup ne croient pas que la loi s'applique à leur entreprise, car ils ne considèrent peut-être pas leurs communications avec les clients comme des « pourriels »⁴.

Depuis la mise en œuvre de la LCAP, l'équipe de soutien aux membres de la FCEI continue de recevoir régulièrement des appels de propriétaires d'entreprises demandant en quoi consiste la LCAP et ce que cela signifie pour eux. Nous croyons que beaucoup ne savent toujours pas que la loi s'applique à tout message électronique commercial qu'ils envoient. Bien que le gouvernement ait tenté de fournir des lignes directrices pour promouvoir la conformité, cet effort a donné des résultats limités, et les choses ne sont pas toujours faciles à comprendre. Cela pourrait être dû, en partie, à la structure de la loi « interdisant tous les pourriels (avec quelques exceptions) », ce qui crée une multitude de zones grises, rendant la conformité beaucoup plus difficile, surtout pour une petite entreprise qui n'a pas les moyens de se payer des conseillers juridiques, car cela coûte cher.

Alourdissement du fardeau des PME en matière d'observation de la LCAP

Bien que nous soyons très heureux de voir le gouvernement annoncer la suspension pour une période indéfinie de la disposition sur le droit privé d'action, d'autres exigences énoncées dans la LCAP demeurent lourdes pour de nombreux propriétaires de petites entreprises. Ceux qui connaissent la LCAP ont encore du mal à comprendre comment s'y conformer en raison de la nature légaliste de l'information disponible. Des concepts opaques comme le consentement « explicite » ou « implicite » ne donnent pas d'indications claires sur la conformité, en particulier dans le cas du consentement implicite. Cette situation est compliquée davantage par le fait que les entreprises sont tenues d'effectuer le suivi de ceux qui ont fourni un consentement implicite ou explicite et doivent obtenir certains types de consentement après deux ans et six mois. Cette exigence est chronophage et complexe pour les petites entreprises; celles-ci élaborent une solution à partir de rien ou font appel à une autre entreprise pour leur permettre d'épurer ces données, en espérant que l'entreprise en question se conforme à la LCAP. Il est très important que les informations concernant la LCAP soient simples et adaptées aux besoins des petites entreprises afin que celles-ci puissent prendre les mesures nécessaires pour s'y conformer.

Pour les questions plus complexes, il faut aussi que les propriétaires de petites entreprises soient en mesure de demander facilement des conseils aux autorités gouvernementales. Dans le passé, lorsque les membres de la FCEI ont demandé l'avis du gouvernement, ils n'ont pas été en mesure de joindre les responsables par l'intermédiaire de la ligne d'information téléphonique. Les réponses aux courriels ont pris jusqu'à 10 jours ouvrables et l'information fournie était incomplète. Nous continuons à recevoir régulièrement des appels de membres qui ont entendu parler de « nouvelles mesures législatives sur les courriels », mais ne savent pas si elles s'appliquent à leur entreprise ou si eux-mêmes se conforment à la loi.

³ FCEI, *Sondage sur la Loi canadienne anti-pourriel (LCAP)*, juin 2014, n = 5 403

⁴ FCEI, *Sondage sur la Loi canadienne anti-pourriel (LCAP)*, juin 2015, n = 7 889

Enfin, le gouvernement a déclaré à maintes reprises que le but de la LCAP est de s'en prendre aux « pires délinquants ». Par conséquent, les petites entreprises qui envoient quelques courriels par jour, semaine ou mois à leurs clients ne sont pas visées par la LCAP. Dans une lettre adressée en 2014 à la FCEI, le ministre de l'Industrie James Moore avait cité le président du CRTC, Jean-Pierre Blais, confirmant essentiellement ce point. Si tel est le cas, pourquoi les petites entreprises consacrent-elles des ressources importantes au respect de la LCAP? De plus, le gouvernement doit beaucoup investir dans des outils de conformité et de communication destinés à ces petites entreprises, alors qu'il pourrait mieux utiliser son temps et ses ressources pour traquer les « pires » délinquants. Bref, de nombreuses organisations, y compris les petites entreprises, consacrent beaucoup de temps et de ressources à se conformer à la LCAP plutôt qu'à développer leurs affaires.

L'avenir de la LCAP

Nous croyons que les propriétaires de petites entreprises sont peu sensibilisés à la LCAP. Il est donc important que le gouvernement se concentre d'abord sur la sensibilisation plutôt que sur l'application de la loi. En 2014, 38 % des répondants ont dit qu'ils appuyaient la LCAP tant que l'accent était mis sur la connaissance des exigences de la LCAP plutôt que sur l'imposition d'amendes en cas de non-conformité. De plus, les entrepreneurs étaient d'avis que des exemptions devraient être faites pour les entreprises qui envoient relativement peu de courriels⁵.

Nous faisons donc les recommandations suivantes au Comité :

- ▶ Réexaminer la façon dont la LCAP est appliquée en exemptant les entreprises qui envoient moins d'un certain nombre de courriels par année ou par mois. Étant donné que les progrès technologiques ont permis de résoudre en grande partie les problèmes pour lesquels la LCAP a été créée, nous ne croyons pas que les petites entreprises qui envoient un nombre relativement faible de communications électroniques à leurs clients devraient être visées par la loi actuelle. De plus, nous recommandons une certaine flexibilité envers les entreprises saisonnières ou celles qui ont des « périodes occupées ».
- ▶ Si la LCAP continue d'être appliquée aux petits utilisateurs, veiller à ce que toutes les entités gouvernementales participant à la mise en œuvre de la LCAP, y compris le CRTC, s'efforcent de mieux connaître les exigences de la LCAP pour les petites entreprises.
- ▶ Éliminer les règles obligeant les entreprises à faire le suivi et à épurer les données des destinataires tous les deux ans et six mois.
- ▶ Veiller à ce que toutes les communications interentreprises soient réellement exemptées de la LCAP en recentrant la loi sur des principes plutôt que sur des exemptions.
- ▶ Veiller à ce qu'on remédie à la non-conformité d'abord par l'éducation et non par l'application stricte de la loi (c'est-à-dire par l'imposition d'amendes).
- ▶ Veiller à que le CRTC offre davantage de soutien et d'outils aux propriétaires de petites entreprises qui risquent des amendes et des pénalités s'ils commettent une erreur.

Comme les PME comptent de plus en plus sur les communications électroniques et les médias sociaux, nous craignons que la LCAP continue d'alourdir le fardeau administratif et d'accroître l'incertitude pour les propriétaires de petites entreprises. Le gouvernement a maintenant l'occasion de corriger la LCAP en revoyant la

⁵ FCEI, *Sondage sur la Loi canadienne anti-pourriel (LCAP)*, juin 2014, n = 5 403

façon dont cette loi s'applique aux petites entreprises, en la simplifiant et en facilitant la tâche des entreprises.

Si vous avez des questions ou si vous souhaitez nous rencontrer pour discuter de cette question, n'hésitez pas à communiquer avec nous, à notre bureau d'Ottawa, en appelant au 613-235-2373, ou par courriel à corinne.nohlmann@cfib.ca.

Veillez agréer mes salutations distinguées.

Corinne Pohlmann
Vice-présidente principale des affaires nationales et
des partenariats
Louis-Martin Parent
Directeur, Bureau du président