

Neil Parmenter  
Président et chef de la direction  
Tél. : (416) 362-6093, poste 211  
Télec. : (416) 362-8903

Le 9 novembre 2017

M. Dan Ruimy, député  
Président, Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie  
131, rue Queen, 6<sup>e</sup> étage  
Chambre des communes  
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Monsieur le Député,

L'Association des banquiers canadiens (ABC) est heureuse de cette occasion de présenter le point de vue du secteur bancaire sur la *Loi canadienne anti-pourriel* (LCAP), dans le contexte de l'examen législatif effectué par le Comité permanent de l'industrie des sciences et de la technologie de la Chambre des communes (Comité).

L'ABC est la voix de plus de 60 banques canadiennes et étrangères qui contribuent à l'essor et à la prospérité économiques du pays. L'ABC préconise l'adoption de politiques publiques favorisant le maintien d'un système bancaire solide et dynamique, capable d'aider les Canadiens à atteindre leurs objectifs financiers.

Le secteur bancaire canadien souscrit pleinement à l'objectif de la politique de réduction des maliciels et des pourriels. Cela dit, nous avons de graves préoccupations quant au fait que la LCAP renferme plusieurs dispositions qui sont excessivement générales et manquent de clarté, rendant la conformité à la loi extrêmement difficile. En plus, plusieurs des dispositions compliquent et entravent les pratiques commerciales ordinaires, ainsi que l'innovation, sans toutefois soutenir l'objectif de la politique. Par ailleurs, une violation technique ou involontaire de la loi entraîne de lourdes conséquences. Si ces questions demeurent ignorées, la LCAP freinera l'innovation et la croissance des entreprises au Canada, plus particulièrement l'évolution du commerce électronique et de l'économie numérique.

L'ABC a de nombreuses recommandations techniques relativement à l'amélioration de la LCAP. Toutefois, la présente lettre porte sur les éléments prioritaires les plus importants. Nous sommes ouverts à une collaboration future avec le Comité, à mesure qu'il effectue son examen législatif.

### **Définition de message électronique commercial**

Il est difficile pour une entreprise de bonne foi de se conformer à la LCAP en raison du manque de clarté dans de nombreuses dispositions. Plus particulièrement, la définition de « message électronique commercial » (MÉC) est trop générale et englobe de nombreux types de messages de service que la plupart des Canadiens ne considéreraient pas comme du pourriel. Même si son objectif premier n'a aucun lien avec la promotion d'une activité commerciale, un message électronique peut, en vertu du texte actuel, être assujéti aux exigences de la LCAP, et, par conséquent, être sujet à sanction pour non-conformité technique.

Le texte de la loi doit être modifié pour que la définition de CÉM soit limitée au message dont l'objectif premier est d'encourager la participation à une activité commerciale. Ainsi, la LCAP ne visera pas involontairement les messages qui ne sont pas des publicités commerciales ou qui ne font pas la promotion de produits ou de services commerciaux. Une telle modification améliorera la LCAP sans toutefois saboter son objectif principal, soit la réduction des maliciels et des pourriels.

### **Messages opérationnels, relationnels et de service**

La LCAP considère les messages opérationnels, relationnels et de service comme une catégorie spéciale de MÉC. Les messages qui appartiennent à cette catégorie peuvent être envoyés sans consentement, mais doivent respecter les exigences réglementaires, soit l'identification de l'expéditeur et la présence d'un mécanisme de désabonnement. Or, cette catégorie de messages est spécifiquement exempte de la définition de MÉC dans d'autres pays, particulièrement les États-Unis et la Nouvelle-Zélande.

Également, il faudra limiter la portée de la LCAP, spécifiquement en ce qui a trait aux messages opérationnels – paragraphe 6(6) – qui fournissent d'importants renseignements sur le statut des opérations ou sur l'usage continu de produits et de services. Par exemple, aux termes du texte actuel, un message avisant qu'une opération est finale ou complétée, ou bien que la carte de crédit est prête à être utilisée, serait considéré comme un MÉC et devrait se conformer à la LCAP. Cette catégorie de messages est essentielle dans la communication de renseignements importants aux consommateurs sur leurs produits et services actuels et doit être exemptée de la LCAP.

### **Consentement implicite, exemption relative au commerce interentreprises et exigences en matière de tenue de dossiers**

Une vraie innovation en affaires fait souvent appel à un élargissement des relations existantes ou au développement de nouvelles relations. Ces impératifs économiques n'ont pas été adéquatement intégrés à la LCAP. Le concept de consentement implicite dans la LCAP et les règles associées à l'expiration de ce consentement sont excessivement complexes. Également, elles produisent des exigences lourdes en matière de tenue de dossiers en ce qui a trait au suivi et à la preuve. En vue de faciliter l'innovation, le concept de consentement implicite prévu dans la LCAP devra être modifié de façon à donner davantage de souplesse aux entreprises pour envoyer des MÉC. Les entreprises canadiennes, à l'instar des entreprises dans d'autres territoires de compétence comme l'Australie et la Nouvelle-Zélande, doivent être autorisées à envoyer des messages où le consentement peut être raisonnablement considéré comme implicite, en raison (i) du comportement et (ii) des relations d'affaires et autres, de la personne physique ou morale concernée.

L'exemption à l'article 3(a)(ii) du *Règlement sur la protection du commerce électronique* ne règle pas la question de la communication entre entreprises dans le monde numérique moderne. Cette exemption a été introduite en réponse aux préoccupations des entreprises quant à l'effet perturbateur de la LCAP sur les communications interentreprises ordinaires. Pour profiter de l'exemption, il faut qu'il y ait une relation entre l'entreprise qui envoie le message et l'entreprise qui le reçoit. Dans les faits, il semble difficile de prouver l'existence d'une relation, d'autant plus que les opérations et communications précédentes entre les deux entreprises ne semblent pas constituer une preuve de relation. Une clarification de l'exemption relative au commerce interentreprises sera très utile pour les entreprises canadiennes.

Finalement, les exigences en matière de tenue de dossiers publiées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes doivent également être revues afin d'alléger le fardeau administratif associé à la collecte de preuves de consentement implicite. Maintenir un dossier de toutes les preuves de consentement implicite est onéreux et très difficile à mettre en pratique.

### **Application**

Le défaut de se conformer à la LCAP entraînera possiblement des sanctions administratives pécuniaires (SAP) pouvant aller jusqu'à un million de dollars pour une personne physique et jusqu'à 10 millions de dollars pour une personne morale. Les sanctions peuvent être appliquées pour chaque violation, et les violations peuvent être traitées séparément pour chaque jour de non-conformité, même dans les cas de non-conformité involontaire. Ces SAP sont bien supérieures aux amendes imposées dans d'autres territoires de compétence. Aux États-Unis, par exemple, la *CAN-SPAM Act* prévoit que tout courriel est sujet à des sanctions d'un maximum d'environ 40 000 \$. Nous ne sommes pas opposés à l'application de la loi ni aux SAP. Toutefois, nous sommes d'avis que ces sanctions doivent être proportionnelles au niveau du préjudice potentiel qui peut découler d'une infraction à la LCAP.

### **Droit privé d'action**

L'ABC s'est réjouie à la décision prise par le gouvernement, plus tôt cette année, de suspendre l'application du droit privé d'action (DPA). De plus, nous appuyons fortement la suppression des dispositions de DPA de la LCAP. Nous nous sommes joints à de nombreuses parties prenantes pour exprimer nos préoccupations, à savoir que le DPA crée un grand risque de recours collectifs, même en cas de non-conformité technique, contre des entreprises qui, autrement, affichent un excellent bilan en matière de conformité. Les dispositions de DPA faciliteront le dépôt de recours collectifs frivoles, ce qui risquerait d'entamer gravement la réputation des entreprises canadiennes. Par ailleurs, il est important de souligner la grande difficulté de faire suite aux jugements émis contre des entreprises basées à l'extérieur du Canada, d'où provient la très grande partie du pourriel ciblant les Canadiens.

Si, à la suite de l'examen réglementaire actuel, le gouvernement décide de mettre en application le DPA, l'entrée en vigueur ne devra se faire qu'une fois la LCAP modifiée pour s'assurer que le DPA ne peut être utilisé contre une entreprise légitime – ayant effectué une diligence raisonnable – pour une violation technique ou involontaire à la LCAP qui ne cause aucun préjudice aux destinataires. En outre, la portée du DPA doit être restreinte. Conformément à l'énoncé actuel des

dispositions, un plaideur n'est pas tenu de fournir une preuve des préjudices subis avant d'intenter une action; et autant les particuliers que les fournisseurs de services Internet peuvent s'en prévaloir. Cette portée n'est pas cohérente avec d'autres lois internationales comparables, telle que la *CAN-SPAM Act* des États-Unis. Nous proposons de restreindre le DPA pour que seuls les fournisseurs de services Internet puissent déposer un recours collectif, comme c'est le cas aux États-Unis. Par ailleurs, le DPA ne doit être utilisé que dans les cas de comportements extrêmes, lorsqu'un préjudice réel a été causé par une personne qui a agi en connaissance de cause ou de façon irresponsable. Finalement, la loi devra être modifiée afin de préciser que le droit privé d'action ne peut être utilisé pour des événements qui ont eu lieu avant la date de son entrée en vigueur.

## **Conclusion**

La LCAP dans sa forme actuelle et le risque de recours collectifs posé par le DPA sont des obstacles devant les entreprises qui désirent faire des affaires et innover au Canada, minant ainsi notre place dans l'économie numérique mondiale. Avec le nombre croissant de consommateurs qui interagissent numériquement, les entreprises doivent être en mesure de communiquer avec leurs clients en vertu de lois claires, tout en visant continuellement l'objectif de réduire la quantité de maliciels et de pourriels que reçoivent les Canadiens.

Alors que le secteur financier est le terrain d'importants changements provoqués par le recours des consommateurs aux technologies, les banques et les nouveaux acteurs sur le marché livrent davantage de services financiers numériques. Les Canadiens s'attendent à plus de simplicité dans l'obtention de services financiers, environ 75 % des consommateurs utilisant principalement les services bancaires en ligne ou sur leurs appareils mobiles. Nous croyons fortement que cette tendance se maintiendra. Il est essentiel que le secteur bancaire canadien puisse communiquer avec les clients au sein d'un cadre législatif favorable à l'innovation.

Nous prions le Comité de prendre en considération nos commentaires dans l'élaboration de ses recommandations au gouvernement. Nous serons heureux de collaborer avec le Comité tout au long de l'examen réglementaire de la LCAP. Si vous avez des questions, je vous prie de communiquer directement avec moi, ou avec Tim Downing, Directeur des affaires législatives, au 613-234-4431, poste 623, ou à [tdowning@cba.ca](mailto:tdowning@cba.ca).

Je vous prie de recevoir, Monsieur le Député, mes sincères salutations.

