



## NOUVELLE LOI ANTI-SPAM C-28: LA RESPECTEZ-VOUS?

ALEXANDRE C. ARCHAMBAULT\*  
**ROBIC, SENCRL**

AVOCATS, AGENTS DE BREVETS ET DE MARQUES DE COMMERCE

Le 15 décembre 2010, le Parlement canadien a adopté sa première loi anti-spam, rejoignant ainsi les États-Unis et bon nombre de pays européens ayant opté ces dernières années pour des régimes similaires. Cette loi entrera en vigueur dans les prochains mois

Le nombre de spam ou pourriels envoyés est en constante évolution depuis le développement du courrier électronique, et a atteint en 2010 un chiffre record, représentant 90% des courriels envoyés dans le monde. Le Canada se classe d'ailleurs au 4<sup>e</sup> rang mondial des sources de spam.

Pour lutter contre ce fléau, la loi C-28 règlemente les communications électroniques afin d'améliorer les pratiques d'envoi des entreprises et des particuliers.

### Objectifs de la loi C-28

Concrètement, cette loi vise tout message commercial envoyé à une adresse électronique, qu'il soit sous forme textuel, sonore, vocal ou visuel. La loi C-28 ne se limite pas aux courriels; elle englobe également les messages commerciaux envoyés par le biais des différents réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter. Ce caractère commercial s'entend de tout contenu, hyperlien et autres informations qui peuvent laisser croire que l'un des buts du message est de promouvoir une activité commerciale.

Il est ainsi interdit d'envoyer, de faire envoyer ou de permettre que soit envoyé à une adresse électronique un message dont le contenu est commercial. Cette interdiction est toutefois assortie d'exceptions relatives notamment au consentement du destinataire qu'il soit exprès ou tacite, ainsi qu'au contenu du message.

### Consentement exprès

Pour être exprès, le consentement doit avoir été donné dans des termes clairs et précis relativement à l'objet du message, à savoir la réception de message à caractère commercial.

---

© CIPS, 2011.

\* De ROBIC, s.E.N.C.R.L...un cabinet multidisciplinaire d'avocats et d'agents de brevets et de marques de commerce. Publié dans le Bulletin Printemps 2011 (vol. 15 n<sup>o</sup> 1) du cabinet. Publication 068.132F

ROBIC, SENCRL  
1001, Square-Victoria - Bloc E - 8<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec) Canada H2Z 2B7  
Tél.: 514 987-6242 Fax: 514 845-7874  
[www.robic.ca](http://www.robic.ca) [info@robic.com](mailto:info@robic.com)

### Consentement tacite

Le consentement tacite est sujet à de plus nombreuses situations, notamment:

- l'interdiction ne s'applique pas lorsqu'il existe une relation personnelle ou familiale entre l'expéditeur et le destinataire,
- le consentement est tacite s'il existe une relation d'affaires entre les parties. Cette relation d'affaires existe si, dans les deux années précédant la communication, le destinataire du message a acheté un produit ou s'est procuré un service auprès de l'expéditeur du courriel,
- la publication de l'adresse électronique bien en vue sur un site Internet ou sa transmission à l'expéditeur sans autre précision (et notamment le fait qu'elle ne doit pas servir à recevoir des messages électroniques commerciaux non désirés) équivaut à un consentement tacite.

### Exclusions et exceptions

De plus, certains types de messages sont exclus du champ d'application de l'interdiction en raison de leur contenu, par exemple:

- une demande de renseignements à une personne exerçant une activité commerciale,
- un message envoyé dans le cadre d'une relation commerciale en cours (du type confirmation d'achat),
- une réponse à une demande de prix ou de renseignements au sujet d'un achat de la part du destinataire.

### Informations permettant d'identifier l'expéditeur

La loi insiste sur le fait que tous les messages électroniques commerciaux doivent contenir:

- le nom de la personne qui les envoie ou le nom de la personne au nom de laquelle ils sont envoyés,
- les renseignements permettant au destinataire de communiquer avec l'expéditeur.

Les messages doivent également prévoir un mécanisme permettant à la personne qui l'a reçu d'exprimer son désaccord quant à la réception de courriels ultérieurs, autrement dit un mécanisme de «désabonnement».

La loi C-28 ne se limite pas à la réglementation des courriels: elle prévoit aussi d'autres interdictions dont l'objectif est de contrer le piratage. Dans cette optique, la pratique qui consiste à installer des logiciels sur l'ordinateur du destinataire sans le consentement de l'intéressé est prohibée. Pour que l'expéditeur obtienne ce consentement, il doit énoncer au destinataire la fonction, l'objet et les conséquences de ladite installation.

La loi prévoit de lourdes amendes pour les expéditeurs qui ne se conformeraient pas à ses prescriptions. Celles-ci peuvent aller jusqu'à un million de dollars pour les personnes physiques et dix millions de dollars pour les personnes morales.

# ROBIC

- + DROIT
- + AFFAIRES
- + SCIENCES
- + ARTS

