

C-28 : une loi qui modifiera vos pratiques commerciales

Dix conseils d'un expert du pourriel sur les précautions à prendre

Par David Poellhuber
Chef de l'exploitation
ZEROSPAM Sécurité

Le Canada s'apprête à adopter une nouvelle loi antipourriel. Le projet de loi C-28, actuellement à l'étude à Ottawa pourrait être sanctionné rapidement. Ce projet de loi encadre l'envoi de messages électroniques commerciaux de manière très stricte. Alors, attention : ce qui se fait aujourd'hui sera passible de sanctions après l'adoption de la loi. Et toutes les entreprises qui font des campagnes de commercialisation par courriel seront touchées.

L'esprit de la loi

Ce projet de loi s'inspire des recommandations émises en 2005 par le Groupe de travail canadien sur le pourriel et, en ce sens, il s'articule autour de la notion de consentement. En gros, il sera désormais interdit d'envoyer un message électronique commercial à une personne avec laquelle aucune relation d'affaires ou relation privée n'est en cours, à moins de détenir son consentement formel. La loi vise le courriel, les SMS, les MMS, la messagerie instantanée et même les messages échangés sur les réseaux sociaux.

10 conseils pour adapter vos pratiques

Voici quelques recommandations pour aider les entrepreneurs à se préparer à l'adoption de la loi C-28.

1. Faites le ménage de vos listes d'envoi

Identifiez sur vos listes d'envoi les entreprises ou les personnes avec lesquelles vous n'avez ni relation d'affaires ni relation personnelle. Ce sont elles qui vont vous mettre en danger.

2. Demandez aux personnes avec lesquelles vous n'avez ni relation d'affaires ni relation personnelle si elles consentent à recevoir vos informations

Si vous ne pouvez obtenir leur consentement, rayez leur nom de votre liste. Votre liste risque de rétrécir, mais elle sera plus sûre et vraisemblablement plus efficace.

3. Idéalement, confirmez le consentement de vos destinataires

La liste d'inclusion confirmée (« *double opt-in* ») vous assure une protection supplémentaire en cas de litige. Le plus simple est de préparer un courriel qui sera envoyé systématiquement aux personnes qui ont coché (ou qui n'ont pas décoché) la petite case indiquant qu'ils désirent recevoir vos informations. Idéalement, ce courriel contiendra un lien sur lequel le correspondant pourra cliquer pour confirmer son consentement.

4. Conservez précieusement vos preuves de consentement

Si vous êtes accusé d'enfreindre la loi, c'est ce qui vous protégera, car le fardeau de la preuve vous incombera. Conservez donc un journal électronique des abonnements et des confirmations.

5. Assurez-vous que vos courriels promotionnels contiennent toujours un mécanisme de désabonnement

La loi l'exige. Le destinataire doit pouvoir retirer son adresse de votre liste d'envoi facilement et sans frais. Vos courriels doivent donc comprendre une adresse électronique ou un lien vers une page Web utilisée pour le désabonnement.

6. L'adresse électronique ou le lien vers la page Web de votre mécanisme de désabonnement ne peuvent pas être éphémères

Ces coordonnées doivent demeurer valables pendant un minimum de 60 jours après la transmission du message.

7. Prenez acte des demandes de désabonnement

Il ne suffit pas d'offrir le mécanisme de désabonnement; encore faut-il le gérer. Le retrait d'une adresse doit être effectué dans les dix jours ouvrables de la demande.

8. Indiquez clairement qui envoie le message

Le destinataire d'un message commercial doit pouvoir identifier facilement la personne qui l'a envoyée ainsi que le prestataire d'envoi si l'envoi est effectué par un tiers.

9. Utilisez les services d'un prestataire d'envoi

Les envois commerciaux sont devenus une spécialité. Faire ses envois soi-même exige du temps, des compétences et une saine gestion. Faire affaire avec un prestataire d'envoi fiable, aux pratiques éthiques, vous évitera beaucoup de soucis, mais cette précaution ne vous met pas pour autant à l'abri de la loi.

10. Pensez-y bien avant de publier votre adresse électronique

La loi considère que vous consentez à recevoir des messages commerciaux liés à vos attributions si vous publiez votre adresse électronique sans préciser que vous ne désirez pas recevoir de messages non sollicités. Un internaute averti en vaut deux !

Consultez le résumé législatif sur site Web du Parlement de Canada à (<http://www2.parl.gc.ca/Content/LOP/LegislativeSummaries/40/3/c28-f.pdf>). Vous obtiendrez ainsi plus de détails sur les sanctions prévues et sur les critères qui définissent l'existence d'une relation d'affaires et d'une relation personnelle; des notions essentielles pour gérer vos listes d'envoi.

** David Poellhuber, CISSP, est président et chef de l'exploitation de ZEROSPAM Sécurité, une entreprise québécoise spécialisée en sécurité du courriel. L'entreprise a remporté en 2005 l'OCTAS de la meilleure solution d'affaire.*