

## **Foire aux questions concernant la *Loi canadienne anti-pourriel* (LCAP)**

### **Q. Qu'est-ce qu'un message électronique commercial (MEC)?**

R. Un courriel est considéré comme un MEC lorsqu'il encourage le destinataire à participer à une activité commerciale. Quelques exemples de MEC comprennent :

- Un titre d'appel dans un message qui fait la promotion d'un produit ou d'un service encourageant le destinataire à acheter ce produit ou service.
- Toute offre d'achat, de vente, de troc ou de location d'un produit, d'un bien, d'un service, etc.
- Toute offre de possibilités d'affaires, d'investissement ou de jeu.

### **Q. Quels types de communications commerciales sont exemptés (c.-à.-d. pour lesquels il n'est pas obligatoire de dévoiler l'identité de l'expéditeur ou d'inclure un mécanisme de désabonnement)?**

R.

- Les MEC transmis entre amis et parents (liés par le mariage ou vivant en union libre ou personnes ayant un lien de filiation légal ou s'il y a une communication bidirectionnelle volontaire entre les personnes).
- Les MEC acheminés au sein d'une organisation ou entre des organisations ayant une relation existante.
- Les MEC sollicités ou envoyés pour donner suite à une plainte, une question ou une demande d'information.
- Les MEC envoyés pour se conformer à une obligation légale ou pour faire exécuter un droit.

### **Q. Comment puis-je m'assurer que mes courriels sont conformes à la LCAP?**

R. La LCAP s'applique aux messages électroniques commerciaux envoyés à une adresse courriel. Si vous envoyez un MEC à une adresse courriel, il faut d'abord répondre aux trois exigences suivantes :

1. Obtenir le consentement;
2. Fournir des renseignements d'identification;
3. Fournir un mécanisme de désabonnement.

### **Q. Comment pouvons-nous nous assurer d'avoir obtenu le consentement pour envoyer des MEC?**

R. Tel qu'il est décrit dans la note de service [1001-1 DGSBM « La Loi canadienne anti-pourriel – Envoi de messages commerciaux électroniques »](#) émise par les Services de bien-être et moral des Forces canadiennes (SBMFC), afin de s'assurer que les MEC sont envoyés uniquement aux personnes qui ont donné leur consentement, les listes de distribution des adresses de courriel doivent provenir d'une liste à jour extraite de

Datamart. Cette base de données contient une liste exclusive des destinataires qui ont accepté de recevoir de tels messages.

Vous pouvez également ajouter l'énoncé suivant aux formulaires d'inscription : « En vous inscrivant à ce programme ou cette activité, vous donnez l'autorisation aux SBMFC de communiquer avec vous par voie électronique au sujet de ce programme ou de cette activité, et de tout autre programme ou activité des SBMFC qui, selon nous, pourraient vous intéresser ou vous être utiles. »

De plus, vous pouvez inviter la personne visée à se reporter à la Politique sur la protection des renseignements personnels des SBMFC, accessible en ligne à <https://www.cfmws.com/fr/pages/important%20notices/important-notices.aspx>

**Q. Pouvons-nous envoyer des messages électroniques commerciaux aux participants inscrits à nos programmes?**

R. Si le destinataire est un de vos membres ou un participant à votre programme, le consentement est implicite (relation existante ne comportant pas de relations d'affaires) tant que la personne est toujours un membre ou un participant. Vous pouvez continuer de lui envoyer des messages deux ans après la fin de son adhésion ou de sa participation. Cependant, vous n'avez pas la permission de lui envoyer des messages concernant d'autres programmes à moins que le formulaire ou le processus d'inscription mentionne l'envoi d'autres messages.

**Q. Est-ce que tous les membres des FAC sont considérés comme « inscrits à nos programmes »? Par conséquent, avons-nous la permission de leur envoyer de l'information?**

R. L'envoi d'un courriel à un compte forces.gc.ca à partir d'un autre compte forces.gc.ca n'est pas considéré comme du pourriel. Il s'agit d'une communication interne.

**Q. Est-ce qu'une personne ou une entreprise peut être considérée comme « inscrite » d'année en année si elle a participé à un de nos événements (p. ex. le Festival d'automne pour les familles)?**

R. Vous pouvez communiquer avec des personnes jusqu'à deux ans après leur inscription à votre programme. La situation est différente dans le cas d'une entreprise commerciale. Vous pouvez envoyer des messages électroniques à l'entreprise tant que ceux-ci concernent les activités principales de l'entreprise.

**Q. Comment la LCAP influe-t-elle sur les activités des médias sociaux?**

R. La LCAP n'influe pas sur la présentation du contenu sur les médias sociaux (p. ex. un message sur un mur, une mise à jour LinkedIn ou un gazouillis). Cependant, tout message envoyé directement à un contact sur un des médias sociaux relève de la LCAP. Si une personne « aime » votre page sur un des médias sociaux, c'est comme si

cette personne accepte de recevoir de l'information. Si une personne « n'aime plus » votre page, vous devriez cesser de lui envoyer de l'information. Autrement dit, vous ne devriez pas établir une liste de courriels ou de contacts séparée à partir des données disponibles sur les sites Web de médias sociaux.

Source :

[http://www.deloitte.com/view/fr\\_CA/ca/services/risques-dentreprise/9d3535360fb6c310VgnVCM2000003356f70aRCRD.htm?lgtog=lgtog](http://www.deloitte.com/view/fr_CA/ca/services/risques-dentreprise/9d3535360fb6c310VgnVCM2000003356f70aRCRD.htm?lgtog=lgtog)  
<http://fightspam.gc.ca/eic/site/030.nsf/fra/00304.html>  
<http://www.crtc.gc.ca/fra/com500/faq500.htm>