



## Document de discussion - Juillet 1997

### L'internet et le courrier électronique en vrac non sollicité

#### Introduction

Si Internet offre des possibilités nouvelles et alléchantes de communication avec la planète, sa technologie permet aussi de prélever facilement les adresses électroniques de nombreux usagers et de leur distribuer de l'information rapidement, pratiquement sans aucun coût. L'utilisation des réseaux pour transmettre en vrac des messages électroniques non sollicités est connue sous le nom de « multipostage ». Une grande part du courrier électronique en vrac non sollicité est de nature commerciale. Ces messages font la promotion de produits et de services et pourraient être considérés comme une extension des envois postaux non sollicités traditionnels et des autres pratiques de marketing direct. Toutefois, contrairement à ce qui se passe dans les médias traditionnels, l'expéditeur de courrier électronique ne paie pratiquement aucun coût de distribution, car le courrier électronique est normalement considéré comme un service gratuit de l'accès à Internet. Pour certains agents de marketing, Internet est un moyen plus efficace, plus rentable et, au dire de quelques-uns, plus écologique, d'atteindre les clients potentiels.

Certains consommateurs aiment recevoir de l'information sur les nouveaux produits et services, d'autres non. Ces derniers refusent de gaspiller leur précieux temps en ligne à supprimer des messages commerciaux répétés. Quand le multiposteur masque délibérément son identité et son adresse électronique, la personne qui reçoit le message ne peut pas demander que son nom soit enlevé de la liste de distribution. Les fournisseurs de service Internet (FSI), dont les réseaux sont souvent sursaturés de messages électroniques en vrac non sollicités, prétendent que ce sont eux les vraies victimes car ce volume élevé de trafic additionnel les oblige à investir dans des équipements supplémentaires.

Les politiques fédérales concernant l'autoroute de l'information visent à faire en sorte que les nouveaux services d'information et de communication, dont Internet, s'établissent et se développent sur un marché concurrentiel qui puisse répondre à la demande toujours changeante des consommateurs canadiens. Ces politiques ont été confirmées par le gouvernement en août 1996 dans sa déclaration sur la Politique de convergence : « La politique du gouvernement est la suivante : encourager une concurrence équitable et miser davantage sur les forces du marché pour la prestation des installations, produits et services » de l'autoroute canadienne de l'information. Le gouvernement est d'avis que les industries qui évoluent dans un milieu concurrentiel sont plus sensibles aux demandes de nouveaux produits et services de la part des consommateurs et que cela donne lieu à une baisse des prix.

Dans cet environnement concurrentiel, l'industrie Internet canadienne s'est développée rapidement, et elle offre aujourd'hui aux consommateurs une gamme de plus en plus large de prix et de services. Aux yeux des fournisseurs de services Internet (FSI), c'est en grande partie par la qualité du service qu'ils peuvent attirer et conserver leurs abonnés. Et de fait, les FSI répondent aux préoccupations et aux demandes des consommateurs, qu'il s'agisse de commerce électronique, de sécurité ou de protection des renseignements personnels. Ils sont également sensibles aux préoccupations liées au phénomène du multipostage.

## Les choix des consommateurs

La distribution de matériel promotionnel et informatif non sollicité concernant des produits, sous forme imprimée ou par voie électronique, n'est ni illégale ni réglementée au Canada. De même, la publicité n'est pas, de façon générale, réglementée par le gouvernement fédéral, sauf à l'intérieur du système canadien de radiodiffusion. Toutefois, il existe des dispositions précises dans un éventail de lois qui traitent, par exemple, de la publicité sur les produits du tabac ou de la publicité trompeuse, notamment dans la *Loi sur la concurrence*. Le multipostage est aussi considéré comme une forme d'expression et toute tentative de la part du gouvernement de vouloir imposer des contrôles, par quelque moyen que ce soit, devrait être conforme à l'article 2 de la *Charte des droits et libertés*. Les FSI sont visés par les mêmes lois et règlements que la plupart des autres entreprises, et il n'existe pas de règles spéciales pour l'industrie des services Internet. Contrairement aux compagnies de téléphone, les FSI ne sont pas généralement réglementés en vertu de la *Loi sur les télécommunications* car ils ne sont pas considérés comme des entreprises propriétaires d'installations de télécommunications.

En réaction aux plaintes des consommateurs concernant le multipostage, de nombreux FSI ont pris des mesures pour mettre un frein à cette pratique. Certains d'entre eux se réservent le droit de suspendre le service à tout abonné qui utilise leur réseau pour faire du multipostage. D'autres utilisent des outils technologiques pour filtrer les communications non sollicitées, ou fournissent ces outils à leurs abonnés. Ces filtres technologiques s'appuient sur des programmes comme « procmil », qui analysent l'information relative aux adresses sur les messages électroniques (adresse IP) et rejettent les messages qui contiennent des éléments d'adresse incorrects ou ayant été désignés par le destinataire. Bon nombre de ces filtres sont conçus pour des serveurs ou des réseaux, mais certains peuvent être facilement adaptés pour les usagers individuels et sont offerts sur Internet.

Dans un milieu aussi compétitif, les consommateurs doivent savoir que les FSI offrent toute une gamme de services et d'options et qu'ils peuvent choisir le fournisseur de services qui répond le mieux à leurs besoins. Les consommateurs qui ne veulent pas recevoir de courrier électronique non sollicité peuvent, au moment de choisir un FSI, poser les questions suivantes :

Quelle est la politique du fournisseur, ou quelles sont les dispositions de l'entente de service, en ce qui concerne le courrier électronique non sollicité?

Le fournisseur a-t-il une politique sur la protection des renseignements personnels et des pratiques de sécurité appropriées pour ses listes d'abonnés et ses adresses de courrier électronique? Partage-t-il ses listes d'abonnés avec des tiers? Si le FSI autorise des tiers à transmettre de l'information électronique, exige-t-il que les abonnés aient le droit de refuser le courrier électronique non sollicité?

Le fournisseur utilise-t-il un filtre technologique pour bloquer les messages électroniques commerciaux non sollicités?

Le fournisseur offre-t-il à ses abonnés un filtre technologique ou d'autres ressources permettant de contrôler les messages électroniques commerciaux non sollicités?

Les usagers d'Internet doivent également faire preuve de prudence lorsqu'ils choisissent leur fournisseur et leurs autres outils de navigation. Certains de ces services et programmes comportent un consentement implicite de l'utilisateur à recevoir des renseignements sur des produits et services. Ce consentement reste en vigueur tant que l'utilisateur ne l'a pas retiré. Par ailleurs, les consommateurs sont de plus en plus conscients que les groupes de discussion Internet sont souvent utilisés pour prélever des adresses électroniques et repérer les domaines d'intérêt des

participants, car il s'agit de tribunes ouvertes. De nombreux usagers d'Internet usent de vigilance lorsqu'ils participent à un groupe de discussion en ligne.

## **Les bonnes pratiques d'affaires**

Le gouvernement fédéral encourage l'industrie à prendre des mesures visant à régler le problème du courrier électronique en vrac non sollicité en adoptant des codes et pratiques d'application volontaire à l'échelle de l'industrie. Par exemple, l'Association canadienne du marketing (ACM) a établi pour ses membres un code de déontologie et des normes de pratique pour la distribution de matériel promotionnel par Internet. En vertu de ce code, les agents de marketing doivent offrir aux destinataires de matériel le choix d'indiquer qu'ils ne veulent plus recevoir d'autres communications de ces agents. Un agent de marketing qui ne respecte pas le code de l'ACM est expulsé de l'Association.

L'Association canadienne des fournisseurs Internet (ACFI) élabore elle aussi un code d'application volontaire, fondé sur les meilleures pratiques de ses membres. Les FSI sont libres d'établir leurs propres contraintes d'usage et de les faire appliquer par des contrats. Selon l'ACFI, la vaste majorité des FSI membres de l'Association interdisent déjà l'utilisation de leur réseau pour l'envoi de courrier électronique en vrac et se réservent le droit de fermer le compte des abonnés qui se livrent à cette activité.

Le gouvernement encourage les usagers d'Internet qui reçoivent des messages non sollicités à le signaler à leur FSI. L'industrie des services Internet peut, au moyen de la technologie et des conditions de service, régler la plupart des problèmes liés aux messages en vrac non sollicités.

## **Les dispositions législatives sur la protection des renseignements personnels**

En octobre 1998, le gouvernement fédéral a déposé à la Chambre des communes le projet de loi C-54, [Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques](#). Cette loi est en vigueur depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2001.

Étant donné que, selon la loi, les adresses électroniques, à l'exception des adresses commerciales ou professionnelles, sont considérées comme des renseignements personnels, la loi imposera certaines restrictions et obligations pour la collecte, l'utilisation et la divulgation de ces adresses et des autres renseignements personnels. En outre, elle obligera les entreprises et les autres parties qui conservent des adresses électroniques à assurer une sécurité appropriée à ces renseignements personnels. Elle s'appliquera, au cours des trois premières années, aux organisations assujetties à la réglementation fédérale et aux entreprises du secteur privé qui s'adonnent au commerce interprovincial et international des renseignements personnels. Après cette période, toute organisation utilisant des renseignements personnels pour la conduite d'activités commerciales sera assujettie à la loi, à moins d'être déjà visée par une loi provinciale sur la protection des renseignements personnels qui aura été jugée identique pour l'essentiel à la nouvelle loi fédérale. Les entreprises qui achètent, vendent, louent ou marchandent des listes d'adresses électroniques - c'est-à-dire la base du courrier électronique en vrac non sollicité - par-delà des frontières provinciales et nationales, seront visées par la nouvelle loi.

## **Les recours civils**

Il existe des possibilités de recours civil contre les multiposteurs. Les systèmes des FSI étant fréquemment encombrés par un large volume de courrier, ceux-ci doivent parfois payer des frais importants par suite du multipostage. Ils sont donc habilités à demander une indemnisation

financière par voie de recours civil. La responsabilité civile est régie par des lois et par la jurisprudence, qui peuvent varier d'une province à l'autre. En règle générale, toutefois, les lois civiles qui s'appliquent aux dommages causés par des actes préjudiciables ou des ruptures de contrat s'appliquent également aux activités conventionnelles ou en ligne. Quant à l'étendue de la responsabilité, elle dépend largement des FSI et des autres intermédiaires, qui sont libres d'établir les contrats qu'ils veulent avec leurs abonnés. De nombreux contrats actuels comportent des conditions anti-multipostage. Par exemple, aux États-Unis, un FSI a inclus dans son contrat une disposition obligeant les abonnés à payer jusqu'à 50 \$ pour chaque message électronique non sollicité diffusé en vrac.

## **Internet et le *Code criminel***

Au début des années 80, le Canada a été l'un des premiers pays industrialisés à revoir son droit criminel à la lumière des nouvelles technologies de l'informatique et des communications. Suite à cet examen, le gouvernement a conclu que les dispositions du *Code criminel* sur les infractions (par exemple, sur la fraude) s'appliquaient, de façon générale, aux activités perpétrées à l'aide d'un ordinateur dans le nouvel environnement des communications en ligne. Toutefois, il a été nécessaire de définir de nouvelles infractions pour des activités qui n'existaient pas avant l'arrivée des nouvelles technologies - le « piratage informatique », par exemple. En 1985, le *Code criminel* a été modifié de manière à créer deux nouvelles catégories d'infractions : l'une visant l'accès aux ordinateurs et leur utilisation sans autorisation; l'autre, les méfaits relatifs aux ordinateurs et aux données électroniques.

L'entrée en vigueur de l'article 342.1 du *Code criminel* a criminalisé le fait d'obtenir un service informatique ou d'intercepter des fonctions informatiques de manière frauduleuse, ou encore d'utiliser un ordinateur dans l'intention de commettre de telles infractions. L'article 430 (Méfaits) a été modifié au même moment afin de créer la deuxième nouvelle catégorie d'infractions - les méfaits concernant les données -, sur le modèle de la catégorie des méfaits concernant les biens matériels. L'article 342.1 criminalise également l'utilisation d'un ordinateur pour commettre un méfait.

Les dispositions sur les méfaits informatiques pourraient s'appliquer aux cas où le multipostage gêne ou obstrue l'accès aux données ou l'utilisation du système informatique, et où l'expéditeur du message a fait preuve d'insouciance puisqu'il connaissait les conséquences possibles. Les cas passibles de poursuites et sanctions criminelles pourraient inclure des circonstances où un grand nombre de personnes sont touchées, ainsi que les cas où il était prévisible que l'obstruction ou l'ingérence, même relativement mineure, aurait de graves répercussions. Un méfait est punissable par incarcération (maximum dix ans), à moins que l'ingérence mette des vies en danger. Dans ce dernier cas, le *Code criminel* prévoit une punition pouvant aller jusqu'à l'emprisonnement à vie, au même titre que toute infraction dans un environnement non informatique qui menacerait la vie de quelqu'un.

## **Conclusion**

Le gouvernement fédéral pense que ses politiques et son cadre juridique actuels continueront à stimuler la croissance et le développement d'Internet au Canada tout en permettant des mesures appropriées contre le mauvais usage des ordinateurs et les activités criminelles informatiques. Le multipostage n'est que l'un des nombreux phénomènes nés de la croissance et du développement d'Internet. Le gouvernement estime qu'une combinaison bien dosée de politiques, de lois, de solutions technologiques, de sensibilisation des consommateurs et de responsabilisation des intervenants de l'industrie Internet constitue le meilleur moyen de composer avec les comportements qui apparaissent dans l'environnement nouveau et changeant des communications en ligne. Le gouvernement estime qu'au Canada, cette combinaison bien

dosée est actuellement présente, mais il continue de suivre l'évolution de la situation et il envisagera des changements si le besoin s'en fait sentir.

### **Renseignements supplémentaires :**

**Peter Ferguson**

Sous-directeur général  
Élaboration des politiques  
Groupe de travail sur le commerce électronique  
Industrie Canada  
(613) 993-3508

**Donald K. Piragoff**

Avocat général  
Section de la politique en matière de droit pénal  
Ministère de la Justice  
(613) 957-4730