



THE INVESTMENT FUNDS INSTITUTE OF CANADA
L'INSTITUT DES FONDS D'INVESTISSEMENT DU CANADA

PAR COURRIEL : INDU@parl.gc.ca

14 août 2009

Michelle Tittley
Greffière du Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie
La Chambre des communes
6^e étage, 131, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Madame :

Objet : Loi sur la protection du commerce électronique (projet de loi C-27)

Nous vous transmettons par la présente les commentaires des membres de l'Institut des fonds d'investissement du Canada (« IFIC ») à l'égard du projet de loi C-27, à savoir la *Loi sur la protection du commerce électronique*. L'Institut des fonds d'investissement du Canada est l'association canadienne de l'industrie des fonds d'investissement au Canada. L'IFIC compte des sociétés de gestion de fonds d'investissement, des distributeurs au détail de fonds et des fournisseurs de services qui travaillent de concert dans un forum coopératif en vue d'améliorer l'intégrité et la croissance de l'industrie. Les membres gestionnaires de fonds communs de placement de l'IFIC représentent la quasi-totalité des 550 milliards de dollars d'actifs investis dans des fonds communs de placement gérés au Canada; les fonds communs de placement représentent, quant à eux, environ 30 % du patrimoine financier des Canadiens.

Commentaires généraux

Depuis l'avènement des options électroniques évoluées destinées à la communication et aux opérations commerciales, il est largement reconnu qu'il existe d'innombrables possibilités, tant pour les PME et les grandes sociétés, de faire des affaires avec une efficacité accrue, que pour les Canadiens de profiter d'un accès facile à l'information concurrentielle et exhaustive sur les produits et services avant de prendre des décisions d'achat. Grâce à l'abondance de l'information, les consommateurs sont mieux informés et les entreprises plus concurrentielles. Malheureusement, de pair avec les avantages que procurent la communication et le commerce électroniques, un faible pourcentage d'individus a exploité les possibilités du commerce électronique afin de mener des

activités illégales, frauduleuses et nuisibles en se faisant passer pour des entreprises légitimes. D'autres individus se sont servis du publipostage générique sans se soucier des coûts et des inconvénients qui en découlent pour les destinataires finaux.

Les articles du projet de loi C-27 consacrés au développement et à la mise en œuvre de méthodes visant à combattre et à punir les activités illégales et nuisibles portant atteinte à la réputation du commerce électronique et à la confiance que les utilisateurs y placent, sont tout à fait nécessaires et salués par nos membres. Nous appuyons entièrement les recommandations présentées aux articles 7 et 8 au sujet de l'interdiction de modifier les données de transmission et de l'installation non autorisée de programmes informatiques sur l'ordinateur d'une autre personne. Nous appuyons aussi les amendements proposés à la *Loi sur la concurrence* afin de proscrire des courriels commerciaux trompeurs et à la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (« LPRPDE ») concernant l'utilisation des courriels collectés à l'aide de programmes informatiques sélectionnés.

Bien que nous appuyions le propos général de l'article 6 à l'égard des courriels commerciaux non sollicités, **nous sommes d'avis qu'un certain nombre de changements doivent être apportés à l'ébauche de cet article afin de trouver le juste milieu entre le besoin de protéger les individus et les entreprises contre les courriels non désirés et le besoin qu'ont les entreprises légitimes d'offrir à leurs marchés des communications responsables sur leurs produits et services.**

Les publipostages des polluposteurs contre les initiatives légitimes de marketing

L'IFIC appuie le propos du projet de loi C-27 explicité dans le préambule de ce texte de loi : le commerce électronique doit être réglementé de manière appropriée afin de favoriser sa croissance au Canada. Sans ce cadre réglementaire, la diffusion sans discernement de millions de messages électroniques de marketing finira par miner les communications électroniques légitimes en raison des coûts répercutés sur les entreprises destinataires de ces publipostages et de l'incapacité des individus de distinguer les polluposteurs des fournisseurs légitimes de produits et services.

Cependant, des centaines de milliers de PME au Canada profiteront grandement de la possibilité de continuer à envoyer des communications électroniques adressées à des individus, car il s'agit d'un moyen efficace et rentable d'offrir des services.

Dans le projet de loi, l'article 6 proscriit les courriels de marketing individuels adressés à un public cible précis, qui, de par leur nature, ne sont pas invasifs dans la vie des destinataires, ne causent pas de dommages économiques et renseignent sur des produits et services inconnus. Citons en exemple un professionnel de l'immobilier résidentiel qui envoie une communication électronique à un individu. Il sait pertinemment que cette personne recherche sur le marché un type de propriété spécifique et qu'une telle propriété est maintenant disponible dans le voisinage ciblé. Un autre exemple serait le cas d'un conseiller financier qui envoie un courriel de suivi à un client potentiel qu'un client existant lui a renvoyé, à un ami ou à un membre de famille à l'approche de la retraite qui

recherche une personne digne de confiance, capable de l'aider à répondre aux questions relatives à ses besoins en matière de revenu de retraite.

Les personnes recommandées par des clients existants représentent une source importante d'affaires pour nos membres. En raison de la *Loi sur la Liste nationale de numéros de télécommunication exclus* actuellement en vigueur, qui interdit de joindre par téléphone les personnes recommandées, nos membres ont adopté le courriel afin de prendre contact avec les personnes qui leur ont été recommandées comme clients potentiels. Le courriel est un moyen efficace d'atteindre de nouveaux clients potentiels sans trop les déranger. Un simple clic sur le bouton de suppression élimine tout courriel non désiré. De plus, étant donné qu'il s'agit d'une recommandation, l'expéditeur ne risque nullement d'inonder le destinataire avec d'autres courriels non sollicités. La seule solution de rechange serait le courrier sur papier, ce qui occasionne le gaspillage du papier et des coûts inutiles, vu qu'il existe la communication électronique. À notre avis, toute législation qui ne fait qu'augmenter les coûts des entreprises et de la préservation de l'environnement sans offrir des avantages tangibles aux Canadiens représente une politique publique malencontreuse.

Nous proposons donc de limiter l'application de l'article 6 à ceux et à celles qui ciblent des individus et des entités par des publipostages sans la présence d'un lien entre le destinataire et l'expéditeur. Dans les cas où le destinataire a été recommandé à l'expéditeur, une exemption spécifique devrait permettre à l'expéditeur de prendre contact avec la personne ou l'entité qui lui a été recommandée. On pourrait élaborer des règlements conformément à cette législation afin d'empêcher un recours abusif à cette exemption et d'assurer l'existence réelle d'une recommandation.

Les industries ayant une obligation fiduciaire de maintenir le contact

Le paragraphe 10(4) du projet de loi C-27 propose une définition du terme « relation existante à des fins commerciales ». La proposition actuelle, bien que suffisante quant aux relations définies uniquement en fonction des dates de contrat ou des opérations de vente spécifiques, ne traite pas de manière adéquate des rapports consultatifs en cas d'obligation fiduciaire de contacter et d'informer le client. Ces rapports consultatifs doivent être traités de manière différente. Parmi ce type de rapports, citons des rapports avocat-client et conseiller financier-client.

Les organismes de réglementation régissant notre secteur exigent que les membres du secteur fournissent une vaste gamme de communications régulières à nos clients, et, dans bien des cas, la prise de contact électronique constituerait un « message électronique à des fins commerciales » conformément aux articles 2 et 3. Par conséquent, **la législation devrait prévoir une disposition précise qui permette à notre secteur de communiquer avec les clients, là où il existe un rapport consultatif et/ou une relation professionnelle en continu, conformément aux exigences imposées par nos organismes de réglementation, soit l'Association canadienne des courtiers de fonds mutuels (ACCFM) et l'Organisme canadien de réglementation du commerce des valeurs mobilières (OCRCVM).**

Dans bien des cas, le rapport courtier-client est basé sur un placement effectué par le client, après quoi aucune autre opération n'a lieu à l'instar des opérations visées au paragraphe 10(4). Nous recommandons donc, au bénéfice des intervenants qui entretiennent un rapport fiduciaire avec les clients, que le « délai de grâce » de 18 mois alloué à toute communication subséquente commence à courir à la fin de la relation professionnelle ou du rapport consultatif.

Les communications interentreprises

À notre sens, les dispositions antipollupostage sont trop vastes, car elles se rapportent aux communications interentreprises. **Si une entreprise a rendu publique son adresse électronique et que cette adresse n'est pas accompagnée d'une déclaration de s'abstenir d'envoyer des messages commerciaux, le projet de loi C-27 devrait alors stipuler que l'absence de cette déclaration constitue le consentement tacite de l'entreprise en question.** Cette approche est adoptée en Nouvelle-Zélande dans sa législation sur le pollupostage.

Les relations de réseautage social

Les Canadiens figurent parmi ceux qui utilisent le plus fréquemment les sites de réseautage social, comme Facebook, Twitter, LinkedIn, Clubs, Associations, etc. Les individus se joignent volontairement à ces groupes en fonction d'une affinité commune, et, dans un cadre ouvert et souvent non restreint, les membres encouragent le partage d'opinions, d'idées, d'expériences et de préférences relativement à une vaste gamme de sujets. Chaque groupe établit ses propres paramètres quant aux centres d'intérêt acceptables et pertinents en tant que condition d'adhésion. La législation proposée ne prévoit aucune disposition régissant le recours à ces groupes de réseautage social très répandus et populaires. **Il est proposé que la définition du terme « relation existante à des fins non commerciales » donnée au paragraphe 10(6) soit étendue de manière à inclure les membres des réseaux sociaux établis.**

Offres d'emploi

La communication électronique a évolué et constitue désormais un moyen pratique, rapide et rentable de diffuser des offres d'emploi. Une des façons d'augmenter le nombre de nos membres est de recruter de nouveaux conseillers financiers. La messagerie électronique est une manière efficace de faire connaître les offres d'emploi dans le secteur des services financiers. Souvent, il existe des relations commerciales ou personnelles qui apportent des avantages lorsqu'une des parties a la permission de recourir à des moyens électroniques pour partager des offres d'emploi avec les autres personnes. Ce partage est rendu possible grâce aux envois électroniques de renseignements et de pièces jointes sur de longues distances. **Nous proposons l'amendement de l'article 6 de manière à prévoir une exemption dans le cas des communications électroniques à des seules fins de transmission de renseignements relatifs à des offres d'emploi légitimes.**

Pénalités

L'IFIC appuie la proposition des pénalités (la pénalité maximale imposée à un individu est de 1 000 000 \$ et de 10 000 000 \$ dans le cas de toute autre personne) pour les dérogations aux articles 7 et 8, lorsque les actions proscrites risquent d'occasionner des dommages importants aux systèmes ou visent la fraude à grande échelle.

Concernant l'article 6, nous estimons que les pénalités sont excessives et non proportionnelles aux dommages entraînés par une violation aux dispositions dudit article. Nous recommandons que les pénalités imposées pour une infraction aux dispositions de cet article soient différentes de celles applicables aux actions en opposition avec les articles 7 et 8. **Quant à l'article 6, nous proposerions également des pénalités bien moins sévères pour dissuader les entreprises qui utilisent simplement les moyens électroniques de manière complémentaire à leurs efforts commerciaux et dans les cas des violations individuelles pouvant irriter le destinataire, mais qui ne sont d'aucune façon nuisibles.**

Le droit à l'action publique

L'IFIC appuie le *droit à l'action publique* pour les violations des sections 7 et 8 lorsque les actions proscrites risquent d'occasionner des dommages importants aux systèmes ou visent la fraude à grande échelle. En ce qui a trait à l'article 6, le droit à l'action publique semble inutile, excessif et risque de faire l'objet d'abus. **Nous proposons que le droit à l'action publique soit réservé aux violations des termes des articles 7 et 8.**

Exonération des membres d'organismes d'autoréglementation qui réglementent de façon adéquate le commerce électronique

L'industrie des fonds d'investissement a mis en place des règlements qui régissent la communication avec le public. L'Association canadienne des courtiers de fonds mutuels et l'Organisme canadien de réglementation du commerce des valeurs mobilières exigent l'approbation préalable par un cadre de la société membre de toutes les communications à des fins de vente effectuées par leurs membres auprès du public. Le cadre est responsable de s'assurer que ces communications :

- ne contiennent pas de fausses déclarations ni d'omissions de faits importants ou de faits autrement faux ou induisant en erreur;
- ne sont pas au détriment des intérêts du public, de la société ou de ses membres;
- sont conformes à toute législation, ligne directrice, politique ou directive de tout organisme de réglementation ayant compétence sur le membre.

Nous croyons que ces exigences, de pair avec les dispositions du projet de loi C-27, offrent la protection nécessaire du public en ce qui a trait au contenu et à l'imposition de sanctions. En conséquence, **nous recommandons l'ajout à l'article 6 d'une clause d'exonération pour l'industrie des fonds d'investissement et toute autre industrie régie par des structures réglementaires relatives aux communications destinées au public.**

Nous vous remercions de nous avoir permis de vous faire part de nos commentaires. Si vous avez des questions à propos du présent mémoire, veuillez communiquer avec moi directement par téléphone au 416-309-2300 ou par courriel à jdelaurentiis@ific.ca. Vous pouvez également communiquer avec Jon Cockerline, directeur, Politiques relatives aux courtiers, par téléphone au 416-309-2327 ou par courriel à jcockerline@ific.ca.

Veillez agréer l'expression de mes sentiments distingués.

L'INSTITUT DES FONDS D'INVESTISSEMENT DU CANADA



Par : Joanne De Laurentiis
Présidente et chef de la direction