



Décision de télécom CRTC 2004-63

Ottawa, le 28 septembre 2004

Demande de sursis présentée par l'Association canadienne du marketing à l'égard de la décision 2004-35

Référence : 8662-C131-200408543

*Le Conseil **approuve**, à une exception près, la demande de sursis présentée par l'Association canadienne du marketing (l'ACM) à l'égard de la décision Examen des règles de télémarketing, Décision de télécom CRTC 2004-35, 21 mai 2004 (la décision 2004-35), en attendant qu'il se prononce sur la demande de révision et de modification de cette décision présentée par l'ACM. Le sursis s'applique à toutes les exigences énoncées dans la décision 2004-35, à l'exception de celle voulant que les fournisseurs de services de télécommunication surveillent les statistiques sur les plaintes et en rendent compte, exigence qui entre en vigueur le 1^{er} janvier 2005.*

La demande

1. Le Conseil a reçu une demande présentée en vertu de la partie VII des *Règles de procédure du CRTC en matière de télécommunications* et de l'article 62 de la *Loi sur les télécommunications* (la Loi) par l'Association canadienne du marketing (l'ACM) le 6 août 2004, en vue de faire réviser et modifier la décision *Examen des règles de télémarketing*, Décision de télécom CRTC 2004-35, 21 mai 2004 (la décision 2004-35). L'ACM a également demandé un sursis provisoire de la décision 2004-35, en attendant que le Conseil se prononce de façon définitive sur la demande de révision et de modification.
2. La principale demande de l'ACM concernait le sursis de la décision 2004-35 dans sa totalité. À titre d'alternative, l'ACM a demandé un sursis des dispositions suivantes :
 - l'obligation d'attribuer un numéro d'inscription unique aux clients qui demandent à figurer sur une liste de numéros à ne pas appeler;
 - l'obligation de donner des renseignements d'identification de l'appelant ainsi qu'un numéro sans frais d'interurbain à la première personne qui répond au téléphone, avant de s'assurer que cette personne est bien la destinataire de l'appel;
 - l'obligation d'employer un préposé, plutôt qu'un système de boîtes vocales interactives, pendant les heures normales de bureau;
 - l'application de la décision 2004-35 aux sollicitations téléphoniques entre entreprises et aux appels des entreprises à leurs clients actuels.

Processus

3. Le Conseil a établi un processus accéléré pour le dépôt des observations et des observations en réplique concernant la demande de sursis.
4. En ce qui concerne la demande de l'ACM, le Conseil a reçu des observations d'un certain nombre de parties intéressées, à savoir Aliant Telecom Inc., Bell Canada, NorthernTel, Limited Partnership, Norouestel Inc., Saskatchewan Telecommunications et la Société en commandite Télébec, (collectivement, les Compagnies); Action Réseau Consommateur et le Centre pour la défense de l'intérêt public (ARC/PIAC); la Art Gallery of Ontario, Call-Net Enterprises Inc. (Call-Net), la Société canadienne des postes, l'Association des banquiers canadiens (l'ABC), EastLink, La Great-West, compagnie d'assurance-vie (en son nom et pour le compte de ses filiales), The Hamilton Spectator, l'Association pulmonaire, Primus Telecommunications Canada Inc. (Primus), Rogers Communications Inc. (RCI), TELUS Communications Inc. (TELUS), TigerTel/UTR et le Toronto Star.
5. L'ACM a déposé des observations en réplique le 2 septembre 2004.

Critères relatifs au sursis

6. Avant de surseoir à une décision faisant l'objet d'une demande de révision et de modification sur laquelle il ne s'est pas prononcé, le Conseil exige que la partie réclamant le sursis prouve qu'elle satisfait aux critères énoncés dans le jugement rendu par la Cour suprême du Canada dans l'affaire *Manitoba (Procureur général) c. Metropolitan Stores (MTS) Ltd.* [1987] 1 R.C.S. 110, tel que modifié par le jugement de la Cour dans *RJR-MacDonald Inc. c. Canada (Procureur général)* [1994] 1 R.C.S. 311 (les critères RJR-MacDonald). Voici en quoi consistent ces critères :
 - a) la question qu'il faut trancher est sérieuse;
 - b) le rejet du sursis causerait à la requérante un préjudice irréparable;
 - c) la prépondérance des inconvénients, en tenant compte de l'intérêt public, penche en faveur du sursis.

Historique

7. Dans l'avis *Le CRTC demande au public de se prononcer sur les règles de télémarketing*, Avis public CRTC 2001-34, 5 mars 2001, le Conseil a annoncé qu'il allait examiner ses règles, y compris les procédures d'application, concernant les télécommunications non sollicitées à des fins de sollicitation. Le Conseil a sollicité des observations sur plusieurs questions touchant le télémarketing, à savoir s'il est possible d'améliorer l'efficacité des règles actuelles; si l'on doit imposer de nouvelles restrictions pour les appels téléphoniques en direct de personnes, d'entreprises et d'organismes sans but lucratif qui sollicitent de l'argent ou une valeur pécuniaire; quelles restrictions, le cas échéant, il faudrait imposer aux communications non sollicitées qui ne sont pas faites à des fins de sollicitation, comme dans le cas des études de marché ou des sondages; si les règles actuelles à l'égard des télécopies (fax) non sollicitées sont adéquates; et si les listes de numéros à ne plus appeler sont efficaces. Le Conseil a également sollicité des observations sur d'autres points que les parties souhaitaient aborder.

8. Dans la décision 2004-35, le Conseil a annoncé des changements à ses règles de télémarketing, notamment des procédures d'identification plus précises et le renforcement obligatoire des listes de numéros à ne plus appeler pour tous les télévendeurs. De plus, le Conseil a exigé le suivi et la déclaration des plaintes ainsi que l'établissement d'un programme de sensibilisation à plusieurs volets comprenant des encarts de facturation et des renseignements dans les annuaires Pages blanches. Le Conseil a également déclaré qu'il croyait qu'une liste nationale de numéros à ne plus appeler était particulièrement utile, mais a estimé qu'il serait inefficace de mettre en œuvre une liste nationale sans disposer des fonds de démarrage appropriés et du pouvoir de donner des amendes pour fins d'application, comme le pouvoir d'imposer des sanctions administratives pécuniaires (SAP), ce qu'aucun texte de loi n'accorde actuellement au Conseil.
9. Les diverses mesures établies dans la décision 2004-35 sont entrées en vigueur à la date de cette décision, le 21 mai 2004, à deux exceptions près : l'obligation d'attribuer un numéro d'inscription unique pour confirmer la demande du client de ne plus être appelé entre en vigueur le 1^{er} octobre 2004, et l'obligation imposée aux fournisseurs de services de télécommunication (FST) d'assurer le suivi des plaintes de télémarketing entre en vigueur le 1^{er} janvier 2005.

Position des parties

L'ACM

10. L'ACM a soutenu que le préjudice que l'application des mesures contenues dans la décision 2004-35 causerait aux télévendeurs, aux consommateurs et à l'économie canadienne l'emporte largement sur les avantages limités qu'en retireraient les consommateurs.
11. L'ACM a fait remarquer que le Conseil applique les critères RJR-MacDonald lorsqu'il examine une demande de sursis. L'ACM a ajouté qu'elle avait traité chacun de ces critères dans son mémoire.
12. L'ACM a fait valoir que les questions à trancher sont très sérieuses, notamment la possible violation de la garantie de liberté d'expression prévue dans la *Charte canadienne des droits et libertés* (la Charte) et les erreurs d'ordre factuel et juridique associées à la mise en œuvre, à l'administration et à l'application d'une liste nationale de numéros à ne plus appeler.
13. L'ACM a fait valoir en outre que ses membres, ainsi que des milliers d'entreprises au Canada, subiraient des préjudices irréparables si les télévendeurs étaient obligés de mettre en œuvre les procédures d'identification prévues dans la décision 2004-35. L'ACM a déclaré que le secteur du marketing au Canada aurait à engager des coûts supplémentaires importants si les nouvelles mesures étaient mises en œuvre. L'ACM a soutenu qu'un certain nombre de petites entreprises et d'organismes sans but lucratif, qui comptent en grande partie sur la sollicitation par téléphone pour vendre leurs produits et services ou pour obtenir des dons et des fonds, risqueraient de devoir cesser d'utiliser les télécommunications à cette fin si elles étaient obligées de mettre en œuvre ces nouvelles mesures.

14. L'ACM a fait valoir que l'obligation d'attribuer un numéro d'inscription unique à chaque client qui fait la demande de figurer sur une liste de numéros à ne plus appeler force les entreprises canadiennes à engager des coûts de démarrage et de recyclage importants, qui devraient dépasser le coût d'établissement d'une liste nationale de numéros à ne plus appeler. L'ACM a soutenu que cette mesure n'allait probablement pas garantir que le nouveau régime serait plus efficace que l'ancien et que les coûts de démarrage seraient perdus une fois que la liste de numéros à ne plus appeler serait créée.
15. En ce qui concerne l'obligation de fournir des renseignements d'identification sur l'appelant et un numéro sans frais d'interurbain à la première personne qui répond au téléphone avant de s'assurer que cette personne est bien la destinataire de l'appel, l'ACM a soutenu que cette exigence était totalement inefficace et déroutante pour les consommateurs, d'une part; et qu'elle empiétait sur les droits à la protection des renseignements personnels des consommateurs et sur les droits des entreprises à la liberté d'expression prévue dans la Charte, d'autre part.
16. L'ACM a fait valoir que l'obligation d'employer un préposé plutôt qu'un système de boîtes vocales interactives pendant les heures normales de bureau force les entreprises canadiennes à engager d'énormes dépenses. L'ACM a déclaré que de nombreuses entreprises n'utilisent plus de préposés et que la mise en œuvre de cette exigence s'avère onéreuse, en particulier pour les petites entreprises qui ont dû envisager d'engager de nouveaux employés dans le seul but d'utiliser le téléphone pour vendre leurs services. L'ACM a également déclaré que le recours à un préposé est plus propice à l'erreur humaine qu'un système de boîtes vocales interactives au moment de recevoir les renseignements d'inscription et que cela risquait de nuire à la qualité du service pour les consommateurs qui auraient à attendre plus longtemps.
17. L'ACM a également soutenu que l'obligation de recourir à un préposé serait inutile si l'on établissait une liste nationale de numéros à ne plus appeler puisque l'administrateur de la liste tiendrait des lignes centralisées, dégageant ainsi chacune des entreprises de cette obligation.
18. L'ACM a fait valoir que l'application de la décision 2004-35 aux sollicitations par téléphone entre entreprises et aux appels des entreprises à leurs clients actuels étendait le régime à beaucoup plus d'entreprises que ce n'était le cas auparavant et n'était pas conforme au traitement de ces appels en vertu du texte de loi sur la protection des renseignements personnels au Canada et du texte de loi sur les listes de numéros à ne plus appeler aux États-Unis. L'ACM a également fait valoir qu'en raison de la très large portée du régime provisoire établi dans la décision 2004-35 et qu'en l'absence d'une liste nationale de numéros à ne plus appeler, les consommateurs risquaient de bloquer malgré eux des communications en provenance de nombreuses sources, comme les appels concernant le renouvellement d'un prêt, d'une hypothèque ou d'un abonnement. L'ACM a également fait valoir que si en bout de ligne, le Conseil accordait le redressement réclamé dans la demande en cause ici, sans accorder le sursis, de nombreuses entreprises auraient engagé d'importants coûts de démarrage pour rien et de nombreux consommateurs risqueraient de ne pas recevoir les appels auxquels ils s'attendent.
19. Parmi les préjudices que pourraient subir les consommateurs et les télévendeurs à la suite de la mise en œuvre des mesures du Conseil, l'ACM a mentionné la fermeture de certaines entreprises et d'organismes sans but lucratif. L'ACM a soutenu que si l'on comparait les

préjudices éventuels aux avantages limités de la réduction des inconvénients anormaux que subissent les consommateurs, il est parfaitement évident que la prépondérance des inconvénients pencherait en faveur du sursis.

Parties intéressées

20. Toutes les parties intéressées ont appuyé la demande de sursis de la décision 2004-35. Certaines ont fait valoir que la demande de sursis respectait les critères RJR-MacDonald dans la mesure où l'ACM a fait la preuve que les questions à trancher étaient sérieuses, que les exigences imposées par la décision 2004-35 causeraient un préjudice irréparable et que la prépondérance des inconvénients penchait en faveur du sursis.
21. Les Compagnies et TELUS ont appuyé la requête de l'ACM en vue d'une décision rapide au sujet de la demande de sursis. Les Compagnies ont soutenu que certaines des mesures ordonnées dans la décision 2004-35 étaient déjà en cours de mise en œuvre et que des coûts étaient engagés en préparation à la mise en œuvre d'autres mesures. Les Compagnies ont donc fait valoir que tout retard dans le traitement de la demande augmenterait considérablement le préjudice irréparable causé par les mesures ordonnées dans la décision 2004-35.
22. Les Compagnies ont soutenu que si le Conseil concluait que la demande de sursis de la totalité de la décision 2004-35 présentée par l'ACM était non recevable, il faudrait surseoir aux aspects suivants de la décision :
 - l'obligation faite aux télévendeurs d'attribuer un numéro d'inscription unique à toute partie demandant à figurer sur la liste des numéros à ne plus appeler;
 - l'obligation faite aux télévendeurs de s'identifier et de donner un numéro sans frais d'interurbain pour les plaintes avant toute autre communication et avant de demander à parler à quelqu'un;
 - l'obligation faite aux organismes de télémarketing de demander aux personnes demandant à figurer sur une liste des numéros à ne plus appeler si elles veulent être placées sur la liste de l'entreprise au nom de laquelle l'organisme appelle, sur la liste de l'organisme, ou les deux;
 - l'obligation faite aux FST de produire, de soumettre à l'approbation du Conseil et de distribuer à leurs abonnés des encarts de facturation décrivant clairement les règles concernant les télécommunications non sollicitées;
 - l'obligation faite aux entreprises de services locaux titulaires (ESLT) d'expliquer toutes les règles de télémarketing dans une section pleine page distincte dans les premières pages des annuaires Pages blanches.
23. ARC/PIAC se sont opposés à un sursis de l'ensemble de la décision 2004-35, faisant valoir entre autres que le système des plaintes ne devrait pas faire l'objet d'un sursis.

24. L'ABC et les Compagnies ont fait valoir qu'il ne serait possible d'attribuer un numéro d'inscription unique pour les listes de numéros à ne plus appeler que si les télévendeurs engageaient des coûts importants. L'ABC a soutenu que ce système était inutile car rien n'indique qu'un grand nombre de plaintes fondées sur des demandes d'inscription sur les listes de numéros à ne plus appeler n'étaient pas prises en considération. ARC/PIAC ont fait valoir qu'il s'agissait d'une solution fragmentaire et insuffisante pour répondre au besoin d'une liste nationale coordonnée et respectée pour les numéros à ne plus appeler.
25. ARC/PIAC ont appuyé l'argument de l'ACM en faveur du sursis de l'exigence d'un préposé pendant les heures normales de bureau et l'ABC a fait valoir que cette mesure exigerait un important investissement de la part des entreprises.
26. Les Compagnies, l'ABC et ARC/PIAC ont appuyé la position de l'ACM voulant que l'exigence de fournir des renseignements d'identification sur l'appelant et un numéro sans frais d'interurbain à la première personne qui répond au téléphone faisait en sorte que les renseignements risquaient de ne pas être donnés à la personne voulue.
27. Les Compagnies ont soutenu qu'il est fort peu probable que le répondant note et retienne le numéro sans frais d'interurbain avant de savoir à qui s'adresse l'appel, quel en est l'objet ou s'il y a un problème ou matière à plainte.
28. L'ABC a soutenu que l'obligation de fournir des renseignements d'identification sur l'appelant et un numéro sans frais d'interurbain avant toute autre communication pourrait faire en sorte que les appelants d'une institution financière locale soient tenus de divulguer leur lien avec le destinataire de l'appel à quiconque répond au téléphone. L'ABC a fait valoir qu'une telle divulgation n'est pas justifiée.
29. L'ABC a en outre fait valoir que l'obligation de fournir des renseignements d'identification sur l'appelant et un numéro sans frais d'interurbain avant de demander la personne à qui s'adresse l'appel exigerait une modification des textes et une formation et entraînerait une baisse de la productivité et une perte de revenus.
30. L'ABC a fait valoir que la décision 2004-35 ne devrait pas s'appliquer à la sollicitation entre entreprises et a fait remarquer que les dispositions sur la protection du consommateur ne s'appliquent pas habituellement aux entreprises en raison des complexités sur le plan de l'administration, des politiques et de la conformité. L'ABC a également fait valoir que la décision 2004-35 ne devrait pas permettre au Conseil de négliger les attentes des clients au sujet des appels qu'ils reçoivent de leurs institutions financières concernant leurs produits et services. Certaines parties ont également soutenu que les restrictions imposées aux entreprises qui communiquent avec leurs clients actuels par téléphone enfreignent la garantie de liberté d'expression prescrite dans la Charte.
31. En ce qui concerne les listes d'appels des organismes, l'ABC et les Compagnies ont fait valoir que de nombreux organismes peuvent être liés par des ententes de confidentialité et ne pas pouvoir divulguer l'identité de leurs clients. De l'avis de l'ABC, les consommateurs pourraient, sans le vouloir, se priver de recevoir des appels de la part d'organismes dont ils aimeraient recevoir des appels.

32. Les Compagnies ont fait valoir que la source la plus immédiate et la plus critique de préjudices irréparables est l'obligation de distribuer des encarts de facturation et de publier des renseignements dans les annuaires Pages blanches pour expliquer les règles de télémarketing selon les modifications apportées par la décision 2004-35. Les Compagnies et EastLink ont fait valoir que l'obligation d'imprimer et d'envoyer par la poste les encarts de facturation exige beaucoup de temps et de ressources qui seraient gaspillés si la demande de révision et de modification aboutissait à des changements dans les règles de télémarketing. Call-Net et les Compagnies ont soutenu que cela ne ferait que dérouter les clients finals. TELUS a présenté le même argument au sujet des encarts de facturation.

Observations en réplique de l'ACM

33. L'ACM a fait remarquer que tous les intervenants qui ont déposé des observations ont dit être très en faveur de sa demande de sursis de la décision 2004-35 et que même ARC/PIAC, qui ont exprimé certaines réserves au sujet de la portée du sursis qu'elle a demandée, l'ont appuyée.
34. L'ACM a fait remarquer que les Compagnies ont dit être fortement d'accord avec la demande de sursis de la décision 2004-35 dans sa totalité, mais qu'elles s'opposaient au compromis proposé, à savoir que si le Conseil n'acceptait pas de surseoir à la décision dans sa totalité, il devrait accorder un sursis à l'égard des quatre mesures que l'ACM a présentées dans sa demande. L'ACM a fait remarquer que les Compagnies ont demandé le sursis d'autres mesures, notamment l'obligation concernant la demande de figurer sur une liste de numéros à ne plus appeler et les exigences sur les encarts de facturation et les annuaires Pages blanches.
35. L'ACM a fait valoir qu'elle reconnaît que l'imposition de ces mesures entraînerait des coûts et des inconvénients importants pour les Compagnies et d'autres FST et a donc appuyé complètement les propositions des Compagnies, au cas où le Conseil n'accorderait pas le sursis de la décision dans sa totalité.

Analyse et conclusion du Conseil

36. L'article 62 de la Loi prévoit que le Conseil peut, sur demande ou de sa propre initiative, réviser, annuler ou modifier ses décisions. Pour que le Conseil rende une décision utile et efficace au sujet d'une demande de révision et de modification, il peut, dans certains cas, avoir à suspendre la conséquence juridique de la décision originale et l'obligation juridique de la respecter, en totalité ou en partie, en attendant qu'il se prononce sur la demande de révision et de modification. Toutefois, surseoir à une décision est une question sérieuse précisément du fait que pendant la période du sursis, les dispositions de la décision originale n'entrent pas en vigueur comme il a été prévu.
37. Un requérant ne se verra accorder un sursis d'une décision du Conseil, en attendant que ce dernier se prononce sur la demande de révision et de modification de cette décision, que si le Conseil conclut que le requérant a respecté les trois critères RJR-MacDonald énoncés au paragraphe 6 ci-dessus.
38. Dans les paragraphes qui suivent, le Conseil examine la demande de sursis de l'ACM à la lumière de ces trois critères.

(a) Question sérieuse à trancher

39. Le premier des critères RJR-MacDonald prévoit qu'il doit y avoir une question sérieuse à trancher. Le Conseil fait remarquer que dans ce cas, le seuil à atteindre est bas. Il s'agit de savoir si la demande de révision et de modification est sans fondement ou vexatoire. Le Conseil est convaincu que la demande de l'ACM est ni sans fondement ni vexatoire. Par conséquent, l'ACM satisfait au premier critère.

(b) Préjudice irréparable

40. Selon le deuxième critère, la partie qui demande le sursis subira un préjudice irréparable qui ne peut être compensé par des dommages-intérêts si le sursis n'est pas accordé et si la décision du Conseil concernant la demande de révision et de modification révisé et modifie effectivement la totalité ou une partie de la décision faisant l'objet de la demande. Irréparable renvoie à la nature du préjudice et non à son ampleur.
41. Le Conseil prend note des arguments selon lesquels l'ACM soutient que pour mettre en œuvre les exigences relatives au numéro d'inscription unique et au recours à un préposé pendant les heures normales de bureau, deux nouvelles exigences de la décision 2004-35, ses membres devraient engager des coûts qui ne pourraient être compensés en dommages-intérêts.
42. Le Conseil fait remarquer que certaines parties intéressées, notamment l'ABC et les Compagnies, dont quelques-unes sont membres de l'ACM, ont présenté d'autres arguments concernant le préjudice irréparable qu'elles subiraient si ces mesures de la décision 2004-35 ne faisaient pas l'objet d'un sursis.
43. L'obligation d'attribuer un numéro d'inscription unique lorsque le client demande de ne plus être appelé entre en vigueur le 1^{er} octobre 2004. Bien que l'obligation d'employer un préposé pendant les heures normales de bureau soit entrée en vigueur le 21 mai 2004, les coûts de conformité à cette mesure sont de nature permanente.
44. Le Conseil prend note des arguments selon lesquels l'ACM voulant qu'en raison des coûts des autres nouvelles mesures exigées dans la décision 2004-35, certaines petites entreprises et certains organismes sans but lucratif risquent d'avoir à abandonner le télémarketing pour vendre leurs produits et services ou pour obtenir des dons, certaines pourraient même devoir fermer leurs portes. D'autres parties, y compris les Compagnies, l'ABC, Call-Net, TELUS, EastLink, et RCI, dont certaines sont membres de l'ACM, ont soutenu qu'elles subiraient un préjudice irréparable si un sursis des autres mesures adoptées dans la décision 2004-35 n'était pas accordé. Le Conseil prend note, par exemple, des arguments concernant le préjudice que les FST subiraient s'ils distribuaient des encarts de facturation et publiaient dans les annuaires Pages blanches des renseignements décrivant les règles de télémarketing, mais que le sursis était refusé et que la décision du Conseil sur la demande de révision et de modification de l'ACM entraînait finalement la modification des règles. L'ACM a appuyé ces arguments dans ses observations en réplique.
45. Le Conseil conclut que l'ACM a établi qu'elle subirait un préjudice irréparable si la décision 2004-35 n'est pas suspendue et si le Conseil devait modifier les règles de télémarketing dans l'instance de révision et de modification. Par conséquent, le Conseil estime que l'ACM a satisfait au deuxième critère RJR-MacDonald.

(c) Prépondérance des inconvénients

46. Selon le troisième critère RJR-MacDonald, la requérante doit convaincre le Conseil que la prépondérance des inconvénients, compte tenu de l'intérêt public, penche en faveur du sursis.
47. Pour se prononcer sur cet aspect, le Conseil doit évaluer le préjudice pour l'intérêt public en fonction des coûts irrécouvrables que la compagnie engagerait pour se conformer à la décision 2004-35 et qui, suivant la décision définitive que rendra le Conseil au sujet de la demande de révision et de modification de l'ACM, seraient inutiles. Le Conseil doit également tenir compte du préjudice susceptible de résulter de l'engagement de coûts irrécouvrables qui seraient inutiles si une liste de numéros à ne plus appeler était établie rapidement. Le Conseil doit aussi prendre en compte le préjudice subi si un organisme devait fermer ses portes.
48. Le Conseil doit soupeser les préjudices pour l'intérêt public susceptibles d'être causés advenant le refus du sursis et ceux susceptibles d'être causés advenant l'approbation du sursis à l'égard de la décision 2004-35. À cette fin, le Conseil doit retenir que dans la décision 2004-35, il a conclu que les changements aux règles de télémarketing étaient dans l'intérêt public car ils apporteraient la protection supplémentaire voulue contre tous inconvénients anormaux que posent les télécommunications non sollicitées, compte tenu de la liberté d'expression.
49. Le Conseil fait remarquer que l'ACM, ARC/PIAC et autres parties intéressées ont indiqué que les nouvelles règles énoncées dans la décision 2004-35 ne profiteraient pas aux clients et pourraient réduire la qualité du service, enfreindre leurs droits à la protection des renseignements personnels ou les priver des appels de sollicitation qu'ils préféreraient recevoir. Le Conseil ne se prononcera pas sur les mérites de ces arguments tant qu'il n'aura pas rendu sa décision concernant la demande de révision et de modification de l'ACM.
50. Pour établir la prépondérance des inconvénients, le Conseil fait également remarquer qu'avant la publication de la décision 2004-35, il existait déjà de nombreuses règles de télémarketing visant à protéger les clients. En fait, la plupart de ces règles ont été établies dans la décision *Utilisation des installations des compagnies de téléphone pour la fourniture de télécommunications non sollicitées*, Décision Télécom CRTC 94-10, 13 juin 1994 (la décision 94-10).¹ Comme ces protections existent depuis longue date, le Conseil conclut que les clients risqueraient de subir un préjudice moins considérable si les nouvelles mesures introduites dans la décision 2004-35 étaient suspendues jusqu'à ce que le Conseil se prononce sur la demande de révision et de modification de cette décision.
51. Le Conseil fait remarquer que les nouvelles mesures présentées dans la décision 2004-35 sont provisoires. Dans cette décision, le Conseil a déclaré qu'il croyait qu'une liste nationale de numéros à ne plus appeler serait particulièrement utile, mais qu'il serait improductif d'en établir une sans fonds de démarrage appropriés et sans un pouvoir de sanctions efficaces, comme le pouvoir d'imposer des SAP, ce qu'aucun texte de loi n'accorde au Conseil actuellement.

¹ Dans l'ordonnance Télécom CRTC 96-1229, 7 novembre 1996, le Conseil a ajouté des restrictions concernant les transmissions par télécopieur non sollicitées aux fins de sollicitation. Dans la décision *Concurrence locale*, Décision Télécom CRTC 97-8, 1^{er} mai 1997, et dans l'ordonnance *Application des restrictions relatives au télémarketing à l'ensemble des fournisseurs de services de télécommunication*, Ordonnance CRTC 2001-193, 5 mars 2001, le Conseil a étendu l'application de ces règles de sorte que depuis 2001, les règles de télémarketing s'appliquent à toutes les ESLT, y compris les compagnies de téléphone indépendantes, à toutes les entreprises de services locaux concurrentes, les entreprises intercirconscriptions, les fournisseurs de services sans fil et les revendeurs de services de télécommunication fournis par ces compagnies.

52. Finalement, en ce qui concerne la prépondérance des inconvénients, le Conseil fait remarquer que s'il ne sursoit pas aux nouvelles règles, les clients se fieront à ces nouvelles règles et subiront un préjudice en raison de la confusion et du mécontentement qu'ils vivront si le Conseil change les nouvelles règles dans l'instance de révision et de modification.
53. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil estime que l'intérêt public subirait un plus grand préjudice si le Conseil refusait de surseoir à la décision 2004-35 que s'il y consentait, en particulier parce que les règles de télémarketing qui existaient depuis longtemps avant la décision 2004-35 resteront en vigueur pendant la période du sursis. Par conséquent, le Conseil conclut que la prépondérance des inconvénients penche en faveur du sursis.

(d) Portée du sursis

54. Le Conseil fait remarquer que la principale requête de l'ACM visait un sursis de la totalité de la décision 2004-35, mais que le compromis proposé était de limiter le sursis à certaines mesures qui, selon l'ACM, causaient le plus de préjudices et étaient les plus onéreuses à mettre en œuvre. Le Conseil est d'avis qu'il ne serait pas dans l'intérêt public d'exiger que les changements aux règles de télémarketing introduits dans la décision 2004-35 soient mis en œuvre de façon fragmentaire. Le Conseil estime que le risque de confusion pour les clients et les télévendeurs ainsi que l'augmentation des coûts de formation et de mise en œuvre pour les télévendeurs seraient nettement supérieurs si la mise en œuvre était exigée de façon fragmentaire.
55. La seule exception à cette approche est l'obligation faite aux FST de déposer des rapports semestriels sur les plaintes de télémarketing, tel qu'il est prévu aux paragraphes 118 à 123 de la décision 2004-35. Le Conseil fait remarquer que ARC/PIAC et les Compagnies se sont dits en faveur du suivi continu et du compte rendu des données sur les plaintes de la part des FST, nonobstant la demande de sursis de l'ACM. Toutefois, le suivi et le compte rendu des plaintes par les FST ne touchent pas directement les télévendeurs. Le fait de disposer de données exactes et détaillées aidera le Conseil et d'autres parties intéressées à mieux cerner les difficultés qui subsistent et les autres changements qu'il faudrait apporter au régime de réglementation. Par conséquent, le Conseil est d'avis qu'il serait dans l'intérêt public de maintenir les exigences précisées aux paragraphes 118 à 123 de la décision 2004-35.
56. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil sursoit aux nouvelles règles introduites dans la décision 2004-35, à l'exception de l'obligation de surveiller les plaintes de télémarketing et d'en rendre compte, à compter du 1^{er} janvier 2005, jusqu'à ce qu'il se prononce sur la demande de révision et de modification de l'ACM concernant la décision 2004-35.
57. Compte tenu du sursis, les règles qui étaient en vigueur avant la décision 2004-35 s'appliqueront à l'utilisation des installations de télécommunication pour les appels non sollicités à des fins de sollicitation² jusqu'à ce que le Conseil se prononce sur l'instance de révision et de modification. Ces règles sont résumées en annexe à l'intention des clients, des télévendeurs et des FST. Outre l'obligation des télévendeurs de respecter ces règles, les FST sont tenus de surveiller les données sur les plaintes et d'en rendre compte, conformément à la décision 2004-35, tel qu'il est indiqué ci-dessus.

² Sollicitation est défini comme la vente ou la promotion d'un produit ou service, ou la sollicitation d'argent ou d'une valeur pécuniaire, que ce soit directement ou indirectement et au nom de l'appelant ou d'une autre partie.

58. Compte tenu de la présente décision, le Conseil n'a plus à examiner les révisions des pages de tarif que les ESLT ont soumises à son approbation conformément au paragraphe 113 de la décision 2004-35. Ces dossiers sont maintenant clos.

(e) Règles de télémarketing en vigueur avant la décision 2004-35

59. Dans sa demande de sursis, l'ACM a réclamé que le Conseil suspende l'application de la décision 2004-35 à la sollicitation par téléphone entre entreprises et aux appels des entreprises à leurs clients actuels jusqu'à ce qu'il se prononce sur la demande de révision et de modification de cette décision. À cet égard, le Conseil fait remarquer que le sursis annoncé dans la présente s'applique à toutes les nouvelles règles annoncées dans la décision 2004-35,³ y compris leur application à la sollicitation par téléphone entre entreprises et aux appels des entreprises à leurs clients actuels.

60. Le sursis d'une décision ne peut s'appliquer aux dispositions prévues dans des décisions antérieures. Par conséquent, les règles de télémarketing qui existaient avant la décision 2004-35 restent en vigueur et s'appliquent à tous les appels non sollicités aux fins de sollicitation. Le Conseil fait remarquer que ces règles ne prévoient pas une exemption à l'égard de la sollicitation par téléphone entre entreprises ou des appels des entreprises à leurs clients actuels. Aux termes des règles antérieures à la décision 2004-35, l'existence d'une relation d'affaires ne signifie pas que les appels aux clients actuels sont forcément sollicités.

61. Les grandes règles de télémarketing résumées en annexe sont en vigueur depuis plus d'une dizaine d'années. Toutefois, le Conseil fait remarquer que certains membres de l'industrie du télémarketing connaissaient peut-être mal l'étendue de leur application. Les télévendeurs doivent respecter toutes les règles de télémarketing qui étaient en vigueur avant l'adoption de la décision 2004-35.

Secrétaire général

Ce document est disponible, sur demande, en média substitut et peut également être consulté sur le site Internet suivant : <http://www.crtc.gc.ca>

³ À l'exception des mesures concernant le suivi des données sur les plaintes et leur compte rendu par les FST.

Annexe

Règles de télémarketing actuelles

Veillez prendre note que cette annexe a été préparée seulement par souci de commodité. Les règles de télémarketing et leur application ont été établies dans la décision *Utilisation des installations des compagnies de téléphone pour la fourniture de télécommunications non sollicitées*, Décision Télécom CRTC 94-10, 13 juin 1994; dans l'Ordonnance Télécom CRTC 96-1229, 7 novembre 1996; dans la décision *Concurrence locale*, Décision Télécom CRTC 97-8, 1^{er} mai 1997; et dans l'ordonnance *Application des restrictions relatives au télémarketing à l'ensemble des fournisseurs de services de télécommunication*, Ordonnance CRTC 2001-193, 5 mars 2001. En cas de divergence entre la présente annexe et les conclusions du Conseil énoncées plus haut, ces dernières auront préséance.

1. Règles relatives aux appels en direct et par télécopieur (fax) non voulus à des fins de sollicitation

Cette section renferme un sommaire des règles régissant les appels non sollicités à des fins de sollicitation, qui se définit comme la vente ou la promotion d'un produit ou service, ou la sollicitation d'argent ou d'une valeur pécuniaire, que ce soit directement ou indirectement et au nom de l'appelant ou d'une autre partie. Ces règles ne s'appliquent pas aux appels en direct et par fax qui ne sont pas à des fins de sollicitation, y compris les appels pour la perception de comptes et des études de marché ou sondages. Toutefois, elles s'appliqueront aux appels au nom d'organismes de bienfaisance à des fins de sollicitation.

Listes de numéros à ne plus appeler

- a) Les personnes qui font des appels téléphoniques en direct ou des appels par fax non sollicités à des fins de sollicitation doivent s'assurer que la demande d'un abonné de ne plus recevoir d'appels soit respectée et que le nom et le numéro de téléphone de l'abonné soient supprimés des listes d'appel dans les sept jours qui suivent la demande visant les appels par fax non sollicités et dans les 30 jours suivant celle visant les appels téléphoniques en direct non sollicités. Toute demande d'un abonné de ne plus recevoir d'appels doit rester active pendant trois ans.
- b) Lorsqu'une organisation professionnelle appelle pour solliciter au nom d'un client et que l'appelé demande à ne plus recevoir d'appel de cet organisme, ce dernier doit supprimer le nom et le numéro de téléphone de l'appelé de ses listes d'appel.

Exigences relatives à l'identification

- c) Les personnes qui font des appels téléphoniques en direct non sollicités à des fins de sollicitation doivent identifier la personne au nom de laquelle l'appel est établi et fournir, sur demande, le numéro de téléphone de l'appelant (qui n'a pas à être sans frais) ainsi que le nom et l'adresse d'une personne responsable à qui l'appelé peut s'adresser par écrit.

- d) Les personnes qui font des appels par fax non sollicités à des fins de sollicitation doivent identifier la personne au nom de laquelle l'appel est établi et fournir le numéro de téléphone de l'appelant ainsi que le numéro de fax, le nom et l'adresse d'une personne responsable à qui l'appelé peut s'adresser par écrit.
- e) Lorsque les appels en direct ou les appels par fax non sollicités sont logés par une organisation d'appel professionnelle au nom d'une autre organisation, l'organisation d'appel professionnelle doit également fournir les renseignements précisés en (c) et en (d) ci-dessus en ce qui la concerne.
- f) Les appels téléphoniques en direct ou les appels par fax non sollicités à des fins de sollicitation doivent afficher le numéro de départ ou un autre numéro qui permet de joindre l'appelant, sauf dans les cas où l'affichage du numéro n'est pas possible pour des raisons techniques.

Restrictions relatives aux heures d'appel

- g) À moins de disposition contraire prévue par la loi, les appels par fax non sollicités ne peuvent être établis que de 9 h à 21 h 30 du lundi au vendredi et de 10 h à 18 h le samedi et le dimanche. Les heures d'appel permises correspondent à celles de l'appelé. Dans le cas des appels téléphoniques en direct, aucune restriction ne s'applique quant aux heures d'appel.

Autres règles

- h) Les appels téléphoniques en direct et les appels par fax non sollicités à des fins de sollicitation ne doivent pas aboutir à une ligne d'urgence ou à un établissement de santé.
- i) La composition de numéros séquentiels pour les appels téléphoniques en direct et les appels par fax non sollicités à des fins de sollicitation sont interdits.
- j) La composition aléatoire et les appels à des numéros non inscrits à des fins de sollicitation sont permis.
- k) Les personnes qui revendent le service Centrex doivent déployer tous les efforts raisonnables pour s'assurer que l'utilisateur final n'utilise pas la fonction transfert d'appels du service Centrex pour transmettre des appels téléphoniques en direct ou des appels par fax non sollicités à des fins de sollicitation.

2. Règles relatives à l'utilisation des CMA

Cette section contient un sommaire des règles régissant l'utilisation des composeurs-messagers automatiques (CMA), définis comme un dispositif de composition automatique capable de mémoriser ou de générer des numéros de téléphone à composer et utilisé, seul ou avec l'aide d'un autre appareil, pour transmettre un message enregistré ou synthétisé au numéro de téléphone appelé.

- a) L'utilisation de CMA pour faire des appels non sollicités à des fins de sollicitation est interdite. Cette interdiction vise les appels CMA de sollicitation pour le compte d'un organisme de bienfaisance, l'utilisation de messages CMA invitant les appelés à rester en ligne jusqu'à ce qu'un téléphoniste se libère (dans un but de sollicitation), les activités comme les promotions de postes de radio ou les appels CMA qui renvoient l'appelé à un numéro 900 ou 976.
- b) Les personnes qui revendent le service Centrex doivent déployer tous les efforts raisonnables pour s'assurer que l'utilisateur final n'utilise pas le service pour transmettre des appels CMA non sollicités, sauf les appels à des fins de service public.
- c) L'utilisation de CMA pour des appels non sollicités à d'autres fins que la sollicitation est assujettie aux conditions suivantes :
 - i) Les appels CMA non sollicités autorisés ne doivent pas aboutir à des lignes d'urgence et à des établissements de santé.
 - ii) À moins de disposition contraire prévue par la loi, les appels CMA non sollicités autorisés ne peuvent être établis que de 9 h 30 à 20 h du lundi au vendredi, de 10 h 30 à 17 h le samedi et de midi à 17 h le dimanche.
 - iii) Les appels CMA non sollicités autorisés doivent débiter par un message d'identification de la personne au nom de laquelle l'appel est établi. Ce message doit comporter ce qui suit : (1) une adresse postale, et (2) un numéro de téléphone permettant à l'appelé de joindre, sans frais, une personne responsable représentant l'auteur du message. Si la durée du message dépasse 60 secondes, le message d'identification doit être répété à la fin de l'appel. Lorsque la personne qui loge l'appel mène un sondage au nom d'un client, la maison de sondage ou le client au nom duquel l'appel est logé doit être identifié conformément aux exigences du présent article.
 - iv) Les appels CMA non sollicités autorisés doivent afficher le numéro de départ ou un autre numéro permettant de joindre l'appelant, sauf dans les cas où l'affichage du numéro n'est pas possible pour des raisons techniques.
 - v) La composition de numéros séquentiels est interdite pour les appels CMA non sollicités autorisés.
 - vi) La composition de numéros aléatoires pour les appels CMA non sollicités autorisés, ainsi que les appels à des numéros non publiés sont autorisés.
 - vii) Un utilisateur de CMA doit déployer tous les efforts raisonnables pour s'assurer que son équipement rompt la communication dans les 10 secondes après que l'appelé a raccroché.

