



Décision de Conformité et Enquêtes CRTC 2016-107

Version PDF

Ottawa, le 21 mars 2016

Numéro de dossier : 8665-P67-201410117

Probit Inc. – Demande de redressement à l’égard des Règles sur les télécommunications non sollicitées

Le Conseil rejette la demande de Probit Inc. visant à modifier les Règles sur les télécommunications non sollicitées de façon à limiter davantage leur application aux sondages. Le cadre actuel régissant les télécommunications non sollicitées est conforme aux modifications de 2005 que le Parlement a apportées à la Loi sur les télécommunications et offre un équilibre approprié entre l’autorisation de procéder à des télécommunications non sollicitées dans le cadre de sondages et la prévention d’inconvénients indus susceptibles de découler d’éventuelles utilisations abusives de l’exemption relative aux sondages.

Même dans les cas où des appels sont faits aux fins de sondages légitimes, la promotion de produits ou de services particuliers au cours de ces appels peut entraîner des télécommunications qui ne seraient pas visées par l’exemption d’application alors qu’elles l’auraient normalement été. Les personnes qui offrent des incitatifs en vue d’accroître les taux de réponse à des sondages doivent par conséquent s’assurer que leurs appels ont pour seul but de recueillir des renseignements dans le cadre d’un sondage auprès du public, et que tout incitatif soit présenté d’une manière qui ne sera pas perçue comme de la sollicitation.

Demande

1. Le Conseil a reçu une demande de Probit Inc. (Probit), datée du 29 septembre 2014, dans laquelle elle demandait au Conseil de modifier l’application des Règles sur les télécommunications non sollicitées (Règles) en ce qui a trait aux sondages.
2. Plus particulièrement, Probit a demandé que le Conseil :
 - modifie les définitions de « télémarketing » et de « télévendeur », telles qu’énoncées dans la partie I des Règles, afin d’exclure les sondages menés dans le but de déterminer les points de vue du public;
 - modifie la partie IV des Règles afin d’exclure expressément les sondages de l’application des Règles sur les composeurs-messagers automatiques (CMA).
3. Le Conseil a reçu une intervention concernant la demande de Probit de la part de l’Association de la recherche et de l’intelligence marketing (ARIM). On peut

consulter sur le site Web du Conseil le dossier public de l'instance, lequel a été fermé le 3 novembre 2014. On peut y accéder à l'adresse www.crtc.gc.ca ou au moyen du numéro de dossier indiqué ci-dessus.

Questions

4. Le Conseil a établi qu'il devait se prononcer sur les questions suivantes dans la présente décision :
 - Les définitions de « télémarketing » et de « télévendeur », telles qu'énoncées dans la partie I des Règles, devraient-elles être modifiées afin d'exclure les sondages menés dans le but de déterminer les points de vue du public?
 - La partie IV des Règles devrait-elle être modifiée afin d'exclure expressément les sondages de l'application des Règles sur les CMA?

Les définitions de « télémarketing » et de « télévendeur », telles qu'énoncées dans la partie I des Règles, devraient-elles être modifiées afin d'exclure les sondages menés dans le but de déterminer les points de vue du public?

5. Probit a soutenu que le pouvoir du Conseil de réglementer les télécommunications non sollicitées est le résultat de modifications législatives apportées par le Parlement à la *Loi sur les télécommunications (Loi)* en 2005 en vue de faciliter la création de la Liste nationale de numéros de télécommunication exclus (LNTE) et d'un régime de sanctions administratives pécuniaires connexe. Probit a affirmé que les exemptions créées par le Parlement en vertu de ces modifications avaient pour but d'exempter les télécommunications des organisations d'études de marché de la catégorie des télécommunications de télémarketing réglementées.
6. Probit a indiqué que le fait d'assujettir les appels de sondage aux Règles de télémarketing ou aux Règles sur les CMA est contraire au souhait exprimé par le Parlement d'exclure ces types d'appels de la réglementation de télémarketing. L'ARIM et Probit ont par conséquent questionné la pertinence des activités d'application de la loi du personnel du Conseil en ce qui a trait à l'offre d'une compensation pécuniaire ou non pécuniaire pour participer à un sondage (c.-à-d. des incitatifs). Elles sont d'avis que de telles activités d'application de la loi s'écartent des instructions du Parlement de même que de décisions et publications antérieures du Conseil où l'on précisait que ces activités d'études de marché n'étaient pas visées par cette réglementation. L'ARIM a souligné l'importance qu'accorde l'industrie des études de marché aux incitatifs à la participation. Probit a fait référence aux présentations qu'a préparées le personnel du Conseil et transmises aux membres de l'industrie des études de marché en août 2008, dans lesquelles les appels téléphoniques faits dans le but de recruter des groupes types étaient présentés comme des activités de sondage.

7. Par conséquent, Probit a demandé la révision des définitions de « télémarketing » et de « télévendeur » de façon à exclure sans réserve de l'application des Règles sur la LNNTÉ et des Règles de télémarketing tout « sondage mené dans le but de déterminer les points de vue du public ».

Résultats de l'analyse du Conseil

8. Le Conseil réglemente les télécommunications non sollicitées en vertu des articles 41 à 41.7 et 72.01 à 72.15 de la *Loi*. Le cadre sur lequel s'appuie actuellement le Conseil pour réglementer les télécommunications non sollicitées est défini dans les Règles. Plus récemment, le Conseil a apporté des changements aux Règles dans la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2014-155.
9. Les Règles comprennent les Règles sur la LNNTÉ, les Règles de télémarketing et les Règles sur les CMA. Les Règles sur la LNNTÉ ont d'abord été introduites dans la décision de télécom 2007-48. Les restrictions sur le télémarketing et l'utilisation des CMA existaient bien avant cette décision. On traite de ces restrictions, qui avaient auparavant été intégrées dans les tarifs approuvés pour chaque entreprise individuelle, dans de précédentes décisions du Conseil, notamment les décisions de télécom 85-2 et 94-10.
10. Les arguments avancés par Probit reposent en partie sur une mauvaise compréhension de la nature des pouvoirs du Conseil de réglementer les télécommunications non sollicitées et les exemptions énoncées par le Parlement aux termes de l'article 41.7 de la *Loi*.
11. Le pouvoir général de réglementation du Conseil en ce qui a trait aux télécommunications non sollicitées n'est pas restreint à la réglementation du télémarketing ou à l'administration d'une liste nationale de numéros de télécommunication exclus. Probit a incorrectement attribué l'origine du paragraphe 41(1)¹ de la *Loi* aux modifications apportées par le Parlement en 2005. Aussi, le pouvoir délégué au Conseil en vertu de ce paragraphe existe depuis l'adoption de la *Loi* en 1993.
12. Dans les modifications de 2005, le Parlement a introduit les articles 41.1 à 41.7 de la *Loi*, lesquels « créent un cadre législatif pour la gestion d'une liste d'exclusion nationale ». Conformément à l'alinéa 41.7(1)f) de la *Loi*, les appels faits dans l'unique but de recueillir des renseignements dans le cadre d'un sondage auprès du public sont exemptés de l'application des interdictions ou des exigences liées à une liste nationale de numéros de télécommunications exclus. Les exemptions établies aux termes de l'article 41.7 de la *Loi* ne s'appliquent pas à d'autres cadres relatifs aux télécommunications non sollicitées tels que les Règles de télémarketing et les Règles sur les CMA.

¹ Le paragraphe 41(1) de la *Loi* énonce que le Conseil peut, par ordonnance, interdire ou réglementer, dans la mesure qu'il juge nécessaire — compte tenu de la liberté d'expression — pour prévenir tous inconvénients anormaux, l'utilisation par qui que ce soit des installations de télécommunication de l'entreprise canadienne en vue de la fourniture de télécommunications non sollicitées.

13. Les révisions demandées par Probit auraient de fait élargi de manière inappropriée l'exemption créée par le Parlement aux fins des sondages, puisque la mise en œuvre de telles révisions aurait eu pour conséquence de ne plus limiter les appels visant à recueillir des renseignements auprès du public à cette seule fin. Contrairement aux autres exemptions énoncées à l'article 41.7 de la *Loi*, l'exemption relative aux appels de sondage s'applique sans égard à l'identité de l'appelant. En rattachant l'exemption au but de l'appel et en exigeant que le but visé par l'exemption soit le seul but de l'appel, la *Loi* et les Règles s'assurent de prévenir une utilisation abusive de l'exemption. Par conséquent, un télévendeur appelant afin d'annoncer les produits ou les services d'une entreprise ne peut contourner les Règles sur la LNNTE ou les Règles de télémarketing en posant simplement des questions à l'appelé alors qu'il présente son message promotionnel. De même, un sondeur ne peut contourner les Règles sur la LNNTE ou les Règles de télémarketing en posant des questions à l'appelé dans un but de prospection².
14. Ni les documents auxquels Probit et l'ARIM ont fait référence, ni aucune communication du personnel du Conseil ne représentent des décisions du Conseil dans lesquelles ce dernier établit une politique du Conseil ou modifie les Règles. En outre, dans le document cité par Probit, le personnel du Conseil a répondu à une question différente et plus générale que la question de savoir s'il est permis en vertu des Règles de faire la promotion d'incitatifs auprès d'éventuels participants à un sondage en vue d'accroître les taux de réponse.
15. Le Conseil reconnaît que l'offre d'incitatifs est une pratique légitime utilisée par l'industrie des études de marché dans le cadre de sondages afin d'accroître les taux de réponse. Toutefois, à l'instar de tout autre type d'appels non sollicités, les sondages doivent être réalisés conformément aux Règles.
16. Pour être exempté des Règles sur la LNNTE, un sondage doit pleinement répondre aux critères établis à l'article 41.7 de la *Loi*. L'alinéa 41.7(1)f) de la *Loi* précise que les appels doivent être faits dans l'unique but de recueillir des renseignements dans le cadre d'un sondage auprès du public. De la même façon, l'exemption des appels de sondage des Règles de télémarketing est subordonnée à ce que de tels appels soient dénués de toute sollicitation. Telle que définie dans les Règles, la « sollicitation » désigne la vente ou la promotion indirecte d'un produit ou d'un service, soit au nom de l'appelant ou d'une autre personne.
17. Les chercheurs décidant d'offrir des incitatifs à la participation aux sondages doivent par conséquent faire preuve de prudence relativement à ce qu'ils offrent et à la façon dont cette offre est présentée. Si un incitatif est présenté d'une manière qui modifie le contexte de l'appel – par exemple, dans l'intention d'inciter à participer à une activité autre que de répondre à un sondage particulier –, le sondage ne serait dès lors plus l'unique but de l'appel et l'exemption aux Règles sur la LNNTE ne s'appliquerait plus. Si le fait d'offrir un incitatif constitue une sollicitation – par exemple, si l'appel vise indûment à promouvoir des produits ou services particuliers –, les Règles de télémarketing s'appliqueraient alors.

² Le terme « prospection » s'entend de l'évaluation de l'intérêt d'un éventuel consommateur.

18. Voici les facteurs contextuels dont les personnes ou organisations effectuant des appels de sondage devraient tenir compte quand elles décident de faire de la promotion à la participation à des appels de sondage non sollicités, facteurs qui pourraient modifier le but des appels et les inclure dans la définition de sollicitation et, de ce fait, en faire du télémarketing :
- le montant ou la valeur financière de l'incitatif;
 - si l'incitatif est directement lié à des produits ou services offerts par le sondeur, ou par un client ou un commanditaire ayant commandé le sondage;
 - si l'incitatif s'apparente à toute activité promotionnelle typique du sondeur ou du client, notamment une estimation gratuite d'un entrepreneur général;
 - si l'incitatif a tendance à attirer le participant à l'établissement principal du sondeur ou du client, notamment un contrôle d'entretien d'une entreprise de réparation de véhicules automobiles;
 - si l'incitatif est offert à tous les participants ou uniquement à ceux qui donnent certaines réponses;
 - si l'incitatif est lié à la participation à un sondage particulier, ou à une participation future ou générale à des activités susceptibles indirectement ou éventuellement d'inclure un sondage;
 - la nature générale et le ton du message énoncé pour informer le participant de l'incitatif.
19. Compte tenu de ce qui précède, les révisions demandées par Probit aux définitions de « télémarketing » et de « télévendeur » ne sont ni nécessaires, ni appropriées. Les exemptions énoncées à l'article 41.7 de la *Loi* sont directement reproduites dans les Règles sur la LNNTE. En outre, les Règles de télémarketing ne s'appliquent pas aux appels non sollicités à des fins autres que de la sollicitation.
20. Les exemptions prévues dans les Règles sont le reflet d'une approche équilibrée visant à éviter les abus par les parties, à savoir de faire des appels à des fins autres que des sondages. Bien que les chercheurs doivent faire preuve d'un certain degré de prudence en vue de s'assurer que leurs appels soient effectivement faits dans l'unique but de recueillir des renseignements dans le cas d'un sondage auprès du public, les appels de sondage légitimes continuent d'être exemptés tant des Règles sur la LNNTE que des Règles de télémarketing.

La partie IV des Règles devrait-elle être modifiée afin d'exclure expressément les sondages de l'application des Règles sur les CMA?

21. Probit a affirmé que l'application des Règles sur les CMA aux appels de sondage fait partie de la réglementation sur le télémarketing et que les appels de sondage devraient être exemptés de cette réglementation puisqu'ils ne constituent pas du télémarketing. Probit et l'ARIM étaient d'avis que d'assujettir les appels de sondage aux Règles sur les CMA est contraire aux instructions du Parlement et non conforme à l'article 41.7 de la *Loi*.

22. Tant l'ARIM que Probit ont protesté contre l'exigence de communiquer dans le cadre des sondages la partie au nom de laquelle l'appel est fait lors de l'utilisation des technologies des CMA (exigence relative à l'identification). Probit et l'ARIM ont en outre soutenu que d'assujettir les sondages à l'exigence relative à l'identification des Règles sur les CMA menace l'intégrité des données de sondage et que cette exigence a été imposée sans en avoir avisé leur industrie dans la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2014-155, et sans justification. Selon l'ARIM, l'exigence relative à l'identification contredit les exemptions énoncées à l'article 41.7 de la *Loi*, et le Conseil a omis de tenir compte de manière appropriée des répercussions de l'exigence relative à l'identification sur l'intégrité des données de sondage.

Résultats de l'analyse du Conseil

23. Tel qu'expliqué ci-dessus, l'article 41.7 de la *Loi* exempte de l'application des Règles sur la LNNTE les appels faits dans l'unique but de recueillir des renseignements dans le cadre d'un sondage auprès du public. De tels appels demeurent néanmoins des télécommunications non sollicitées.
24. Contrairement aux arguments de Probit, les Règles sur les CMA ne visent pas uniquement les télévendeurs. Elles réglementent l'utilisation des technologies des CMA dans le but de procéder à toute télécommunication non sollicitée. Par conséquent, toutes les télécommunications non sollicitées effectuées à l'aide des technologies des CMA doivent respecter les Règles sur les CMA, qu'elles soient faites ou non dans un but de sollicitation. Le Parlement n'a pas indiqué que les sondages devaient être traités différemment à cet égard.
25. En ce qui a trait à la raison d'être d'une telle réglementation, le Conseil s'est penché à de nombreuses occasions sur les inconvénients uniques qu'imposent les CMA aux consommateurs. Par exemple, au paragraphe 446 de la décision de télécom 2007-48, le Conseil a indiqué ce qui suit :

Dans la décision 94-10, le Conseil a conclu que les télécommunications par CMA non sollicitées occasionnaient de plus grands inconvénients que les appels téléphoniques non sollicités et étaient plus susceptibles d'être perçus comme une intrusion, parce que les appels par CMA ne permettaient pas au consommateur d'interagir avec l'agent. Le Conseil est d'avis que la création de la LNNTE ne répond pas suffisamment à cette préoccupation. Le Conseil estime que les consommateurs qui ne s'inscrivent pas sur la LNNTE parce qu'ils sont réceptifs aux télécommunications à des fins de télémarketing en direct ne seront pas nécessairement réceptifs aux appels par CMA. Par conséquent, les inconvénients propres à l'utilisation des CMA seraient toujours présents pour ces consommateurs.

26. Le Conseil a exprimé des préoccupations semblables à propos de la nature intrusive des CMA dans la décision de télécom 2004-35, la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2014-155 et, plus récemment, la décision de Conformité et Enquêtes 2015-117.
27. Bien que le Conseil ait apporté des changements aux Règles sur les CMA dans la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2014-155 en ce qui a trait aux appels non sollicités composés par CMA, ces changements portaient uniquement sur une nouvelle exigence d'inclure une brève description du but de l'appel, un assouplissement de l'exigence relative à l'identification afin de permettre le remplacement d'une adresse postale par une adresse électronique, et une exigence selon laquelle toutes les coordonnées fournies demeurent valides pendant au moins 60 jours.
28. Les appels par CMA faits à des fins autres que la sollicitation (tels que les sondages) ont été assujettis à d'autres exigences réglementaires, dont l'exigence relative à l'identification, depuis la mise en œuvre de la décision de télécom 94-10, dans laquelle le Conseil a déclaré ce qui suit à la section 3 :

Afin de permettre aux appelés de mieux identifier l'appelant et d'aider à retracer les appelants qui peuvent enfreindre les conditions, le Conseil estime que chaque appel de CMA autorisé non sollicité devrait commencer par un message clair identifiant la personne au nom de laquelle l'appel est logé.
29. L'incidence de l'exigence relative à l'identification sur l'efficacité des activités d'appels de sondage a été abordée dans l'instance ayant mené à cette décision, et a été traitée au paragraphe suivant de cette même décision, comme suit :

En vertu de la présente décision, les appels téléphoniques en direct à des fins de sondage ne seront pas assujettis aux restrictions. Ainsi, lorsque l'identification de l'appelant, par exemple, fausserait les résultats, les sondages continueraient d'être menés au moyen de téléphonistes « en direct ».
30. Le Conseil a réaffirmé l'exigence relative à l'identification dans la décision de télécom 2004-35, et l'a reportée dans les Règles, qui exigent que « [...] la télécommunication doit commencer par un message donnant clairement le nom de la personne pour le compte de laquelle la télécommunication est faite [...] ».
31. Contrairement à la position des parties selon laquelle l'exigence relative à l'identification a été introduite dans la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2014-155 et a été imposée à l'industrie sans leur avoir donné véritablement l'occasion de présenter leurs observations, cette exigence a été appliquée expressément aux appels faits à des fins autres que la sollicitation depuis la publication de la décision de télécom 94-10. L'industrie a eu maintes occasions de présenter ses observations sur cette question, y compris au cours du plus récent examen des Règles du Conseil entrepris dans le cadre de l'avis de consultation de Conformité et Enquêtes 2013-140.

32. Compte tenu de ce qui précède, les révisions demandées par Probit à la partie IV des Règles en vue d'exclure expressément les sondages de l'application des Règles sur les CMA ne sont ni requises, ni appropriées. Les Règles sur les CMA réglementent l'utilisation des technologies des CMA par quiconque procède à des télécommunications non sollicitées. Les exemptions des Règles sur la LNNTTE et des Règles de télémarketing ne s'appliquent pas aux Règles sur les CMA.

Conclusions

33. Le cadre réglementaire actuel du Conseil régissant les télécommunications non sollicitées comprend une exemption d'une large portée des Règles sur la LNNTTE et des Règles de télémarketing pour ce qui est des télécommunications non sollicitées faites dans l'unique but de mener un sondage auprès du public. Toutes les télécommunications non sollicitées effectuées à l'aide de CMA sont assujetties aux Règles sur les CMA, y compris celles qui ne constituent pas du télémarketing.
34. Probit n'a pas établi que le redressement demandé est nécessaire pour se conformer aux intentions du Parlement à l'égard de la réglementation des télécommunications non sollicitées. Les changements proposés par Probit accroîtraient d'éventuelles utilisations abusives de l'exemption liée aux sondages comme outil de télémarketing ou de prospection, augmentant ainsi le nombre de télécommunications non sollicitées indésirables faites aux Canadiens.
35. Compte tenu de tout ce qui précède, le Conseil **rejette** la demande de Probit.

Secrétaire générale

Documents connexes

- *Demande de révision et de modification de la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2014-155, et demandes de modification des Règles sur les télécommunications non sollicitées concernant l'utilisation de composeurs-messagers automatiques pour les appels de recouvrement de créances, Décision de Conformité et Enquêtes CRTC 2015-117, 31 mars 2015*
- *Examen des Règles sur les télécommunications non sollicitées, Politique réglementaire de Conformité et Enquêtes CRTC 2014-155, 31 mars 2014*
- *Examen des Règles sur les télécommunications non sollicitées, Avis de consultation de Conformité et Enquêtes CRTC 2013-140, 20 mars 2013, modifié par l'Avis de consultation de Conformité et Enquêtes CRTC 2013-140-1, 31 mai 2013*
- *Cadre applicable aux Règles sur les télécommunications non sollicitées et la liste nationale de numéros de télécommunication exclus, Décision de télécom CRTC 2007-48, 3 juillet 2007, modifiée par la Décision de télécom CRTC 2007-48-1, 19 juillet 2007*

- *Examen des règles de télémarketing*, Décision de télécom CRTC 2004-35, 21 mai 2004
- *Utilisation des installations des compagnies de téléphone pour la fourniture de télécommunications non sollicitées*, Décision Télécom CRTC 94-10, 13 juin 1994
- *Utilisation des composeurs-messagers automatiques*, Décision Télécom CRTC 85-2, 4 février 1985