



Décision de Conformité et Enquêtes CRTC 2021-399

Version PDF

Ottawa, le 2 décembre 2021

Numéro de dossier : UTR 9174-2831

2260948 Ontario Inc., exerçant ses activités sous le nom de Smart Choice Window and Door Systems – Violations des Règles sur les télécommunications non sollicitées

Le Conseil impose une sanction administrative pécuniaire totalisant 42 000 \$ à 2260948 Ontario Inc., exerçant ses activités sous le nom de Smart Choice Window and Door Systems, pour des appels de télémarketing i) à des consommateurs dont les numéros de téléphone figuraient sur la Liste nationale de numéros de télécommunication exclus (LNNTE); ii) alors qu'elle n'était pas inscrite auprès de l'administrateur de la LNNTE; et iii) alors qu'elle n'était pas abonnée à la LNNTE, ce qui a entraîné 21 violations des Règles sur les télécommunications non sollicitées.

Introduction

1. Entre le 24 mars 2017 et le 14 octobre 2019, le Conseil a reçu 61 plaintes de consommateurs concernant des appels de télémarketing qui semblaient avoir été effectués par 2260948 Ontario Inc., exerçant ses activités sous le nom de Smart Choice Window and Door Systems (Smart Choice).
2. Le 30 octobre 2020, à la suite d'une enquête, un agent désigné par le Conseil¹ a émis un procès-verbal de violation² à Smart Choice en application de la *Loi sur les télécommunications (Loi)*. Le procès-verbal de violation était accompagné de matériel à l'appui, notamment une lettre de présentation indiquant les raisons pour lesquelles la sanction proposée dans le procès-verbal était jugée appropriée, des copies des éléments de preuve recueillis au cours de l'enquête, y compris de l'information fournie par Smart Choice, ainsi que le rapport d'enquête détaillant l'analyse des éléments de preuve par le personnel d'enquête du Conseil.
3. Le procès-verbal informait Smart Choice qu'elle avait effectué des appels de télémarketing entre le 18 septembre 2017 et le 31 octobre 2018, menant à :

¹ L'alinéa 72.04(1)a) de la *Loi sur les télécommunications (Loi)* énonce que le Conseil peut désigner, individuellement ou au titre de leur appartenance à telle catégorie, les agents autorisés à dresser des procès-verbaux pour une violation.

² Le paragraphe 72.07(1) de la *Loi* énonce que l'agent verbalisateur peut, s'il a des motifs raisonnables de croire qu'une violation a été commise, dresser un procès-verbal de violation qu'il fait signifier à l'auteur présumé.

- sept violations de l'article 4 de la partie II des [Règles sur les télécommunications non sollicitées](#) (Règles), qui énonce que les télévendeurs doivent prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à ce qu'ils ne fassent pas de télécommunications à des fins de télémarketing auprès de consommateurs dont les numéros de téléphone figurent sur la Liste nationale de numéros de télécommunication exclus (LNNTE) sans avoir obtenu leur consentement exprès;
 - sept violations de l'article 6 de la partie II des Règles, qui énonce que les télévendeurs ne doivent pas faire des télécommunications à des fins de télémarketing en leur propre nom à moins d'être abonnés à la LNNTE et d'avoir payé les frais applicables à l'administrateur de la LNNTE;
 - sept violations de l'article 2 de la partie III des Règles, qui énonce que les télévendeurs ne doivent pas faire des télécommunications à des fins de télémarketing en leur propre nom à moins d'être inscrits auprès de l'administrateur de la LNNTE, de lui avoir fourni des renseignements et d'avoir payé tous les frais applicables.
4. Le procès-verbal de violation prévoyait une sanction administrative pécuniaire (sanction) totale de 42 000 \$, pour 21 violations, à raison de 2 000 \$ par violation.
 5. Le Conseil a reçu des observations de la part de Smart Choice le 30 novembre 2020, dans lesquelles l'entreprise affirmait que les appels qu'elle avait effectués n'étaient pas des appels de télémarketing puisqu'ils étaient effectués dans le cadre d'un système d'aiguillage. L'entreprise a également mis en doute la validité de l'une des sept déclarations des consommateurs.
 6. Selon le paragraphe 72.08(2) de la *Loi*, si une personne présente des observations conformément au procès-verbal de violation, le Conseil doit décider, selon la prépondérance des probabilités, si la personne a commis les violations. S'il décide que la personne a effectivement commis les violations, il peut imposer la sanction.

Questions

7. Selon le dossier de la présente instance, le Conseil a établi qu'il devait examiner les questions suivantes :
 - Les appels téléphoniques effectués dans le cadre d'un système d'aiguillage constituent-ils des appels de télémarketing?
 - Le Conseil devrait-il considérer comme invalide l'une des sept déclarations des témoins?
 - Smart Choice a-t-elle commis les violations indiquées dans le procès-verbal de violation?
 - Une sanction de 42 000 \$ est-elle appropriée?

Les appels téléphoniques effectués dans le cadre d'un système d'aiguillage constituent-ils des appels de télémarketing?

8. Le Conseil fait remarquer que Smart Choice a reconnu avoir contacté certains clients potentiels par téléphone. Cependant, elle a argué qu'elle n'a enfreint aucun article des Règles, puisque les appels ont été effectués à des numéros de téléphone obtenus au moyen de références de clients actuels et potentiels. Les clients étaient invités à remplir un formulaire d'aiguillage et à fournir les noms et numéros de téléphone de cinq personnes au maximum. Les clients recevraient des cartes-cadeaux pour les références, et auraient la possibilité de gagner d'autres prix. D'autres références ont été obtenues au moyen des réseaux sociaux et des publicités sur Internet.
9. Dans la décision de télécom 2007-48, le Conseil a indiqué que les individus recevant des appels de télémarketing à la suite de références peuvent considérer ces appels comme une source d'inconvénients anormaux et que, par conséquent, les appels effectués dans le cadre d'un système d'aiguillage ne constituent pas une exemption aux Règles.
10. Quant à savoir si les appels effectués par Smart Choice à des clients potentiels étaient des « appels de télémarketing », la partie I, article 1 des Règles définit le « télémarketing » comme « l'utilisation d'installations de télécommunication pour effectuer des télécommunications non sollicitées à des fins de sollicitation ». Pour sa part, la « sollicitation » est définie, toujours dans la partie I, article 1, comme « la vente ou la promotion d'un produit ou d'un service ou la sollicitation d'argent ou d'une valeur pécuniaire, soit directement ou indirectement et soit au nom d'une autre personne ».
11. En ce qui concerne l'élément « non sollicité », le Conseil fait remarquer que le dossier suggère que les sept appels couverts par le procès-verbal de violation étaient effectivement non sollicités, comme en témoignent les déclarations des consommateurs indiquant qu'ils n'avaient pas donné leur consentement pour recevoir les appels de télémarketing effectués par Smart Choice ou en son nom.
12. Les références obtenues par Smart Choice ont donc entraîné l'utilisation par l'entreprise « d'installations de télécommunication pour effectuer des télécommunications non sollicitées » dans le but de faire « la vente ou la promotion d'un produit ou d'un service », ce qui relève de la définition du « télémarketing » en vertu des Règles.
13. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que les appels effectués par Smart Choice à l'aide d'un système d'aiguillage constituaient des appels de télémarketing, tels que définis par les Règles. Ainsi, Smart Choice avait l'obligation d'effectuer ces appels conformément aux Règles.

Le Conseil devrait-il considérer comme invalide l'une des sept déclarations des témoins?

14. Dans ses observations, Smart Choice a argué que l'une des sept déclarations des consommateurs figurant dans le rapport d'enquête lui semblait suspecte et qu'elle mettait en doute sa validité, du fait qu'elle avait été déposée par un ancien associé en affaires. Smart Choice a affirmé qu'à la suite d'une transaction commerciale infructueuse, le propriétaire de Smart Choice avait engagé des poursuites judiciaires contre cet ancien associé en affaires.
15. Le Conseil fait remarquer que bien que Smart Choice ait remis en question la validité de la déclaration de ce témoin en particulier, elle n'a déposé aucun élément de preuve à l'appui pour discréditer la déclaration.
16. Le Conseil fait également remarquer que l'ancien associé en affaires n'était pas le seul individu à s'être plaint au Conseil d'un appel non sollicité de Smart Choice et à avoir déposé une déclaration du consommateur après avoir déposé une plainte. Six autres consommateurs ont également déposé des déclarations, parmi lesquels deux individus dont le numéro d'indicatif régional (905) était le même que celui de l'ancien associé en affaires.
17. Bien qu'il puisse sembler inhabituel pour un ancien associé en affaires d'avoir reçu un appel de télémarketing de la part de Smart Choice, rien dans le dossier ne permet de conclure que cette plainte et cette déclaration étaient fondées sur de fausses allégations d'appels de télémarketing effectués par Smart Choice.
18. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut que rien dans le dossier ne permet de conclure à l'invalidité de la déclaration de ce consommateur.

Smart Choice a-t-elle commis les violations indiquées dans le procès-verbal de violation?

19. Le Conseil déterminera maintenant si les appels de télémarketing effectués par Smart Choice ont donné lieu à des violations des Règles, telles qu'énoncées dans le procès-verbal de violation, à savoir : effectué i) des appels de télémarketing à des consommateurs dont les numéros de téléphone étaient inscrits sur la LNNTE depuis plus de 31 jours, sans leur consentement exprès ou une exemption applicable; et ii) des appels de télémarketing à des numéros de téléphone dans des indicatifs régionaux canadiens sans être inscrite auprès de l'administrateur de la LNNTE ou être abonnée à la LNNTE.

Effectuer des appels de télémarketing à des consommateurs dont les numéros de téléphone figuraient sur la LNNTE pendant plus de 31 jours, sans avoir obtenu leur consentement exprès ou sans exemption applicable

20. Conformément à l'article 4 de la partie II des Règles, un télévendeur ne doit pas appeler le numéro de téléphone d'un consommateur inscrit sur la LNNTE sans le

consentement exprès du consommateur. Le paragraphe 4b) de la partie VII des Règles énumère les autres exceptions applicables.

21. Le Conseil fait remarquer que dans le cas présent, les sept déclarations des consommateurs confirment que ceux qui ont reçu un appel de Smart Choice étaient inscrits sur la LNNTÉ depuis plus de 31 jours avant la réception de l'appel en question. Le Conseil fait également remarquer que les déclarations des consommateurs indiquent spécifiquement que ni le consommateur, ni quiconque résidant avec ce dernier, n'a donné son consentement exprès pour recevoir des appels de télémarketing effectués par Smart Choice ou en son nom.
22. Le Conseil fait également remarquer que Smart Choice n'a fourni aucun élément de preuve démontrant que les consommateurs avaient donné un consentement exprès et valide pour être contactés, ou que l'une des exemptions concernant l'obligation d'obtenir un tel consentement s'appliquait aux appels qu'elle a effectués. En vertu des Règles, il incombe au télévendeur de démontrer qu'il bénéficie d'une exemption ou qu'un consentement exprès a été obtenu.
23. Enfin, bien que Smart Choice ait fait remarquer qu'il y a des entreprises en Alberta opérant sous les noms de « Vinyl Window Pro » et « Smart Windows » ou « Smart Glass » qui semblent effectuer des appels de télémarketing, elle a confirmé que le numéro figurant dans les sept déclarations des consommateurs était bien le sien.

Effectuer des appels de télémarketing à des numéros de téléphone dans des indicatifs régionaux canadiens sans être inscrite auprès de l'administrateur de la LNNTÉ ou abonnée à la LNNTÉ

24. Conformément à l'article 6 de la partie II et à l'article 2 de la partie III, article 2 des Règles, les télévendeurs ont la responsabilité de s'inscrire auprès de l'administrateur de la LNNTÉ et d'acheter des abonnements pour les numéros qu'ils souhaitent appeler.
25. Le Conseil fait remarquer que non seulement l'administrateur de la LNNTÉ a confirmé qu'il n'existait aucune inscription sur la LNNTÉ pour aucun des noms commerciaux associés à Smart Choice au cours de la période couverte par le procès-verbal de violation, mais que Smart Choice elle-même a reconnu qu'elle n'était pas inscrite auprès de l'administrateur de la LNNTÉ et qu'elle n'était pas abonnée à la LNNTÉ pendant cette même période.
26. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut, selon la prépondérance des probabilités, que pendant la période couverte par le procès-verbal de violation, Smart Choice a effectué sept appels de télémarketing menant à 21 violations des Règles, ou plus précisément :
 - sept violations de l'article 4 de la partie II des Règles, qui énonce que les télévendeurs doivent prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à ce qu'ils ne fassent pas de télécommunications à des fins de télémarketing auprès de

consommateurs dont les numéros de téléphone figurent sur la LNNTE sans avoir obtenu leur consentement exprès;

- sept violations de l'article 6 de la partie II des Règles, qui énonce que les télévendeurs ne doivent pas faire des télécommunications à des fins de télémarketing en leur propre nom à moins d'être abonnés à la LNNTE et d'avoir payé les frais applicables à l'administrateur de la LNNTE;
- sept violations de l'article 2 de la partie III des Règles, qui énonce que les télévendeurs ne doivent pas faire des télécommunications à des fins de télémarketing en leur propre nom à moins d'être inscrits auprès de l'administrateur de la LNNTE, de lui avoir fourni des renseignements et d'avoir payé tous les frais applicables.

Une sanction de 42 000 \$ est-elle appropriée?

27. Afin de déterminer si une sanction totale de 2 000 \$ par violation, pour un total de 42 000 \$, comme énoncé dans le procès-verbal de violation, est une sanction appropriée, le Conseil examine la nature des violations, le nombre et la fréquence des plaintes et des violations, le risque de violations futures, le caractère dissuasif de la mesure et la capacité de payer du contrevenant³. Le Conseil fait remarquer que Smart Choice n'a pas abordé le caractère approprié de la sanction dans ses observations.

Nature des violations

28. Le Conseil estime qu'effectuer des appels de télémarketing non sollicités, reposant dans certains cas sur un système d'aiguillage inapproprié et adressé à des consommateurs dont les numéros sont inscrits sur la LNNTE, cause d'importants inconvénients aux consommateurs en trompant leur attente que l'inscription de leurs numéros sur la LNNTE leur assurera de ne pas recevoir ce type d'appels.

29. Le Conseil estime également qu'effectuer des activités de télémarketing sans être inscrit auprès de l'administrateur de la LNNTE ni être abonné à la LNNTE constitue un manquement important aux Règles, car cela augmente la probabilité que des appels non sollicités soient effectués à des consommateurs dont les numéros sont inscrits sur la LNNTE.

Nombre et fréquence des plaintes et des violations

30. En ce qui concerne le nombre et la fréquence des violations, le Conseil fait remarquer qu'aucun registre des appels n'a été fourni par Smart Choice au cours de l'enquête. Par conséquent, il n'est pas possible d'estimer le nombre réel d'appels de télémarketing effectués pendant la période couverte par le procès-verbal de violation vers des numéros de téléphone inscrits sur la LNNTE depuis plus de 31 jours.

³ Voir la décision de télécom 2007-48 et la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2015-109.

31. Quant au nombre et à la fréquence des plaintes, le Conseil fait remarquer que si 61 plaintes contre Smart Choice ont été reçues entre le 24 mars 2017 et le 14 octobre 2019, environ 18 mois sur cette période de 30 mois se situent en dehors de la période couverte par le procès-verbal de violation. Le Conseil fait également remarquer qu'en raison de l'exclusion des plaintes dans le dossier de la présente instance, il n'est pas possible de déterminer combien des 61 plaintes ont été reçues pendant la période couverte par le procès-verbal, ni si les questions soulevées dans les plaintes étaient directement liées aux violations énoncées dans le procès-verbal de violation.
32. Par conséquent, le Conseil prendra en considération le nombre total de déclarations des consommateurs figurant au dossier (sept). Cette démarche est conforme à l'approche adoptée par le Conseil dans le passé, à savoir l'imposition de sanctions administratives pécuniaires sur la base des déclarations de témoins figurant au dossier plutôt que sur le nombre de plaintes reçues⁴.

Risque de violations futures

33. Le Conseil fait remarquer qu'il ne s'agit pas de la première fois qu'un procès-verbal de violation est émis à cette entreprise. Malgré un changement de nom, Smart Choice demeure la même entité juridique que Vinyl Windows Pro, qui a fait l'objet d'une sanction administrative pécuniaire de 12 000 \$ imposée par le Conseil dans la décision de Conformité et Enquêtes 2014-92 pour 12 violations des articles 4 et 7 de la partie II et de l'article 3 de la partie III des Règles.
34. Cependant, les violations que Smart Choice a commises cette fois-ci ne sont pas tout à fait du même type que celles énoncées dans la décision de Conformité et Enquêtes 2014-92, où elle avait employé une entreprise de télémarketing pour effectuer des appels de télémarketing en son nom.
35. Le Conseil fait également remarquer que Smart Choice semble avoir fait preuve de bonne foi dans ses récentes pratiques commerciales, ayant opté pour un système d'aiguillage pour obtenir de nouveaux clients et croyant (bien qu'à tort) que les appels qui en résultent ne constituent pas des appels de télémarketing. Cela semble être la raison pour laquelle Smart Choice n'a pas cru être dans l'obligation d'adhérer aux Règles.
36. Smart Choice a néanmoins fait preuve d'un manque de considération ou de compréhension à l'égard des Règles, alors qu'elle aurait dû reconnaître son devoir d'assurer sa conformité aux Règles au moment d'effectuer des appels de télémarketing à des clients potentiels.

⁴ Voir, par exemple, la décision de télécom 2014-424.

37. Le Conseil estime donc que la conduite actuelle et passée de Smart Choice appelle à une sanction par violation plus élevée que la première sanction imposée en 2014, soit 1 000 \$ par violation.

Caractère dissuasif de la mesure

38. Le Conseil fait remarquer que le but d'une sanction est de favoriser le respect des Règles et non de punir. Le montant de la sanction doit donc refléter la nature de la non-conformité et doit dissuader les contrevenants de récidiver à l'avenir, tout en les incitant à se conformer aux Règles. Par conséquent, les sanctions doivent être suffisamment élevées pour éviter qu'il ne soit financièrement avantageux pour un télévendeur ou un client d'un télévendeur de les payer comme un coût de fonctionnement⁵.

39. Le Conseil estime que Smart Choice a tiré un avantage financier de sa non-conformité aux Règles en évitant les coûts associés aux abonnements qu'elle était tenue d'acheter avant d'effectuer des appels de télémarketing. Dans le cas présent, ces coûts, pour les 13 mois faisant l'objet du procès-verbal de violation, auraient été de 9 396 \$ (ou 447,43 \$ par violation)⁶.

40. Compte tenu du fait que ce soit le deuxième procès-verbal de violation émis à l'entreprise qui exerce maintenant ses activités sous le nom de Smart Choice en sept ans, le Conseil conclut que l'imposition d'une sanction par violation plus élevée que celle imposée dans la décision de Conformité et Enquêtes 2014-92, dans laquelle la sanction était de 1 000 \$ par violation, constituerait un moyen de dissuasion approprié dans les circonstances du présent cas.

41. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'une sanction de 2 000 \$ par violation, pour un montant total de 42 000 \$, placerait la sanction au-delà du coût de fonctionnement, sans que le montant soit suffisamment élevé pour empêcher Smart Choice d'utiliser des stratégies de télémarketing d'une manière conforme aux Règles.

Capacité de payer

42. Le Conseil fait remarquer qu'à part l'état financier annuel non vérifié de Smart Choice pour 2018, aucun autre indicateur financier ne peut être trouvé dans le rapport d'enquête pour appuyer l'affirmation de l'agent désigné selon laquelle Smart Choice a la capacité de payer une sanction de 2 000 \$ par violation.

⁵ Voir le paragraphe 17 de la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2015-109.

⁶ Les frais d'abonnement à la LNNTE sont fixés par le Conseil et varient selon la durée de l'abonnement et le nombre d'indicatifs régionaux visés par l'abonnement (voir les [Tarifs d'abonnement applicables aux télévendeurs](#)). Dans le cas présent, le coût total relatif à ces trois indicatifs régionaux représentait un abonnement annuel (8 625 \$), majoré d'un abonnement d'une durée d'un mois (771 \$).

43. Le Conseil fait toutefois remarquer que, bien que Smart Choice ait eu la possibilité, dans le cadre de ses observations, de produire des données financières relatives à sa capacité de paiement, elle ne l'a pas fait. De plus, Smart Choice n'a, à aucun moment, contesté sa capacité à payer la sanction prévue dans le procès-verbal.
44. Le Conseil a indiqué dans la politique réglementaire de Conformité et Enquêtes 2015-109 que son analyse de la capacité de payer n'est pas limitée à de l'information financière directe; il peut également s'appuyer sur d'autres caractéristiques de la capacité d'une entreprise à générer des revenus, notamment sa taille, la portée de ses activités et le nombre de personnes qu'elle emploie.
45. Le Conseil estime que bien que les renseignements limités au dossier de la présente instance suggèrent que Smart Choice soit une petite entreprise en activité sous ce nom depuis environ cinq ans, il n'y a pas suffisamment de renseignements pour tirer des conclusions concernant sa capacité globale de générer des revenus.
46. Néanmoins, malgré l'existence limitée d'éléments de preuve concernant la capacité de Smart Choice de payer la sanction, le Conseil est d'avis qu'en l'absence de renseignements de la part de Smart Choice concernant sa capacité de payer, rien dans le dossier de la présente instance ne démontre, selon la prépondérance des probabilités, qu'une sanction de 2 000 \$ par violation, pour une sanction totale de 42 000 \$, dépasse la capacité de payer de Smart Choice. Le Conseil fait remarquer que cette conclusion est conforme à l'approche adoptée par le Conseil dans ses décisions antérieures de Conformité et Enquêtes lorsqu'il examine la capacité de payer d'un télévendeur ou d'un client d'un télévendeur⁷.
47. Compte tenu de ce qui précède, le Conseil conclut qu'une sanction totale de 42 000 \$ est appropriée, adaptée aux circonstances de la présente affaire et nécessaire pour inciter l'entreprise à respecter les Règles.

Conclusions

48. Le Conseil conclut, selon la prépondérance des probabilités, que pendant la période couverte par le procès-verbal de violation, Smart Choice a effectué sept appels de télémarketing, menant à **21 violations** des Règles.
49. Le Conseil conclut également que dans les circonstances de la présente affaire, une sanction de 2 000 \$ par violation pour les 21 violations des Règles est appropriée. Le Conseil impose donc une sanction totale de **42 000 \$** à Smart Choice.
50. Le Conseil avise par les présentes Smart Choice qu'elle a le droit de demander au Conseil de réviser, d'annuler ou de modifier la présente décision. Toute demande de

⁷ Voir, par exemple, les décisions de Conformité et Enquêtes 2021-205 et 2020-67.

révision et de modification doit être présentée dans les 90 jours suivant la date de la présente décision (voir l'article 62 de la *Loi*)⁸.

51. Smart Choice peut également demander l'autorisation d'interjeter appel de la présente décision devant la Cour d'appel fédérale. La demande d'autorisation d'interjeter appel doit être présentée à la Cour d'appel fédérale dans les 30 jours suivant la date de la présente décision ou suivant un délai plus long, octroyé par un juge de la Cour dans des cas exceptionnels (voir l'article 64 de la *Loi*).
52. Le Conseil rappelle à Smart Choice qu'elle doit se conformer aux Règles si elle effectue des télécommunications à des fins de télémarketing à l'avenir. Voici des exemples de mesures que Smart Choice devrait prendre afin de respecter les Règles :
- s'inscrire auprès de l'administrateur de la LNNTÉ;
 - s'abonner à la LNNTÉ;
 - télécharger la LNNTÉ au moins une fois aux 31 jours avant d'effectuer une télécommunication à des fins de télémarketing;
 - établir et mettre en œuvre des politiques et des procédures écrites adéquates afin de respecter les Règles, ce qui comprend l'élaboration d'une procédure pour i) éviter d'effectuer une télécommunication à des fins de télémarketing à un numéro de télécommunication inscrit sur la LNNTÉ depuis plus de 31 jours; et ii) respecter la demande des consommateurs qui ne souhaitent pas recevoir de télécommunications à des fins de télémarketing.
53. Le Conseil avise Smart Choice qu'en cas de récidive, il peut imposer des sanctions plus sévères pour garantir le respect des Règles.
54. Le montant de 42 000 \$ doit être payé au plus tard le **18 janvier 2022**. Il doit être versé conformément aux instructions incluses dans le procès-verbal de violation. L'intérêt sur tout montant en souffrance au **18 janvier 2022** sera ajouté à ce montant jusqu'à ce qu'il soit payé en entier⁹.
55. Si le paiement n'est pas reçu en date du **18 janvier 2022**, le Conseil entend prendre des mesures pour recouvrer le montant exigible, lesquelles pourraient inclure l'établissement d'un certificat et l'enregistrement de ce dernier à la Cour fédérale.

⁸ Dans le bulletin d'information de télécom 2011-214, le Conseil a publié, conformément aux *Règles de pratique et de procédure du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, des lignes directrices révisées relatives aux demandes de révision et de modification afin de tenir compte du nouveau délai pour déposer de telles demandes.

⁹ L'intérêt est calculé et composé mensuellement au taux bancaire moyen majoré de 3 %. L'intérêt sera ajouté au montant dû à compter de la date d'échéance du paiement jusqu'au jour précédant sa réception.

Secrétaire général

Documents connexes

- *2590054 Ontario Inc., exerçant ses activités sous le nom de Top Tier Moving and Storage – Violations des Règles sur les télécommunications non sollicitées*, Décision de Conformité et Enquêtes CRTC 2021-205, 16 juin 2021
- *9250-5114 Québec Inc., exerçant ses activités sous le nom de Rénovation Domicili-air – Violations des Règles sur les télécommunications non sollicitées*, Décision de Conformité et Enquêtes CRTC 2020-67, 20 février 2020
- *Sanctions administratives pécuniaires en vertu du Registre de communication avec les électeurs*, Politique réglementaire de Conformité et Enquêtes CRTC 2015-109, 27 mars 2015
- *Lev Olevson, faisant affaires sous les noms de Capital Windows and Doors et d'Avantage Pro – Violations des Règles sur les télécommunications non sollicitées*, Décision de Conformité et Enquêtes CRTC 2014-424, 12 août 2014
- *2260948 Ontario Inc., exerçant ses activités sous le nom de Vinyl Window Pro – Violations des Règles sur les télécommunications non sollicitées*, Décision de Conformité et Enquêtes CRTC 2014-92, 28 février 2014
- *Lignes directrices révisées relatives aux demandes de révision et de modification*, Bulletin d'information de télécom CRTC 2011-214, 25 mars 2011
- *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