Pratiques d’excellence pour les programmes de messagerie d’application à personne (A2P) canadiens

version 1.0

août 2023

Association canadienne des télécommunications

Table des matières

Limitation de responsabilité

Le présent document d'orientation a été préparé par l'Association canadienne des télécommunications («l'Association») à titre d'information. L'Association ne fait aucune déclaration et ne donne aucune garantie quant à l'exactitude, à l'exhaustivité, à la suffisance ou à la pertinence de l'information qui s'y trouve pour des fins particulières. Les renseignements fournis le sont dans l'état dans lequel ils ont été obtenus, l'Association n'a par ailleurs aucune obligation de mettre à jour ou d'apporter des correctifs au présent document, ou de publier un nouveau document pour refléter tout renseignement nouveau ou supplémentaire dont elle pourrait prendre connaissance après la première publication de ce document. L'Association rejette toute responsabilité quant aux conséquences entraînées par l'utilisation de toute information contenue dans ce document, y compris, mais sans s'y limiter, les pertes, responsabilités, dommages, actions, poursuites, réclamations ou demandes. L'utilisation des informations contenues dans ce document est à la discrétion de l'utilisateur. L'Association encourage fortement le lecteur à faire preuve de diligence raisonnable et à obtenir des conseils juridiques indépendants sur les renseignements contenus dans ce document. En cas de divergence entre l'information contenue dans ces pages et toute loi ou tout règlement applicable, l'Association encourage les destinataires à respecter les lois et règlements en question, qui prévalent en tout temps. Aucun élément du présent guide ne saurait être vu comme une attestation de conformité aux exigences aux lois et règlements. Il incombe aux fournisseurs de contenu de se conformer à toutes les lois et réglementations applicables.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

1. À propos du guide

Les messages d'application à personne (A2P) sont ceux envoyés à l'utilisateur directement ou indirectement par une entreprise ou une plateforme de services. Les programmes A2P peuvent transmettre une diversité de messages et de contenu, dont des alertes de fraude, des rappels de paiement, des avis de livraison, des invitations à répondre à des sondages, des avis de promotion et plus encore. Les organisations qui prennent part à des programmes de messagerie A2P au Canada doivent respecter les lois et règlements qui s'appliquent à l'envoi de ce type de messages, notamment la *Loi canadienne anti-pourriel* (LCAP) ainsi que les autres lois de protection des renseignements personnels qui s'appliquent sur les différents marchés.

Ce guide sur les pratiques d'excellence et les normes recommandées en matière de programmes de messagerie A2P rédigé par l'Association canadienne des télécommunications[1] s'applique aussi à la messagerie P2A (de personne à applications). Il remplit les trois objectifs suivants :

- établir des orientations et des recommandations à l'intention des fournisseurs de contenu, des marques, des facilitateurs et des fournisseurs de services d'applications (FSA) pour les aider à gérer de manière efficace les programmes de messagerie A2P au Canada;
- encourager la prise de mesures pour protéger les utilisateurs contre les pourriels et autres messages malveillants;
- favoriser la croissance et l'adoption des services de messagerie A2P au Canada en veillant à ce qu'ils continuent d'être vus comme un canal de communication fiable par les utilisateurs.

Comme l'Association fait autorité pour tout ce qui touche au sans-fil au Canada et aux tendances dans ce domaine, les acteurs de l'industrie lui ont demandé de présider à la rédaction de ce guide. Les membres de l'Association représentent des entreprises qui fournissent des services et des produits dans tout le secteur du sans-fil, incluant des exploitants de réseau mobile (également appelés « fournisseurs de service sans fil »), des facilitateurs de services et des fournisseurs de services d'applications. En se faisant le porte-voix de l'industrie auprès de tous les ordres de gouvernement et des organismes de réglementation, l'Association contribue concrètement à la croissance du secteur du sans-fil au Canada.

1.1 Principaux points à retenir

La liste ci-après renferme les pratiques d'excellence et les normes recommandées pour les programmes de messagerie A2P au Canada :

1. Pour tous les programmes, le consentement de l'utilisateur doit être obtenu avant l'envoi de tout message. L'envoi de messages non sollicités ou de pourriels doit être évité à tout prix.
2. Tous les programmes doivent comporter un mécanisme de refus de participation ou de retrait de consentement activé au moyen des mots-clés STOP/ARRÊT. D'autres mots-clés comme ANNULER, SE DÉSABONNER, QUITTER et FIN devraient aussi être pris en charge.
3. Les programmes ne doivent pas faire de promotion ou de publicité trompeuse ou mensongère pour rallier des participants.
4. Tous les messages envoyés à un utilisateur doivent préciser le numéro ainsi que la marque ou l'organisation d'où provient le message (ou au nom de laquelle il est envoyé).

[1] Autrefois connue comme l'Association canadienne des télécommunications sans fil (ACTS).

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

5. Tous les programmes doivent reconnaître et répondre aux cinq mots-clés obligatoires suivants :
    - **AIDE :** Renvoie le nom de l'expéditeur du message ou du programme commandité, les coordonnées du service à la clientèle, les frais de participation ainsi que les modalités d'annulation de la participation. L'utilisation du mot AIDE doit retourner une réponse en français.
    - **HELP :** Renvoie le nom de l'expéditeur du message ou du programme commandité, les coordonnées du service à la clientèle, les frais de participation ainsi que les modalités d'annulation de la participation. L'utilisation du mot HELP doit retourner une réponse en anglais[2].
    - **INFO :** Indique le nom de l'expéditeur du message ou du programme ainsi que les coordonnées du service à la clientèle. Le mot-clé INFO doit retourner une réponse dans les deux langues.
    - **ARRÊT :** Met immédiatement fin à la participation de l'utilisateur au programme et à l'envoi de messages. Le mot-clé ARRÊT doit déclencher une réponse en français.
    - **STOP :** Met immédiatement fin à la participation de l'utilisateur au programme et l'envoi de messages. Le mot-clé STOP doit déclencher une réponse en anglais[3].
6. Les messages comportant des mots-clés étant de nature administrative, ils ne devraient pas dépasser la taille d'un segment ou 160 caractères si cette limite est inférieure.
7. Les utilisateurs doivent être informés des frais de participation à tout programme A2P (p. ex., par la mention « Les frais de messages texte standards peuvent s'appliquer »). Si le message reçu par l'utilisateur renferme un lien actif vers un site web, le message contenant le lien doit comporter la mention « Les tarifs de données peuvent s'appliquer ». (La mention « Les frais de messages texte standards et de données peuvent s'appliquer » peut également être utilisée.)
8. Les programmes qui servent à transmettre des informations périmables (p. ex., une nouvelle, le cours de valeurs cotées en bourse, une précision sur un événement ou des résultats sportifs) ou des communications urgentes doivent joindre des références temporelles à chaque message transmis.
9. Il ne faut pas utiliser la mention « urgence » pour faire la promotion ou la publicité de programmes de communications à contenu périmable ou urgent.
10. Les programmes diffusant du contenu s'adressant à des adultes, comme des publicités sur l'alcool, le tabac, le cannabis, les jeux de hasard ou tout autre contenu du même ordre (p. ex., des images comportant de la nudité) doivent vérifier si l'utilisateur a l'âge prescrit dans sa province ou son territoire de résidence avant de lui permettre de participer.
11. La diffusion de propos haineux, de langage injurieux, de descriptions ou d'approbations d'actes de violence ou de tout autre contenu illicite est interdite.
12. Par souci de protéger l'intégrité du canal de communication A2P, il est recommandé de limiter la taille des messages à 320 caractères ou 2 segments de message, selon ce qui est le plus court.

Pour des explications plus détaillées sur chacun de ces principes clés ci-dessus, reportez-vous à la rubrique « Pratiques et normes recommandées ».

[2] Sous réserve des politiques linguistiques et lois en la matière.
[3] Sous réserve des politiques linguistiques et lois en la matière.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

1.2 Engagement des membres de l'Association

Ce guide ainsi que les pratiques et recommandations qu'il renferme est l'œuvre de l'Association, en consultation avec les fournisseurs de service sans fil, les facilitateurs et les fournisseurs de services d'applications qui comptent parmi ses membres; il résulte d'une volonté d'établir les normes d'exploitation qui conviennent le mieux aux programmes de messagerie A2P au Canada.

Même si l'Association n'a pas le pouvoir d'imposer l'application du guide et des pratiques qu'il renferme, autres que celles qui concernent les numéros à composition abrégée communs au Canada, les entreprises et organisations qui forment l'écosystème canadien de la messagerie A2P sont fortement encouragées à respecter les pratiques et les normes qu'elle recommande pour préserver la confiance des utilisateurs canadiens dans la fiabilité des services de messagerie A2P comme canal de communication.

2. Les services de messagerie A2P

La messagerie A2P, soit entre des applications et des personnes, s'entend de tous les messages transmis directement ou indirectement par une entreprise ou une plateforme de services directement raccordée au réseau d'un facilitateur ou d'un fournisseur de service sans fil. Essentiellement, cela englobe tous les messages transmis par des entreprises au Canada destinés à des utilisateurs (ou consommateurs). Ces messages peuvent véhiculer des rappels de rendez-vous, des avis de livraison de biens, des rappels de paiement, des invitations à des sondages ou d'autres catégories d'alertes ou de messages d'information ou de promotion. La messagerie A2P diffère de la messagerie de personne à personne (P2P) (également appelés messagerie entre homologues ou pairs) en ce qu'elle permet à plusieurs personnes, voire un groupe de communiquer par textos au moyen d'un appareil mobile.

Messagerie A2P	Messagerie P2P
• Les entreprises de toute taille, petite, moyenne ou grande, communiquent par messagerie avec un ensemble de consommateurs simultanément ou en nombre. • Les échanges peuvent se faire entre les clients et les centres d'appel ou avec d'autres services à la clientèle ou de soutien. • Les types de messages envoyés comprennent des alertes récurrentes, des avis à titre informatif, l'envoi de mots de passe à usage unique ou de données pour la vérification en deux étapes. • Les messages A2P peuvent également servir à des fins de marketing pour promouvoir un produit ou un service.	• L'abonné actif d'un fournisseur de service sans fil envoie des textos à une autre personne. • L'auteur du message est identifié par un numéro de téléphone valide associé à un appareil mobile pris en charge par le fournisseur de service sans fil. • Le message est composé par un particulier à l'intérieur d'une application de messagerie client installée sur un appareil mobile. • L'envoi de messages entre l'auteur et le ou les destinataires peut être bidirectionnel comme dans les autres moyens de communication interactives.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

2.1 Canaux de messagerie A2P et protocoles connexes

Les canaux et protocoles de messagerie sont ce qui détermine le mode de fonctionnement de la messagerie A2P. Les fournisseurs de service sans fil canadiens ont fait équipe avec l'Association en juillet 2003 pour offrir des numéros abrégés communs pouvant être activés sur les réseaux de communications mobiles. Depuis, l'écosystème de messagerie A2P a continué de se développer et de se déployer sur le marché canadien, et il comprend désormais les canaux suivants :

- **Numéro abrégé commun :** numéro comptant de trois à six chiffres qui remplace le numéro de téléphone traditionnel et qui permet de transmettre des messages texte ou multimédias à un appareil mobile.
- **Numéro sans frais :** numéro de téléphone à 10 chiffres permettant de transmettre sans frais des messages texte ou multimédias à un appareil mobile.
- **Numéro à 10 chiffres (10DLC) :** numéro à 10 chiffres filaire capable de recevoir et d'envoyer des messages texte ou multimédias à un appareil mobile.
- **Protocole RBM (*Rich Business Messaging*)** – (application professionnelle du protocole *Rich Communication Services* ou RCS) –canal de communication entre des fournisseurs de service sans fil et des dispositifs Android ou compatibles qui utilise soit des données par en passant par une connexion à une tour cellulaire soit une connexion à un réseau Wi-Fi pour offrir des services de messagerie multimédias évolués entre entreprises et utilisateurs.

Rôle de l'Association

L'Association canadienne des télécommunications administre les numéros abrégés communs au Canada, mais elle n'a pas la responsabilité de voir à la conformité des programmes A2P comme ceux qui utilisent les protocoles 10DLC, RBM ou les numéros sans frais. L'Association encourage les organisations de l'écosystème de messagerie A2P à adopter les pratiques exemplaires qu'elle préconise afin de protéger les consommateurs canadiens contre les messages indésirables et les pourriels.

Les protocoles de messagerie normalisés permettent aux marques et aux fournisseurs de contenu d'échanger des données et de joindre leurs utilisateurs grâce aux canaux A2P mentionnés ci-dessus. Chaque canal de messagerie peut prendre en charge plusieurs protocoles, dont les suivants :

- **Messagerie texte (SMS) :** service standard des systèmes de messagerie téléphonique permettant l'échange de messages texte, aussi appelés textos, entre dispositifs mobiles.
- **Messagerie multimédia (MMS) :** service standard des systèmes de messagerie téléphonique qui permet l'échange de messages comportant des objets multimédias (comme des images ou des séquences vidéo) entre dispositifs mobiles.
- **RCS (Rich Communication Services) :** service standard des systèmes de messagerie téléphonique pour appareils compatibles avec la norme Android qui permet l'envoi de messages entre appareils mobiles en utilisant des fonctionnalités multimédias et évoluées comme des avis de livraison et des accusés de lecture.

Pour la liste complète des usages courants de la messagerie A2P et pour connaître les modalités de mise en œuvre de ces services en respectant les pratiques recommandées dans ces pages, reportez-vous à l'annexe B. Pour en savoir plus au sujet des canaux et protocoles de messagerie A2P, voir l'annexe C et l'annexe D.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

2.2 Catégories de programmes A2P

Les programmes A2P peuvent être classés d'abord par catégorie, puis en fonction du type d'usage prévu. Voici une liste de catégories de programmes en fonction de l'usage prévu, de la fréquence ou du rapport des interactions attendus et du type de consentement nécessaire.

	Usage informationnel	Usage conversationnel	Usage promotionnel
Objet	Le programme envoie des alertes aux utilisateurs (soit récurrentes soit ponctuelles) en rapport avec un événement, un service ou un compte donné.	Le programme et l'utilisateur s'engagent dans une conversation où ils se répondent l'un l'autre comme dans une application de clavardage.	Le programme fait la promotion d'une marque, d'un produit ou d'un service dans le but d'encourager la participation à une activité commerciale.
Fréquence	L'utilisateur peut s'attendre à un seul message suivi d'une réponse ou de plusieurs messages en rapport avec un événement donné. La demande d'information peut prendre la forme d'un mot-clé envoyé d'un appareil mobile ou en autorisant un numéro mobile à recevoir un ou plusieurs messages, selon l'usage prévu.	L'utilisateur transmet ses coordonnées à une organisation dans le but d'être contacté par elle. L'utilisateur envoie un mot-clé au programme ou fournit un numéro pour engager une conversation avec une personne, un agent, un représentant du service à la clientèle ou un robot conversationnel. Chaque message envoyé par le consommateur génère un message par l'application.	Des messages sont envoyés à l'utilisateur pour lui fournir des renseignements au sujet d'une offre ou d'une promotion, un code de réduction ou un rabais pour l'inciter à participer à une activité commerciale. Les messages peuvent être récurrents dans le cas d'un programme par abonnement ou envoyés sur demande.
Type de consentement	Consentement EXPRÈS recommandé		
	Dans tous les cas d'usage, une attestation de consentement, exprès ou tacite donnée dans le cadre d'une entente ou d'un contrat, doit être conservée par la marque ou le fournisseur de contenu.		

3. Pratiques et normes recommandées

Les renseignements fournis dans cette section visent à aider les entreprises et les organisations à gérer et à exécuter de manière fructueuse un programme A2P. On y traite de sujets d'application large comme le consentement et la gestion du programme, ainsi que de cas d'usage précis comme la diffusion de contenu réservé à des adultes et de messages politiques. Aucun élément du présent guide ne saurait être vu comme une attestation de conformité aux exigences aux lois et règlements. Il incombe aux fournisseurs de contenu de se conformer à toutes les lois et réglementations applicables.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

3.1 Consentement

En vertu de la *Loi canadienne anti-pourriel* (LCAP), les particuliers et les entreprises doivent obtenir le consentement exprès ou tacite de l'utilisateur avant de lui envoyer des messages électroniques commerciaux (« MEC »), comme des courriels ou des textos. (Pour de plus amples renseignements au sujet de la LCAP, visitez https://combattrelepourriel.gc.ca.)

De façon générale, il est recommandé d'obtenir le consentement de l'utilisateur pour tous les programmes A2P, que les messages soient des messages électroniques commerciaux ou non. Ce consentement peut être révoqué ou retiré en tout temps par l'utilisateur. Il faut par ailleurs éviter à tout prix d'envoyer des messages à l'utilisateur sans avoir obtenu son consentement au préalable.

Quel que soit la nature du consentement donné, seule la marque ou l'organisation qui le reçoit peut communiquer par messagerie avec l'utilisateur visé.

3.1.1 Consentement exprès

Le consentement exprès s'entend de la permission explicite donnée par l'utilisateur à être contacté par un programme A2P ou à participer à ce type de programme. Le consentement exprès n'a pas de durée déterminée au terme de laquelle il expire, mais il peut être révoqué en tout temps par la personne qui l'a accordé. Le programme ne doit transmettre aucun message au consommateur avant qu'il ait confirmé son désir de participer au programme. Dans la mesure du possible, il est préférable que l'utilisateur donne son consentement exprès selon les méthodes indiquées ci-dessous :

- en indiquant un numéro de mobile en ligne;
- en donnant de vive voix un numéro de mobile ou en donnant son consentement au téléphone;
- en envoyant un message texte ou en tapant au clavier pour amorcer une communication avec le programme;
- en fournissant un numéro de mobile ou en donnant son consentement par écrit sur un formulaire papier ou électronique.

3.1.2 Consentement tacite

Le consentement tacite est un consentement qui n'est pas donné de manière expresse par la personne, mais plutôt accordé de manière implicite, p. ex., du fait d'une relation existante entre l'utilisateur et une entreprise ou du fait de l'existence d'une entente conclue par l'utilisateur avec une entreprise (p. ex., les institutions financières concluent des ententes avec tous leurs clients) qui renferme des dispositions autorisant l'entreprise à communiquer avec ses clients en utilisant les coordonnées qu'ils ont volontairement fournies.

En vertu de la LCAP, le consentement tacite expire après une période déterminée (p. ex., 2 ans) à moins qu'un événement ne survienne entre-temps, notamment si l'utilisateur consent expressément à participer au programme ou s'il s'en retire.

3.1.3 Preuves de consentement

Le fournisseur de contenu ou la marque doit conserver des traces écrites du consentement donné par l'utilisateur à participer à un programme A2P ou une preuve de son consentement tacite.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a le droit de procéder à une enquête ou d'effectuer une vérification de conformité sur le consentement. Le fournisseur

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

de contenu visé doit alors fournir une preuve du consentement de l'utilisateur et une copie des politiques de gestion de l'information suivies par la marque ou le fournisseur de contenu.

De bonnes pratiques de tenue de dossiers peuvent aider les entreprises[4] :

- à détecter les problèmes éventuels de non-conformité;
- à enquêter sur les plaintes des consommateurs et à y répondre;
- à répondre aux questions concernant les pratiques et procédures qu'elles utilisent;
- à surveiller le programme de conformité qu'elles mettent en œuvre;
- à déterminer les mesures correctives nécessaires et à prouver qu'elles ont été mises en œuvre;
- à établir qu'elles ont appliqué les contrôles de diligence appropriés si jamais des plaintes sont déposées contre elles devant le CRTC.

Il est recommandé aux entreprises de conserver des copies papier ou électroniques des documents suivants :

- les politiques et procédures relatives aux messages électroniques commerciaux;
- toutes les demandes de désabonnement et les mesures prises en conséquence;
- toutes les preuves de consentement exprès (comme les enregistrements audio ou les formulaires remplis) des consommateurs qui acceptent de recevoir des messages électroniques commerciaux;
- des registres des consentements des destinataires de messages électroniques commerciaux;
- les textes des messages électroniques commerciaux;
- les registres de campagnes de messages électroniques commerciaux;
- les documents de formation de leur personnel et autres procédures qu'elles utilisent.

3.1.4 Transfert du consentement

De façon générale, l'utilisateur donne son consentement à une marque donnée pour un usage particulier. Ainsi, le fournisseur ne peut transmettre de messages à des fins de promotion aux utilisateurs qui ont accepté de recevoir des codes pour la vérification en deux étapes. De même, la marque qui obtient le consentement d'un utilisateur ne peut l'étendre à d'autres parties, qu'il s'agisse de ses partenaires, affiliées ou filiales, sans la permission de l'utilisateur.

Le consentement est toutefois transféré en cas d'acquisition de l'entreprise, dans la mesure où l'usage qui sera fait demeure le même. Lorsque le consentement est transféré d'une organisation à une autre, et que l'usage prévu demeure essentiellement le même, le fournisseur doit en aviser l'utilisateur, mais il n'a pas besoin d'obtenir un renouvellement du consentement. Ce n'est toutefois pas le cas si l'usage change après l'acquisition de l'entreprise.

[4] https://crtc.gc.ca/fra/com500/guide.htm

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

3.1.5 Message de confirmation ou d'accueil

Il est recommandé d'accuser réception du consentement donné par l'utilisateur. Une confirmation, un remerciement ou un mot de bienvenue devrait être transmis à l'utilisateur une fois qu'il a accepté de participer au programme, quelle que soit la méthode qu'il a utilisée. Les messages de confirmation devraient être envoyés rapidement après la réception du consentement, idéalement dans les 48 heures.

Lorsque le consentement est donné manuellement (p. ex., en remplissant un formulaire papier), la confirmation ou le mot de bienvenue doit être transmis dans les 30 jours.

Exemple de message de confirmation ou d'accueil pour un consentement exprès :

> *Air ABC : Vous recevrez désormais des alertes pour le vol A912. Pour cesser d'en recevoir, textez « ARRÊT ». Des frais de messagerie peuvent s'appliquer.*

Exemple d'un message de confirmation ou d'accueil pour un consentement tacite :

> *Banque YXZ : Vous êtes abonné aux alertes de solde en vertu du projet de loi C86. Pour vous désabonner, textez « ARRÊT ». Des frais peuvent s'appliquer.*

3.1.6 Confirmation d'inscription ou vérification de combiné pour les programmes d'abonnement

Lorsqu'un utilisateur consent à s'inscrire à des alertes récurrentes sur internet, manuellement, par écrit ou verbalement, il est recommandé de procéder à la vérification du combiné (ou à une confirmation d'inscription). La vérification du combiné permet au fournisseur d'établir avec certitude que l'inscription a été faite par le détenteur autorisé de l'appareil. Voici les renseignements que doit comporter le message de vérification :

- les instructions précises données à l'utilisateur (p. ex., « Pour accepter, répondez OUI » ou « Entrez le NIP 1234 en ligne pour conclure l'abonnement »);
- les coordonnées d'un contact ou du service à la clientèle de la marque ou du fournisseur de contenu;
- la marche à suivre pour se désinscrire du programme en utilisant le mot-clé ARRÊT/STOP.

3.1.7 Annulation

Le consommateur doit toujours avoir la possibilité de cesser de participer à un programme. Toutes les parties en cause doivent répondre rapidement à une demande d'annulation.

Lorsqu'un utilisateur cesse de participer à un programme, son numéro de mobile doit être supprimé de la liste des contacts ou des abonnements pour qu'aucun message ne lui soit envoyé, à l'exception du message confirmant qu'il a été désinscrit ou que sa participation a été annulée.

De plus :

- Les programmes A2P doivent faire connaître les mots-clés d'annulation ARRÊT et STOP.
- Les programmes doivent également reconnaître d'autres commandes d'annulation universelles comme FIN, ANNULER, QUITTER, DÉSABONNER ou END, CANCEL, UNSUBSCRIBE, QUIT en anglais.
- L'utilisateur doit également avoir la possibilité d'abandonner le programme en ligne à partir d'une URL, par l'entremise d'un compte en ligne, par un centre d'appel ou en

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

remplissant un formulaire papier. Ces différentes méthodes s'ajoutent aux mots-clés ARRÊT/STOP.

- Par ailleurs, l'utilisateur doit pouvoir reprendre sa participation à son gré et pour cela, il ne doit pas être inscrit sur une liste de blocage ou une liste noire une fois qu'il s'est désabonné en utilisant un mot-clé.

3.2 Normes de gestion des programmes

Les normes énoncées ci-dessous visent à promouvoir de bonnes pratiques d'utilisation des programmes de messagerie A2P et à créer une expérience favorable pour l'utilisateur.

3.2.1 Mots-clés à l'usage des consommateurs

Les cinq mots-clés ci-dessous doivent être pris en charge par tous les programmes, quels que soient le tarif, le public cible, la fréquence des messages et la mise en marché du programme :

- ARRÊT
- STOP
- AIDE
- HELP
- INFO

Ces mots-clés :

- doivent être présentés en CARACTÈRES MAJUSCULES pour insister sur leur importance;
- être pris en charge en anglais et en français, quel que soit le public cible;
- le message véhiculant les mots-clés ne doit pas faire plus d'un segment ou 160 caractères (puisqu'il s'agit de communication de nature administrative);
- leur utilisation par le consommateur ne devrait entraîner aucuns frais de message dans la mesure du possible.

<table>
<tr><th>Mot-clé</th><th>Objet</th><th colspan="2">Recommandations concernant le contenu du message</th></tr>
<tr><td rowspan="2">AIDE</td><td rowspan="2">Fournir à l'utilisateur des renseignements généraux sur le programme ainsi que les coordonnées du service à la clientèle ou d'un contact pour la marque ou le fournisseur de contenu.</td><td colspan="2">Le mot-clé AIDE doit générer une réponse en français dans laquelle on trouvera les informations suivantes :
le nom du programme ou le nom de la marque;
les coordonnées d'un contact pour la marque ou le fournisseur de contenu (courriel, URL et/ou numéro de téléphone);
les frais;
la fréquence des messages transmis par le programme, s'il est offert en abonnement;
les renseignements pour se désabonner ou annuler sa participation en utilisant le mot-clé ARRÊT.</td></tr>
<tr><td>Exemple de réponse - sans abonnement
Info transports ABC : Questions ou info? Visiter :</td><td>Exemple de réponse - par abonnement
Programme de fidélité XYZ : Jusqu'à 2 mess./sem. Pour de l'aide, écrire à soutien@xyz.com. Les frais de</td></tr>
</table>

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

<table>
<tr><th>Mot-clé</th><th>Objet</th><th colspan="2">Recommandations concernant le contenu du message</th></tr>
<tr><td></td><td rowspan="3"></td><td>https://infotranspo.ca. Texter ARRÊT pour annuler. Les frais de messagerie et de données s'appliquent.</td><td>messagerie s'appliquent. Répondre ARRÊT pour annuler.</td></tr>
<tr><td>HELP</td><td colspan="2">Le mot-clé HELP doit déclencher une réponse en anglais[5] comportant les informations suivantes :
le nom du programme ou le nom de la marque;
les coordonnées d'un contact pour la marque ou le fournisseur de contenu (courriel, URL et/ou numéro de téléphone);
les frais;
la fréquence des messages transmis par le programme, s'il est offert en abonnement;
les renseignements pour se désabonner ou annuler sa participation en utilisant le mot-clé STOP.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Exemple de réponse - sans abonnement
ABC Transit Info: Questions or info? Visit: https://abctransit.ca. Text STOP to cancel. StdMsg&DataRatesApply</td><td>Exemple de réponse - par abonnement
XYZ Loyalty Programs: Up to 2 msgs/week. For help, email support@xyz.com. Std msg rates may apply. Reply STOP to cancel.</td></tr>
<tr><td>INFO</td><td rowspan="2">Fournir à l'utilisateur le nom de la marque ou du programme et les coordonnées du soutien à la clientèle.</td><td colspan="2">Le mot-clé INFO déclenche l'envoi d'un message bilingue contenant les renseignements suivants :
le nom du programme ou le nom de la marque;
les coordonnées du contact pour la marque ou le fournisseur de contenu (adresse courriel, URL et/ou numéro de téléphone).</td></tr>
<tr><td colspan="2">Exemple de réponse - sans abonnement
Info de transports ABC : Questions ou besoin d'aide? Appelez le 1-800-555-5555 |
ABC Transit Info: Have questions or need assistance? Call 1-800-555-5555</td><td>Exemple de réponse - par abonnement
Promotions de XYZ : Questions ou besoin d'aide? Appelez 1-800-555-5555 |
XYZ Loyalty Promotions: Have questions or need assistance? Call 1-800-555-5555</td></tr>
<tr><td>ARRÊT</td><td>Doit immédiatement mettre fin à l'adhésion de l'utilisateur au programme.</td><td colspan="2">Le mot-clé ARRÊT doit déclencher une réponse en français indiquant ce qui suit :
Le consommateur ne recevra plus de messages du programme.
Pour les services sans abonnement (à utilisation unique, comme les codes pour la vérification en deux étapes), un message indiquant que le service n'est pas offert par</td></tr>
</table>

[5] Sous réserve des politiques linguistiques et lois en la matière.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

<table>
<tr><th>Mot-clé</th><th>Objet</th><th colspan="2">Recommandations concernant le contenu du message</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td colspan="2">abonnement et que le consommateur ne recevra plus de messages.</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Exemple de réponse - sans abonnement
Service de transports ABC : Ceci n'est pas un service par abonnement. Vous ne recevrez plus de messages.</td><td>Exemple de réponse - par abonnement
Promotions de XYZ : Vous vous êtes désabonné et ne recevrez plus de messages de nous.</td></tr>
<tr><td>STOP</td><td></td><td colspan="2">Le mot-clé STOP doit déclencher une réponse en anglais[6] indiquant ce qui suit :
Le consommateur ne recevra plus de messages du programme.
Pour les services sans abonnement (à utilisation unique, comme les codes pour la vérification en deux étapes), un message indiquant que le service n'est pas offert par abonnement et que le consommateur ne recevra plus de messages.</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Exemple de réponse - sans abonnement
ABC Transit Info: This is not a subscription service. You will not receive any further messages.</td><td>Exemple de réponse - par abonnement
XYZ Loyalty Programs: You have successfully unsubscribed and will not receive any further messages.</td></tr>
</table>

3.2.2 URL intégrées

Les URL intégrées dans un message ne doivent pas camoufler la véritable identité de l'expéditeur ni chercher à tromper l'utilisateur ou à lui mentir. De plus :

- Les URL à l'intérieur d'un message doivent identifier la marque et le propriétaire du site web correspondant.
- Il est déconseillé de recourir à des URL abrégées qui n'indiquent pas le nom de la marque ou du fournisseur de contenu. Ce type d'URL ressemblent à des pourriels et risquent d'être bloquées par les mécanismes anti-pourriel.
- Les messages renfermant une URL doivent préciser que des frais de données peuvent s'appliquer.

3.2.3 Période de silence

Pour garantir à l'utilisateur une expérience agréable, il est recommandé de restreindre l'envoi de messages dans la plage comprise entre 9 h et 21 h. Cela vaut surtout pour les messages publicitaires puisque les alertes informationnelles comme les messages sur des transactions, des alertes de fraude, les messages pour récupérer un compte et les codes de vérification en deux étapes de même que les rappels de rendez-vous doivent être envoyés en temps utile.

[6] Sous réserve des politiques linguistiques et lois en la matière.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

3.2.4 Transfert de listes d'abonnés

Seuls les utilisateurs qui se sont abonnés à un programme peuvent être transférés à un autre canal A2P, à condition que le contenu du programme soit le même que celui du programme auquel s'est abonné le consommateur. De plus :

- Les organisations sont autorisées à transférer une liste d'abonnés d'un canal à un autre lorsque les abonnés ont utilisé des moyens reconnus pour s'abonner.
    - Par exemple, une organisation peut transférer sa liste d'abonnés à un service de messagerie 10DLC à un programme de numéro abrégé commun.
- Par souci d'offrir une expérience utilisateur de qualité, les organisations devraient transmettre à chacun de leurs abonnés un message provenant du numéro du programme original dans lequel elles indiqueront :
    - l'identité du programme ainsi que le nom de l'entreprise ou de l'organisation;
    - une mention voulant que le numéro associé au service d'abonnement changera;
    - le nouveau numéro du service;
    - les coordonnées du service à la clientèle.

3.2.5 Limite de caractères

Afin de préserver l'intégrité du canal de messagerie A2P, on recommande de limiter la taille des messages à 2 segments ou 320 caractères.

Les messages A2P doivent être traités différemment des messages de courriel ordinaires. Les messages A2P doivent être concis et directs. Il faut éviter les messages inutilement longs. Certaines exceptions raisonnables sont cependant admises, comme les programmes de clavardage ou de conversation et les programmes devant transmettre des messages bilingues.

3.2.6 Purge des numéros mis hors service

Un numéro hors service est un numéro qui a été retiré du réseau d'un fournisseur de service sans fil, souvent après la résiliation d'un contrat entre le télécommunicateur et le consommateur.

Les numéros mis hors service finissent par être mis à la disposition d'autres abonnés (habituellement au terme de 90 jours). Pour s'assurer qu'il n'y a plus de lien entre un numéro mis hors service et un programme A2P, il est recommandé aux facilitateurs et aux fournisseurs de services de purger leurs bases de données des numéros hors service.

Si les facilitateurs et les fournisseurs de services ne reçoivent pas les listes des numéros hors service directement des fournisseurs de service sans fil, comme le veut la bonne pratique à suivre, ils devraient supprimer tout numéro de mobile répondant aux critères suivants :

- les numéros auxquels il a été impossible de transmettre des messages texte pendant 30 jours consécutifs;
- les numéros auxquels il a été impossible de transmettre des messages texte en raison de leur inactivité sur le réseau du fournisseur.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

3.3 Promotion et publicité

Le fournisseur de services annonçant un programme A2P doit veiller à ce que la publicité soit claire et indique de manière explicite les modalités de participation au programme. De plus :

- Le langage utilisé autour de la zone de saisie du numéro de mobile doit préciser clairement qu'en fournissant son numéro, l'utilisateur consent à ce que le fournisseur le contacte.
- Le fournisseur de contenu doit insérer des liens vers les documents juridiques pertinents (modalités et politiques sur la protection des renseignements personnels) pour renseigner l'utilisateur sur la façon dont son consentement et les options de retrait sont gérés.
- Les frais et les durées de participation doivent être mentionnés en langage clair et dans une police de caractères facile à lire.
- Le fournisseur de contenu ne doit pas recourir à des promotions ou publicités trompeuses ou fallacieuses pour convaincre l'utilisateur de participer au programme.
- Les programmes de messagerie ne doivent présenter aucun lien avec du contenu associé à des pratiques illégales, comme la violation du droit d'auteur ou le piratage, ni inciter le consommateur à se procurer un tel contenu.
- Le programme ne doit pas être utilisé pour faire la promotion ou la publicité d'un fournisseur de service sans fil sans sa permission explicite.

3.3.1 Tarification des programmes

Les fournisseurs de contenu doivent en tout temps informer les utilisateurs des frais d'utilisation de leurs programmes. Aucun programme ne devrait être annoncé comme étant gratuit à moins que le consommateur puisse véritablement y avoir accès sans aucuns frais.

- Lorsque le coût du service de messagerie texte pour le consommateur se résume au tarif standard de messagerie, le fournisseur de contenu doit l'indiquer par une mention du genre « les frais standards de messagerie texte peuvent s'appliquer », « les frais standards de messagerie texte et de données peuvent s'appliquer » ou toute variation sur ce thème.
- Si un programme à tarification standard comporte une composante multimédia, le fournisseur de contenu doit l'indiquer par une expression du genre « les frais standard de messagerie texte et de données peuvent s'appliquer ».
- Le fournisseur de contenu doit indiquer pour les programmes qui utilisent des données ou une connexion Wi-Fi la mention « des frais de données peuvent s'appliquer ».
- Les mentions de prix doivent être bien lisibles et figurer à proximité de l'appel à l'action.
- Lorsque le consommateur reçoit un message renfermant un lien ou une URL pour accéder à un site web, le message contenant l'URL doit indiquer que « des frais de données peuvent s'appliquer ». Il est également acceptable de dire que « les frais standard de messagerie texte et de données peuvent s'appliquer ».

3.3.2 Modalités

Les modalités du programme (ou modalités du service) désignent les conventions entre l'utilisateur et l'organisation qui offre le service de messagerie A2P. Ces modalités doivent préciser les conditions, les règles et les lignes directrices relatives à l'utilisation du programme ou à la participation au programme. Si un programme A2P est offert à la fois en versions anglaise et française, les modalités applicables doivent être données dans les deux langues.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

- Les modalités d'utilisation d'un programme doivent être tenues à jour et être affichées de manière bien visible pour que l'utilisateur puisse les trouver et en prendre connaissance facilement.
- Les modalités doivent décrire de manière précise la manière dont l'organisation peut collecter, utiliser et communiquer les renseignements personnels propres aux utilisateurs.

3.4 Essais et vérification de conformité des programmes

On recommande à tous les fournisseurs de contenu, fournisseurs de services d'applications et facilitateurs de mettre en place un programme d'essais et de vérification à intervalles réguliers pour s'assurer que la promotion du programme, le contenu des messages et l'expérience utilisateur respectent la réglementation. Les programmes de vérification effectués comprennent les essais avant et après lancement ainsi que des vérifications de conformité en continu.

3.4.1 Essais avant et après lancement commercial

Pour s'assurer que le programme A2P fonctionne comme prévu, il est recommandé de procéder à des essais de bout en bout avant de rendre le programme accessible au public. Après le lancement du programme sur le marché, d'autres essais de bout en bout sont recommandés pour s'assurer que tous les éléments du programme respectent les exigences établies et qu'ils n'ont pas été modifiés depuis le lancement.

3.4.2 Vérifications de conformité en continu

On recommande aux fournisseurs de contenu, aux fournisseurs de services d'applications et aux facilitateurs de procéder régulièrement à des vérifications de conformité durant toute la durée d'une campagne ou d'un programme.

Les vérifications de cette nature doivent porter sur les activités et les éléments suivants :

- **Publicité :** Les appels à l'action indiquent-ils tous les frais et les durées appropriés?
- **Consentement :** Est-ce que le mécanisme de consentement fonctionne de la manière prévue (ce qui inclut le message d'accueil lorsqu'il y a lieu)? Est-ce que les dossiers relatifs au consentement sont tenus?
- **Abandon :** Est-ce que les mécanismes d'abandon ou de cessation de participation, incluant l'utilisation du mot-clé ARRÊT, fonctionnent de manière appropriée?
- **Mots-clés à la disposition des clients :** Est-ce que les éléments de message recommandés sont inclus et toujours exacts?
- **Vérification ponctuelle des registres de messages :** Est-ce que l'usage sur lequel s'articulait le programme au lancement est toujours respecté? Y a-t-il des changements à signaler au partenaire du service de messagerie (ou à l'Association dans le cas d'un programme à numéro abrégé commun)? Est-ce que les tarifs de désabonnement ou de retrait sont conformes aux attentes?

3.5 Pourriels et messages malveillants

Il appartient à chaque fournisseur de contenu de programme A2P, fournisseur de services d'application et facilitateur de s'assurer que tout message électronique commercial qu'il envoie ou fait envoyer ou encore dont il autorise l'envoi est parfaitement conforme aux dispositions de la LCAP.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

Les meilleures pratiques à suivre pour réduire les pourriels et les messages malveillants sont les suivantes :

- Obtenir le consentement tacite ou exprès des destinataires et en conserver des preuves en dossier.
- Les parties concernées doivent comprendre les exigences et les lois relatives à la conformité ainsi que celles qui concernent l'envoi de messages A2P.
- Les fournisseurs de services d'application et les facilitateurs devraient profiter des technologies pertinentes pour prévenir les pourriels et les messages malveillants, comme les filtres et les mécanismes de blocage.
- Les fournisseurs de services d'application et les facilitateurs doivent mettre en place des pratiques et des processus de surveillance et de vérification en continu des programmes pour s'assurer d'appliquer les pratiques exemplaires et d'intercepter tout pourriel ou message malveillant.
- Les fournisseurs de services d'application, les facilitateurs et les fournisseurs de services sans fil devraient suspendre, désactiver ou bloquer tout programme affilié véhiculant des pourriels ou des messages malveillants.
- Tous les participants à l'écosystème de messagerie A2P devraient signaler les messages malveillants et les pourriels aux autorités compétentes.

3.6 Pratiques de messagerie et commerciales déconseillées

Tous les acteurs de l'écosystème de messagerie A2P ont la responsabilité de se conformer aux pratiques exemplaires en matière de messagerie pour protéger les utilisateurs contre les pourriels, les messages malveillants et d'autres contenus trompeurs, nuisibles ou illicites. Le recours aux pratiques de messagerie A2P qui causent du tort aux utilisateurs peut entraîner la suspension indéfinie du programme par les fournisseurs de service sans fil, facilitateurs ou fournisseurs de services d'applications participants, car ces pratiques érodent la confiance du public dans l'écosystème canadien A2P.

Les pratiques énumérées ci-dessous sont déconseillées, car elles ne respectent pas l'usage attendu, prévu ou recommandé des programmes A2P au Canada.

3.6.1 Acheminement par « route grise »

Il est strictement à proscrire d'envoyer un message A2P sur un réseau P2P puisque ce trafic n'est pas destiné à circuler sur les réseaux de personne à personne (P2P).

3.6.2 Partage de numéros

Dans le cas des numéros à dix chiffres (10DLC) et des numéros sans frais, il n'est pas recommandé de partager un numéro donné entre plusieurs organisations.

Dans le contexte des numéros abrégés communs, le partage peut se justifier selon les circonstances. Veuillez vous reporter au *Guide canadien de demande de numéro abrégé commun* pour en savoir davantage ou écrire à shortcodes@canadatelecoms.ca.

3.6.3 Changement à répétition de numéros et d'URL

Cette pratique qui se limite aux numéros 10DLC et numéros sans frais consiste à remplacer par un nouveau numéro les numéros de programmes A2P lorsque la délivrabilité des messages se dégrade

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

et que l'expéditeur opte pour un nouveau numéro afin de ne pas nuire à sa réputation. Cette pratique d'envoi vise surtout à échapper aux mécanismes de filtrage des fournisseurs de service sans fil et est par conséquent jugée comme une pratique malveillante.

3.6.4 Envoi de messages par la technique du « snowshoeing »

Cette technique d'envoi courante dans le monde des pourriels consiste pour un expéditeur à envoyer des messages similaires ou identiques sur différents numéros afin d'éviter les mécanismes de filtrage des entreprises de services sans fil ainsi que les quotas d'envois par numéro et les limitations de volume. Les messages transmis de cette façon sont souvent bloqués, ce qui fait que la pratique doit être proscrite.

3.6.5 Fraude par trafic artificiel

Ce type de fraude consiste à envoyer des messages à un utilisateur pour gonfler les frais pouvant être facturés à un fournisseur de contenu. Des numéros internationaux sont parfois utilisés, ce qui entraîne l'imposition de tarifs majorés à l'utilisateur par le fournisseur de service sans fil.

3.6.6 Usurpation d'adresses électroniques

L'usurpation d'adresses électroniques ou « spoofing » en anglais est une technique où l'expéditeur des messages modifie le numéro affiché dans un texto transmis par messagerie SMS ou MMS, le plus souvent pour des motifs malveillants. Il est strictement interdit de modifier le numéro d'affichage, le numéro de l'expéditeur ou l'identificateur de l'expéditeur. L'expéditeur de messages A2P messages doit fournir sa véritable identité.

3.6.7 Pourriel, hameçonnage et message malicieux

Comprend l'envoi de lots de messages non sollicités, de messages d'hameçonnage dans l'intention de récolter des renseignements personnels en trompant le destinataire et d'autres formes de messages injurieux, malveillants, illicites, visant à causer du tort ou autrement inappropriés.

3.7 Usages particuliers

Les usages décrits ci-dessous supposent un examen particulier et peuvent nécessiter l'imposition de normes de programmes ou de pratiques exemplaires à suivre pour garantir à l'utilisateur une expérience de qualité. Ces usages doivent être évalués au cas par cas.

3.7.1 Contenu pour adultes

Pour les programmes qui comprennent des éléments soumis à des restrictions d'âge ou pour adultes, tels que l'alcool, le tabac, le cannabis, les jeux de hasard ou la nudité, les fournisseurs de contenu doivent d'abord vérifier avec leur fournisseur de services d'application ou facilitateur partenaire la position de chacun des fournisseurs de service sans fil sur l'utilisation envisagée.

Si le fournisseur obtient l'autorisation nécessaire, il lui faudra vérifier que chaque utilisateur a l'âge légal requis dans sa province ou son territoire de résidence avant de l'autoriser à participer au programme. Tous les programmes réservés à un public d'un certain âge doivent être assujettis à un mécanisme robuste de vérification de l'âge. La vérification peut se faire de trois façons :

- En passant par le programme A2P lui-même (p. ex., « Répondez OUI pour confirmer que vous êtes né après le 01-01-2003 et que vous avez 19 ans ou plus » ou « Répondez en indiquant votre date de naissance (JJ-MM-AAAA) pour continuer »).
- Par les mécanismes appliqués dans le lieu où la promotion du programme se fait, comme dans un bar.
- Par le mécanisme de contrôle d'accès si la page web en contient.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

3.7.2 Messages à caractère politique

Un programme de messages à caractère politique répond habituellement à l'un des trois critères suivants :

- Il sert à solliciter le soutien à des candidatures politiques.
- Il renferme des informations sur le programme d'un candidat ou les objectifs qu'il souhaite atteindre s'il est élu.
- Il sert à solliciter des dons ou à faciliter la perception de dons.

Il faut tenir compte de toutes les pratiques recommandées dans le présent guide pour la gestion des programmes de messages à caractère politique et obtenir le consentement éclairé des utilisateurs auxquels ils sont destinés. Les messages contenant des propos calomnieux, diffamatoires ou qui ne sont pas conformes aux lois applicables sont à proscrire à tout prix. Les messages haineux, violents ou comportant des propos ou des symboles racistes, ou du matériel susceptible d'offenser l'utilisateur, sans égard à l'idéologie ou au contenu partisan qu'ils renferment doivent également être évités.

Les règles de consentement pour l'adhésion et le désabonnement à un programme A2P s'appliquent, ce qui signifie que le partage de listes n'est pas recommandé.

3.7.3 Communications périmables ou urgentes

Les avis urgents et les communications dont le contenu a une utilité limitée dans le temps, comme une nouvelle, le cours de valeurs cotées en bourse ou des alertes en cas de menaces imminentes doivent être gérés avec soin en raison de l'impossibilité de garantir la remise du message.

Pour ce type de messages :

- Chaque message doit comporter des références temporelles.
- Il faut spécifier dès le processus d'inscription ou dans les modalités du programme que la remise des messages aux destinataires ne peut être garantie.

Les conditions suivantes s'appliquent également aux programmes A2P visant l'envoi de messages urgents ou périmables :

- Ils ne doivent pas servir à la diffusion d'alertes « Pour diffusion immédiate ».
- Ils ne doivent faire l'objet d'aucune promotion utilisant le mot « urgence » afin de ne pas créer de confusion avec le Système national d'alertes au public.
- Les alertes par messagerie ne doivent pas constituer le seul moyen d'alerter le public. Au moment de s'abonner, l'utilisateur doit choisir un autre moyen de communication (p. ex., par courriel, par notification directe ou par messagerie vocale).
- Les modalités du programme doivent préciser que les alertes diffusées par le Système national d'alertes au public sans fil ont priorité sur toute alerte diffusée par messagerie A2P.

3.7.4 Recouvrement de créances rachetées

Une créance contractée par un utilisateur peut être cédée par le créancier initial à un tiers qui tentera de la recouvrer auprès de l'utilisateur avec lequel il n'a aucun lien préexistant.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

Dans ce type de programme, le fournisseur de contenu doit d'abord vérifier auprès de son partenaire, le fournisseur de services d'application ou le facilitateur, la position de chacun des fournisseurs de service sans fil concernés en ce qui concerne ce type d'usage. S'il obtient le feu vert, le fournisseur de contenu doit :

- Se renseigner sur les règlements en matière de collecte de créances de chacune des provinces, notamment en ce qui a trait aux règles concernant les communications.
- Fournir son identité et celle du créancier initial à l'utilisateur contacté.
- Fournir un numéro de téléphone, une adresse courriel ou une URL qui peut être vérifiée et confirmée en ligne.

3.7.5 Alias et numéros substituts

Dans certains cas, le fournisseur de contenu doit masquer le code d'identité d'un expéditeur ou le numéro A2P afin de protéger l'identité et la vie privée de l'expéditeur du message. Cela ne s'applique toutefois qu'aux numéros 10DLC ou numéros sans frais. Voici des exemples d'applications :

- Un service de livraison de mets doit pouvoir discuter avec le destinataire de la commande pour confirmer le lieu de livraison.
    - L'alias ou le numéro substitut sert de tampon, permettant au livreur et au destinataire de communiquer entre eux sans qu'aucun n'ait à divulguer son numéro de téléphone.
- Un centre d'appels utilisant un numéro 1-800 capable de transmettre des appels ou des messages à plusieurs numéros de téléphone à la fois administrés par ce centre.

3.7.6 Achat par texto (autorisation de paiement)

Lorsque le programme suppose un achat ou un paiement autorisé par messagerie A2P, le fournisseur de contenu doit d'abord vérifier auprès du fournisseur de services d'application ou facilitateur partenaire la position de chaque fournisseur de service sans fil au sujet de cette utilisation.

L'achat par texto est souvent jumelé à un autre usage, tel que le signalement de l'abandon d'un panier ou l'abonnement à un service de marketing mobile, dans lequel l'utilisateur reçoit une alerte ou un rappel pour lui signifier qu'il y a des articles dans son panier d'achat en ligne. L'utilisateur est ensuite invité à répondre par un mot-clé précis pour effectuer l'achat ou l'abonnement par carte de crédit. Dans cette situation, on suppose que :

- L'utilisateur a préalablement fourni les données de sa carte de crédit qui sont conservées de manière sécurisée sur le site ou la plateforme de commerce électronique utilisée. Le programme A2P sert à faciliter les dernières étapes de la transaction.
- En aucun cas le programme A2P ne sert à demander ou à transmettre les données de la carte de crédit.
- Le message relatif à l'achat par texto indique les quatre derniers chiffres de la carte de crédit de l'utilisateur.

Exemple de message d'achat par texto :

> *Boutique ABC : Vous y êtes presque! Vous avez 2 articles en attente dans votre panier! Pour passer la commande avec la carte dont le no se termine par 1234, répondez par CONFIRMER ou cliquez ici : https://ABCclothingURL.ca. Des frais de données peuvent s'appliquer. Pour annuler, répondre par ARRÊT.*

3.8 Protection des renseignements personnels et gouvernance des données

La présente section résume sommairement les exigences en matière de conformité aux lois sur la protection des données des consommateurs et de la gouvernance des données du Canada.

Aucun des éléments d'information ci-après ne saurait être vu comme une confirmation de la conformité aux lois et règlements. Il incombe à l'expéditeur des messages de se conformer aux lois et règlements applicables aux programmes A2P. Pour s'assurer de respecter les lois municipales, provinciales et fédérales, les organisations devraient se documenter de manière approfondie sur ces sujets ou consulter un expert.

3.8.1 Données d'identification personnelle

Les programmes A2P collectent et conservent certaines données sur les utilisateurs. Plus précisément, ils enregistrent le numéro de mobile, ainsi que différentes données secondaires comme le code postal, l'adresse et le nom de famille de l'utilisateur, informations qui constituent des renseignements personnels permettant d'identifier la personne à laquelle ils se rapportent. Ce type de renseignement est régi par la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) et la Charte numérique du Canada en action.

Voici les meilleures pratiques à suivre pour protéger les renseignements personnels :

- Les entreprises et les organisations de même que les utilisateurs de services devraient savoir que les données personnelles peuvent passer entre les mains de différentes parties dans le parcours suivi par les messages.
- Comme la violation des renseignements personnels contribue à éroder la confiance des utilisateurs dans les programmes A2P, les organisations doivent prendre toutes les mesures raisonnables pour assurer la protection et la sécurité des données.
- Les organisations doivent respecter les lois et règlements en matière de protection et de sécurité des renseignements personnels des utilisateurs.

De plus, les entreprises et les organisations qui utilisent les services de messagerie A2P doivent s'assurer que les renseignements personnels qu'elles collectent sont conservés exclusivement sur le territoire canadien et en restreindre l'accès uniquement de l'intérieur des frontières canadiennes. Elles doivent également protéger les renseignements personnels entre leurs mains en mettant en œuvre des dispositifs de sécurité contre différents risques comme l'accès, la collecte, l'utilisation et la divulgation ou la destruction non autorisés des données. En particulier, les organisations devraient prendre les mesures suivantes :

- Former leurs employés quant aux responsabilités qui leur incombent en matière de protection des renseignements personnels.
- Mettre en place des procédures de destruction, d'élimination ou d'anonymisation des renseignements personnels.
- Établir des lignes directrices et mettre en œuvre des procédures pour la conservation des renseignements personnels.
- Réévaluer périodiquement la nécessité de conserver les renseignements.
- Définir un calendrier de conservation des données.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

3.8.2 Audits d'évaluation et d'autorisation de sécurité

Au Canada, les organisations ne sont pas toutes assujetties aux mêmes normes. Pour les organisations qui conservent des renseignements personnels ou qui œuvrent dans un secteur réglementé comme les services financiers, le commerce de détail, les activités bancaires, les soins de santé ou l'État, on recommande des vérifications de conformité pour assurer à la fois la protection des renseignements personnels des utilisateurs et s'assurer de respecter les normes de conformité.

Il existe quatre grands types d'évaluation de sécurité :

- **Évaluation des risques :** ce type d'évaluation vise à soutenir la capacité de l'organisation d'identifier, de quantifier et de prioriser les risques.
- **Essais de vulnérabilité :** sert à exposer les failles dans les protocoles de sécurité, l'architecture, l'exécution des mécanismes ou les contrôles internes.
- **Test de pénétration :** permet de révéler les faiblesses susceptibles d'être exploitées pour percer le réseau de l'organisation.
- **Vérification de conformité aux politiques :** permet d'établir si l'organisation respecte les exigences légales et ne met pas à risque par inadvertance les données personnelles des utilisateurs.

Pour des explications plus détaillées sur les audits d'évaluation et d'autorisation de sécurité, se reporter au site du gouvernement du Canada.

3.8.3 Politiques de conformité internes

Les organisations mettent en place des politiques de conformité pour s'assurer d'observer tous les règlements auxquelles elles sont assujetties. Elles établissent pour ce faire un programme de conformité qui constitue la feuille de route pour satisfaire toutes les exigences en matière de rapports, de conservation de rapports, d'identification des clients et autres règles concernant la connaissance du client.

Les meilleures pratiques à suivre pour mettre en œuvre les politiques de conformité sont les suivantes :

- Nommer un agent responsable de la conformité chargé de mettre en œuvre le programme.
- Établir des politiques et procédures de conformité par écrit qui seront tenues à jour.
- Procéder régulièrement à des évaluations de risque, établir et documenter les risques potentiels.
- Mettre en place un programme permanent de formation aux exigences de conformité pour les employés et autres personnes autorisées, incluant un calendrier de formation.
- Élaborer par écrit un plan d'examen du programme de conformité pour s'assurer qu'il couvre tous les aspects importants et qu'il est utile. Il est recommandé de procéder à cet examen au moins tous les deux ans.

Pour en savoir davantage au sujet des politiques de conformité, consulter le site du Bureau de la concurrence du Canada.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

4. Conseils à donner aux utilisateurs

Comme il a été dit précédemment, les pratiques déconseillées et nuisibles en matière de messagerie émoussent la confiance des Canadiens dans l'écosystème de messagerie A2P. Tous y perdent, des télécommunicateurs aux utilisateurs. Toutes les parties en cause devraient collaborer pour promouvoir et respecter les meilleures pratiques en matière de messagerie recommandées dans le présent document. Ce n'est que par la collaboration que les intervenants de l'écosystème parviendront à bâtir la confiance des utilisateurs canadiens et à faire de la messagerie A2P un canal inspirant confiance.

Les utilisateurs ont aussi leur rôle à jouer. Ils peuvent notamment prendre des mesures pour se protéger des pourriels et des messages malveillants en appliquant les précautions suivantes :

- Porter attention à l'expéditeur du message avant de répondre ou de cliquer sur un lien intégré. Par principe, l'utilisateur ne doit pas réagir à un message qu'il n'attend pas.
- Se méfier des messages contenant des mots mal orthographiés ou des fautes de frappe.
- Bloquer les numéros d'origine des pourriels au moyen des fonctions offertes par leurs appareils.
- Télécharger des outils et des applications fiables pour signaler les pourriels.
- Signaler les pourriels qu'ils reçoivent à leur fournisseur de services en les faisant suivre au 7726.
- Signaler les pourriels aux autorités compétentes (https://combattrelepourriel.gc.ca/) pour aider à faire respecter la *Loi canadienne anti-pourriel*.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

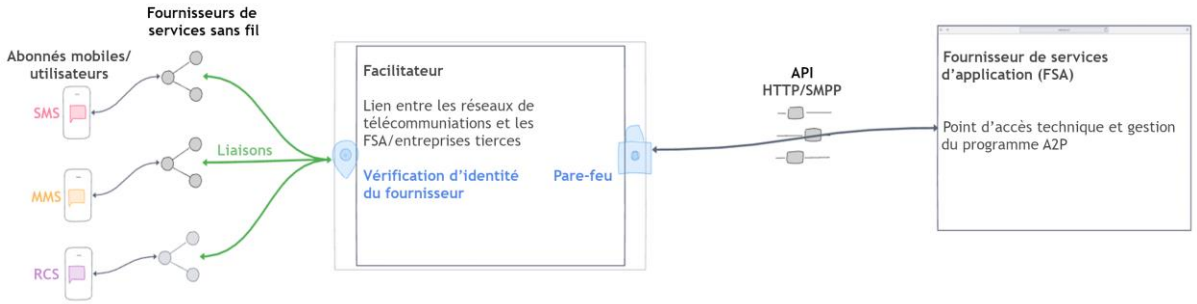
Annexe A : Terminologie, définitions et protocoles

Appel à l'action : support de marketing ou matériel promotionnel destiné à inciter l'utilisateur à interagir avec le programme A2P. Le plus souvent, l'appel à l'action constitue la première étape dans l'interaction entre un utilisateur et un programme.

Canal/canaux : produits de messagerie propres à un protocole de communication donné (p. ex.., numéro abrégé commun, numéro à 10 chiffres).

Débit : mesure du flux de données entre connexions exprimée en transactions par seconde ou messages par seconde.

Écosystème de messagerie A2P : Ensemble des applications et des systèmes nécessaires pour envoyer et recevoir des messages A2P entre une marque ou un fournisseur de contenu, s'un côté, et un utilisateur de l'autre. Il arrive dans certaines situations qu'une organisation cumule plusieurs rôles dans l'écosystème de messagerie A2P.



Encodage : procédé consistant à convertir des données d'un format à un autre. Pour pouvoir être transportés sur un réseau de communication sans fil, les messages texte doivent être encodés. Chaque norme d'encodage utilise des caractères spéciaux et fixe un nombre limite de caractères par segment. Les deux normes d'encodage les plus utilisées pour la messagerie sont la norme UCS-2 et la norme GSM-7 :

- **Encodage UCS-2 :** dans cette norme, un caractère équivaut à 16 bits et la taille des segments est limitée à 70 caractères chacun.
- **Encodage GSM-7 :** norme la plus utilisée; un caractère équivaut à 7 bits. Prend en charge un total de 130 lettres et symboles. La taille des segments est limitée à 160 caractères chacun.

Facilitateur (ou agrégateur) : tiers se raccordant au réseau d'un fournisseur de services sans fil par connexion directe pour prendre en charge des messages A2P.

Fournisseur de contenu : entité qui fournit le contenu du message. Il s'agit souvent de la marque qui commandite le programme A2P.

Fournisseurs de service d'application (FSA) : entité qui offre des solutions logicielles de messagerie aux fournisseurs de contenu.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

Fournisseurs de services sans fil (aussi télécommunicateur sans fil) : entreprise de communication offrant des services communications sans fil, dont des services de messagerie texte, de messagerie multimédia ou de messagerie RCS à leurs abonnés, soit les utilisateurs de la messagerie.

Hameçonnage par message texte : envoi de messages frauduleux à un utilisateur dans le but de collecter ses renseignements personnels, comme ses mots de passe et ses numéros de carte de crédit. En anglais, le terme « smishing » désigne la technique de hameçonnage (« phishing ») effectuée par message texte.

Identité de l'expéditeur : numéro ou nom qui s'affiche sur l'écran du téléphone mobile à la réception d'un message.

Interface de programmation d'application (API) : interface logicielle permettant à deux applications d'interagir. Les interfaces HTTP(s) et SMPP sont souvent utilisées dans les systèmes de messagerie A2P :

- **Protocole de transfert hypertexte sécurisé (HTTPS) :** ce protocole permet d'effectuer des échanges sécurisés à l'intérieur d'un réseau d'applications. Le protocole recourt au chiffrement pour assurer l'authenticité, la confidentialité et l'intégrité de données transmises entre deux applications. Il faut mettre en place un pare-feu pour sécuriser les transferts de données.

- **Protocole SMPP (*Short message peer-to-peer* ou message texte entre homologues) :** Protocole ouvert standard dans l'industrie qui sert d'interface de communication de données flexible entre deux applications.

Marque : entreprise, commerce ou organisation interagissant avec l'utilisateur de la messagerie directement ou par l'entremise d'un partenaire de messagerie tierce. La marque est l'entité sous laquelle l'entreprise associée au programme A2P est connue du public.

Message entrant : message envoyé à l'utilisateur d'un appareil mobile ou reçu par lui.

Message sortant : message sortant envoyé par l'utilisateur d'un appareil mobile.

Messagerie multimédia (MMS) : service standard des systèmes de messagerie téléphonique qui permet l'échange de messages comportant des objets multimédias (images, séquences audio et/ou vidéo) entre dispositifs mobiles.

Messagerie texte (SMS) : service standard des systèmes de messagerie téléphonique permettant l'échange de messages texte, aussi appelés textos, entre dispositifs mobiles.

Pare-feu : Dispositif de sécurité réseau qui filtre le flux d'informations en fonction d'un corpus de règles définies (soit en établissant une liste d'autorisation d'adresses IP ou d'utilisateurs considérés comme « sûrs »).

Pourriel : tout message non sollicité envoyé à un utilisateur sans son consentement.

Programme : application concrète de la messagerie A2P offerte par une marque ou un fournisseur de contenu qui sert à envoyer des messages aux utilisateurs par l'entremise de fournisseurs de services de communication.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

Protocole : un protocole de messagerie établit le mode dans lequel une ou des applications peuvent transmettre des données (p. ex. : MMS, SMS ou RCS).

Rich Business Messaging (RBM) : protocole de communication utilisé par les fournisseurs de service pour communiquer avec des appareils Android ou compatibles en utilisant des données cellulaires ou un réseau Wi-Fi; ce protocole permet aux entreprises et marques de transmettre des contenus multimédias (dont de la vidéo et des fichiers d'image) à des utilisateurs.

Rich Communication Service (RCS) : protocole de messagerie utilisé par les appareils compatibles Android qui facilite l'envoi de messages avec des fonctionnalités évoluées.

Service de vérification d'identité d'un fournisseur : service permettant de vérifier l'information à jour sur les affiliations du fournisseur de service d'un abonné mobile et de savoir si un numéro est un numéro de réseau filaire ou mobile.

Utilisateur : personne qui utilise un appareil mobile pour interagir avec une entreprise, une marque ou une organisation par l'intermédiaire d'un programme A2P.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

Annexe B : Usages typiques de la messagerie A2P

Les programmes A2P servent couramment aux fins décrites ci-dessous, soit seuls ou en conjonction avec d'autres programmes. La liste n'est pas exhaustive, son but est de recenser les cas d'utilisation les plus fréquents dans l'écosystème A2P.

Abandon de panier : rappel fait à l'utilisateur pour lui indiquer qu'il a laissé des articles dans son panier d'achat en ligne.

Alerte bancaire : avis visant à informer l'utilisateur que des opérations ont été effectuées sur son compte, que son solde est insuffisant ou que la limite d'achat établie a été atteinte.

Alerte de fraude : message servant à signaler une activité que l'on présume être frauduleuse ou une violation des données liées à un compte.

Avis de remise : avis envoyé pour confirmer à l'utilisateur qu'un message qu'il a envoyé est parvenu au destinataire.

Avis ou alertes de service de transport commun : message informant l'utilisateur de l'horaire d'un service de transport (comme le prochain passage d'un autobus ou l'arrivée d'un train) ou des renseignements sur un vol prévu prochainement.

Clavardage : fonction permettant à un utilisateur de converser avec un agent de service à la clientèle ou un robot conversationnel. Habituellement, le rapport entre les messages que reçoit le consommateur et ceux qu'il envoie est de un pour un (1:1).

Concours : programme offrant la chance aux participants de remporter un prix.

Démonstration/essais : utilisation faite dans le but de démontrer ou de vérifier le fonctionnement d'un service, d'un produit ou d'une fonction.

Don de charité : programme pour faciliter les dons effectués par carte de crédit à des organismes de bienfaisance ou sans but lucratif ou encore à des partis politiques. Pour en savoir plus au sujet des programmes de dons par numéros abrégés communs, contactez la Fondation des dons sans fil du Canada à support@mobilegiving.ca.

Information sur demande : renseignements sur un produit ou un service communiqués de manière ponctuelle à l'utilisateur à sa demande.

Marketing : action visant à informer les consommateurs au sujet de biens ou services offerts ou de promotions en cours pour amener des clients potentiels à un site web ou à un commerce de détail.

Partage de numéro (uniquement dans le contexte des numéros communs abrégés) : plusieurs organisations ou marques peuvent partager un même numéro abrégé commun. Souvent, un fournisseur de plateforme commune participe au partage (c'est le cas notamment pour les sondages et les communications urgentes).

Rappel de paiement : message envoyé à l'utilisateur pour l'aviser qu'il doit effectuer un paiement prochainement ou lui signaler qu'il a raté ou oublié une échéance de paiement.

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

Rappel de rendez-vous : avis transmis à l'utilisateur pour l'aviser d'un rendez-vous à court terme.

Recouvrement de créances : activité consistant à recouvrer le solde d'une dette ou d'un comptes en souffrance; le recouvrement peut être effectué par le créancier lui-même ou par un agent agissant en son nom. La pratique de recouvrement de dettes cédées à un tiers par le créancier initial constitue un usage particulier.

Vérification en deux étapes (aussi appelé authentification à deux facteurs ou A2F) **:** méthode d'authentification où un message ponctuel renfermant un NIP ou un mot de passe utilisable une seule fois est envoyé à un utilisateur pour confirmer son identité.

Vote/sondage : fonction permettant de collecter des commentaires ou des réponses d'un auditoire ou d'un consommateur. Cela peut s'effectuer par le canal A2P directement ou encore par l'envoi d'un lien par le canal vers un site pour répondre au sondage ou voter.

Annexe C : Protocoles de messagerie

	Messagerie texte (SMS)	Messagerie multimédia (MMS)	Messagerie RCS (Rich Communication Service)
Description	Service standard des systèmes de messagerie téléphonique permettant l'échange de messages texte, aussi appelés textos, entre dispositifs mobiles.	Service standard des systèmes de messagerie téléphonique qui permet l'échange de messages comportant des objets multimédias (images ou séquences audio vidéo) entre dispositifs mobiles.	Service standard de messagerie téléphonique qui permet l'échange de messages multimédias entre appareils Android ou compatibles en utilisant des fonctions évoluées, comme des avis de remise et des accusés de lecture.
Avantages	La messagerie texte est omniprésente aujourd'hui : on compte 33,5 millions d'abonnés mobiles au Canada[7] (soit environ 90 % de la population) et il s'agit d'une fonction standard offerte sur tous les appareils mobiles.	La messagerie MMS permet d'envoyer des images, des fichiers audio et vidéo à un seul destinataire ou à un groupe de destinataires. La limite de caractères dans un message est beaucoup plus grande que pour la messagerie texte.	Ce service de messagerie offre des fonctions plus évoluées comme la capacité de transmettre des fichiers d'images, audio et vidéo plus volumineux, de grande qualité et en continu, ainsi que des capacités de clavardage en groupe supérieures.

[7] https://canadatelecoms.ca

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

Annexe D : Canaux de messagerie A2P

	Numéro abrégé commun	Numéro sans frais	Numéro de 10 chiffres (10DLC)	Messagerie RBM (Rich business messaging)
Description	Numéro de 3 à 6 chiffres substitué au numéro de téléphone usuel pour l'envoi de messages texte ou multimédias à un appareil mobile	Numéro de 10 chiffres prenant en charge les messages textuels et permettant d'envoyer des messages texte ou multimédias à un appareil mobile	Numéro de téléphone filaire comportant 10 chiffres permettant l'envoi de messages texte ou multimédias à un appareil mobile	Canal de communication entre fournisseurs de service sans fil et appareils Android ou compatibles utilisant des données cellulaires ou une communication Wi-Fi pour offrir un service de messagerie évolué entre des entreprises et des utilisateurs
Surveillance et réglementation	Administré et surveillé par l'Association Pour consulter la dernière version du *Guide canadien de demande de numéro abrégé commun*, visiter : https://www.txtca/en/apply-for-a-short-code/	Administré et surveillé par Zipwhip	Autoréglementé En principe, les directives et pratiques recommandées pour les numéros abrégés communs et les numéros sans frais s'appliquent.	Administré et surveillé par Google
P2P/A2P	A2P	A2P	P2P	A2P
Protocole	SMS, MMS*	SMS, MMS*	SMS, MMS	RCS
Voix	Non	Oui	Oui	Oui, dans l'application (appuyer sur « Appeler »)
Avis de remise et accusé de réception	Oui	Oui	Non	Oui (comprend des accusés de lecture)

	Numéro abrégé commun	Numéro sans frais	Numéro de 10 chiffres (10DLC)	Messagerie RBM (Rich business messaging)
Catégorie de frais (facturés à l'utilisateur)	Standard et gratuit	Standard	Standard	Frais de données cellulaires/Wi-Fi

** Selon le fournisseur de services sans fil*

1100-180 rue Elgin Street Ottawa, ON K2P 2K3
613-233-4888 | shortcodes@canadatelecoms.ca | txt.ca/fr

Annexe E : Ressources sur la réglementation

Les entreprises et les organisations qui utilisent ou facilitent des programmes de messagerie A2P doivent respecter toutes les règles qui s'appliquent à ces programmes sur le marché national et les marchés locaux dans lesquels les messages sont censés être livrés. Voici une liste non exhaustive de ressources de cet ordre :

Bureau de la concurrence du Canada : Le Bureau de la concurrence est un organisme indépendant d'application de la loi qui protège la concurrence et en fait la promotion au bénéfice des consommateurs et des entreprises du Canada. La concurrence favorise la baisse des prix et l'innovation tout en alimentant la croissance économique. Pour en savoir plus : www.bureau-concurrence-canada.gc.ca.

Commissariat à la protection de la vie privée du Canada (OPC) : Société indépendante de la Couronne financée par l'État, mais sans contrôle gouvernemental ou ministériel. Pour en savoir plus : https://www.priv.gc.ca.

Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) : Le CRTC est un tribunal administratif qui applique les lois et règlements régissant les systèmes et services de télécommunications au Canada. Il réglemente et surveille la radiodiffusion et les télécommunications dans l'intérêt du public.

***Loi canadienne anti-pourriel* (LCAP) :** Loi visant à promouvoir l'efficacité et la capacité d'adaptation de l'économie canadienne par la réglementation de certaines pratiques qui découragent l'exercice des activités commerciales par voie électronique et modifiant la *Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes*, la *Loi sur la concurrence*, la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* et la *Loi sur les télécommunications*. Pour en savoir plus : https:// combattrelepourriel.gc.ca/.

***Loi de 2022 sur la mise en œuvre de la Charte du numérique* :** Les Canadiens comptent de plus en plus sur les technologies numériques pour travailler, innover et communiquer les uns avec les autres. C'est pourquoi le gouvernement du Canada s'est engagé à faire en sorte que les citoyens puissent profiter des dernières technologies tout en sachant que leurs renseignements personnels sont protégés et que les entreprises agissent de façon responsable. Pour en savoir plus : Loi de 2022 sur la mise en œuvre de la Charte du numérique.

***Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) :** Cette loi s'applique aux organisations du secteur privé qui recueillent, utilisent ou communiquent des renseignements personnels dans le cadre de leurs activités commerciales. Les organisations visées par la LPRPDE doivent habituellement obtenir le consentement des personnes lorsqu'elles recueillent, utilisent ou communiquent des renseignements personnels les concernant. Pour en savoir plus : https://priv.gc.ca/.
Pour en savoir plus : https://crtc.gc.ca/.

Régie des alcools, des courses et des jeux : Cet organisme gouvernemental du Québec a comme mission de guider la clientèle et de l'informer de ses droits et de ses obligations dans les secteurs d'activité touchant aux permis d'alcool, aux jeux, aux sports de combat professionnels et aux courses de chevaux. La Régie encadre et surveille les activités de ces secteurs pour qu'elles s'y déroulent de façon sécuritaire, honnête et juste. Pour en savoir plus : https://www.racj.gouv.qc.ca/.