



Politique de conformité à la Loi Canadienne anti-pourriel

Adoption : 19 octobre 2022

I. Objectif

Selon ses principes de respect de la clientèle et de bonne gouvernance, la Fondation les Amis de Tourterelle met en œuvre un programme de conformité à la Loi Canadienne anti-pourriel. La présente politique est une composante de ce programme.

II. Étendue

La Loi Canadienne anti-pourriel (LCAP) réglemente différentes activités commerciales réalisées par des moyens électroniques.

La LCAP encadre les activités suivantes :

- L'envoi de messages électroniques commerciaux (MEC)
- L'altération de données de transmission de messages électroniques
- L'installation de logiciels ou applications sur du matériel informatique

La présente politique se concentre sur le premier type d'activités encadrées étant donné que la Fondation les Amis de Tourterelle n'est pas active dans les deux autres.

Cette politique s'applique à toute personne pouvant communiquer au nom des Amis de Tourterelle et prévoit que :

- **Les messages dont l'objet principal est la collecte de fonds admissible aux reçus pour fins d'impôt ne sont pas considérés comme des MEC**
- La LCAP couvre tout message commercial électronique, incluant les courriels, les messageries instantanées, les messageries de réseaux sociaux, les SMS ainsi que tout autre type de message envoyé ou reçu électroniquement ;
- Pour fin de simplifier sa gestion, la présente politique s'applique à tout message envoyé électroniquement à l'exception de messages personnels envoyé à la famille ou aux amis proches et n'ayant aucun lien direct ou indirect avec les activités commerciales ;
- La LCAP couvre les communications électroniques commerciales envoyées au Canada et à l'étranger ;
- La LCAP ne réglemente pas les communications par voie postale, téléphonique, messagerie vocale et télécopieur ;
- Cette politique doit être appliquée que la communication ait lieu ou non durant les heures d'affaires et qu'elle soit réalisée ou non avec des outils professionnels.

III. Règles générales d'envois de MEC

Aucun message électronique commercial ne doit être envoyé si les trois conditions suivantes ne sont pas toutes remplies :

1. Consentement

À noter que le consentement doit exister AVANT l'envoi du message et qu'un message électronique de demande de consentement doit également disposer d'un consentement préalable.

Le consentement peut être soit implicite, c'est-à-dire déterminé en fonction du contexte de la relation avec la personne, ou explicite, c'est-à-dire expressément demandé par la personne.

À noter qu'un consentement qui n'est pas démontrable par de la documentation n'a aucune valeur auprès des autorités.

Consentements implicites :

- À tous les membres de la Fondation tels que décrits aux statuts
- Aux anciens membres jusqu'à deux ans après la perte de leur statut de membre
- À toute personne qui a fait une demande d'information sur la Fondation ou ses activités depuis moins de six mois ;
- À tout donateur qui a fait un don monétaire ou en nature avec nous depuis moins de deux ans ;
- À toute personne qui a fait un achat auprès de la Fondation sur le site web ou par un autre biais depuis moins de deux ans.

Consentement explicite :

- Toute personne qui a indiqué souhaiter recevoir les communications électroniques commerciales et a posé une action démontrable à cette fin, notamment en s'inscrivant à notre liste d'envois.

2. Mécanisme de retrait

Toute communication électronique commerciale doit indiquer de quelle façon le destinataire peut formuler le retrait de son consentement à recevoir des MEC.

- a) Tous les courriels groupés (infolettres, bulletins, etc.) devront offrir un lien de désabonnement fonctionnel
- b) Tous les courriels transactionnels (confirmation de paiement, d'inscription, etc.) devront offrir un lien de désabonnement fonctionnel
- c) Tous les courriels commerciaux envoyés par la Fondation ou en son nom devront systématiquement intégrer dans leur signature la formule :
« Pour ne plus recevoir de messages électroniques commerciaux reliés aux Amis de Tourterelle, veuillez l'indiquer en répondant à ce message. »

Lorsqu'un représentant de la fondation reçoit un message de retrait, il doit immédiatement le faire suivre à la personne responsable de la politique.

3. Identification obligatoire

Toute communication électronique commerciale doit SYSTÉMATIQUEMENT comporter les informations d'identification suivantes :

- a) Nom, numéro de téléphone et/ou et adresse postale de la Fondation.

4. Aucune information fausse ou trompeuse

Chaque assertion, promesse ou allégation faite dans une communication électronique commerciale doit être véritable, vérifiable et démontrable.

Il est interdit d'utiliser des formulations exagérées ou hypothétiques.

IV. Règles générales de gestion des retraits

Toute demande de retrait doit être acceptée et honorée au plus vite et ce dans un délai maximum de dix jours suivant sa réception, qu'elle ait été communiquée verbalement, par le mécanisme proposé ou par tout autre moyen choisi par la personne qui la formule.

Les mécanismes de retrait, notamment les formulaires de désabonnement, doivent être fonctionnels sans interruption pendant 60 jours après l'envoi du message, être simples à utiliser et permettre le retrait de consentement en deux clics maximums.

Tout message commercial envoyé électroniquement doit permettre d'y répondre pour indiquer qu'on souhaite retirer son consentement. L'utilisation d'adresses d'envoi du type *donotreply@* ou *nepasrepondre@* est strictement interdite.

V. Règles générales de tenue de dossiers

Les informations suivantes doivent être systématiquement enregistrées et conservées durant une période minimale de 5 ans :

- Les politiques et procédures relatives aux messages électroniques commerciaux ;
- Toutes les demandes de désabonnement et les actions connexes ;
- Toutes les preuves du consentement exprès (p. ex., les listes de membres, les données liées aux transactions, ou les données d'inscription aux listes d'envoi) des personnes à qui on envoie des messages électroniques commerciaux ;

- Les transcriptions des messages électroniques commerciaux ;
- Le suivi donné aux demandes de désabonnement des messages électroniques commerciaux ;
- Les autres procédures de l'entreprise ;
- Les dossiers financiers officiels.

VI. Audit, surveillance et gestion des plaintes

Toutes les plaintes éventuellement reçues seront colligées, traitées et documentées par la responsable de l'application de cette politique. Le volume, la fréquence et le type des plaintes seront considérés comme des indicateurs de faiblesses éventuelles et guideront les actions de vérification et d'optimisation de la présente politique et de son application.

Le ou la responsable de la politique procèdera de temps à autre des vérifications pour s'assurer du bon respect de la politique.

La politique sera révisée une fois par an pour s'assurer de son efficacité et son adaptation aux activités de la Fondation.

VII. Médias sociaux

L'envoi de messages électroniques commerciaux via les médias sociaux (Facebook, LinkedIn, Twitter, etc.) est réglementé par la LCAP, à l'intérieur et à l'extérieur des heures de bureau.

Lorsqu'une personne communique via une MESSAGERIE d'un réseau social (MP) doit s'assurer qu'elle possède le consentement requis par la loi (consentement donné à la Fondation ou relation personnelle avec le destinataire).

VIII. Mesures disciplinaires

Les personnes qui ne respectent pas cette politique se verront interdire le droit de communiquer au nom de la Fondation.

Fondation les Amis de Tourterelle

Politique de conformité à la Loi Canadienne anti-pourriel

Adoptée le : 2023-02-01

Par : Conseil d'administration

Personne en charge de l'application de la politique : Président.e de la fondation Les Amis de Tourterelle

Dernière révision le :

NA

Revue par :

Date de la prochaine révision :

Janvier 2024