

Mise en garde du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada : le secteur du marketing d'affiliation doit respecter les exigences en matière de protection des renseignements personnels

19 AVRIL 2018 2 MIN DE LECTURE

Expertises Connexes

- [Franchisage](#)

Auteur: [John Salloum](#)

Le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada (CPVP) a publié une [mise en garde pour les acteurs du marketing d'affiliation](#) après qu'une étude internationale a révélé d'importants manquements aux lois sur la protection des renseignements personnels et aux règles sur les communications non sollicitées. Compte tenu de cette mise en garde, les franchiseurs seraient bien avisés de revoir leurs pratiques de marketing d'affiliation pour assurer la conformité aux lois applicables.

L'[Unsolicited Communications Enforcement Network \(UCENet\)](#), réseau mondial qui encourage la coopération internationale en matière d'application des lois sur le pourriel, a examiné des centaines de sites Web internationaux et des milliers de plaintes de consommateurs liées au marketing d'affiliation. Dans son [Rapport de ratissage 2017 \[PDF\]](#), l'UCENet a présenté les constatations suivantes :

- La plupart des conditions d'utilisation accessibles au public entre les affiliés, les vendeurs et les plateformes affiliées ne contenaient pas de lignes directrices appropriées sur les communications non sollicitées permises.
- Les affiliés n'obtiennent généralement pas l'autorisation du consommateur avant d'envoyer des communications électroniques, même dans des pays où existe un régime actif d'autorisation.
- La publicité trompeuse occupe une « place importante » dans l'écosystème du marketing d'affiliation.
- Certaines plateformes de marketing d'affiliation ont une durée de vie plutôt courte et sont exploitées dans différents pays, ce qui complique l'application de la loi.

Deux cent vingt et un sites Web ont été ciblés par l'UCENet pour un suivi. De plus, le Rapport de ratissage 2017 indique que les organismes participants (dont le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes [CRTC] et le CPVP) peuvent poursuivre l'analyse, l'enquête et des actions d'application de la loi à l'égard des cibles identifiées.

Pour toute question sur l'application des lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels à vos pratiques de marketing, le [groupe du droit relatif au respect de la vie privée et à la gestion de l'information](#) d'Osler est prêt à vous assister.