



POLITIQUE ET RÈGLES SUR LA TÉLÉPHONIE

POLITIQUES ET RÈGLES SUR LA TÉLÉPHONIE

Chez UniMarketing, le respect de la vie privée et la protection des renseignements personnels sont au cœur de nos préoccupations, et c'est pourquoi nous souscrivons aux principes suivants :

- Chaque personne (contact, client, répondant) contactée pour une activité de marketing direct ou dans le but de participer à un sondage recevra l'information suivante au début de la communication :
 - Le nom de l'agent ou de l'interviewer;
 - Le nom de l'entreprise qui communique avec le répondant;
 - La nature (sujet) de l'activité ou du sondage;
 - La durée prévue de l'entrevue;
 - Le participant peut obtenir, s'il le désire, le nom et les coordonnées du superviseur ou du directeur de la recherche.
- Les appels seront effectués à des heures raisonnables, mais si le moment ne convient pas, le répondant peut demander en tout temps que l'on communique avec lui à un moment plus approprié;
- Tous les répondants peuvent accepter ou non de participer à une recherche, de répondre à des questions spécifiques sans qu'ils n'aient à se justifier;
- Tous les répondants seront informés à l'avance de l'enregistrement d'une entrevue et de l'utilisation visée par cet enregistrement, sauf pour des considérations de contrôle de qualité, et pourront de ce fait refuser de poursuivre l'entrevue;
- Les répondants ou participants qui acceptent de répondre à un sondage ne sont pas sollicités pour la vente d'un produit ou service, ni pour de l'argent;
- UniMarketing mettra à la disposition de toute personne qui en fait la demande des renseignements précis sur ses politiques et ses pratiques de gestion des renseignements personnels;
- Toute personne pourra demander de retirer son nom et son numéro de téléphone si elle ne désire pas être communiquée à nouveau par notre firme; cette exclusion sera spécifique aux activités de marketing direct ou aux activités de recherche en opinion;
- Toute personne pourra porter plainte concernant le non-respect des principes énoncés ci-dessus en communiquant avec la personne responsable de l'observation du code de protection des renseignements personnels chez UniMarketing.

RÈGLES DE TÉLÉMARKETING

1. Les Règles de télémarketing s'appliquent que la télécommunication à des fins de télémarketing soit visée ou non par les Règles sur la LNNTÉ.
2. Il est interdit au télévendeur de faire, pour son propre compte, des télécommunications à des fins de télémarketing, à moins qu'il ne soit abonné à la LNNTÉ, qu'il ait fourni des renseignements à l'administrateur de la LNNTÉ et qu'il ait payé les droits qui lui sont applicables à l'enquêteur délégué.
3. Il est interdit au télévendeur de faire, pour le compte d'un client, des télécommunications à des fins de télémarketing, à moins que ce client ne soit abonné à la LNNTÉ, qu'il ait fourni des renseignements à l'administrateur de la LNNTÉ et que les droits que l'enquêteur délégué exige à son endroit aient été acquittés.
4. Les Règles de télémarketing ne s'appliquent pas aux télécommunications à des fins de télémarketing faites par messagerie vocale (diffusion par messagerie vocale).
5. Le télévendeur doit conserver les documents suivants sur son abonnement à la LNNTÉ et les renseignements fournis à l'administrateur de la LNNTÉ, et ce, pendant trois ans suivant la date de leur création :
 - a) si le télévendeur fait une télécommunication à des fins de télémarketing pour son propre compte : une preuve de son abonnement auprès de l'administrateur de la LNNTÉ et une preuve du paiement des droits à l'enquêteur délégué;
 - b) si le télévendeur fait une télécommunication à des fins de télémarketing pour le compte de clients : une preuve d'abonnement auprès de l'administrateur de la LNNTÉ et une preuve du paiement des droits à l'enquêteur délégué pour chaque client.
6. Les Règles de télémarketing ne s'appliquent pas aux télécommunications non sollicitées effectuées à des fins autres que de sollicitation, y compris les télécommunications faites dans l'unique but de transmettre des messages d'urgence, de recouvrer des créances, de faire des études de marché ou des sondages.
7. Le revendeur de service Centrex doit prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à ce que les abonnés et les utilisateurs finaux de ce service n'utilisent pas la fonction de transfert d'appel Centrex pour acheminer des télécommunications à des fins de télémarketing.
8. Le télévendeur qui fait du télémarketing pour son compte doit maintenir sa propre liste de numéros de télécommunication exclus et conserver le numéro de télécommunication des consommateurs figurant sur la liste pendant une période de trois ans et 31 jours à compter de la date où ceux-ci font la demande d'exclusion de télémarketing.

9. Le client d'un télévendeur doit maintenir sa propre liste de numéros de télécommunication exclus et conserver le numéro de télécommunication des consommateurs figurant sur la liste pendant une période de trois ans et 31 jours à compter de la date où ceux-ci font la demande d'exclusion de télémarketing.
10. Le télévendeur qui fait des télécommunications à des fins de télémarketing par téléphone doit donner suite à la demande d'exclusion du consommateur au moment même de la télécommunication.
11. Le télévendeur qui fait pour son compte des télécommunications à des fins de télémarketing doit ajouter le numéro de télécommunication du consommateur à sa liste de numéros de télécommunication exclus dans les 31 jours suivant la demande d'exclusion du consommateur.
12. Le télévendeur qui fait pour le compte d'un client des télécommunications à des fins de télémarketing doit prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à ce que le client ajoute le numéro de télécommunication du consommateur à sa liste de numéros de télécommunication exclus dans les 31 jours suivant la demande d'exclusion du consommateur.
13. Le client d'un télévendeur doit ajouter le numéro de télécommunication du consommateur à sa liste de numéros de télécommunication exclus dans les 31 jours suivant la demande d'exclusion du consommateur.
14. Il est interdit au télévendeur de faire, pour son compte, des télécommunications à des fins de télémarketing auprès d'un consommateur dont le numéro de téléphone figure ou devrait figurer sur sa liste de numéros de télécommunication exclus.
15. Il est interdit au télévendeur de faire, pour le compte d'un client, des télécommunications à des fins de télémarketing auprès d'un consommateur dont le numéro téléphone figure ou devrait figurer sur la liste de numéros de télécommunication exclus du client, et le client du télévendeur doit prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à ce que le télévendeur respecte cette règle.
16. Le télévendeur qui fait des télécommunications par téléphone à des fins de télémarketing doit donner clairement les renseignements suivants dès que le destinataire répond :
- a) le nom réel ou fictif de la personne qui fait la télécommunication;
 - b) le nom du télévendeur que la télécommunication soit faite pour le compte du télévendeur ou d'un client du télévendeur;
 - c) le nom du client lorsque la télécommunication est faite au nom d'un client du télévendeur.

17. Le télévendeur qui fait des télécommunications par téléphone à des fins de télémarketing doit donner clairement les renseignements suivants sur demande :

a) un numéro de téléphone que le consommateur peut composer pour s'adresser à un employé ou à un autre représentant du télévendeur à qui il peut poser des questions, faire des commentaires concernant la télécommunication reçue, faire une demande d'exclusion ou encore vérifier qu'on a bien donné suite à sa demande;

b) le nom et l'adresse d'un employé ou d'un autre représentant du télévendeur à qui le consommateur peut écrire pour poser des questions, faire des commentaires concernant la télécommunication reçue, faire une demande d'exclusion ou encore vérifier qu'on a bien donné suite à sa demande.

18. Les renseignements mentionnés à l'article 27 doivent être fournis tant pour le télévendeur que pour le client du télévendeur, le cas échéant, et ce, que le consommateur en ait fait la demande pour les deux ou non.

19. Le télévendeur qui fait des télécommunications par télécopieur à des fins de télémarketing doit indiquer clairement ce qui suit en haut de la première page, en police de caractère 12 ou plus :

a) le nom du télévendeur qui envoie la télécopie que la télécommunication soit faite pour le compte du télévendeur ou d'un client du télévendeur;

b) le nom du client lorsque la télécommunication est faite pour le compte d'un client du télévendeur;

c) la date et l'heure d'envoi de la télécopie;

d) le numéro de téléphone et le numéro de télécopie d'un employé ou d'un autre représentant du télévendeur et, s'il y a lieu, du client du télévendeur que le consommateur peut composer pour poser des questions, faire des commentaires concernant la télécommunication reçue, faire une demande d'exclusion ou encore vérifier qu'on a bien donné suite à sa demande;

e) le nom et l'adresse d'un employé ou d'un autre représentant du télévendeur et, s'il y a lieu, du client du télévendeur, à qui le consommateur peut écrire pour poser des questions, faire des commentaires concernant la télécopie reçue, faire une demande d'exclusion ou encore vérifier qu'on a bien donné suite à sa demande.

20. Les numéros de télécommunication fournis en vertu des articles 27, 28 et 29 doivent remplir les conditions suivantes :

a) ils doivent être des numéros locaux ou sans frais;

b) lorsqu'il s'agit d'un numéro de téléphone, le consommateur doit être accueilli par un téléphoniste ou par une boîte vocale qui a toujours la capacité de recevoir des messages de consommateurs.

21. La boîte vocale mentionnée à l'article 30 doit diffuser un message informant le consommateur qu'on le rappellera dans les trois jours ouvrables.

22. Le télévendeur ou, s'il y a lieu, le client du télévendeur doit rappeler le consommateur dans les 3 jours ouvrables suivant le message visé à l'article 31.

23. Sous réserve de l'article 34, une télécommunication à des fins de télémarketing ne peut être effectuée qu'aux heures suivantes : de 9 h à 21 h 30 la semaine (du lundi au vendredi) et de 10 h à 18 h la fin de semaine (samedi et dimanche), ces heures étant celles du consommateur auquel est destinée la télécommunication.

24. La télécommunication à des fins de télémarketing est restreinte aux heures prévues dans les lois provinciales qui régissent une activité lorsque les heures prévues dans la loi provinciale sont plus restrictives que celles prescrites à l'article 33, à condition que la télécommunication soit faite pour le but de cette activité, ces heures étant celles du consommateur auquel est destinée la télécommunication.

25. Le télévendeur qui fait une télécommunication à des fins de télémarketing doit afficher le numéro de télécommunication qu'il utilise à cette fin ou un autre numéro auquel le consommateur peut le joindre (sauf si l'affichage du numéro est impossible pour des raisons techniques).

26. La composition séquentielle à des fins de télémarketing est interdite.

27. La composition aléatoire à des fins de télémarketing, y compris celle de numéros non publiés ou non inscrits, est autorisée sauf dans le cas des numéros de télécommunication suivants :

a) les numéros inscrits sur la LNNTE;

b) les numéros des services d'urgence;

c) les numéros des établissements de soins de santé;

d) lorsqu'un télévendeur fait du télémarketing pour son propre compte, les numéros inscrits sur sa liste de numéros de télécommunication exclus;

e) lorsqu'un télévendeur fait du télémarketing pour le compte d'un client, les numéros inscrits sur la liste de numéros de télécommunication exclus du client.

28. Il est interdit au télévendeur de faire une télécommunication à des fins de télémarketing auprès d'un service d'urgence ou d'un établissement de soins de santé, et le client d'un télévendeur doit prendre toutes les mesures raisonnables pour veiller à ce que le télévendeur respecte cette règle.

29. Le télévendeur qui utilise un dispositif de composition prédictive à des fins de télémarketing ne doit pas excéder un taux d'abandon de 5 % chaque mois.

30. Le télévendeur et le client d'un télévendeur doivent conserver des dossiers à chaque mois indiquant le taux d'abandon réel des télécommunications à des fins de télémarketing, et ce, pendant les trois ans suivant la date à laquelle chaque dossier mensuel est créé.

RENSEIGNEMENTS IMPORTANTS À L'INTENTION DES TÉLÉVENDEURS VISÉS PAR UNE EXEMPTION

La Liste nationale de numéros de télécommunication exclus (LNTE) vise à réduire le nombre d'appels et de télécopies de télémarketing non désirés que reçoivent les Canadiens.

1. Les règles sur les télécommunications non sollicitées s'appliquent à tous les vendeurs?

- Certains appels et télécopies de télémarketing ne sont pas assujettis aux Règles sur la LNTE, et ceux qui les font ou les envoient sont des « télévendeurs faisant l'objet d'une exemption »;
- Il s'agit notamment des télévendeurs suivants :
 - les organisations caritatives enregistrées qui sollicitent des dons;
 - les journaux offrant des abonnements;
 - les partis politiques et leurs candidats;
 - les entreprises avec lesquelles un consommateur a des relations commerciales existantes; par exemple, si le consommateur a fait affaire avec une entreprise au cours des 18 derniers mois, telle une entreprise de nettoyage de tapis, ce consommateur peut être appelé.
- Les Règles sur la LNTE ne s'appliquent pas non plus aux appels et aux télécopies de télémarketing adressés aux entreprises;
- Ne présumez pas que vos appels font l'objet d'une exemption. Pour obtenir des renseignements complets, veuillez consulter la [Partie II](#) des Règles sur les télécommunications non sollicitées et la [Loi sur les télécommunications](#).

3. Tenir à jour votre propre liste de numéros exclus

- Vous devez tenir à jour votre propre liste de numéros exclus même si vos appels ou vos télécopies font l'objet d'une exemption de la LNTE;
- Si un consommateur demande qu'on ne communique pas avec lui, vous devez ajouter son numéro à votre propre liste de numéros exclus dans les 31 jours suivants;

- Vous ne pouvez pas faire d'appels ni envoyer de télécopies aux consommateurs inscrits sur votre propre liste de numéros exclus.

4. Autres responsabilités

- Il vous incombe de vous assurer que vos listes d'appels sont à jour et que vous n'appellez pas les numéros de téléphone de résidence, de cellulaire et de télécopie figurant sur votre liste de numéros exclus;
- Vous devez vous conformer aux [Règles de télémarketing](#) en tout temps. Par exemple, vous pouvez effectuer des appels ou envoyer des télécopies uniquement à certaines heures du jour et vous devez vous identifier au début de chaque appel;
- Vous devez vous conformer également aux [Règles sur les composeurs-messagers automatiques](#), lesquels sont des appareils permettant de composer automatiquement des numéros de téléphone et de transmettre un message enregistré.

Plusieurs activités réalisées par UniMarketing ne sont pas assujetties aux Règles sur la Liste nationale des numéros de téléphone exclus (LNNTE) dans ce cas, UniMarketing devient un des « télévendeurs faisant l'objet d'une exemption ».

- Il s'agit notamment des télévendeurs suivants :
 - les organisations caritatives enregistrées qui sollicitent des dons;
 - les journaux offrant des abonnements;
 - les partis politiques et leurs candidats;
 - les entreprises avec lesquelles un consommateur a des relations commerciales existantes; par exemple, si le consommateur a fait affaire avec une entreprise au cours des 18 derniers mois, telle une entreprise de nettoyage de tapis, ce consommateur peut être appelé.

Notons également que les Règles sur la LNNTE ne s'appliquent pas aux appels et aux télécopies de télémarketing adressés aux entreprises.

Si vous voulez tout de même être exclus de nos activités de marketing direct ou d'enquête d'opinion, cochez la case appropriée et inscrire les renseignements nécessaires pour que nous puissions vous filtrer pour une période de trois ans.