

USA : Les 'marketers' sont-ils des 'spammers'?!

Rappelons qu'aux Etats-Unis le CanSpam Act est un ensemble de lois qui régissent l'usage des emails commerciaux.

En particulier, le CanSpam a reconnu l'approche anglo-saxonne '**opt-out**' des bases de données d'adresses emails, qui reconnaît '*à fortiori*' à l'internaute le droit de demander aux expéditeurs de retirer son adresse après réception des emails commerciaux. En contre partie, ces emails doivent impérativement disposer d'un lien vers une page de désinscription afin de permettre à l'internaute de demander ce retrait. On sait que le CanSpam Act n'a eu aucun effet sur le 'spam' – ces emails commerciaux non sollicités, et souvent détournés et vérolés, qui polluent les messageries ? et que l'opt-out est finalement une porte ouverte vers tous les abus. Une étude de JupiterResearch révèle que le phénomène est plus grave encore, puisque un tiers des offres de marketing par emails des entreprises spécialisées américaines ne respecte pas la loi CanSpam ! Passé le manque d'information et parfois la volonté non affichée de contourner la loi, c'est la mise en application de l'option de désabonnement ou désinscription qui semble poser le plus de problèmes aux professionnels. Il est vrai que cette option obligatoire prévue par la loi nécessite la mise en place d'outils pour la gérer, et de procédures pour nettoyer les bases de données. Mais aussi pour nettoyer les bases partagées et vendues. Un marketer peut en effet louer ou revendre sa base, mais il reste responsable de son entretien. Une étude d'ExactTarget révèle que 48% des marketers éprouvent des difficultés à gérer les désinscriptions (très difficile pour 20% d'entre eux) et 23% rencontrent 'parfois' des difficultés. Un sacré chemin reste à parcourir pour protéger les internautes contre les abus du spam et pour le respect de la loi, surtout lorsque les professionnels eux même ne respectent pas cette dernière?