

Pandémie oblige, les Canadiens utilisent Internet plus que jamais. Pour travailler, étudier, s'informer, se divertir, magasiner, interagir avec les autres, etc. Internet donne accès à quelque 1,88 milliard de sites Web. 1,2 milliard de recherches par an sont effectuées sur Google. 70 millions de publications sont diffusées chaque mois sur WordPress. Plus de 306 milliards de courriels sont échangés quotidiennement. Près de 350 000 publications éphémères sont diffusées sur Instagram chaque minute.

Ces chiffres ont de quoi étourdir... et inquiéter. Parce que l'utilisation d'Internet à large échelle n'est pas sans conséquence pour l'exercice du droit à la protection de la vie privée. Une quantité inimaginable de renseignements personnels sont actuellement collectés en ligne, exploités ou vendus par des entreprises, alors que les personnes concernées n'ont que très peu de contrôle sur ces activités.

Cette situation préoccupe de plus en plus les consommateurs d'ici et d'ailleurs. Notre rapport offre une perspective canadienne sur la question.

Notre étude comprend un survol des différentes définitions et conceptions de la vie privée proposées par certains auteurs ou retenues par les systèmes juridiques européen, américain et canadien. De manière générale, nous constatons que la protection des renseignements personnels est actuellement perçue comme l'élément dominant et prioritaire de la protection de la vie privée des consommateurs en ligne, bien que la distinction entre renseignements dits privés et publics se complexifie de plus en plus.

Après avoir dressé à partir de la littérature un portrait des différentes préoccupations des consommateurs pour leur vie privée en ligne, ainsi que des mesures et comportements de protection qu'ils peuvent adopter en vue de la protéger, nous rapportons les résultats d'un sondage réalisé à l'hiver 2020 auprès de 1500 Canadiens et d'entrevues avec certains des répondants. Sans surprise, les préoccupations relatives à l'accès et à l'utilisation non autorisés de renseignements personnels financiers en ligne sont importantes et les craintes relatives au vol d'identité sont omniprésentes. Les opinions sont moins tranchées et beaucoup plus confuses lorsqu'il est question des autres risques pour la vie privée en ligne (suivi et profilage, publicité ciblée, pourriels, comportements dangereux sur les médias sociaux, etc.).

Le peu de comportements de protection qu'adoptent les consommateurs en vue de protéger leurs renseignements personnels en ligne a également de quoi surprendre (et inquiéter). Beaucoup se disent fortement préoccupés, mais se sentent impuissants, convaincus qu'ils ne

La force d'un réseau

Nos membres associatifs

ACEF Appalaches – Beauce – Etchemins
ACEF de l'Est de Montréal
ACEF de l'Île-Jésus
ACEF du Grand-Portage

ACEF du Nord de Montréal
ACEF du Sud-Ouest de Montréal
ACEF Estrie
ACEF Lanaudière

ACEF Montérégie-Est
ACEF Rive-Sud de Québec
ACQC
Centre d'éducation financière EBO
Cibes de la Mauricie

7000, avenue du Parc, bureau 201, Montréal (Qc) H3N 1X1

T : 514 521 6820 | Sans frais : 1 888 521 6820 | F : 514 521 0736

info@uniondesconsommateurs.ca | www.uniondesconsommateurs.ca

peuvent réellement changer les choses, que leurs renseignements personnels sont destinés à se retrouver aux mains des entreprises, des États et des pirates informatiques, peu importe ce que tentera l'internaute pour l'éviter. Et le sentiment d'impuissance laisse parfois la place à un certain aveuglement volontaire...

Deux grandes armes défensives s'offrent aux consommateurs : les lois de protection des renseignements personnels dans le secteur privé et les technologies d'amélioration de la confidentialité disponibles en ligne. Les chapitres qui leur sont consacrés dans notre rapport font ressortir certaines faiblesses importantes de ces deux ressources.

Dans le cas des technologies d'amélioration de la confidentialité en ligne, les problèmes ont surtout trait à leur très faible notoriété. Relativement peu de Canadiens connaissent les moteurs de recherche privés, les navigateurs privés, les gestionnaires de mots de passe ou encore les réseaux privés virtuels, dont l'utilisation permettrait pourtant de répondre à certaines de leurs préoccupations. Et beaucoup moins encore les ont déjà utilisés ! Leur apport demeure donc marginal. Et l'attitude des consommateurs à leur sujet permet de douter d'un changement prochain de la situation. Beaucoup se montrent méfiants, doutent de leur fonctionnement ou de leur utilité. D'autres ne se sentent pas compétents pour les utiliser. Les sites Web de certains fournisseurs ne parviennent pas forcément à les rassurer ou à les renseigner adéquatement, la documentation qui s'y trouve étant trop incomplète ou restant au contraire souvent trop complexe pour être accessible. Le rapport identifie tout de même de belles initiatives de sensibilisation et d'éducation des consommateurs par certains fournisseurs.

Les quatre lois applicables au secteur privé présentent quant à elles des limites d'application importantes, qui rendent certains des droits qu'elles y prévoient quelque peu utopiques. L'élément central de ces lois reste le droit de regard du consommateur sur le traitement de ses renseignements personnels par une entreprise. Les lois actuelles sont d'une insuffisance flagrante pour ce qui est de remédier à l'inégalité du rapport de force et d'information entre les parties qui fait obstacle à l'exercice de ce droit de regard. Comment un consommateur peut-il faire des choix s'il n'est pas en mesure de comprendre et d'évaluer les pratiques des entreprises qui lui demandent son consentement, s'il n'est pas en mesure de négocier avec elles ou de refuser leur demande sans devoir renoncer du même coup à l'accès aux biens, services ou contenus qu'elles offrent ? Son consentement n'est bien souvent ni éclairé, ni libre.

Les législateurs paraissent conscients de la désuétude des lois actuelles. Deux projets de loi visant à réformer les lois québécoise et fédérale ont été déposés en 2020. Le premier a été adopté. Le second est mort au feuillet. Certains ajouts répondent ou auraient répondu aux préoccupations des consommateurs, notamment en ce qui concerne la sécurité des renseignements personnels détenus par les entreprises. D'autres préoccupations restent toutefois sans réponse. Et les difficultés d'exercice du consentement sont assez peu traitées par les changements proposés malheureusement.

Après la présentation du point de vue de deux professeurs spécialisés en matière de traitement des renseignements personnels en ligne et d'intelligence artificielle que nous avons interviewés,

nous concluons le rapport par une série de recommandations qui portent principalement sur la réforme éventuelle des lois canadiennes en matière de protection des renseignements personnels dans le secteur privé. Nous y identifions certains changements incontournables, tels que l'adoption d'une approche centrée sur la reconnaissance et la protection des droits de la personne et la mise en place d'une obligation pour les entreprises d'offrir par défaut le plus haut niveau de protection des renseignements personnels.

English version available.

Union des consommateurs a reçu du financement en vertu du Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles d'Industrie Canada. Les opinions exprimées dans ce rapport ne sont pas nécessairement celles d'Industrie Canada ou du gouvernement du Canada.