



Décision de télécom CRTC 2015-462

Version PDF

Ottawa, le 20 octobre 2015

Numéro de dossier : 8665-P8-201400762

Centre pour la défense de l'intérêt public et Association des consommateurs du Canada – Demande concernant l'utilisation de renseignements sur les clients par Bell Mobilité inc., Solo Mobile et Virgin Mobile Canada

Le Conseil rejette la demande du PIAC/ACC alléguant que cette dernière est sans objet puisque le programme de publicité pertinente de BCE inc. a été retiré.

Demande

1. Le Conseil a reçu une demande du Centre pour la défense de l'intérêt public (PIAC) et de l'Association des consommateurs du Canada (ACC) [collectivement PIAC/ACC], datée du 27 janvier 2014, concernant la collecte et l'utilisation de renseignements sur les clients pour le programme de publicité pertinente (programme) par Bell Mobilité inc. (Bell Mobilité), Solo Mobile et Virgin Mobile Canada (collectivement Bell Mobilité et autres).
2. Le PIAC/ACC ont demandé que le Conseil interdise à Bell Mobilité et autres de recueillir et d'utiliser des renseignements sur les clients aux fins de publicité et de marketing dans le cadre du programme. Ils ont aussi demandé au Conseil de lancer une instance subséquente plus générale pour étudier les pratiques de collecte, d'utilisation et de divulgation des données de l'ensemble des autres fournisseurs de services de télécommunication (FST) et entreprises de distribution de radiodiffusion (EDR).
3. Le PIAC/ACC ont demandé que, si le Conseil rejette la demande d'interdire à Bell Mobilité et autres d'utiliser les renseignements sur les clients aux fins de publicité et de marketing dans le cadre du programme, le Conseil ordonne aux entreprises de rendre l'accès à ce programme seulement par option d'adhésion.
4. Peu importe la décision du Conseil, le PIAC/ACC ont demandé que le Conseil ordonne à Bell Mobilité et autres de déposer au dossier public des détails exhaustifs concernant le fonctionnement et la nature du programme, y compris des détails exacts sur le type de renseignements recueillis et la manière dont ceux-ci sont recueillis, utilisés et divulgués par les entreprises.
5. Le PIAC/ACC ont indiqué que le Conseil a un pouvoir unique de régler et de superviser les systèmes de radiodiffusion et de télécommunication au Canada, et qu'il a l'obligation réglementaire de protéger la vie privée.

6. On peut consulter sur le site Web du Conseil le dossier public de l'instance, lequel a été fermé le 21 avril 2015. On peut y accéder à l'adresse www.crtc.gc.ca ou au moyen du numéro de dossier indiqué ci-dessus.

Contexte

7. À l'automne 2013, BCE inc. a lancé le programme de publicité pertinente, un programme conçu pour faciliter la diffusion d'annonces ciblées par des entreprises indépendantes à des abonnés de services sans fil mobiles fournis par Bell Mobilité et autres.
8. Le programme, qui utilise des données sur les clients déjà recueillies par Bell Mobilité et autres à diverses fins (p. ex. pour relier les clients aux personnes qu'ils souhaitent joindre; pour planifier, offrir et gérer le réseau; ou pour répondre aux questions des clients au sujet des activités facturables), a été offert selon le principe de l'option de retrait. Par conséquent, tous les clients touchés ont, par défaut, automatiquement été inclus dans le programme.
9. Après l'envoi par Bell Mobilité et autres d'un avis à leurs clients annonçant notamment le programme, le Conseil a reçu environ 100 plaintes concernant la collecte et l'utilisation de données sur les clients par Bell Mobilité et autres. Ces plaintes ont été acheminées au Commissariat à la protection de la vie privée du Canada (CPVP), qui est responsable de la surveillance de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE). La LPRPDE établit les règles de base régissant la manière dont les organismes du secteur privé, y compris les fournisseurs de services de communication, peuvent recueillir, utiliser ou divulguer des renseignements personnels dans le cadre d'activités commerciales. Le 23 octobre 2013, le CPVP a annoncé qu'il se pencherait sur la question de savoir si le programme contrevient à la LPRPDE.

Conclusions du CPVP

10. Le 7 avril 2015, le CPVP a publié les conclusions de son enquête. Entre autres choses, le CPVP a conclu que Bell Mobilité et autres n'obtenaient pas le consentement adéquat par l'entremise de son modèle axé sur l'option de retrait et qu'un consentement exprès, par option d'adhésion, était requis pour que les renseignements sur les clients puissent être utilisés dans le cadre du programme. Le CPVP a insisté sur le fait que les clients qui paient pour un service doivent pouvoir choisir expressément que leurs données soient utilisées pour des publicités ciblées en ligne.

Retrait du programme

11. Le 10 avril 2015, Bell Canada a informé le CPVP du retrait immédiat et complet du programme.

Résultats de l'analyse du Conseil

12. Comme le programme a été retiré, la demande du PIAC/ACC voulant que le Conseil interdise à Bell Mobilité et autres d'utiliser de l'information sur les clients conformément à ce qui est établi dans le programme, ou oblige Bell Mobilité et autres d'offrir le programme sur le principe de l'option d'adhésion, est sans objet.
13. Par conséquent, le Conseil rejette la demande du PIAC/ACC.
14. Le Conseil s'attend à ce que, conformément aux conclusions du CPVP au sujet du programme, tout fournisseur de services de communication qui facture l'offre de services obtienne le consentement exprès d'adhésion d'un client avant d'utiliser ses données pour de la publicité ciblée. Pour que ce consentement soit valable, il doit être appuyé par une explication détaillée permettant au client de comprendre clairement la pleine portée des renseignements qu'une entreprise peut utiliser pour le cibler aux fins de publicité.
15. En ce qui concerne la demande du PIAC/ACC pour une instance subséquente, aucune preuve n'a été produite pour corroborer le bien-fondé d'une telle instance à cette étape-ci.
16. La protection de la vie privée demeure une préoccupation importante pour les Canadiens, d'autant que les FST et les EDR offrent de nouveaux programmes qui utilisent les données des clients. Le Conseil continuera de surveiller activement les questions liées à la protection de la vie privée à mesure qu'elles se présentent.

Secrétaire général