



L'Initiative canadienne  
des consommateurs

Canadian  
Consumer Initiative

# Document d'information parlementaire

Préparé par Union des consommateurs à l'intention de l'Initiative canadienne des consommateurs

Mars 2013

## Perspectives canadiennes sur l'infonuagique et les consommateurs

### L'infonuagique est de plus en plus présente dans le quotidien des consommateurs

L'infonuagique, ou « Cloud computing », est la possibilité offerte aux usagers d'utiliser Internet comme un lieu où les capacités de calcul ou de stockage des machines informatiques sont mises à la disposition du public. Certains services d'infonuagique sont actuellement des acteurs majeurs de l'Internet. Les réseaux sociaux tels que *Facebook*, les services de messagerie en ligne comme *Hotmail*, *Gmail*, *Yahoo!Mail*, les services de stockage de photos comme *Flickr*, utilisés par un grand nombre de consommateurs, sont en effet des services infonuagiques. L'un des attraits de ces solutions est la possibilité d'accéder à des données entreposées « dans les nuages » en tout temps, ou presque, de sorte que cet entreposage ne dépend plus de la capacité du disque dur personnel.

### Quels sont les problèmes?

Est-ce que les lois de protection du consommateur s'appliquent, dans le nuage, aux différents contrats de service d'infonuagique? Ces contrats respectent-ils intégralement les dispositions des lois canadiennes qui visent à protéger les consommateurs?

L'accès aux données est rendu plus facile, mais les données entreposées sont-elles aussi (ou plus) en sécurité dans le nuage que dans un ordinateur personnel? Est-ce que des garanties sont offertes contre la disparition de ces données ou contre l'interruption subite de l'accès à ces données? Les consommateurs sont-ils conscients des risques à ces égards?

Les services d'infonuagique permettent en particulier aux consommateurs de créer, de sauvegarder et de partager des documents (des dessins, des photos, etc.) Les contrats de services infonuagiques reconnaissent-ils et respectent-ils les droits d'auteur?

Est-ce que les renseignements personnels jouissent de la même protection légale dans le nuage que sur la terre ferme?

## Constats

### À PROPOS DES CONTRATS

Il ressort de notre analyse que les contrats de service en matière d'infonuagique devraient être considérés comme des contrats à distance, contrats de service à exécution successive ou différée fourni à distance, et soumis aux dispositions des lois de protection des consommateurs. Il faudrait toutefois que la divulgation obligatoire par le client de renseignements personnels qui seront utilisés par les fournisseurs d'infonuagique dans un but de profit, soit assimilée à un prix payé par l'utilisateur en contrepartie.

**L'INITIATIVE CANADIENNE DES CONSOMMATEURS** est une coalition formée des plus importantes associations de consommateurs au Canada, soit le Conseil des consommateurs, le Centre pour la défense de l'intérêt public, Option consommateurs et l'Union des consommateurs.

**THE CANADIAN CONSUMER INITIATIVE** is a coalition of four major Canadian consumer organizations: Consumers Council of Canada, Option consommateurs, Public Interest Advocacy Centre and Union des consommateurs.

**CONTACT:** Sandra Boisvert, Consultant/Consultante, Public Response/Réponse citoyenne, 63 Sparks, Suite 608, Ottawa, ON K1P 5A6 CANADA  
t. 613-565-9449 ext/poste 22 fax/télécopieur 613-249-7091 e. sboisvert@publicresponse.ca/sboisvert@reponsecitoyenne.ca

Une grande proportion des protections assurées par les lois de protection des consommateurs sont carrément ignorées par certains fournisseurs de services: clauses d'exonération de responsabilité, clauses d'exclusion de garantie, clauses d'arbitrage, clauses soumettant le contrat à l'application de lois ou de juridictions étrangères, clauses permettant la modification unilatérale du contrat, clauses de renouvellement automatique d'abonnement, et clauses d'annulation sont courantes. Plusieurs clauses pourraient aussi être considérées comme abusives ou exorbitantes.

### **LOI SUR LE DROIT D'AUTEUR**

Les licences qu'accordent automatiquement de nombreux utilisateurs des services infonuagiques, tout simplement par leur utilisation du service, peuvent sembler excessives, voire abusives, en regard de la Loi sur le droit d'auteur. En même temps, ces licences ne sont pas détaillées, et difficiles à interpréter du point de vue des consommateurs.

### **LOIS SUR LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE**

Les lois sur la protection des renseignements personnels ont un objectif double, et reposent sur un équilibre entre les deux besoins qu'elles tentent de satisfaire, soit celui de la circulation et de l'échange de renseignements et celui de la protection du droit à la vie privée.

Les entreprises d'infonuagique exigent que les utilisateurs de leurs services leur fournissent leurs renseignements personnels; il s'agit pour les utilisateurs de leur contrepartie, ou du prix à payer pour la gratuité du service. Cette fourniture de renseignements personnels par les usagers est essentielle pour la plupart des entreprises puisqu'elles les utiliseront notamment à des fins de ciblage et de publicité. Cependant, les entreprises n'en sont pas moins soumises à des obligations relatives à cette collecte et à l'utilisation des renseignements personnels que leur confient les utilisateurs.

Les entreprises doivent obtenir le consentement des usagers avant de recueillir des renseignements personnels et doivent aussi les informer de l'utilisation projetée de ces renseignements. Les organisations doivent faire un effort raisonnable pour s'assurer que la personne est informée des fins auxquelles les renseignements seront utilisés. Pour que le consentement soit valable, les fins doivent être énoncées de façon que la personne puisse raisonnablement comprendre de quelle manière les renseignements seront utilisés ou communiqués.

La plupart des contrats que nous avons examinés ne satisfont pas à ces exigences. L'approche dite du consentement négatif est utilisée dans la plupart des cas. Quand l'information sur ces utilisations est disponible, elle est peu compréhensible ou noyée dans un labyrinthe de liens associés.

Un consommateur insatisfait du traitement par une entreprise d'une plainte relative à la protection de la vie privée peut porter plainte auprès de la Commissaire à la protection de la vie privée du Canada. Ce dernier, s'il juge la plainte recevable, fera enquête, et si la Commissaire juge que la plainte est fondée, émettra un rapport préliminaire assorti de recommandations à l'entreprise; l'entreprise sera responsable d'expliquer à la Commissaire comment elle prévoit mettre en œuvre les recommandations. Seule la Cour fédérale peut imposer la mise en vigueur de ces recommandations et accorder des dommages-intérêts.

## **Conclusions**

Pour le moment, il est à noter que peu de législations se sont intéressées sous l'angle de la protection des consommateurs à ce phénomène nouveau que sont les services d'infonuagique. Il faut aussi reconnaître que les législations actuelles disposent bien souvent d'outils qui peuvent déjà permettre d'assurer la protection des consommateurs, et qu'il suffirait souvent de veiller à faire appliquer de façon stricte ces dispositions et de veiller à ce que l'infonuagique n'échappe pas à leur application.

Les clauses contractuelles abusives ou exorbitantes pourraient certainement être traitées plus sévèrement au Canada. En France, par exemple, il est possible d'imposer des contrats standards pour certains services, ce qui élimine de facto les clauses abusives. Une association de consommateurs peut aussi, à titre préventif, initier une action en cessation de clause abusive. Le Code de la consommation prévoit même des sanctions pénales pour les commerçants délinquants.

Les services d'infonuagique bousculent, en matière de protection des renseignements personnels, certains principes mis en place par Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques (LPRPDE). La Commissaire européenne responsable de la société numérique, Neelie Kroes, a entrepris le développement d'une stratégie européenne en matière d'infonuagique. L'un des sujets abordés par cette stratégie est le cadre juridique, alors que la Commissaire envisage une réglementation parce qu'elle estime que l'industrie ne pourra par elle-même, avec des codes volontaires, arriver à protéger les utilisateurs de cette technologie.

Cependant, le cadre réglementaire européen comprend déjà certaines mesures intéressantes, notamment en ce qui concerne les clauses contractuelles relatives aux transferts de renseignements personnels, et la notification des autorités et des usagers en cas de violation de la confidentialité.

68 % des utilisateurs d'au moins une application infonuagique se déclarent très préoccupés du fait que la compagnie qui leur fournit des services est en position d'analyser leurs renseignements personnels pour ensuite leur transmettre des publicités ciblées.

Aux États-Unis, la *Federal Trade Commission* (FTC) a proposé en décembre 2010, suite à un processus de consultation, certaines mesures qui visent plus particulièrement la publicité ciblée, et qui intègrent le concept nommé « respect de la vie privée dès la conception » (« Privacy by design ») développé par la Commissaire à la vie privée d'Ontario. Le Contrôleur européen de la protection des données a aussi fait la promotion du « Privacy by design ».

Les compagnies devraient également simplifier les choix proposés aux consommateurs en matière de protection des renseignements personnels, notamment en donnant ce choix au moment opportun où le consommateur sera le plus à même de comprendre les implications de ce choix.

De plus, les politiques de protection de la vie privée devraient être plus aisément compréhensibles. La standardisation permettrait de comparer plus facilement les politiques de vie privée.

La FTC fait la promotion d'une nouvelle approche, soit celle du « Do Not Track », qui permettrait aux consommateurs, par le biais de l'installation d'un réglage permanent similaire à un « cookie » dans leur navigateur, d'exprimer clairement leurs choix, comme celui de ne pas être profilés, de ne pas faire l'objet de suivi et de ne pas recevoir de publicité ciblée.

Plusieurs de ces recommandations pourraient être intégrées dans la législation canadienne, au bénéfice des consommateurs. Elles pourraient aussi servir de base à l'élaboration de normes optimales de protection des renseignements personnels.

## **Recommandations**

### **EN MATIÈRE DE PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE**

Donner mandat à la Commissaire à la vie privée du Canada de mener une enquête approfondie sur les pratiques des compagnies d'infonuagique, en vue de l'établissement d'un cadre uniforme pour la collecte et l'utilisation des renseignements personnels des Canadiens par les compagnies d'infonuagique;

Amender la Loi sur la protection des renseignements personnels en vue :

- d'imposer un mécanisme de « Do not track » en matière de publicité ciblée;
- d'incorporer le concept de « Privacy by design » dans ce mécanisme.

### **EN MATIÈRE DE DROIT D'AUTEUR**

Préciser les clauses de licence ou de cession de droit d'auteur, notamment en ce qui concerne l'étendue des droits cédés ou licenciés et la portée de cette cession.

## **EN MATIÈRE DE PROTECTION DES CONSOMMATEURS**

Mandater le Comité des mesures en matière de consommation pour qu'il harmonise les législations provinciales, avec les objectifs :

- de prévoir dans les législations provinciales sur la protection des consommateurs une disposition qui indiquerait, de façon claire, que tous les contrats de consommation sont soumis aux lois sur la protection du consommateur dès lors qu'une contrepartie est exigée du consommateur;
- d'imposer aux commerçants l'obligation d'indiquer clairement et explicitement, le cas échéant, que les clauses contractuelles qui ne sont pas applicables en vertu de la loi sur la protection du consommateur de la province seront inopposables aux consommateurs de cette province;
- d'encadrer de façon stricte l'utilisation par les commerçants des clauses de modification unilatérale des contrats;
- d'étudier la possibilité et la pertinence de resserrer l'encadrement des clauses abusives, en prenant exemple sur les mesures adoptées en Europe.

### **Pour plus d'information :**

Marcel Boucher, Responsable des affaires juridiques et de la recherche

Union des consommateurs

Tél. (514) 521-6820, poste 226 • [mboucher@uniondesconsommateurs.ca](mailto:mboucher@uniondesconsommateurs.ca)

*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.