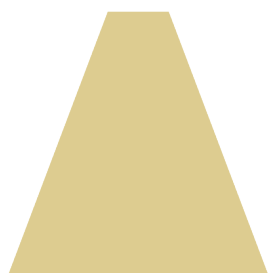


Mieux protéger les renseignements personnels des jeunes pour assurer leur bien-être numérique

Mémoire présenté à la Commission spéciale sur les impacts
des écrans et des réseaux sociaux sur la santé et le
développement des jeunes

24 septembre 2024



La Commission d'accès à l'information (la Commission) s'intéresse depuis plusieurs années à la protection particulière à accorder aux jeunes dans l'environnement numérique. En 2022, elle a remis au gouvernement un rapport détaillé contenant des propositions sur les façons de renforcer la protection des renseignements des jeunes en ligne¹. En 2023, avec ses homologues canadiens, la Commission a aussi incité les gouvernements à enchâsser la notion d'intérêt supérieur des jeunes dans les lois sur la protection des renseignements personnels².

C'est donc avec grand intérêt qu'elle a pris connaissance du document de consultation de la Commission spéciale sur les impacts des écrans et des réseaux sociaux sur la santé et le développement des jeunes (CSESJ). La Commission salue la tenue d'une réflexion transpartisane sur ces questions.

Par ce mémoire, qui reprend les principaux éléments de son rapport de 2022, la Commission souhaite attirer l'attention des parlementaires sur les enjeux de protection des renseignements personnels et la manière dont ils influencent les autres enjeux examinés par la CSESJ. Rappelant le rôle névralgique des renseignements personnels dans l'environnement numérique, ce rapport appelle notamment à l'encadrement de la publicité ciblée. Le mémoire y ajoute une réflexion quant à la prudence qui s'impose en matière de vérification de l'âge. Il met enfin de l'avant certaines des recommandations du rapport quant au renforcement des obligations des entreprises du numérique pour la protection des jeunes.

1. L'appétit pour les renseignements personnels amplifie les risques

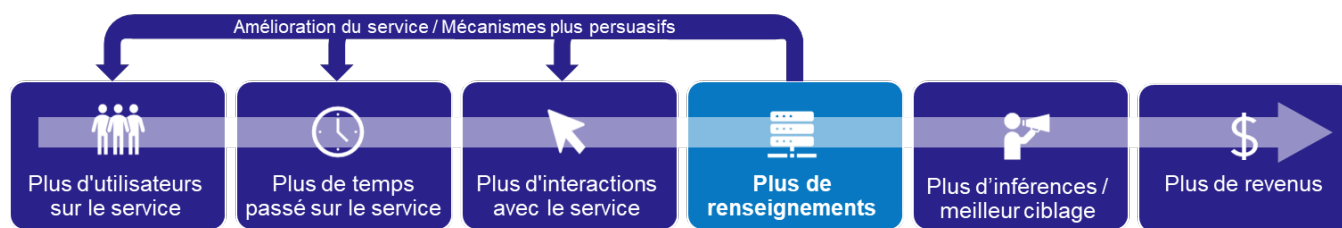
Les renseignements personnels sont au cœur du numérique. Leur collecte, leur utilisation, leur communication et leur conservation sont l'une des causes importantes des risques décrits dans le document de consultation de la CSESJ. Il est donc essentiel d'envisager la protection des jeunes en ligne sous l'angle de la gestion des renseignements personnels.

Échanger entre amis, jouer, faire des achats, consulter toutes sortes de contenus : les jeunes réalisent ces activités et bien d'autres par l'entremise des plateformes numériques. Cette médiation laisse pour traces leurs renseignements personnels. Leurs vies sont ainsi observées et mises en données sous de multiples aspects : intérêts, comportements, relations sociales, émotions, corps, etc. Cette collecte massive de renseignements s'opère en continu à travers les espaces physique et virtuel grâce aux appareils connectés et nourrit tout un écosystème commercial. Puisque ce sont des entreprises qui conçoivent principalement les technologies et les plateformes, celles-ci répondent généralement à des impératifs commerciaux, et les données recueillies, en tant que « ressources », sont mises à profit.

De larges pans de l'économie numérique reposent donc sur cette collecte et cette valorisation étendues de renseignements personnels. Le modèle d'affaires de l'« économie de l'attention » en est un exemple patent. Commun pour les réseaux sociaux, mais adopté aussi par d'autres types d'entreprises, il implique généralement la fourniture gratuite d'un service. Or, comme le veut l'adage, « si c'est gratuit, c'est vous le produit » : en réalité, l'utilisation de ces services n'est gratuite que *financièrement*, mais elle implique une collecte étendue de renseignements personnels. On peut illustrer le modèle ainsi :

¹ COMMISSION D'ACCÈS À L'INFORMATION, *Mieux protéger les renseignements personnels des jeunes à l'ère numérique*, 2022, en ligne : <https://www.cai.gouv.qc.ca/documents/CAI_R_PRP_jeunes.pdf>.

² COMMISSAIRES FÉDÉRAL, PROVINCIAUX ET TERRITORIAUX À LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE ET OMBUDS RESPONSABLES DE LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE, « Mettre l'intérêt supérieur des jeunes à l'avant-plan en matière de vie privée et d'accès aux renseignements personnels », *Commissariat à la protection de la vie privée du Canada* (6 octobre 2023), en ligne : <https://www.priv.gc.ca/fr/a-propos-du-commissariat/ce-que-nous-faisons/collaboration-avec-les-provinces-et-les-territoires/resolutions-conjointes-avec-les-provinces-et-territoires/res_231005_01/> (consulté le 12 septembre 2024).



Les renseignements personnels sont au cœur du modèle. Ils permettent de raffiner le profil des utilisateurs afin de proposer aux publicitaires une capacité de ciblage plus précise, ce qui génère des revenus. En effet, l'accumulation de renseignements permet d'en inférer toujours plus sur les caractéristiques – notamment les préférences, mais aussi les vulnérabilités – de chacun. C'est cet intérêt commercial qui pousse en parallèle les entreprises à déployer, pour augmenter le nombre d'utilisateurs et accroître le temps passé sur leurs services et les interactions avec ceux-ci, des fonctionnalités comme les algorithmes de recommandation, les méthodes de quantification de la popularité (p. ex. boutons « J'aime ») ou les notifications poussées. Les renseignements personnels trouvent ici un deuxième intérêt commercial majeur : s'ils servent à améliorer les services, ils permettent aussi de renforcer ces mécanismes persuasifs. La compétition que se livrent les entreprises pour capter l'attention des mêmes utilisateurs est un incitatif à rendre leurs services plus attrayants.

Clientèle prisée du fait de leur utilisation aussi importante qu'enthousiaste des services numériques et de leur potentiel commercial triple (consommateurs actuels et futurs, influenceurs), les jeunes sont particulièrement exposés à ces pratiques. Puisqu'elles occupent un rôle central dans la médiation de leurs activités, les choix que les entreprises du numérique opèrent sont chargés de conséquences : leurs pratiques de traitement des renseignements personnels peuvent catalyser des risques de toutes sortes³. Le rapport de 2022 de la Commission donne plusieurs exemples⁴, dont les suivants :

- La recommandation algorithmique de contenus sur une plateforme de diffusion peut entraîner les jeunes dans des spirales de consultation de vidéos choquantes ou propageant de la désinformation, ou restreindre leurs horizons en créant des bulles de filtres;
- Des notifications poussées à des heures déterminées selon le profil d'un jeune utilisateur peuvent l'inciter à passer plus de temps sur un jeu et créer des comportements cyberdépendants;
- Le partage de la géolocalisation sur une application peut habituer les jeunes à la surveillance et les exposer au harcèlement ou à des offres publicitaires insistantes.

Les utilisations futures (et impossibles à prévoir) des renseignements, notamment avec le développement rapide de l'intelligence artificielle, peuvent aussi engendrer des risques inédits pour les jeunes. Si les préjudices évoqués, individuels, peuvent paraître d'ampleur limitée, le fait qu'ils touchent des centaines de milliers de personnes leur confère une importance sociale.

En somme, l'attrait de la « ressource » que sont les renseignements personnels incite certaines entreprises à repousser les limites de l'acceptable, voire à considérer les effets nuisibles sur les jeunes comme des dommages collatéraux. Déterminer ce qu'il est possible de faire ou non avec des renseignements personnels ou la manière adéquate de les obtenir constitue donc un levier capital de

³ Ces risques peuvent relever de toutes les catégories identifiées dans le cadre de référence des 4 « C » : risques de contact, de conduite, de contenu et de contrat. Voir Sonia LIVINGSTONE et Mariya STOILOVA, « The 4Cs: Classifying Online Risk to Children », *CO:RE Short Report Series on Key Topics 2021*, DOI : 10.21241/SSOAR.71817.

⁴ COMMISSION D'ACCÈS À L'INFORMATION, précité, note 1, p. 40-44.

protection des jeunes – non seulement pour leur vie privée, mais aussi pour leurs droits en général. La Commission y revient dans la section 4.

2. Le cadre de la publicité ciblée doit être revu

L'interdiction d'adresser de la publicité commerciale aux jeunes de moins de 13 ans consacrée dans les années 1970 priorisait l'intérêt supérieur des jeunes. Pour donner effet à cette disposition aujourd'hui, une partie de la solution passe par l'encadrement de la publicité ciblée.

Presque unique au monde, l'interdiction prévue aux articles 248 et 249 de la *Loi sur la protection du consommateur*⁵ (LPC) témoigne d'un véritable choix de société plaçant l'intérêt supérieur de l'enfant au-dessus des intérêts commerciaux. Comme le souligne le document de consultation de la CSESJ, des obstacles se dressent toutefois devant son application. Les canaux de diffusion de publicité se sont multipliés et le ciblage en ligne fait en sorte que personne ne voit le même ensemble de publicités. Les flux publicitaires individualisés sont plus ardues à surveiller qu'un canal plus universel comme la télévision.

À moins de profondes transformations sociales et juridiques, les jeunes continueront d'être exposés à la publicité. Toutefois, il est possible de rééquilibrer la situation en diminuant l'asymétrie de pouvoir entre les publicitaires et eux pour les protéger contre des messages exagérément persuasifs et personnalisés.

Pour ce faire, il faut encadrer davantage la publicité ciblée. Une réflexion renouvelée sur cette question pourrait également être l'occasion d'étendre la protection aux adolescents de 13 à 17 ans, qui ne sont pas protégés actuellement bien qu'ils soient eux aussi hautement sensibles à l'influence. L'inspiration quant aux mesures à adopter peut notamment venir de l'Union européenne. Dans son récent règlement sur les services numériques, elle exige des grandes entreprises du numérique qu'elles rendent publics des registres des publicités pour permettre la surveillance de la conformité et la recherche⁶. Elle interdit également aux plateformes numériques de présenter des publicités reposant sur le profilage de mineurs⁷.

3. La prudence et la parcimonie s'imposent pour la vérification de l'âge

La vérification de l'âge est un outil parmi d'autres pour protéger les mineurs. Elle n'est pas inconditionnellement désirable, car elle implique toujours un traitement additionnel de renseignements personnels. Si elle est utilisée, elle ne doit faire uniquement office de barrière, mais aussi de moyen d'adapter les interfaces et les contenus présentés aux jeunes.

Malgré l'importante collecte de renseignements personnels qui accompagne les activités en ligne, les entreprises ne connaissent pas toujours l'âge des personnes qui accèdent à leurs services. Dans ce contexte, la vérification de l'âge est présentée comme un moyen d'appliquer des protections adéquates. Sans se prononcer sur la légitimité d'une majorité numérique générale pour l'accès aux réseaux sociaux, que peut sous-tendre cette vérification, la Commission appelle à la prudence concernant ce mécanisme.

⁵ RLRQ, c. P-40.1.

⁶ *Règlement (UE) 2022/2065 du Parlement européen et du Conseil du 19 octobre 2022 relatif à un marché unique des services numériques et modifiant la directive 2000/31/CE (règlement sur les services numériques) (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE)*, (2022), OJ L 2022 277, en ligne : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L_.2022.277.01.0001.01.FRA&toc=OJ%3AL%3A2022%3A277%3AFULL>, considérant 95 et article 39.

⁷ *Id.*, art. 28.

D'une part, la vérification de l'âge nécessite la collecte, l'utilisation ou la communication de renseignements personnels supplémentaires de tous les utilisateurs, adultes ou mineurs. La quantité et la sensibilité des renseignements concernés sont proportionnelles au niveau de certitude visé. Ainsi, malgré sa fiabilité des plus limitées, l'autodéclaration implique la collecte d'un seul renseignement personnel. Des mécanismes plus probants entraînent un traitement plus étendu – pensons à l'estimation de l'âge par analyse faciale, qui implique la collecte d'un égoportrait (et une analyse biométrique), ou à la numérisation de pièces d'identité, qui implique celle d'une multitude de renseignements non pertinents.

L'imposition d'une vérification de l'âge à un secteur d'activités ou son adoption par une entreprise impliquent une réflexion sérieuse sur la proportionnalité. Il n'est pas toujours nécessaire, au sens légal du terme, d'opter pour ce mécanisme. Dans de nombreux cas, l'application du principe de protection dès la conception et par défaut, pour tous les utilisateurs, est une solution plus universelle et désirable, surtout lorsqu'il est clair qu'une proportion importante des utilisateurs sont mineurs. Si la vérification de l'âge est retenue, la méthode choisie devrait être adaptée au niveau de risque. Il peut par exemple être suffisant d'opter pour l'estimation de l'âge (p. ex. test de capacités⁸), plutôt que pour sa détermination certaine (p. ex. preuve par un tiers). Les renseignements recueillis ne devraient en outre servir qu'à la vérification.

D'autre part, la vérification de l'âge est souvent utilisée pour bloquer les services aux jeunes sous un âge déterminé. Il existe un risque que les entreprises optent pour un blocage large par souci de sécurité juridique et qu'elles excluent les jeunes d'une grande partie de l'environnement numérique. Cette approche n'est pas compatible avec le respect des droits des jeunes. Au lieu d'être une barrière infranchissable autour de services de toute nature, la vérification de l'âge peut et doit surtout être un instrument de protection adaptée permettant aux entreprises d'ajuster leurs interfaces aux besoins des jeunes (conception plus claire, informations simplifiées, etc.), de bloquer ponctuellement certains contenus ne leur convenant pas et de restreindre le traitement de leurs renseignements personnels.

Des autorités en matière de protection des renseignements personnels de plusieurs États viennent d'adopter une déclaration commune sur des principes de vérification de l'âge⁹. Les orientations présentées, de même que les références à des initiatives plus détaillées dans certaines juridictions comme le Royaume-Uni ou la France, pourraient inspirer la réflexion en contexte québécois.

4. La protection doit passer par les entreprises du numérique

Puisque les entreprises du numérique conditionnent en large part les risques auxquels les mineurs sont exposés, les efforts de protection accrue devraient leur incomber. Il convient de mieux baliser leur gestion des renseignements personnels et la conception de leurs services.

Dans son rapport de 2022, la Commission a évalué toute une gamme d'approches possibles pour mieux protéger les renseignements personnels des jeunes. Certaines s'appuient sur l'autonomisation des individus, d'autres misent sur des obligations renforcées pour les entreprises. Comme mentionné précédemment, les entreprises jouent un rôle unique dans l'environnement numérique. Elles en contrôlent pour l'essentiel la conception et peuvent influencer les comportements des mineurs grâce au

⁸ 5RIGHTS FOUNDATION, *But how do they know it's a child?*, 2021, p. 33, en ligne : https://5rightsfoundation.com/uploads/But_How_Do_They_Know_It_is_a_Child.pdf.

⁹ « Déclaration commune attestant de l'adoption d'une approche internationale concertée en ce qui concerne le contrôle de l'âge », *Commissariat à la protection de la vie privée du Canada* (19 septembre 2024), en ligne : https://www.priv.gc.ca/fr/nouvelles-du-commissariat/allocutions/2024/js-dc_20240919/ (consulté le 20 septembre 2024).

grand volume de renseignements à leur disposition. Plusieurs des pratiques observées aujourd'hui sont délibérément conçues pour exploiter les facteurs de vulnérabilité des jeunes.

Même si la Commission reconnaît l'importance des mesures de sensibilisation et d'autonomisation des individus et les appuie, elle préconise d'abord et avant tout une approche visant les acteurs responsables de l'émergence des risques. Un encadrement plus sévère des entreprises du numérique serait ainsi une option plus systémique qui tiendrait compte de l'asymétrie de pouvoir entre les entreprises et les jeunes. Il offrirait une protection « plancher » à tous les jeunes, sans égard à leur littératie numérique ou à celle de leurs parents. Il serait également équitable pour les entreprises; si toutes devaient suivre les mêmes règles, aucune n'aurait à nuire à sa compétitivité pour protéger les jeunes.

La Loi 25¹⁰, adoptée en 2021 et modernisant le cadre de protection des renseignements personnels, a ajouté des obligations intéressantes pour les entreprises, qui peuvent contribuer à la protection des jeunes de façon générale. Un mécanisme en particulier, le consentement parental¹¹, a été ajouté pour les moins de 14 ans. L'analyse de la Commission la mène toutefois à conclure que cette protection est insuffisante compte tenu des enjeux. Notamment, le consentement souffre de nombreuses limites et conserve une portée individuelle, ce qui le rend peu utile face à des problèmes de dimension sociétale.

Grâce à la Loi 25, le Québec est une figure de proue en matière de législation sur la vie privée en Amérique du Nord. Il peut également s'inscrire parmi les leaders en protection des renseignements personnels des jeunes. La Commission attire ainsi l'attention des parlementaires sur des recommandations qu'elle a formulées en 2022 et qui demeurent pertinentes, notamment :

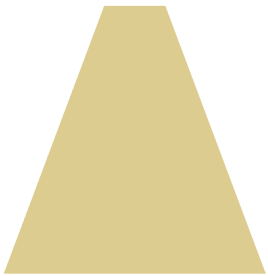
- 1. Interdire explicitement la collecte, l'utilisation ou la communication des renseignements personnels d'un mineur dans le but de faire de la publicité commerciale, d'influencer son comportement ou ses décisions dans un contexte commercial ou à toute autre fin présumément ou effectivement préjudiciable;**
- 2. Interdire explicitement la vente de renseignements personnels concernant un mineur, même avec l'obtention d'un consentement;**
- 4. Enchâsser l'intérêt supérieur des jeunes dans les lois sur la protection des renseignements personnels, entre autres principes;**
- 5. Imposer aux entreprises un devoir particulier de protection envers les mineurs;**
- 9. Exiger que l'évaluation de projets impliquant des renseignements personnels concernant des mineurs tienne compte des effets potentiels sur leurs autres droits fondamentaux;**
- 11. Encadrer davantage la conception des produits et services numériques¹².**

La Commission offre sa pleine collaboration à la CSESJ si de plus amples détails sont nécessaires.

¹⁰ *Loi modernisant des dispositions législatives en matière de protection des renseignements personnels*, L.Q. 2021, c. 25.

¹¹ En deçà de 14 ans, le parent ou tuteur doit consentir à la collecte de renseignements auprès du mineur ou à leur utilisation ou communication à d'autres fins. De 14 à 17 ans, le mineur peut consentir lui-même, mais son parent ou tuteur peut continuer à le faire. *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*, RLRQ, c. P-39.1, art. 4.1 et 14, en ligne : <<https://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr/document/lc/p-39.1>>.

¹² Par exemple, plusieurs juridictions ont adopté ou prévoient adopter des codes de pratique (parfois quasi réglementaires) qui posent des balises pour une conception respectueuse des droits des mineurs. De tels codes existent ou sont prévus entre autres en Irlande, en Californie, en Australie ou aux Pays-Bas, et s'inspirent souvent de l'exemple du Royaume-Uni. Voir *Age appropriate design: A code of practice for online services*, version 2.1.36, Information Commissioner's Office, 2022, en ligne : <<https://ico.org.uk/for-organisations/uk-gdpr-guidance-and-resources/childrens-information/childrens-code-guidance-and-resources/age-appropriate-design-a-code-of-practice-for-online-services/>>.



Québec

525, boul. René-Lévesque Est
Bureau 2.36
Québec (Québec) G1R 5S9
Téléphone : 418 528-7741

Montréal

2045, rue Stanley
Bureau 900
Montréal (Québec) H3A 2V4
Téléphone : 514 873-4196



Commission d'accès
à l'information
du Québec

1 888 528-7741 | cai.gouv.qc.ca
