

Le 26 septembre 2024

Chers membres de la Commission spéciale sur les impacts des écrans et des réseaux sociaux sur la santé et le développement des jeunes,

Meta se réjouit de l'occasion qui lui est donnée de présenter son point de vue dans le cadre de la consultation sur ses efforts pour offrir aux jeunes une expérience plus sûre et adaptée à leur âge, ainsi que pour soutenir les parents à ce propos. Les relations sont essentielles à notre bien-être, et les plateformes Meta aident les gens à tisser et à entretenir des liens, à s'exprimer et à trouver du soutien s'ils en ont besoin. Nous voulons que les internautes, surtout les jeunes, communiquent avec les autres dans un environnement où ils se sentent protégés et où ils quittent nos applications en étant satisfaits du temps qu'ils y ont consacré.

De nos jours, aider les jeunes à vivre des expériences en ligne bienveillantes est l'un des défis les plus importants que doivent relever les familles, les parents et les membres de notre industrie. Pour sa part, Meta s'est engagée à assurer la sécurité et le bien-être des jeunes. C'est pourquoi nous avons travaillé avec des experts de premier plan en santé mentale, en développement de l'enfant, en littératie numérique et d'autres domaines afin d'élaborer plus de [50 outils, fonctionnalités et ressources](#) qui visent à aider les familles et les adolescents à vivre des expériences positives et adaptées à l'âge de l'utilisateur de nos applications.

Comptes Ado d'Instagram : mesures de protection intégrées pour les adolescents et tranquillité d'esprit pour les parents

Dans le cadre de nos efforts continus pour protéger les jeunes et aider les parents et tuteurs à encadrer les expériences en ligne des adolescents, nous avons récemment annoncé le lancement des [comptes Ado d'Instagram](#) – une nouvelle expérience pour les adolescents, sous la supervision de leurs parents. Le déploiement des comptes Ado a débuté au Canada et deviendra la nouvelle expérience établie par défaut pour les adolescents de moins de 18 ans qui utilisent Instagram.

Ces comptes pour les adolescents comportent des mesures de protection intégrées qui limitent les personnes qui peuvent communiquer avec eux et le contenu qu'ils voient. Nous attribuerons automatiquement aux adolescents des comptes Ado, et ceux de moins de 16 ans devront obtenir le consentement d'un parent – par l'entremise de nos [outils de supervision parentale](#) – pour modifier ces paramètres afin de les rendre moins stricts.

La conception des comptes Ado repose sur des [recherches et des consultations auprès de familles et d'experts](#) de nombreux pays dans le cadre desquelles nous avons appris deux choses importantes :

1. Les besoins des jeunes adolescents (de moins de 16 ans) sur Instagram diffèrent de ceux des adolescents plus âgés, et chaque adolescent est différent;
2. Les parents jouent un rôle essentiel dans l'accompagnement des expériences en ligne de leurs adolescents et sont particulièrement préoccupés par : (i) le **contenu** que leurs adolescents voient; (ii) la possibilité d'**interactions** suspectes ou non désirées; (iii) la **gestion du temps** (le temps que leurs adolescents passent en ligne). Les comptes Ado ont été conçus pour répondre à ces préoccupations.

Nous savons que les parents veulent avoir la certitude que leurs adolescents peuvent utiliser les médias sociaux pour communiquer avec leurs amis et explorer les sujets qui les intéressent, sans avoir à s'inquiéter qu'ils s'exposent à des expériences dangereuses ou inappropriées. Nous comprenons les préoccupations des parents, et c'est pourquoi nous réimaginons nos applications pour les adolescents avec de nouveaux comptes Ado. Cette nouvelle expérience est conçue pour mieux appuyer les parents et leur donner la tranquillité d'esprit en sachant que leurs adolescents vivent des expériences en ligne bienveillantes grâce à la mise en place de mesures de protection efficaces.

« Nos recherches ont constamment révélé que les parents et tuteurs et, plus important encore, les adolescents eux-mêmes veulent vivre des expériences sur les médias sociaux conçues pour ces derniers. En s'assurant d'établir par défaut les mesures de protection relatives à la vie privée et à la sécurité, tout en privilégiant un contenu de qualité pour les adolescents, on contribue à répondre à ce besoin essentiel. Nos études font ressortir également la valeur et l'impact positif de la supervision active par des adultes lorsque les adolescents passent du temps en ligne. La participation d'adultes de confiance aux expériences de multiples médias sociaux peut aider à faciliter la communication cruciale entre les adolescents et leurs parents/tuteurs au sujet de l'utilisation des médias sociaux. » [Traduction libre] – Kara Brisson-Boivin, directrice de la recherche, HabiloMédias

Paramètres des comptes Ado

On attribuera par défaut les paramètres suivant aux adolescents de moins de 18 ans, alors que les adolescents de moins de 16 ans auront besoin du consentement d'un parent – par l'entremise de la [supervision parentale](#) – pour les modifier :

- **Comptes privés** : Avec les comptes privés sélectionnés par défaut, les adolescents doivent accepter les demandes de suivi, et les personnes qui ne les suivent pas ne peuvent pas voir leur contenu ou interagir avec eux. Ces mesures s'appliquent à tous les adolescents de moins de 16 ans (y compris ceux qui sont déjà sur Instagram et ceux qui s'y inscrivent) et aux adolescents de moins de 18 ans lorsqu'ils s'inscrivent à l'application.

- **Restrictions relatives à la messagerie** : Les adolescents se verront attribuer par défaut les paramètres de messagerie les plus stricts, c'est-à-dire qu'ils ne pourront recevoir de messages que des personnes qu'ils suivent ou avec lesquelles ils sont déjà en contact.
- **Restrictions relatives au contenu sensible** : Les adolescents se verront attribuer par défaut des paramètres de contenu plus restrictifs de façon à limiter le contenu qu'ils peuvent voir des comptes qu'ils ne suivent pas (par exemple dans les reels ou Explorer).
- **Limitation des interactions** : Les adolescents se verront attribuer par défaut des paramètres qui empêcheront qu'ils soient identifiés ou mentionnés dans des contenus que par les personnes qu'ils suivent. Nous activerons également notre fonctionnalité [Mots masqués](#) pour les adolescents, ce qui fera en sorte que les phrases ou mots offensants seront automatiquement filtrés de leurs commentaires et de leurs messages directs.
- **Rappels de pause** : Les adolescents seront maintenant invités à fermer l'application après 60 minutes d'utilisation. Notre fonctionnalité « Limite quotidienne » – qui remplace « Faites une pause » – invite les adolescents à quitter Instagram après avoir passé 60 minutes sur l'application. Les adolescents de plus de 16 ans peuvent prolonger la période entre les invites s'ils le préfèrent, mais les jeunes adolescents auront alors besoin du consentement d'un parent. Les parents peuvent choisir d'empêcher leurs adolescents d'utiliser Instagram en soirée ou une fois que les limites de temps quotidiennes ont été atteintes à l'aide des outils de supervision parentale.
- **Mode veille** : Les adolescents seront maintenant placés en « mode veille » entre 22 h et 7 h. Le mode veille – qui remplace notre « mode silencieux » et nos alertes en cas d'utilisation nocturne (*night nudges*) – empêche les adolescents de recevoir des notifications la nuit, afin qu'ils puissent se concentrer sur le sommeil.
- **Façons pour les parents de voir qui a envoyé un message à leur adolescent** : Les parents pourront voir qui a récemment envoyé un message à leurs adolescents afin qu'ils puissent avoir une conversation avec eux sur l'utilisation sûre de la messagerie. Les parents ne pourront pas voir le contenu des messages reçus par leur adolescent cependant.

Les adolescents de moins de 16 ans auront besoin du consentement d'un parent pour sélectionner des paramètres qui les protègent moins. Pour ce faire, les adolescents devront activer les fonctionnalités de la supervision parentale sur Instagram. Si les parents veulent surveiller davantage les expériences de leurs adolescents plus âgés (16 ans et plus), ils n'ont qu'à configurer ces fonctionnalités. Ils pourront ensuite autoriser tout changement à ces paramètres, peu importe l'âge de leur adolescent.

Une fois les fonctionnalités de la supervision parentale configurées, les parents peuvent approuver et refuser les demandes de changement de paramètres de leur adolescent ou permettre à ceux-ci de gérer eux-mêmes leurs paramètres. Bientôt, les parents pourront également modifier ces paramètres directement pour mieux protéger leurs adolescents. Apprenez-en davantage sur la [façon de gérer les comptes Ado](#).

Nous avons élaboré des ressources pour aider les parents à accompagner et à guider leurs adolescents. Nous avons établi un [Centre familial](#) pour aider les adolescents et leur famille à adopter de saines habitudes en ligne. Cette ressource comprend des conseils appuyés par des spécialistes pour aider les adolescents à vivre des expériences en ligne plus sûres à l'aide de nos outils technologiques.

Nous avons également élaboré un [guide à l'intention des parents sur Instagram](#), en partenariat avec des experts comme le Child Mind Institute et ConnectSafely, qui propose aux parents des moyens faciles de parler de sécurité et de bien-être sur Instagram avec leurs adolescents.

Ciblage de la publicité adapté à l'âge des adolescents

Chez Meta, nous reconnaissons que les adolescents ne sont pas nécessairement aussi bien outillés que les adultes pour prendre des décisions sur la façon dont leurs données en ligne sont utilisées à des fins publicitaires, surtout lorsque des produits à acheter leur sont proposés. C'est pourquoi nous avons restreint les moyens dont disposent les annonceurs pour communiquer avec les adolescents ainsi que l'information que nous utilisons pour présenter des publicités à ceux-ci. Nous disposons également de contrôles restrictifs et de ressources propres aux adolescents pour les aider à comprendre le fonctionnement des annonces publicitaires et les raisons pour lesquelles ils voient certaines publicités sur nos applications. Ces changements [sont fondés sur des études](#) ainsi que sur la rétroaction directe obtenue des parents et des spécialistes du développement de l'enfant.

Les annonceurs ne sont pas autorisés à cibler les adolescents en fonction de leurs intérêts et de leurs activités, ni de leur sexe. De plus, les interactions des adolescents sur nos applications – comme le fait de suivre certaines publications sur Instagram ou certaines pages Facebook – n'aident pas à déterminer les types de publicités qui leur sont présentées.

L'âge de l'adolescent et le lieu général où il vit sont les seuls renseignements sur lesquels nous nous fondons pour lui présenter des publicités. Nous nous fondons sur ces renseignements pour faire en sorte de lui présenter des publicités adaptées à son âge ainsi que des produits et services offerts là où il vit.

Les adolescents peuvent également gérer les types de publicités qui leur sont présentées sur Facebook et Instagram au moyen de la fonctionnalité des préférences en matière de sujets publicitaires. En effet, les adolescents peuvent accéder à leurs [Préférences publicitaires](#) dans les paramètres de ces deux applications, puis choisir « Voir moins » ou « Aucune préférence » pour personnaliser les types de publicités qu'ils voient.

Nos [normes en matière de publicité](#) interdisent déjà la présentation de publicités sur des sujets restreints, comme l'alcool, les produits financiers et les [produits et services amaigrissants](#), aux personnes de moins de 18 ans (et de plus de 18 ans dans certains pays). Cependant, même si une publicité est conforme à nos politiques, il se peut que des adolescents veuillent voir moins

de publicités de ce genre. Par exemple, si un adolescent veut qu'on lui présente moins de publicités sur un genre d'émission de télévision ou une prochaine saison sportive, il devrait pouvoir nous en faire part. Le cas échéant, nous lui offrons alors la possibilité de sélectionner la fonctionnalité « Voir moins ». De plus, les adolescents peuvent continuer de choisir de masquer une publicité en particulier ou toutes les publicités d'un annonceur. Précisons que la fonctionnalité « Voir moins » est sélectionnée par défaut pour les sujets qui font l'objet d'une restriction dans nos politiques, de sorte que les adolescents ne peuvent pas choisir de voir un contenu qui n'est peut-être pas adapté à leur âge.

Aider les adolescents à comprendre le concept de la protection de leur vie privée

Nous avons [également ajouté une nouvelle page sur la protection de la vie privée](#) contenant des détails à l'intention des adolescents au sujet des outils et des contrôles qu'ils peuvent utiliser sur nos applications. Nous avons aussi mis sur pied notre [centre de protection de la vie privée](#) à l'intention des adolescents, qui contient des ressources supplémentaires pour les aider à comprendre et à gérer leur vie privée dans nos applications. Nous cherchons constamment de nouvelles façons de protéger les adolescents, de leur fournir des contrôles et de les renseigner sur le fonctionnement de nos outils technologiques.

Partenariats avec des experts mondiaux et des organismes canadiens de sécurité

Chez Meta, nous [consultons régulièrement nos conseillers jeunesse](#). Il s'agit d'un groupe de spécialistes externes sur la sécurité en ligne, la protection de la vie privée, la littératie médiatique, le bien-être ainsi que sur la santé sociale et émotionnelle. Nos conseillers jeunesse nous donnent des conseils sur la conception d'applications, de nouvelles politiques et d'autres outils pour aider les adolescents. Nous nous tournons également vers notre [conseil consultatif de sécurité](#), qui est constitué d'organismes de sécurité indépendants du monde entier, pour orienter notre approche globale en matière de sécurité.

HabiloMédias

HabiloMédias est un partenaire de longue date de Meta dans nos efforts de sensibilisation des jeunes Canadiens à la sécurité numérique. Nous élaborons présentement des guides pour les enseignants et les élèves sur l'intelligence artificielle (IA) générative, tout en travaillant à la promotion de leur prochaine Semaine éducation médias.

YWCA Canada

Avec YWCA Canada, nous collaborerons à une campagne de sensibilisation à l'intention des jeunes filles portant sur bon nombre des enjeux décrits dans votre rapport. Cette campagne nationale sera présentée en français et en anglais.

Au Canada, Meta appuie également le [National Eating Disorder Information Centre](#) (NEDIC) et [Anorexie et boulimie Québec](#) (ANEB) dans le cadre de partenariats conçus pour sensibiliser davantage les jeunes à ces sujets.

Un cadre législatif pour protéger les adolescents qui passent du temps en ligne et soutenir leurs parents

Aujourd'hui, [95 %](#) des adolescents ont accès à un téléphone intelligent, et près de [9 adolescents sur 10](#) possèdent un iPhone. En moyenne, les adolescents utilisent environ [40 applications par semaine](#), et de nouvelles applications sont mises en ligne chaque jour. Toute mesure législative exigeant une confirmation de l'âge de l'utilisateur ou le consentement d'un parent afin de protéger les adolescents qui passent du temps en ligne devrait être mise en œuvre à l'échelon du magasin d'applications afin d'alléger le fardeau des parents et de veiller à ce que les adolescents vivent des expériences adaptées à leur âge. On pourrait également ainsi exiger que toutes les applications que les adolescents utilisent respectent les mêmes normes.

La technologie évolue constamment, et il peut devenir très difficile pour les parents de suivre toutes les applications que leurs adolescents utilisent. Les législateurs ont la capacité de favoriser la mise en place de moyens simples et efficaces pour que les parents puissent surveiller les expériences en ligne de leurs adolescents.

C'est pourquoi, chez Meta, [nous avons demandé l'adoption de mesures législatives](#) qui exigeraient le consentement parental à l'échelon du magasin d'applications pour qu'un adolescent de moins de 16 ans puisse télécharger une application. Une telle approche permettrait aux parents de faire en sorte que leurs adolescents n'accèdent pas au contenu ou aux applications qu'ils ne veulent pas que ces derniers utilisent. Elle permettrait également aux parents de superviser et d'approuver l'activité en ligne de leurs adolescents en un seul endroit, plutôt que de créer une mosaïque d'exigences incohérentes qui les obligeraient à se tenir au courant de différents mécanismes de consentement pour chaque application utilisée par leurs adolescents.

De plus, une solution axée sur les magasins d'applications aiderait à préserver la vie privée en limitant la collecte de renseignements potentiellement sensibles, comme les pièces d'identité émises par le gouvernement. Plutôt que de permettre à chaque application de recueillir ces renseignements, un magasin d'applications pourrait tirer parti du système de consentement parental pour les achats de leurs adolescents que les *magasins d'applications offrent déjà*. Il ne serait donc pas nécessaire pour les résidents du Québec de tous âges de présenter une pièce d'identité émise par le gouvernement ou d'autres renseignements personnels à chaque achat d'une des milliers d'applications offertes sur le marché.

Nous soutenons l'approche à l'échelon du magasin d'applications et [l'avons intégrée](#) à notre plateforme Meta Quest, qui dispose de son propre magasin d'applications de réalité virtuelle. Pour ce faire, nous continuons d'investir dans nos propres interfaces de programmation d'application (interfaces API) selon le groupe d'âge des utilisateurs, qui sont conçues pour aider les créateurs d'applications à tenir compte de l'âge de leurs utilisateurs. Par exemple, lorsque quelqu'un lance une application sur la plateforme Meta Quest, ces interfaces API permettent à Meta de faire savoir si l'application est utilisée par un compte de préadolescent, d'adolescent ou

d'adulte. Le créateur de l'application peut ainsi se fonder sur ces renseignements pour adapter l'expérience à l'âge du jeune et mieux protéger les données de celui-ci.

Bien que nous soyons convaincus qu'une solution législative à l'échelon du magasin d'applications [est le moyen le plus efficace et efficient](#) de permettre aux parents de gérer les expériences en ligne de leurs adolescents, une telle solution ne remplace en rien les efforts que notre entreprise continuera de déployer pour protéger les adolescents, soutenir les parents et veiller à ce que tous nos utilisateurs vivent des expériences positives et satisfaisantes sur nos applications.

Nous vous encourageons à communiquer avec nous si vous avez des questions. Nous avons hâte de collaborer avec l'Assemblée nationale et le gouvernement du Québec, alors que nous nous efforçons collectivement de protéger les jeunes du Québec qui passent du temps en ligne.

Rachel Curran
Cheffe des politiques publiques, Canada
rachelcurran@meta.com