



**Le droit d'accès :
la clé du droit à la
protection des
renseignements
personnels.**

Rapport rédigé par Marie Vallée
et présenté au
Bureau de la consommation d'Industrie Canada

Juin 2006

OPTION CONSOMMATEURS

Mission

Option consommateurs est une association sans but lucratif qui a pour mission de défendre les droits fondamentaux des citoyens-consommateurs tels qu'énoncés par les Nations unies en matière de protection des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient reconnus et respectés.

Historique

L'association existe depuis 1983. En 1999, elle a regroupé ses activités avec l'Association des consommateurs du Québec (ACQ) qui existait depuis plus de 50 ans et accomplissait la même mission qu'Option consommateurs.

Principales activités

Option consommateurs compte sur une équipe d'une vingtaine d'employés qui oeuvrent au sein de quatre services : le Service budgétaire, le Service juridique, le Service d'agence de presse et le Service de recherche et de représentation. Au cours des ans, Option consommateurs a notamment développé une expertise dans les domaines des services financiers, de la santé et de l'agroalimentaire, de l'énergie, du voyage, de l'accès à la justice, des pratiques commerciales, de l'endettement et de la protection de la vie privée.

Chaque année, nous rejoignons entre 7000 et 10 000 de consommateurs directement, nous réalisons de nombreuses entrevues dans les médias, nous siégeons à plusieurs comités de travail et conseils d'administration, nous réalisons des projets d'intervention d'envergure avec d'importants partenaires, nous produisons notamment des rapports de recherche, des mémoires, des guides d'achat dont le guide *Jouets* annuel du magazine *Protégez-Vous*.

Membership

Pour faire changer les choses, les actions d'Option consommateurs sont multiples : recherches, recours collectifs et pressions auprès des instances

gouvernementales et des entreprises. Vous pouvez nous aider à en faire plus pour vous en devenant membre d'Option consommateurs : www.option-consommateurs.org

REMERCIEMENTS

Cette recherche a été coordonnée par Geneviève Reed et Claude Girard, responsables du Service de recherche et de représentation et réalisée par Marie Vallée, chargée de projet, avec l'appui de Guylaine de Mascureau, création de la base de données et de Émilie Bourret, stagiaire en droit. Les conclusions et recommandations sont la responsabilité de l'auteure et n'engagent pas l'organisme.

Option consommateurs remercie le ministère de l'Industrie du Canada pour son soutien financier à la réalisation de cette recherche.

La reproduction de ce rapport est permise, à condition qu'en soit mentionnée la source. Sa reproduction ou toute allusion à son contenu à des fins publicitaires ou lucratives est toutefois strictement interdite.

DÉPÔT LÉGAL

Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

ISBN 2-923522-02-8

Option consommateurs
2120, rue Sherbrooke Est, bur. 604
Montréal, Québec,
H2K 1C3

Téléphone : (514) 598-7288
Télécopieur : (514) 598-8511
Courriel: info@option-consommateurs.org

RÉSUMÉ

Ce projet vise à évaluer de manière préliminaire et concrète les mesures mises en place par les entreprises depuis l'entrée en vigueur de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*. Cette loi porte sur l'accès par leurs clients aux renseignements qu'elles détiennent sur eux. Nous voulions évaluer dans quelle mesure l'accès est facile, rapide, peu coûteux et s'il permet de connaître les renseignements détenus par une entreprise sur un client en particulier.

À l'aide de consommateurs répartis à travers le Canada, nous avons procédé selon l'approche dite du client anonyme ou « mystery-shopper ». Nous voulions procéder à environ quarante études de cas parmi des entreprises sous juridiction fédérale ou provinciale. Mais nous avons finalement analysé 29 comptes maintenus par 11 enquêteurs.

Notre recherche porte sur deux groupes de dossiers de consommateurs. Le premier groupe de consommateurs est composé d'individus qui faisaient déjà affaire avec les entreprises. Le second groupe est constitué de nouveaux clients des mêmes types d'entreprises sélectionnées dans le premier groupe. Chaque membre des deux groupes a effectué avec les entreprises une série de 5 à 6 transactions semblables pour tous à l'exception de celle de l'ouverture d'un nouveau compte. Ces transactions sont par exemple, l'installation d'un nouveau service, une modification de service, une plainte ou encore une demande d'assistance technique, une demande d'explication sur la facturation ou un achat porté au compte.

Nous voulions étudier cette manière de faire (2 groupes : anciens et nouveaux clients) pour nous permettre de comparer si des variations se produisent concernant un dossier déjà existant ou nouvellement créé. Les comptes de nos enquêteurs se répartissent comme suit : 15 comptes déjà existants avant le début de la recherche et 14 nouveaux comptes créés pour les fins de la recherche.

Une analyse préliminaire indique que :

- Six entreprises sur 12 respectent règle générale les délais légaux de toutes les juridictions, soit 30 jours ou moins;
- Trois entreprises n'ont pas, en date du 1^{er} juin 2006, acheminé les dossiers demandés en plus de ne pas avoir respecté les délais légaux ni leurs politiques internes.
- Aucune des entreprises ne communique, sur requête initiale, l'ensemble des renseignements qu'elle détient ou qu'elle devrait légalement ou selon son code ou politique interne rendre disponible sur demande du consommateur notamment : les usages pour lesquels les renseignements ont été demandés et quelles personnes ou entreprises ont eu accès aux renseignements.

Il est à noter qu'un consommateur laissé à lui-même, contrairement à nos enquêteurs, pourrait très facilement se décourager avant d'avoir obtenu les renseignements demandés. Souvent, on a dû insister auprès des entreprises, soit par téléphone, par courriel ou par lettre pour obtenir accès aux dossiers. Il a fallu expliquer à certains préposés la nature de la demande d'accès, alors que ce type de procédures internes devrait avoir été assimilé par le personnel en place.

Sur le point relatif au contenu du dossier, nous pouvons sans exagération dire que la définition de dossier ainsi que les éléments qu'il devrait contenir ne semblent pas bien précis. Il est vrai qu'aucune loi, ni politique interne ne définit le terme «dossier». Cependant, plusieurs politiques internes énoncent plus clairement les éléments qui devraient être communiqués à la personne concernée. Le niveau des attentes des clients qui prennent connaissance de ces documents est souvent décevant parce que les informations ne respectent pas les lois ni les politiques internes de plusieurs des entreprises étudiées.

La notion de ce que constitue le «dossier» d'une personne au sein d'une entreprise et son interprétation semble, pour dire le moins, pencher du côté limité. Il y a bien sûr des variations dans la somme plus ou moins grande des éléments communiqués mais aucune entreprise ne donne accès après une première demande. De même, les entreprises les plus performantes ne communiquent pas les usages pour lesquels les renseignements sont

utilisés et ne déclarent pas si les informations ont été échangées ou communiquées à des tiers.

Nous recommandons donc que :

- Une étude plus approfondie soit faite pour valider nos constatations et encore mieux mesurer et cerner non seulement l'étendue des problèmes mais également identifier les pratiques les plus proactives;
- Que des travaux soient entrepris auxquels participeraient des représentants des entreprises, des gouvernements et des représentants de groupes de citoyens et des organismes de protection des consommateurs pour que la notion et la nature de ce que constitue un «dossier» lors d'une demande d'accès aux renseignements personnels soit comprise dans le sens le plus large et que les politiques et procédures des entreprises en matière d'accès soient bien intégrées à tous les niveaux des opérations.

TABLE DES MATIÈRE

<i>Option consommateurs</i>	<i>i</i>
<i>Remerciements</i>	<i>ii</i>
RÉSUMÉ	<i>iii</i>
<i>table des matière</i>	<i>vi</i>
<i>introduction</i>	<i>1</i>
Pourquoi nous pencher sur cette question	2
Objectifs de la recherche	3
Démarche et méthode	4
Constats des limites méthodologiques rencontrées	6
<i>chapitre 1 Portrait de nos enquêteurs</i>	<i>8</i>
1.1 Profil sociodémographique des enquêteurs	8
1.2 Attentes en matière de protection de la vie privée	9
1.3 Analyse sommaire	10
<i>chapitre 2</i>	<i>14</i>
<i>Résultats des demandes d'accès</i>	<i>14</i>
2.1 Démarches préliminaires des enquêteurs	14
Résultat des demandes d'accès par entreprise	16
2.2 Analyse	22
CONCLUSION	26
<i>recommandations</i>	<i>27</i>
<i>bibliographie</i>	<i>29</i>
<i>annexe 1 Attentes et perceptions</i>	<i>30</i>
<i>annexe 2 Codes/Politiques internes</i>	<i>40</i>

INTRODUCTION

Des informations anecdotiques indiquent qu'il y a de grandes différences dans la compréhension de ce qui constitue un « dossier » lorsqu'il est demandé par un individu à une entreprise. Pourtant la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* permet l'accès à tous les renseignements personnels détenus par une organisation et non pas seulement à ce qui pourrait constituer « un » dossier. Cela comprend, par exemple, le journal de bord d'un installateur, le dossier de facturation et les notes des préposés au service à la clientèle ou encore les courriels échangés d'un service à l'autre sur ce client, les dossiers de perception ou ceux qui ont trait à des violation de la sécurité.

En raison du caractère privé des demandes d'accès, il existe une barrière pour les consommateurs et les organismes intéressés à ces sujets, d'avoir des informations pertinentes et fiables sur cette question. Une recherche organisée qui utilisera à titre d'exemples des données réelles de consommateurs mais rendues anonymes pour les fins du rapport, sera extrêmement utile même à une échelle modeste.

Nous avons procédé selon l'approche dite du client anonyme ou « mystery-shopper » avec l'aide de quelques consommateurs répartis dans des régions du Canada. Les entreprises choisies par nos enquêteurs sont de juridiction fédérale et provinciale. Nous voulions procéder à environ quarante études de cas mais nous avons finalement pu traiter 28 comptes par 11 enquêteurs.

Cette étude préliminaire nous permettra de documenter les interventions d'Option consommateurs en vue de la révision prévue de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* prévue en 2005-2006. Elle nous permettra également de discuter de ces questions avec d'autres groupes de consommateurs au Canada et à l'étranger, particulièrement aux États-Unis et en Europe où des débats similaires ont cours.

POURQUOI NOUS PENCHER SUR CETTE QUESTION

Le droit d'un individu d'avoir accès à ses renseignements personnels détenus par les gouvernements et les entreprises est considéré comme une des pierres angulaires de tout régime de protection du droit à la vie privée. Cependant les gens ne sont pas très curieux. Résultat : malgré le fait que nous ayons 20 à 30 ans d'expérience collective avec les lois de protection des renseignements personnels, il existe peu ou pas de recherches sur ce que contient un dossier typique de chaque personne. Très peu d'individus demandent accès à leurs renseignements personnels à moins qu'ils ne soient impliqués dans une controverse. Alors que les entreprises privées mettent en œuvre des politiques et des procédures pour rencontrer les exigences du droit d'accès à travers le Canada et aux États-Unis à la suite de la mise en œuvre de l'entente sur le «Safe Harbour», plusieurs organisations sont réticentes à mettre en place des systèmes jugeant qu'il n'existe pas de demande réelle.

En pratique, de nombreuses organisations traitent la question des demandes du droit d'accès à la pièce jusqu'à ce que la demande entraîne un changement à leurs pratiques. Il semble que des changements se produiront et ceci pour un certain nombre de raisons. La croissance des cas de vol d'identité rend les consommateurs de plus en plus conscients qu'ils doivent se protéger eux-mêmes. Des scandales liés à des bris de sécurité poussent les individus à demander où exactement leurs données sont conservées. Ils seraient surpris d'apprendre qu'elles peuvent être en Inde, en Chine ou dans les Caraïbes. La fureur actuelle au Canada au sujet de l'exportation des données relatives aux employés fédéraux ainsi que potentiellement celles d'employés et de clients d'entreprises privées aux États-Unis où ils sont sujets aux exigences du Patriot Act a aiguisé la prise de conscience sur cet enjeu.¹ Ces incidents ont amené les gens à se questionner : qu'est-ce qu'ils ont sur moi? Que font-ils avec? Quel est mon profil?

Presque tous les régimes de protection des renseignements comportent le droit d'accès d'un individu à ses renseignements personnels. La loi canadienne *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) est unique en ce qu'elle comprend une disposition qui donne accès spécifiquement et explicitement à un relevé des personnes ayant eu accès à ces renseignements. Ceci fait du Canada un bon endroit pour commencer des recherches en ce domaine.

¹ Voir http://www.oipcbc.org/sector_public/usa_patriot_act/patriot_act.htm

Il est difficile d'évaluer si les individus demandent l'accès à leurs renseignements personnels, car ce type d'activité possède un caractère privé de même que les enquêtes sur les plaintes reçues à ce sujet. Les rares cas résolus devant les tribunaux ne constituent pas vraiment une bonne base d'analyse de ce qui se passe réellement pour les consommateurs. Comment est-il possible d'établir des politiques, d'évaluer les risques de sécurité, de conseiller les consommateurs sur les manières dont ils peuvent mieux se protéger, si nous n'avons pas une bonne idée de l'ensemble des données dont il est question, où voyagent ces données et si elles sont bien protégées durant leur périple?

Par ailleurs, quels frais sont demandés? Est-ce que les données sont conservées d'une manière qui minimise ces frais? Des données non validées selon les premières requêtes faites en vertu de la LPRPDE laissent croire que lorsqu'un individu demande son dossier à une entreprise de communications, il reçoit son dossier de facturation. Ni le rapport du technicien qui a effectué l'installation, ni les notes et les commandes des préposés au service à la clientèle, et certainement pas la mention d'un appel ne sont inclus dans le dossier que l'entreprise nous transmettra. Quelles sont les étapes pour parvenir à tout recevoir? Combien faut-il payer pour tout recevoir? Et qu'est-ce qu'un corps policier reçoit lorsqu'il fait une demande d'accès? Qu'est-ce que les compagnies affiliées et autres entreprises de marketing reçoivent lorsqu'elles font une demande? Reçoivent-elles votre pointage ou un profil sur le type de client que vous êtes?

Une première décision de la Cour d'appel fédérale a été rendue récemment. Elle a statué sur ce que constitue les attentes raisonnables d'un client en ce qui a trait à la diffusion et à la distribution future de leurs renseignements personnels lorsqu'ils consentent à leur inscription dans le bottin téléphonique. Dans la décision *Englander v. Telus*, les juges indiquent que la compagnie n'a pas fait de mesures suffisantes pour informer l'individu d'un usage secondaire de l'information. À mesure que les entreprises prendront des actions pour répondre à cette décision dans tous les secteurs d'activités au Canada, les consommateurs deviendront de plus en plus conscients.

OBJECTIFS DE LA RECHERCHE

Nos objectifs originaux étaient :

- a) d'évaluer le fonctionnement des politiques et procédures d'accès aux renseignements personnels d'un consommateur dans les entreprises qui seront choisies par nos enquêteurs ;

- b) demander accès aux politiques et procédures en place en matière d'administration des renseignements personnels dans ces entreprises et les analyser en fonction des exigences des lois ;
- c) demander accès à la liste de toutes les tierces parties avec lesquelles les renseignements ont été ou pourraient être échangés y compris les sous-traitants, et évaluer la conformité des conditions d'échange ;
- d) demander les diverses destinations géographiques où les renseignements pourraient transiter et mesurer si les obligations dictées par le(s) régime(s) législatif(s) sont respectées.

DÉMARCHE ET MÉTHODE

Nous avons établi une liste des exigences des lois fédérales et provinciales en matière d'accès aux renseignements détenus par une entreprise sur un consommateur. Nous avons, à la suite des choix de nos enquêteurs, établi une liste à partir des codes et politiques des entreprises que nous avons trouvés sur leurs sites Web. Nous avons aussi produit une liste des divers types de renseignements personnels susceptibles d'être détenus dans un ou des dossiers ou tout autre format sur un consommateur par une entreprise.

Nous avons procédé avec une approche dite de "mystery shopper". À savoir que des consommateurs (que nous appelons enquêteurs), faisant affaire avec les entreprises choisies, ont demandé une copie de leur dossier de renseignements personnels. Nous avons examiné des données sur les efforts et les coûts occasionnés aux consommateurs par ces demandes d'accès. En tenant compte du nombre de dossiers traités, nous aurions eu une quarantaine de cas étudiés dans divers secteurs, par exemple : téléphonie par ligne terrestre ou cellulaire, service de câblodistribution, grands magasins type Zellers et services financiers.

Notre recherche contient deux groupes de dossiers de consommateurs. Le premier groupe de consommateurs composé d'individus qui faisaient déjà affaire avec les entreprises choisies par ces consommateurs/enquêteurs. Un second groupe composé de nouveaux clients (qui pouvaient être les mêmes enquêteurs qui devenaient clients d'une nouvelle entreprise.) des mêmes types d'entreprises sélectionnées par le premier groupe. Chaque membre des deux groupes a effectué avec l'entreprise ou les entreprises dont il est le client une série de transactions (environ 5-6) prédéterminées qui ont été les mêmes pour tous à l'exception de celle de l'ouverture d'un nouveau compte. Des exemples des transactions sont : installation d'un nouveau service, modification du service, plainte,

demande d'assistance technique, explications sur la facturation, achat porté au compte, etc.

Nous croyons que cette manière de faire (2 groupes : anciens et nouveaux clients) nous permettra de comparer si des variations se produisent selon qu'un dossier est déjà existant ou nouvellement créé. Nous avons évalué par la suite si les renseignements obtenus rencontrent les exigences légales et la liste des renseignements susceptibles d'être en possession d'une entreprise. L'équipe de recherche a produit les instruments suivants, qui sont inclus en annexe, pour lui permettre d'atteindre les objectifs de la recherche et la production d'un rapport qui s'appuie sur des fondements méthodologiques solides :

➤ Un questionnaire préliminaire pour évaluer les perceptions et les attentes des participants en matière de protection et d'accès aux renseignements personnels ;

➤ Un journal de bord pour les enquêteurs qui y ont trouvé des instructions détaillées sur les procédures d'ouverture d'un nouveau compte et de transactions ;

➤ Des lettres-type ou formulaires modèles pour faire des demandes d'accès aux renseignements personnels ;

➤ Une liste des exigences des législations fédérale et provinciales (pour les provinces de résidence de nos participants) en matière d'accès aux renseignements personnels par les individus ;

➤ Une liste des clauses en matière d'accès des codes ou politiques internes des entreprises choisies par nos enquêteurs

Parmi les éléments de notre analyse nous examinerons notamment, en plus de la satisfaction des exigences légales, les délais effectifs à la suite d'une demande d'accès, les processus d'authentification de l'identité des clients requérants et les formats sous lesquels les renseignements sont disponibles de même que la langue de communications des renseignements et le niveau de compréhension parmi nos consommateurs des pratiques de gestion de l'information auprès des entreprises

CONSTATS DES LIMITES MÉTHODOLOGIQUES RENCONTRÉES

Une première constatation s'est imposée quant à la difficulté de recruter des consommateurs/enquêteurs prêts à s'engager dans une recherche à long terme, à créer des comptes et à effectuer toutes les transactions demandées. Malgré des envois de courriels et de nombreux contacts téléphoniques avec d'autres associations de consommateurs, groupes communautaires, groupes pour la défense de l'intérêt public (secteur étudiant), affichage sur le site Web d'Option consommateurs, nous n'avons pas pu recruter plus de 23 participants. À la fin de notre recherche au 1^{er} juin 2006, il nous est resté 11 consommateurs/enquêteurs.

Une deuxième constatation porte sur la sélection sur une base géographique, de manière à avoir un portrait plus large des pratiques à travers le Canada. Encore une fois malgré nos efforts, nous n'avons aucun enquêteur en provenance des Maritimes, de l'Ontario, de la Saskatchewan, et des territoires du Nord du pays.

Une troisième constatation relève de la difficulté d'assurer la constance et la qualité de la participation des enquêteurs. Notre moyen privilégié a été la communication par courriel, en général dans la semaine qui précédait l'opération/transaction décrite dans le journal de bord. Il ressort à l'examen des journaux de bord des enquêteurs ainsi que par les dossiers qu'ils ont reçus des entreprises que certaines opérations n'ont pas été effectuées. Nous avons pu faire ce constat plus particulièrement lorsque plusieurs de nos enquêteurs faisaient affaire avec la même entreprise et que les dossiers fournis étaient plus détaillés que dans d'autres cas. Il aurait fallu trouver d'autres moyens de nous assurer du respect des procédures demandées.

Une quatrième constatation à l'examen des entreprises choisies par nos enquêteurs est que le secteur des services financiers est, à deux exceptions près, exclu des choix faits par nos enquêteurs. Il n'est toutefois pas possible d'analyser les raisons qui ont motivé les enquêteurs à ne pas choisir ce type d'entreprise puisque tous font affaire avec au moins une institution financière en raison du manque de temps pour re-communiquer avec eux.

Nous terminons donc l'étude avec 11 participants ayant fait affaire avec 12 entreprises et un nombre total de 29 dossiers différents. De ce nombre, 15 étaient des comptes déjà existants et 14 ont été ouverts pour effectuer la recherche.

Finalement, nous nous questionnons sur nos choix de méthodologie à l'effet d'avoir deux groupes de consommateurs (nouveaux et déjà existants) et également sur le fait d'avoir choisi de faire effectuer une série d'opérations et transactions similaires à nos enquêteurs. En effet, le fait de créer de nouveaux comptes n'a que peu de liens avec les questions d'accès proprement dites et davantage avec le nombre et le type de renseignements que les entreprises demandent et la pertinence de ceux-ci en regard de l'objet de la transaction.

Par ailleurs il ne nous apparaît pas très utile, du moins à l'échelle de notre recherche, d'avoir fait effectué un certain nombre de transactions similaires à nos enquêteurs. Cela a alourdi leur tâche, les a sans doute, pour plusieurs d'entre eux, découragé de participer et n'a que peu d'incidence réelle sur le jugement que nous pouvons porter sur le respect des mécanismes d'accès et le contenu des dossiers compte tenu du fait que peu entreprises ont envoyé des dossiers assez détaillés pour constater l'historique des transactions. Une étude publiée par le Canadian Internet Policy and Public Interest Clinic (CIPPIC) en mai 2006 et intitulée : «Compliance with Canadian Data Protection Laws : Are Retailers Measuring Up ?», qui a notamment étudié le respect des mécanismes d'accès arrivent à des conclusions similaires aux nôtres, sans la lourdeur associée à la création d'un historique transactionnel.²

Notre étude n'a pas l'ambition d'être représentative compte tenu de la très petite taille de notre échantillon, et ceci même si nous avons pu recruter tous les enquêteurs prévus. Elle se veut indicative des pratiques des entreprises en regard de l'accès aux renseignements personnels prévu par les lois en vigueur ainsi que les codes ou politiques internes des entreprises choisies par nos enquêteurs. Nous souhaitons qu'elle puisse servir de base à des recherches plus poussées sur ce sujet de première importance lorsqu'il est question de protection des renseignements personnels.

² L'étude sur le site : www.cippic.ca

CHAPITRE 1 PORTRAIT DE NOS ENQUÊTEURS

1.1 PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE DES ENQUÊTEURS

Tel que mentionné précédemment, le recrutement de nos consommateurs/enquêteurs (ci-après enquêteurs) a été plus compliqué et plus difficile que nous l'avions prévu. Nous souhaitons avoir au moins un enquêteur de chaque grande région du Canada et plus spécifiquement deux ou trois de l'Ontario et au moins une personne des Maritimes. Nous n'avons pas atteint cet objectif.

Notre échantillon de 11 personnes est composé de 1/3 d'hommes et de 2/3 de femmes. 1/3 des enquêteurs ont entre 26 et 35 ans, près de 1/5 ont entre 18 et 25 ans ainsi qu'entre 56 et 60 ans. Presque la moitié ont complété un baccalauréat, 1/3 une maîtrise et près de 1/5 ont une éducation de niveau collégial. Le niveau de revenu est réparti à peu près également entre les différentes catégories de revenu : de moins de 18 000 \$ de revenu annuel jusqu'à entre 55 000 et 65 000 \$ par an.

province	sexe	âge	scolarité	revenus
Alberta	Femme	18-25	Baccalauréat	- 18 000 \$
Québec	Homme	26-35	Maîtrise	35-45 000 \$
Québec	Homme	36-40	CEGEP	- 18 000 \$
Québec	Femme	51-55	Maîtrise	
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	25 à 35 000 \$
Québec	Femme	26-35	Baccalauréat	25 à 35 000 \$
Québec	Femme	51-55	Baccalauréat	18 à 25 000 \$
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	18 à 25 000 \$
Québec	Homme	56-60	CEGEP	45 à 55 000 \$
Manitoba	Femme	18-25	Baccalauréat	18 à 25 000 \$
Colombie-Britannique	Homme	56-60	Baccalauréat	55 à 65 000 \$

1.2 ATTENTES EN MATIÈRE DE PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE

Dans le but de mieux connaître nos enquêteurs et surtout leurs perceptions sur ce qui constitue une atteinte à la vie privée et le niveau de gravité qu'ils attribuent à cette atteinte, nous leur avons donné en début de recherche un questionnaire, qui est présenté en annexe, et qui reprend certaines des questions d'un sondage effectué en 1995 par la firme EKOS pour des associations de consommateurs.³ Notre objectif était de comparer l'évolution des attentes et des perceptions des consommateurs sur la question entre 1995 et aujourd'hui et d'identifier s'il y a des écarts significatifs. Est-ce que les consommateurs sont plus sensibles ou non ? Quelles situations les inquiètent toujours ? Et si ce sont les mêmes, est-ce au même niveau ? Sont-ils plus portés à demander leur dossier de renseignements personnels qu'en 1995 ? etc.

Les questions couvrent quatre volets. Dans un premier temps, nous avons présenté des situations à nos enquêteurs et nous leur avons demandé s'ils avaient vécu cette situation. Nous leur avons demandé si une telle situation portait selon eux atteinte à leur vie privée et si oui, à quel niveau de gravité. Dans un second temps, nous avons demandé aux enquêteurs s'ils étaient préoccupés par le partage des renseignements détenus sur eux par une entreprise avec une ou plusieurs autres.

Troisièmement, nous avons cherché à savoir si les enquêteurs avaient demandé au cours des trois dernières années à voir les renseignements personnels détenus sur eux par une entreprise dont ils sont clients, s'ils les avaient obtenus et dans quels délais. Nous avons aussi voulu savoir s'ils avaient tenté de faire corriger des renseignements. Finalement, nous avons tenté de mesurer leur niveau de connaissance des mesures législatives en vigueur en matière de protection des renseignements personnels. D'abord en leur demandant de nommer les lois qu'ils connaissent. Nous avons répété le même processus en matière de connaissance des codes et des politiques internes des entreprises choisies.

³ *Des frontières à définir, la population canadienne et les renseignements personnels*, FNACQ • PIAC, Septembre 1995, 80pp.

1.3 ANALYSE SOMMAIRE

Une analyse sommaire et une comparaison, à titre indicatif, avec les résultats de 1995⁴ nous permettent de relever les éléments suivants :

- Tous les enquêteurs sauf 1 ont vécu (8) ou croient avoir vécu (2) de la sollicitation pour de nouveaux produits de la part d'entreprises qui font un suivi des renseignements. En 1995, 44 % avaient vécu cette situation et 6 % croyaient l'avoir vécue.⁵

- Neuf enquêteurs sur 11 considèrent qu'il s'agit d'une atteinte à leur vie privée. En 1995, 48 % des répondants étaient du même avis.⁶

- Parmi les enquêteurs qui considèrent qu'il y a atteinte à leur vie privée, une personne est d'avis qu'il s'agit d'une atteinte extrêmement grave, 2 grave, et 5 moyennement grave. En 1995, 46 % des répondants qualifiaient l'intrusion de très grave et grave.⁷

- À la question de devoir fournir des renseignements sur la situation d'emploi lors de l'ouverture d'un compte de banque, la moitié des enquêteurs (5) n'ont pas eu à fournir ces renseignements, 4 ont dû la fournir et une personne ne sait pas. En 1995, 64 % des répondants affirmaient avoir dû fournir ces renseignements.⁸

- Neuf enquêteurs considèrent cette pratique comme portant atteinte à leur vie privée. En 1995, 56 % des répondants ne considéraient pas cette pratique des banques comme portant atteinte à leur vie privée et 62 % considéraient cette pratique comme justifiée.⁹ Nos enquêteurs de leur côté étaient partagés sur le degré de gravité. Trois personnes trouvent l'atteinte extrêmement grave, trois la trouvent très grave, une personne la trouve grave et deux la trouvent peu grave.

- La question trois portait sur le partage des renseignements détenus par une entreprise avec une ou plusieurs autres entreprises. Huit de nos enquêteurs considèrent

⁴ Nous sommes conscients que notre comparaison ne peut être qu'à titre indicatif puisque les deux sondages ne comportent pas le même échantillon de population. Les résultats de 1995 sont scientifiquement valides tant par la taille que par la représentativité de l'échantillon ce qui n'est pas le cas de notre très petite équipe.

⁵ Op.cit, p.52

⁶ Op. cit. p. 53

⁷ Ibid. p.53

⁸ Ibid. p.55

⁹ Ibid. p.56

ceci comme une atteinte extrêmement grave à la vie privée, une la considère très grave et l'autre comme grave. Dans le sondage de 1995, la question portait plus spécifiquement sur la vente de renseignements personnels et cette activité si faite sans autorisation, était considérée comme une atteinte très grave à la vie privée par 95 % des répondants.¹⁰

- Les questions suivantes portaient sur les demandes d'accès et de correction des renseignements personnels que nos enquêteurs auraient pu faire au cours des trois dernières années. Un seul enquêteur sur les 11 a demandé son dossier au cours des trois dernières années et l'a reçu dans un délai de 30 jours ou moins. Aucun n'a demandé que des corrections soient effectuées. En 1995, le pourcentage était également très faible des personnes qui avaient demandé à voir leurs renseignements personnels (entre 1 et 18 % selon les circonstances)¹¹.

- Les questions portaient sur la connaissance de l'existence de lois, sur la capacité de nommer certaines d'entre elles sans l'aide de personne et à la suite de l'énumération de dire si oui ou non l'enquêteur connaissait la loi nommée. Cette série de questions se voulait le miroir de questions similaires contenues dans le sondage de 1995. Globalement, on ne peut pas dire que nos enquêteurs, bien qu'ils aient déclaré connaître l'existence des lois, étaient capables d'en nommer. En effet seulement 5 sur 11 peuvent nommer la loi fédérale¹². Trois sur huit enquêteurs du Québec peuvent nommer la loi québécoise¹³ et l'enquêteur de la Colombie-Britannique peut nommer la loi de sa province.¹⁴ En 1995, 75 % des répondants ignoraient l'existence de lois ou de programmes gouvernementaux pour protéger les renseignements personnels.¹⁵ Le résultat s'améliore un peu lorsque les lois sont nommées par une personne et en ce cas, 8 enquêteurs sur 11 ont reconnu la loi fédérale, tous les enquêteurs connaissent la Charte canadienne des droits. Cependant, au Québec le nombre de ceux qui reconnaissent la loi 68 demeure inchangé mais 7 sur 8 connaissent la Loi sur l'accès qui encadre les pratiques du gouvernement provincial et de ses organismes.

¹⁰ Ibid.p.42

¹¹ Ibid. p.76

¹² *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques, 2000.*

¹³ *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé, L.R.Q., chapitre P-39.1*

¹⁴ *Personal information protection Act, S.B.C 2003, c. 63*

¹⁵ *Op. cit, Des frontières à définir, p.72*

• La dernière série de questions avait trait à la connaissance des codes et politiques internes des entreprises choisies par nos enquêteurs. Sept enquêteurs sur 11 ont déclaré connaître des programmes, codes ou politiques d'entreprises mais seulement 3 ont été capables de les nommer. Lorsqu'une personne a nommé les entreprises, seulement 5 des 11 enquêteurs, un peu moins de la moitié, ont pu identifier des programmes, codes ou politiques. En 1995, seulement 14 % des répondants connaissaient des initiatives du secteur privé.¹⁶

On constate donc que nos enquêteurs semblent être dans la bonne moyenne des Canadiens en matière de perceptions et d'attentes en regard de la protection des renseignements personnels surtout lorsque l'on compare avec les résultats du sondage de 1995. Quelques éléments sont plus intéressants à noter pour les objectifs de notre recherche. En effet depuis 1995, le gouvernement canadien a adopté une loi de protection des renseignements personnels qui couvre les activités du secteur privé. Quelques provinces ont depuis emboîté le pas. Le Québec avait quant à lui adopté une loi similaire il y a une dizaine d'années. Il est important de noter que la loi canadienne exige la nomination d'une personne responsable de la protection des renseignements personnels et que les consommateurs en soient informés. Par ailleurs depuis 1995, nous avons assisté à une accélération extraordinaire des pratiques commerciales des entreprises qui segmentent les bases de données de leur clientèle pour cibler directement des offres de produits selon diverses caractéristiques personnelles.

D'autre part, nous avons assisté à quelques mini-scandales où des renseignements personnels détenus soit par des entreprises ou par des services gouvernementaux ont été perdus, échangés, vendus ou retrouvés dans les poubelles. Ces trois éléments auraient dû provoquer une sensibilité plus grande des Canadiens aux enjeux de protection des renseignements personnels. Force est de constater que ça ne semble pas être le cas, du moins auprès de nos enquêteurs. Mais nous ne sommes pas surpris non plus puisqu'un sondage récent (mars 2005) réalisé par EKOS pour le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada rapporte que seulement un Canadien sur cinq connaît clairement les lois de protection des renseignements personnels.¹⁷

¹⁶ Ibid, p.72

¹⁷ *Les Canadiennes et les Canadiens, la protection de la vie privée et les nouveaux enjeux*, Les associés de recherche EKOS. p. 2 / http://www.privcom.gc.ca/information/survey/ekos_f.asp. Nous apprenons au moment de déposer ce rapport que le Commissariat vient de publier (Juin 2006) les résultats d'un sondage pour l'année 2006 qui reprends les mêmes thèmes.

Un autre élément surprenant est le peu de demandes d'accès aux renseignements. En effet, le pourcentage ne semble pas avoir augmenté malgré des erreurs contenues dans certains dossiers et qui ont eu des conséquences pour les individus, des problèmes de vols d'identité ou de la publicité faite par les entreprises. En particulier, il y a celle réalisée par les bureaux de crédit (Équifax et Trans Union) pour encourager les consommateurs à demander leur dossier de crédit. Déjà en 1995, EKOS attribuait la faible occurrence des demandes d'accès au peu de connaissance du cadre de protection légale accordée aux renseignements personnels ainsi qu'au fait qu'en général les consommateurs ne réclament pas de voir leur dossier à moins qu'un problème ne survienne.¹⁸

Nous sommes déçus que les efforts d'éducation et de sensibilisation des consommateurs mis en œuvre à la suite de l'adoption des diverses lois et des codes internes des entreprises ne semblent pas encore avoir porté fruits. Il semble clair qu'il faudra étudier de nouvelles manières de faire, augmenter les efforts et les budgets consentis, et améliorer la concertation entre les multiples partenaires (gouvernements, entreprises, représentants de consommateurs, organisme de réglementation) de manière à établir des stratégies plus efficaces.

Finalement, malgré le peu de connaissance des lois et le fait que seulement un enquêteur sur 11 ait effectivement demandé son dossier au cours des trois dernières années, il ressort que plusieurs des situations présentées dans notre questionnaire sont très préoccupantes en regard des atteintes réelles ou potentielles à leur vie privée. Il nous semble que pour nos enquêteurs, la protection de la vie privée et des renseignements personnels est un enjeu important.

Il s'agit d'une constante confirmée régulièrement par les sondages effectués depuis 1995¹⁹. Il apparaît qu'il y a cependant un fossé entre la préoccupation et l'action des consommateurs à agir par eux-mêmes pour vérifier leurs dossiers, se tenir au courant des recours à leur disposition et en profiter.

¹⁸ Op.cit, *Des frontières à définir*, p. 76

¹⁹ Dans le sondage de 1995, le pourcentage de personnes identifiant la protection des renseignements personnels comme un des enjeux principaux se situait entre 75 et 85 % selon la manière dont la question était formulée. Dans le sondage commandé par le Commissariat à la vie privée en 2005, il est noté qu'en 2001, 69 % des Canadiens faisaient le même constat et qu'en 2005, le pourcentage était de 70 %.

CHAPITRE 2

RÉSULTATS DES DEMANDES D'ACCÈS

2.1 DÉMARCHES PRÉLIMINAIRES DES ENQUÊTEURS

De manière à pouvoir mieux établir la validité des dossiers envoyés à nos enquêteurs lors de leurs demandes d'accès, notre méthodologie a prévu une série d'opérations et de transactions selon un calendrier prédéterminé par chaque enquêteur, et selon le type d'entreprise choisies. Notre objectif était de valider la présence dans le dossier des opérations et transactions convenues et donc le respect par les entreprises de la divulgation de tous les renseignements concernant l'individu ayant fait une demande d'accès.

Les transactions ont eu lieu entre septembre 2005 et mai 2006, incluant une période d'un mois et demi à deux mois consacrée notamment aux demandes d'accès. Ces activités allaient de l'ouverture d'un compte qui s'est en général effectué par téléphone sauf pour l'ouverture d'un compte bancaire. D'autres types d'opérations/transactions incluaient notamment la location d'un film, l'achat d'un item, la modification du niveau de service ou encore un appel pour demander des informations ou le retour au niveau de service antérieur.

Notre calendrier prévoyait un approfondissement des démarches pour accéder à tous les renseignements détenus par les entreprises durant les mois de juin et juillet de manière à ce que, lors de la rédaction du rapport final, nous ayons épuisé presque tous les recours simples pour assurer l'accès. Des impératifs hors de notre contrôle ne nous ont pas permis d'aller jusqu'au bout de nos démarches et ainsi être en mesure de bien mesurer le degré d'effort que devrait consentir un consommateur pour recevoir tous ou la majeure partie des renseignements détenus par une entreprise sur lui.

Les enquêteurs ont choisi certaines entreprises parmi une liste de suggestions que nous leur avons faites. Notre objectif était de couvrir les juridictions fédérale et provinciale. Les grands magasins et les clubs vidéo sont du ressort des provinces tandis qu'en général, les entreprises de communications (câblodistribution, distribution par satellite, téléphonie et institutions financières) sont de juridiction fédérales. Les Caisses Desjardins sont une exception puisque leur incorporation est faite au Québec. Voici la typologie des entreprises identifiées.

TYPOLOGIE DES ENTREPRISES

Grands magasins	2
Cablodistributeurs et satellite	3
Téléphonie (fil et cellulaire)	3
Institutions financières	2
Club Video	2
Total	12

Les demandes initiales de dossiers ont été effectuées entre la fin mars et la mi-avril pour la majorité de nos enquêteurs. Trois points retiendront l'attention dans notre analyse :

- Le délai entre la demande et la réception du dossier;
- le contenu du dossier;
- le respect des obligations légales ainsi que des politiques ou des codes internes en matière d'accès aux renseignements personnels.

Les résultats vous sont présentés un peu plus loin dans un tableau inclus ci-après pour chaque entreprise. Nous aurions aimé vous présenter dès maintenant le résultat de la troisième demande plus détaillée contenant des éléments de renseignements personnels que nous savons en leur possession.

Résultat des demandes d'accès par entreprise
(présenté selon le nombre de dossiers pour chaque entreprise)

Entreprise	Nombre de dossiers	Conditions pour l'accès	Coût	Délais	Éléments contenus dans le dossier	Éléments manquants ou absents
Blockbuster	7 dont 4 nouveaux	site Web : le siège social conserve les dossiers des clients. Demandes directes acceptées Majorité demande leurs dossiers à leur succursale.	N/A	Presque immédiatement	Coupon caisse présentant l'historique du client pour une période variant entre 2 et 6 mois, date et heure des transactions, prix	Les usages des renseignements; Qui a accédé à ces renseignements, s'ils ont été échangés et si oui, avec qui.
Vidéotron	6 dont 5 nouveaux	Sur demande écrite. Lors des appels, la majorité de nos enquêteurs se sont fait envoyer par les préposés au service à la clientèle (SAC) un formulaire préparé spécifiquement à cette fin par l'entreprise	N/A	Règle générale les dossiers sont envoyés dans les délais requis 30 jours ou moins. Une personne n'a pas reçu son dossier dans les délais.	Les pages accessibles par les préposés au service à la clientèle (SAC). tous les renseignements de l'ouverture du compte : date d'ouverture, nom, adresse, langue de communications, mots de passe pour identification, nos de tél, type de facturation, date l'abonnement, solde du compte, type de service,	Les usages des renseignements; Notes des installateurs liste des autres personnes qui auraient eu accès au dossier et si des échanges d'information ont eu lieu entre Vidéotron, ses affiliés et autres entreprises. Les «logs» Internet ne sont pas fournis à moins d'une demande

					mandataire autorisé s'il y a lieu avec date de naissance, notes au dossier (date et heure de ces notes ainsi que le nom du préposé. Si le client est abonné à Internet par câble, le dossier contient l'identifiant, le type d'accès, le nom lors de l'envoi de courriel, le numéro de série du modem.	spécifique et il s'agit d'une démarche plus compliquée..
--	--	--	--	--	--	--

Entreprise	Nombre de dossiers	Conditions pour l'accès	Coût	Délais	Éléments contenus dans le dossier	Éléments manquants ou absents
HBC	5 dont 1 nouveau	Par écrit	N/A	Moins de 3 jours en général. Une personne a eu des délais plus longs que ceux prescrits.	No de client, nom, adresse, no de tél (rés et travail), langue de communication, N.A.S. date de naissance, date d'ouverture, limite de crédit, solde du compte, imprimés des écrans visibles par les préposés du SAC, notes au dossier, taux du crédit, actions antérieures, comportement y compris note du contact de l'agence de crédit, relevés des achats, des services (ex : assurances), primes utilisées, paiements, frais de service, liste des autorisations, et messages spéciaux.	Les usages des renseignements; Noms des personnes qui ont eu accès au dossier, si oui ou non il y a eu échange de renseignements avec d'autres affiliés ou entreprises.

Entreprise	Nombre de dossiers	Conditions pour l'accès	Coût	Délais	Éléments contenus dans le dossier	Éléments manquants ou absents
Sears	2 dont 1 nouveau	Demande par écrit	N/A	En date du 1 ^{er} juin aucun de nos deux enquêteurs n'avait reçu son dossier de Sears qui a pourtant été demandé par écrit en date du 31 mars avec répétition le 8 mai ainsi que le 19 avril dans l'autre cas.		
Bell	1	Demandes répétées par téléphone où les divers employés ne sont pas ou très peu au courant de la question. Beaucoup de yo-yo et de référence à d'autres personnes. Finalement demande par écrit le 19 avril 06.	N/A	1 mois à la suite d'un rappel téléphonique.	Document intitulé : Fiche d'identification personnelle : Nom, date d'installation du service, employeur (pas à jour), personne contact, No d'ass-maladie.	Les usages des renseignements; Historique des transactions, notes au dossier, trace des plaintes, qui a eu accès au dossier à l'interne, liste des échanges avec des affiliés ou autres entreprises s'il y a lieu
Telus Mobility	1	Demande écrite le 12 avril 06 et encore le 23 mai 06	N/A	En date du 1 ^{er} juin, toujours pas reçu de dossier.		

Entreprise	Nombre de dossiers	Conditions pour l'accès	Coût	Délais	Éléments contenus dans le dossier	Éléments manquants ou absents
Bell Mobility	1	Demands répétées par téléphone, courriel. Au début le préposé indique que ce n'est pas possible d'avoir cela. Par la suite on dit à l'enquêteur que ça va lui prendre un avocat pour faire cette démarche très compliquée. Demande faite par courriel le 6 mai 06 et par la poste le 24 mai 06.	N/A	En date du 1 ^{er} juin, toujours pas reçu de dossier		
MTS (cable)	1 nouveau	Demande écrite	N/A	En date du 1 ^{er} juin l'enquêteur n'avait pas reçu son dossier.		
Bell Expressvu	1	L'enquêteur est en voyage long terme et nous transmettra les informations en juillet				
Club Videotron	1 nouveau	On a référé notre enquêteur au siège social où on lui a dit qu'il n'avait pas de politique à ce sujet au moment de la demande mais	N/A	Les employés de la succursale ont présenté à l'écran le dossier (nom, tél., date de naissance et relevé des transactions des	(voir colonne précédente)	Les usages des renseignements; Si Club Videotron échange ou partage les renseignements avec les affiliés de Videotron ou

Le droit d'accès aux renseignements personnels

		qu'elle était à l'étude et devrait être disponible dans environ 1 mois. Soit Juin 06.		trois derniers mois.		d'autres entreprises et qui à part les employés de la succursale pourrait avoir accès à ces renseignements.
RBC (Banque Royale)	1	Par lettre 25 mai 06	N/A	Début juin	a reçu copie de son dossier de crédit	Les usages des renseignements; Etc.
Caisse Desjardins	2 dont 1 nouveau	En personne à la Caisse Desjardins	N/A	Sans délai	Profil : Nom adresse, emploi, soldes des comptes, N.A.S.	Les usages des renseignements; Etc.

2.2 ANALYSE

Un bref rappel des trois éléments d'analyse retenus soit :

- Le délai entre la demande et la réception du dossier;
- le contenu du dossier;
- le respect des obligations légales ainsi que des politiques ou codes internes en matière d'accès aux renseignements personnels.

2.1.1 Le délai entre la demande et la réception du dossier

Six entreprises sur 12 respectent les délais légaux de toutes les juridictions, soit 30 jours ou moins. Une autre entreprise a permis la consultation du dossier sans en remettre une copie. On ne peut pas conclure que cette entreprise respecte la clause d'accès de la loi applicable qui est celle du Québec. Notons qu'au moment de la demande de notre enquêteur, la personne responsable a indiqué que des politiques internes étaient en développement. On peut constater que la mise en œuvre des dispositions législatives tarde dans ce cas puisque la Loi 68 a été adoptée au début des années 90. De plus, ces entreprises respectent leurs codes ou politiques internes qui dans la majorité des cas, reprennent les articles de lois ou le Code-type CSA qui est à la base de la loi fédérale.

Trois entreprises n'ont pas, en date du 1^{er} juin 2006, acheminé les dossiers demandés, en plus de ne pas avoir respecté les délais légaux ni leur politiques internes. Aucune entreprise qui a acheminé un dossier n'a demandé de frais pour acheminer le dossier de nos enquêteurs, ce qui encore une fois respecte les exigences des lois en vigueur dans les juridictions concernées.

Par ailleurs, la vérification de l'identité des requérants nous a semblé être minime et la validation des mots de passe ou des questions secrètes peu utilisée. Puisque nous n'avons pas effectué un suivi serré sur ce point précis, nous ne pouvons pas identifier de tendance sur ce point. Il serait cependant intéressant d'approfondir cette question en raison de l'accroissement important des « vols » d'identité au cours des dernières années.

Un dernier élément sur ce point est qu'un consommateur moyen non soutenu dans ses démarches comme l'ont été nos enquêteurs, pourrait très facilement se décourager

avant d'avoir obtenu satisfaction. Il a souvent été nécessaire de communiquer à plus d'une reprise avec les entreprises soit par téléphone, courriel ou par lettre pour obtenir les dossiers. Il a fallu expliquer à certains préposés ce que nos enquêteurs désiraient alors que la formation, les politiques et procédures internes devraient normalement avoir été connues du personnel en contact avec le client.

2.2.2 Le contenu du dossier

Sur ce point, nous pouvons sans exagération dire que la définition de dossier ainsi que les éléments qu'il devrait contenir ne semblent pas claires pour aucune des entreprises choisies par nos enquêteurs. Il est vrai qu'aucune loi, ni politique interne ne définit le terme «dossier». Cependant, plusieurs politiques internes énoncent plus clairement les éléments qui devraient être communiqués à une personne qui demande son dossier. Le niveau des attentes des clients est grand et ceux qui prennent connaissance de ces documents seront souvent déçus sur réception des documents demandés.

Signalons notamment que dans les politiques internes de la majorité des entreprises incluses dans notre recherche, il est explicitement prévu qu'une personne sera clairement informée de l'usage qui est fait des renseignements qui la concernent et du fait qu'ils ont été communiqués à des tiers et d'une liste de ces tiers en autant qu'il est possible. De plus, les lois en vigueur, soit explicitement ou implicitement, exigent que ces éléments doivent être communiqués aux personnes qui demandent leurs renseignements personnels. Il apparaît très significatif qu'aucun des dossiers reçus par nos enquêteurs ne contient ces éléments spécifiques.

Les informations obtenues par nos enquêteurs à la suite de leurs demandes de dossiers à deux exceptions, les mêmes d'ailleurs que dans la précédente section soit HBC et Videotron, sont plutôt sommaires. Entre un coupon caisse chez Blockbuster, une fiche d'identification personnelle chez Bell qui ne contient pratiquement aucun élément d'historique des transactions, aucune des notes au dossier, un profil très sommaire chez Desjardins et un dossier de crédit chez RBC (Banque Royale), un regard sur un écran au Superclub Videotron, trois entreprises qui n'ont rien communiqué au 1^{er} juin, la situation est assez décevante. Un regard sur le tableau des résultats des demandes d'accès nous permet de voir plus en détails des éléments contenus et plus significativement des éléments absents.

Pour ce qui est de HBC et Videotron, ce qui est transmis nous apparaît comme étant les écrans du système utilisé par les préposé du service à la clientèle (SAC). Des détails supplémentaires sont donc inclus bien que des éléments demeurent manquants. Nous y trouvons notamment dans le cas de Videotron le nom, la date et l'heure de l'accès au dossier par le SAC ainsi que les notes mises au dossier par ces personnes. Dans les deux cas, nous avons retrouvé un historique de toutes les transactions au dossier et les descriptions détaillées des services utilisés. Ces éléments permettent certainement à une personne de mieux vérifier l'exactitude des renseignements qu'une entreprise détient sur elle.

2.2.3 Le respect des obligations légales ainsi que des politiques ou codes internes en matière d'accès aux renseignements personnels

Nous avons déjà dans les deux précédentes sections traité quelques éléments en regard du respect des lois et des politiques ou codes internes des entreprises. Nous vous présentons quelques remarques supplémentaires qui seront plus approfondies dans le rapport final lorsque nous aurons récolté, nous l'espérons, tous les dossiers de tous nos enquêteurs pour toutes les entreprises étudiées.

Notre objectif de recherche n'était pas d'étudier l'évolution de la situation depuis l'adoption de lois en matière de protection des renseignements personnels et plus spécifiquement de la loi fédérale en cette matière. Toutefois, nous avons à tout le moins constaté que toutes les entreprises choisies (sauf dans le cas de Desjardins dont le document en ligne fait état de ces politiques pour les transactions par Internet seulement) par nos enquêteurs affichent sur leur site Web les politiques internes en matière de protection des renseignements. On retrouve souvent une référence et quelques fois, le nom de la personne responsable.

La notion de ce que constitue le «dossier» d'une personne au sein d'une entreprise et son interprétation semble plutôt limitée lorsqu'il s'agit de communiquer les renseignements détenus y compris les renseignements personnels. S'il y a bien sûr des variations dans la somme plus ou moins grande des éléments communiqués, aucune entreprise ne communique dès une première demande l'ensemble des renseignements concernant un client. De plus, même les entreprises les plus performantes ne fournissent

pas les usages pour lesquels les renseignements sont utilisés, ni s'ils ont été échangés ou communiqués à des tiers.

La présentation que nous avons faite en introduction des constats et des limites de notre méthodologie est importante car nous ne croyons pas, notamment compte tenu de ces constats, avoir pu atteindre les objectifs principaux de notre recherche. Cependant nous considérons que nous avons pu bâtir un cadre de recherche de base en matière de recherche sur l'accès aux renseignements personnels. D'autres organismes pourront en tirer profit pour approfondir la recherche de données pour améliorer les pratiques en matière d'accès aux renseignements personnels détenus par les entreprises avec lesquelles les consommateurs font affaire.

Ceci étant dit, notre étude n'a pas l'ambition d'être représentative compte tenu de la très petite taille de notre échantillon et ceci même si nous avons pu recruter tous les consommateurs/enquêteurs prévus. Elle se veut indicative des pratiques des entreprises en regard de l'accès aux renseignements personnels tel que prévu par les lois en vigueur ainsi que les codes ou politiques internes des entreprises choisies par nos enquêteurs.

Enfin, nous sommes d'avis que nos résultats sont le reflet de tendances significatives sur la gestion des requêtes d'accès et du contenu des renseignements communiqués par les entreprises. Ces tendances nous démontrent qu'il y a encore de nombreux efforts à consentir pour former le personnel, faciliter la mise en œuvre de procédures et de politiques internes en cette matière. Il apparaît également que la définition d'un «dossier» devra être précisée et que la révision de la loi fédérale et éventuellement des lois provinciales sera l'occasion à saisir pour améliorer les choses.

CONCLUSION

Notre analyse indique que six entreprises sur douze respectent, règle générale, les délais légaux de toutes les juridictions soit 30 jours ou moins. Trois entreprises n'ont pas, en date du 1^{er} juin 2006, acheminé les dossiers demandés en plus de ne pas avoir respecté les délais légaux et leurs politiques internes;

Un dernier élément sur ce point est qu'un consommateur moyen non soutenu dans ses démarches comme l'ont été nos enquêteurs, pourrait très facilement se décourager avant d'avoir obtenu satisfaction. Il a souvent fallu communiquer à plusieurs reprises avec les entreprises soit par téléphone, courriel ou par lettre pour obtenir les dossiers. Il a fallu expliquer à certains préposés ce qui était désiré par nos enquêteurs alors que la formation et les politiques et procédures internes devraient avoir été intégrées par tout le personnel qui est en contact avec le client.

Sur le point relatif au contenu du dossier, nous pouvons sans exagération dire que la définition de dossier ainsi que les éléments qu'il devrait contenir ne semble pas claire pour aucune des entreprises choisies par nos enquêteurs. Il est vrai qu'aucune loi, ni politique interne ne définit le terme «dossier». Cependant, plusieurs politiques internes énoncent plus clairement les éléments qui devraient être communiqués à une personne qui demande son dossier. Le niveau des attentes des clients qui prennent connaissance de ces documents pourrait être déçu sur réception des documents qui sont envoyés qui ne respectent pas les lois ni les politiques internes de plusieurs des entreprises étudiées.

La notion de ce que constitue le «dossier» d'une personne au sein d'une entreprise et son interprétation semble, pour dire le moins, pencher du côté limité plutôt que large lors de la communication des renseignements détenus et qui pourraient être considérés comme des renseignements personnels. (voir liste, document 6 dans Annexe 2). Il y a bien sûr des variations dans la somme plus ou moins grande des éléments communiqués mais aucune entreprise ne communique dès une première demande l'ensemble des renseignements concernant un client. De même, même les entreprises les plus performantes ne communiquent pas les usages pour lesquels les renseignements sont utilisés, ni ne divulguent si ceux-ci ont été échangés, communiqués à des tiers en fournissant une liste de ceux-ci.

La présentation que nous avons faite en introduction des constats des limites de notre méthodologie est importante car nous ne croyons pas, notamment compte tenu de

ces constats, avoir pu atteindre pleinement les objectifs principaux de notre recherche. Cependant nous considérons que nous avons pu bâtir un cadre de recherche de base en matière de recherche sur l'accès aux renseignements personnels dont nous ou d'autres organismes et universitaires pourront tirer profit pour approfondir la recherche de données solides pour améliorer les pratiques en matière d'accès par les Canadiens aux renseignements personnels détenus sur eux par les entreprises avec les quelles ils font affaires

Ceci étant dit, notre étude n'a pas l'ambition d'être représentative compte tenu de la très petite taille de notre échantillon et ceci même si nous avons pu recruter tous les consommateurs/enquêteurs prévus. Elle se veut indicative des pratiques des entreprises en regard de l'accès aux renseignements personnels tel que prévu par les lois en vigueur ainsi que les codes ou politiques internes des entreprises choisies par nos enquêteurs.

À cet égard, nous sommes d'avis que nos résultats sont le reflet de tendances significatives sur la gestion des requêtes d'accès et du contenu des renseignements communiqués par les entreprises et ces tendances nous démontrent qu'il y a encore de nombreux efforts à consentir pour former le personnel, faciliter la mise en œuvre de processus, procédures et politiques internes en cette matière. Il apparaît également que la définition de ce que constitue un «dossier» devra être travaillée par les divers intéressés à la question et que la révision de la loi fédérale et éventuellement des lois provinciales seront des opportunités à saisir pour réunir et consulter tous les intéressés incluant les représentants des consommateurs sur ce important enjeu.

RECOMMANDATIONS

Compte tenu de la petite taille de notre groupe d'enquêteurs de même que certaines limites de temps qui ne nous ont pas permis d'épuiser toutes les démarches prévues pour tenter d'obtenir des entreprises tous les renseignements personnels que nous pensons former un «dossier» pour les fins d'une demande d'accès, nous présentons deux grandes recommandations ainsi qu'une recommandation d'ordre général aux consommateurs canadiens :

1. Qu'une étude plus approfondie soit faite pour valider nos constatations et encore mieux mesurer et cerner non seulement l'étendue des problèmes mais également

- identifier les pratiques les plus proactives mises en œuvre par certaines entreprises et qui nous apparaissent comme respectant davantage les obligations légales ainsi que la philosophie que sous-tend la notion d'accès aux renseignements personnels;
2. Que des travaux soient entrepris auxquels participeraient des représentants des entreprises, des gouvernements et des représentants de groupes de citoyens et des organismes de protection des consommateurs pour que la notion et la nature de ce que constitue un «dossier» lors d'une demande d'accès aux renseignements personnels soit comprise dans le sens le plus large et que les politiques et procédures des entreprises en matière d'accès soient bien intégrées à tous les niveaux des opérations.
 3. Que les consommateurs canadiens exercent plus souvent leurs droits d'accéder aux renseignements personnels que les entreprises détiennent sur eux de manière à mieux déceler les erreurs, les échanges et toute autre activité dans leur compte non directement reliée à l'objet pour lequel celui-ci a été créé. De plus cela leur permettra de déceler si des tentatives de vols d'identité se sont produites.

BIBLIOGRAPHIE

Canadian Internet Policy and Public Interest Clinic (CIPPIC): «Compliance with Canadian Data Protection Laws : Are Retailers Measuring Up ?», May 2006, 34 pp. peut être trouvé sur le site dans la section Privacy Projects: www.cippic.ca

Commissariat à la protection de la vie privée du Canada, «Les Canadiennes et les Canadiens, la protection de la vie privée et les nouveaux enjeux», Juin 2005, http://www.privcom.gc.ca/information/survey/2005/ekos_f.asp

FNACQ • PIAC, «Des frontières à définir, la population canadienne et les renseignements personnels», Septembre 1995, 80pp.

ANNEXE 1 ATTENTES ET PERCEPTIONS

Attentes et perceptions : tableau des résultats détaillés

1a). Si une entreprise avec laquelle vous faites affaire suit de près les informations qu'elle possède à votre sujet et vous offre ensuite de nouveaux services :

a) avez-vous déjà vécu cette situation?

Oui **Je crois que oui** **Non** Je crois que non Je ne sais pas/ ne répond pas

b) À votre avis, s'agit-il d'une atteinte à votre vie privée?

Oui non ne sais pas/ne répond pas

Si oui, jusqu'à quel point, sur une échelle de 1 à 7 (7 étant le plus grave), ceci constitue-t-il une atteinte à votre vie privée

province	sexe	âge	scolarité	revenus	1a Offre de nouveaux services	1b Est-ce une atteinte	1c Niveau atteinte à la vie privée ²⁰
Alberta	Femme	18-25	Baccalauréat	- 18 000 \$	Crois que oui	non	
Québec	Homme	26-35	Maîtrise	35-45 000 \$	oui	oui	5
Québec	Homme	36-40	CEGEP	- 18 000 \$	non	oui	5
Québec	Femme	51-55	Maîtrise		Oui	oui	6
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	25 à 35 000 \$	Oui	oui	6
Québec	Femme	26-35	Baccalauréat	25 à 35 000 \$	Oui	oui	5
Québec	Femme	51-55	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	Oui	oui	7
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	18 à 25 000 \$	Oui	oui	5
Québec	Homme	56-60	CEGEP	45 à 55 000 \$	Crois que oui	non	
Manitoba	Femme	18-25	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	Oui	oui	5
Colombie-Britannique	Homme	56-60	Baccalauréat	55 à 65 000 \$	Oui	oui	5

²⁰ L'échelle utilisée est gradée de 1 à 7 1 = pas grave, 4 = plus ou moins grave et 7 = extrêmement grave. 8 pour les personnes qui ne savent pas ou n'ont pas de réponse

ATTENTES ET PERCEPTIONS Q.2

2a). Si vous avez à fournir des renseignements concernant votre situation d'emploi pour ouvrir un compte bancaire :

a) avez-vous déjà vécu cette situation?

Oui

Je crois que oui

Non

Je crois que non

Je ne sais pas/ ne répond pas

b) À votre avis, s'agit-il d'une atteinte à votre vie privée?

Oui non ne sais pas/ne répond pas

c) Si oui, jusqu'à quel point, sur une échelle de 1 à 7 (7 étant le plus grave), ceci constitue-t-il une atteinte à votre vie privée

1= *pas du tout grave*

4= *plus ou moins grave*

7= *extrêmement grave*

8= ne sais pas/pas de réponse

province	sexe	âge	scolarité	revenus	2a emploi : ouverture compte bancaire	2b atteinte vie privée	2c niveau d'atteinte
Alberta	Femme	18-25	Baccalauréat	- 18 000 \$	oui	non	
Québec	Homme	26-35	Maîtrise	35-45 000 \$	Ne sais pas	oui	7
Québec	Homme	36-40	CEGEP	- 18 000 \$	oui	oui	6
Québec	Femme	51-55	Maîtrise		Crois que non	oui	7
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	25 à 35 000 \$	non	oui	5
Québec	Femme	26-35	Baccalauréat	25 à 35 000 \$	non	oui	6
Québec	Femme	51-55	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	non	oui	7
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	18 à 25 000 \$	oui	oui	3
Québec	Homme	56-60	CEGEP	45 à 55 000 \$	Crois que non	oui	6
Manitoba	Femme	18-25	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	oui	oui	3
Colombie- Britannique	Homme	56-60	Baccalauréat	55 à 65 000 \$	oui	non	

Atteintes et perceptions Q.3

3. Dans quelle mesure êtes-vous préoccupé par une entreprise qui partage les renseignements qu'elle a votre sujet avec une ou plusieurs autres entreprises?

(1 aucunement préoccupé, 4 plus ou moins préoccupé et 7 extrêmement préoccupé ; 8 ne sais pas /ne répond pas)

province	sexe	âge	scolarité	revenus	niveau d'atteinte
Alberta	Femme	18-25	Baccalauréat	- 18 000 \$	5
Québec	Homme	26-35	Maîtrise	35-45 000 \$	7
Québec	Homme	36-40	CEGEP	- 18 000 \$	7
Québec	Femme	51-55	Maîtrise		7
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	25 à 35 000 \$	7
Québec	Femme	26-35	Baccalauréat	25 à 35 000 \$	7
Québec	Femme	51-55	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	7
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	18 à 25 000 \$	5
Québec	Homme	56-60	CEGEP	45 à 55 000 \$	6
Manitoba	Femme	18-25	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	7
Colombie-Britannique	Homme	56-60	Baccalauréat	55 à 65 000 \$	7

Attentes et perceptions Q.4

4. a) Au cours des trois dernières années avez-vous demandé à voir des renseignements personnels à votre sujet conservés par une entreprise avec laquelle vous faites ou faisiez affaire?

Oui non ne sais pas/ne répond pas

4 b) avez-vous été en mesure d'obtenir cette information?

Oui Non ne sais pas/ne répond pas

4 c) Dans quels délais avez-vous obtenus l'information que vous avez demandée?

30 jours 45 jours 60 jours 75 jours plus de 75 jours

province	sexe	âge	scolarité	revenus	4a demande renseignements personnels	4b obtenus	4c délais
Alberta	Femme	18-25	Baccalauréat	- 18 000 \$	non		
Québec	Homme	26-35	Maîtrise	35-45 000 \$	non		
Québec	Homme	36-40	CEGEP	- 18 000 \$	non		
Québec	Femme	51-55	Maîtrise		non		
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	25 à 35 000 \$	oui	oui	30 jours ou moins
Québec	Femme	26-35	Baccalauréat	25 à 35 000 \$	non		
Québec	Femme	51-55	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	non		
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	18 à 25 000 \$	non		
Québec	Homme	56-60	CEGEP	45 à 55 000 \$	non		
Manitoba	Femme	18-25	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	non		
Colombie-Britannique	Homme	56-60	Baccalauréat	55 à 65 000 \$	non		

Attentes et perceptions Q.5

5. a) Au cours des trois dernières années avez-vous essayé de faire *CORRIGER* des renseignements personnels à votre sujet conservés par une entreprise avec laquelle vous faites ou faisiez affaire?

Oui Non ne sais pas/ne répond pas

5. b) Avez-vous réussi à faire changer ces renseignements?

Oui Non ne sais pas/ne répond pas

5. c) Si oui, êtes-vous satisfaits?

Oui Non ne sais pas/ne répond pas

province	sexe	âge	scolarité	revenus	5a demande de correction	5b correction effectuées	5c satisfaction
Alberta	Femme	18-25	Baccalauréat	- 18 000 \$	non		
Québec	Homme	26-35	Maîtrise	35-45 000 \$	non		
Québec	Homme	36-40	CEGEP	- 18 000 \$	non		
Québec	Femme	51-55	Maîtrise				
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	25 à 35 000 \$	non		
Québec	Femme	26-35	Baccalauréat	25 à 35 000 \$	non		
Québec	Femme	51-55	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	non		
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	18 à 25 000 \$	non		
Québec	Homme	56-60	CEGEP	45 à 55 000 \$	non		
Manitoba	Femme	18-25	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	non		
Colombie-Britannique	Homme	56-60	Baccalauréat	55 à 65 000 \$	non		

Attentes et perceptions Q 6, 7 et 8

6. Connaissez-vous des lois ou des programmes gouvernementaux qui visent à protéger les renseignements personnels au Canada ?

Oui Non ne sais pas/ne répond pas

Dans votre province?

Oui Non ne sais pas/ne répond pas

province	sexe	âge	scolarité	revenus	6a connaissance lois Canada	6b connaissance lois province
Alberta	Femme	18-25	Baccalauréat	- 18 000 \$	oui	pas de réponse
Québec	Homme	26-35	Maîtrise	35-45 000 \$	oui	oui
Québec	Homme	36-40	CEGEP	- 18 000 \$	oui	non
Québec	Femme	51-55	Maîtrise		pas de réponse	pas de réponse
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	25 à 35 000 \$	oui	oui
Québec	Femme	26-35	Baccalauréat	25 à 35 000 \$	oui	
Québec	Femme	51-55	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	oui	oui
Québec	Femme	26-35	Maîtrise	18 à 25 000 \$	oui	non
Québec	Homme	56-60	CEGEP	45 à 55 000 \$	oui	oui
Manitoba	Femme	18-25	Baccalauréat	18 à 25 000 \$	oui	oui
Colombie-Britannique	Homme	56-60	Baccalauréat	55 à 65 000 \$	oui	oui

7. Veuillez énumérer les lois ou programmes gouvernementaux que vous connaissez?

Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé (Québec) Code civil du Québec

La Charte des droits et libertés

Les lois sur les droits de la personne

Personal Information Protection Act (C.B, Alberta)

La loi provinciale sur l'accès

N'a pas entendu parlé d'aucun mentionné ci-haut

La Loi d'accès à l'information (provinciale / fédérale)

Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques(fédérale)

La loi fédérale sur l'accès (secteur public)

La loi de protection du consommateur

Ne sais pas/Pas de réponse

province	Loi prpsp Q	Code civil Q	Chartre dl FED	loi accès info PROV/FED	loi droits personne	loi PRPDE FED	Personnal information protection Act ALB	Personnal information protection Act CB	loi fédérale accès FED	loi provinciale accès PROV	loi protection consommateur Q	aucun
Alberta	Non	Non	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Oui	Non	Non	Oui	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Oui	Non	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Non	Non	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Non	Non	Non	Non	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Manitoba	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Colombie-Britannique	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Non

8. Parmi les lois relatives à la protection des renseignements personnels desquelles avez-vous entendu parler?

Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé (Québec)

Code civil du Québec

La Charte des droits et libertés

La Loi d'accès à l'information (provinciale / fédérale)

Les lois sur les droits de la personne

Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques (fédérale)

Personal Information Protection Act (C.B, Alberta)

La loi fédérale sur l'accès (secteur public)

La loi provinciale sur l'accès

La loi de protection du consommateur

N'a pas entendu parlé d'aucun mentionné ci-haut

Ne sais pas/Pas de réponse

Province	Loi PRPSP Q	Code civil Q	Charte dl FED	loi accès info PROV/FED	loi droits personne	loi PRPDE FED	Personnal information protection Act ALB	Personnal information protection Act CB	loi fédérale accès FED	loi provinciale accès PROV	loi protection consommateur Q	aucun
Alberta	Non	Non	Oui	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Québec	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Québec	Non	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Québec	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Québec	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Québec	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Québec	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Québec	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Québec	Oui	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non	Oui	Non
Manitoba	Non	Non	Oui	Non	Non	Oui	Non	Non	Non	Non	Non	Non
Colombie-Britannique	Non	Non	Oui	Non	Non	Oui	Non	Oui	Non	Non	Non	Non

Attentes et perceptions Q. 9, 10 et 11

Q.9. Connaissez-vous des programmes, des politiques ou des codes d'éthique d'une entreprise privée qui visent à protéger les renseignements personnels ?

Oui Non ne sais pas/ne répond pas

Q.10 : Les personnes sont invitées à nommer d'elle-même un ou des codes

province	Code d'entreprise	Videotron	Bell	Telus	Mts Allstream_	Bell mobilite	Telus mobilite	Sears	HBC	Banque royale	Caisse Desjardins	aucun
Alberta	oui	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	Oui
Québec	oui	non	oui	non	non	non	non	non	non	non	non	non
Québec	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	Oui
Québec	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non
Québec	oui	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	Oui
Québec	oui	non	oui	oui	non	non	non	non	non	non	non	non
Québec	oui	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	Oui
Québec	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	Oui
Québec	oui	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	Oui
Manitoba	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	non	Oui
Colombie-Britannique	oui	non	non	Oui	non	non	Oui	non	non	Oui	non	non

Q.11 Parmi les programmes ou codes d'éthique des entreprises de lesquels avez-vous entendu parler? (énumération par le sondeur)

Videotron Bell Bell ExpressVue MTS Allstream
 Bell Mobilité Telus Mobilité Sears HBC
 Banque Royale Caisse Desjardins

Provincer	Videotron	Bell	Mts Allstream	Bell Mobilité	Telus Mobilité	Sears	HBC	Banque Royale	Caisse Desjardins	aucun
Alberta	non	non	non	non	non	oui	oui	non	non	non
Québec	oui	oui	non	non	non	non	non	non	oui	non
Québec	non	non	non	non	non	non	non	non	non	oui
Québec	non	oui	non	non	non	non	non	non	non	non
Québec	non	non	non	non	non	non	non	non	non	oui
Québec	oui	oui	non	non	non	non	non	non	oui	non
Québec	oui	oui	non	non	non	non	non	non	oui	non
Québec	non	non	non	non	non	non	non	non	non	oui
Québec	non	non	non	non	non	non	non	non	non	oui
Manitoba	non	non	non	non	non	non	non	non	non	oui
Colombie-Britannique	non	non	non	non	oui	oui	oui	oui	non	non

ANNEXE 2 CODES/POLITIQUES INTERNES

Codes/Politiques internes en matière d' accès aux renseignements personnels

Entreprise	Autres affiliés inclus/ couverts par le Code	Définition renseignements personnels	Juridiction(s) mentionnées	Clause sur l'accès	Conditions/procédures d'accès
Telus ²¹	TELUS inc. et ses filiales, y compris, sans restrictions, les filiales qui font affaires sous les noms suivants : TELUS Communications (Québec) inc., TELUS Solutions (Québec) inc., Québec-Communications inc., Versalys inc., QuébecTel Alizé inc. et VPN Tech inc. Le terme « TELUS » n'inclut pas les agents autorisés et les distributeurs de produits et services de TELUS.	Tout renseignement au sujet d'un client ou d'un employé identifiable de TELUS, mais qui n'inclut pas l'ensemble des renseignements ne pouvant être associés avec une personne en particulier.	Québec (depuis 1994 Loi 68) Fédérale (2001) CRTC	<p>TELUS doit informer tout client ou employé qui en fait la demande de l'existence de renseignements personnels qui les concernent, de l'usage qui en est fait et du fait qu'ils ont été communiqués à des tiers, et lui permettre de les consulter. Un client ou un employé aura aussi la possibilité de contester l'exactitude et l'intégralité des renseignements et d'y faire apporter les corrections appropriées.</p> <p>9.2 Dans certains cas, il peut être impossible pour TELUS de permettre à un client ou un employé de consulter tous les renseignements personnels que détient TELUS à leur sujet. Par exemple, TELUS ne peut communiquer des renseignements personnels si ces renseignements contiennent des détails sur une tierce partie ou si on a raison de croire que ces renseignements peuvent mettre la sécurité ou la vie de tout individu en danger. Aussi, TELUS ne peut rendre ces renseignements disponibles si la communication de ces renseignements révèle des informations d'affaires confidentielles,</p>	<p>9.1 Sur demande, TELUS doit permettre aux clients et aux employés de consulter les renseignements personnels contenus dans leur dossier. Les renseignements personnels doivent être fournis de façon généralement compréhensible, dans un délai raisonnable et à un coût raisonnable.</p> <p>9.2 (...) Lorsque les renseignements personnels ne peuvent être consultés, TELUS devra sur demande, informer la personne des raisons pour lesquelles on refuse l'accès aux renseignements.</p> <p>9.3 Dans le but de protéger les renseignements personnels, TELUS peut exiger qu'un client ou un employé lui fasse une demande écrite et lui demande de fournir</p>

²¹ Code sur la protection de la vie privée : <http://www.telus.com/cgi-ebs/jsp/homepage.jsp> et <http://www.telusmobilite.com/about/policies.shtml>

				<p>sont confidentiels eu égard à la relation client - avocat, <i>si les renseignements ont été recueillis dans le cadre de procédures judiciaires ou si les renseignements ont été recueillis relativement à une enquête sur la violation d'un accord ou la contravention au droit fédéral ou provincial.. (...)</i></p> <p>9.4 Lorsqu'il est démontré que des renseignements personnels sont inexacts ou incomplets, TELUS doit apporter les modifications nécessaires à ces renseignements. Lorsqu'une contestation au sujet de l'intégralité ou de l'exactitude des renseignements n'est pas réglée, TELUS doit prendre note de cette contestation. S'il y a lieu, les renseignements personnels modifiés devront être communiqués à des tiers ayant accès aux renseignements en question. Les tierces parties devront aussi être informées lorsque des contestations ne sont pas réglées.</p>	<p>suffisamment de renseignements pour qui lui soit possible de le renseigner sur l'existence, l'utilisation et la communication de renseignements personnels et lui permettre d'avoir accès à son dossier personnel. Les renseignements ainsi fournis doivent servir à cette seule fin.</p> <p>9.5 Les clients peuvent obtenir de l'information ou faire une demande pour consulter leur dossier personnel en s'adressant à un représentant désigné aux bureaux d'affaires de TELUS.</p>
--	--	--	--	---	---

Bell²²	compagnies de Bell – toutes les compagnies qui offrent des services de communications sous la marque Bell, dont : Page 4 Bell Canada Bell Mobilité Bell ExpressVu Bell Distribution Inc.	renseignement concernant une personne identifiable, mais à l'exclusion des renseignements généraux qui ne peuvent pas être reliés à une personne en particulier.	Fédérale (2001)	<p><i>Les compagnies de Bell doivent informer un client ou un employé qui en fait la demande de l'existence de renseignements personnels qui le concernent, de l'usage qui en est fait et du fait qu'ils ont été communiqués à des tiers, et lui permettre de consulter ces renseignements.</i></p> <p><i>Un client ou un employé pourra contester l'exactitude et l'exhaustivité des renseignements et y faire apporter les corrections appropriées.</i></p>	<p>9.1 Sur demande, les compagnies de Bell fourniront au client ou à l'employé une occasion raisonnable de consulter les renseignements personnels compris dans son dossier. Les renseignements personnels doivent être fournis d'une manière compréhensible, dans un délai raisonnable et à un coût minime</p>
--------------------------	--	--	-----------------	---	---

²² http://www.bell.ca/ecare/PrsCSrvPrvc_Landing.page?language=fr®ion=QC

	<p>(produits et services distribués aux magasins Espace Bell et Bell World) Bell ActiMedia (fournisseur du service d'accès Internet SympaticoMC et de services d'annuaires comme les annuaires pages blanches et Pages JaunesMC) Bell Nexxia (services de réseau à large bande IP proposé aux entreprises) Ainsi que toute compagnie remplaçante des compagnies susmentionnées, en raison d'une restructuration ou d'une réorganisation.</p>	<p>Dans le cas d'un client, ces renseignements comprennent les données sur le crédit, les dossiers de facturation, les relevés des services et de l'équipement, ainsi que toute plainte consignée au dossier. Dans le cas d'un employé, ces renseignements comprennent les informations consignées dans les dossiers personnels de l'employé, les évaluations du rendement, ainsi que les renseignements sur l'état de santé et les avantages sociaux.</p>		<p>9.2 Dans certaines situations, il peut être impossible aux compagnies de Bell de permettre à un client ou à un employé de consulter tous les renseignements personnels qu'elles possèdent à son sujet. Par exemple, les compagnies de Bell peuvent ne pas offrir l'accès aux renseignements si cela risque de révéler des renseignements personnels sur un tiers ou risque vraisemblablement de mettre en péril la vie ou la sécurité d'une autre personne. De plus, les compagnies de Bell peuvent ne pas offrir l'accès aux renseignements si la communication permettrait de révéler des informations commerciales confidentielles, si les renseignements sont protégés par le secret professionnel d'un avocat, <i>si les renseignements ont été obtenus au terme d'un processus officiel de règlement d'un différend, ou encore si les renseignements ont été recueillis pendant une enquête sur un manquement à un contrat ou sur une infraction à une loi fédérale ou provinciale...</i></p> <p>9.4 Afin d'assurer la protection des renseignements personnels, un client ou un employé peut être tenu de fournir des renseignements suffisants pour que les compagnies de Bell puissent rendre compte de l'existence, de l'utilisation et de la communication de renseignements</p>	<p>sinon nul pour la personne concernée.</p> <p>9.2 (...) Sur demande, les compagnies de Bell indiqueront le motif du refus de l'accès aux renseignements personnels.</p> <p>9.3 Sur demande, les compagnies de Bell informeront la personne concernée de l'utilisation et de la communication de renseignements personnels et, dans la mesure du possible, lui indiqueront la source des renseignements. En ce qui concerne la fourniture d'un relevé de communication de renseignements personnels, les compagnies de Bell fourniront une liste des organismes auxquels elles peuvent avoir communiqué des renseignements personnels au sujet de la personne, lorsqu'il n'est pas possible de fournir une liste précise.</p> <p>9.6 Un client peut obtenir des informations ou demander de consulter son dossier personnel en s'adressant à un représentant désigné à l'un des bureaux du Service à la clientèle des</p>
--	---	---	--	--	--

				<p>personnels et autoriser l'accès au dossier de cette personne. L'information ainsi fournie doit servir uniquement à cette fin.</p> <p>9.5 Les compagnies de Bell corrigeront ou compléteront promptement tous les renseignements personnels jugés inexacts ou incomplets. Tout différend non réglé relatif à l'exactitude ou à l'exhaustivité des renseignements doit être consigné dans le dossier de la personne concernée.</p> <p>S'il y a lieu, les compagnies de Bell doivent communiquer tout renseignement modifié aux tiers qui ont accès à ces renseignements personnels ou leur faire part de l'existence de différends non réglés.</p>	<p>compagnies de Bell.</p>
--	--	--	--	---	----------------------------

<p>MTS Allstream²³</p>	<p>Société . Manitoba Telecom Services Inc. et ses filiales : MTS Allstream Inc., Allstream Corp., MTS Communications Inc., MTS Media Inc., AAA Alarm Systems Ltd. et Delphi Solutions Corp. tiers . toute personne, autre que le client ou son agent, de même que tout organisme à l'extérieur de la Société.</p>	<p>renseignement personnel . renseignement concernant une personne identifiable, à l'exclusion des renseignements généraux qui ne peuvent être associés à une personne en particulier.</p> <p>Dans le cas d'un client, ces renseignements comprennent les données de crédit, les dossiers de facturation, les relevés des services et du matériel et toute plainte consignée.</p>	<p>Fédérale</p>	<p>La Société doit informer un client ou un employé qui en fait la demande de l'existence de renseignements personnels qui le concernent, de l'usage qui en est fait et du fait qu'ils ont été divulgués à des tiers, et elle doit lui permettre de consulter ces renseignements.</p> <p>Un client ou un employé pourra contester l'exactitude et l'exhaustivité des renseignements et y faire apporter les corrections appropriées.</p> <p>9.2 Dans certaines situations, il peut être impossible à la Société de permettre à un client ou à un employé de consulter tous les renseignements personnels que la Société possède à son sujet: (...)Voici des exemples de situations possibles</p> <ul style="list-style-type: none"> · la permission d'accès risque de révéler des renseignements personnels sur un tiers ou risque vraisemblablement de mettre en péril la vie ou la sécurité d'une autre personne ; · la divulgation des renseignements personnels permet de révéler des renseignements commerciaux confidentiels ; · les renseignements sont protégés par le secret professionnel d'un avocat ; · <i>les renseignements ont été obtenus au terme d'un processus officiel de règlement d'un différend;</i> · <i>les renseignements ont été recueillis pendant une enquête sur un manquement à un contrat ou sur une infraction à une loi fédérale ou provinciale ;</i> 	<p>9.1 Sur demande, la Société doit fournir au client ou à l'employé la possibilité raisonnable de consulter les renseignements personnels que contient son dossier. Les renseignements personnels doivent être fournis d'une manière compréhensible, dans un délai raisonnable et à un coût minime sinon nul pour la personne concernée.</p> <p>9.2 (...) La Société doit fournir le motif du refus de l'accès aux renseignements personnels</p> <p>9.3 Sur demande, la Société doit informer la personne concernée de l'utilisation et de la divulgation de renseignements personnels et, dans la mesure du possible, lui indiquer la source des renseignements. En ce qui concerne la délivrance d'un relevé de divulgation de renseignements personnels, la Société doit fournir une liste des organismes auxquels la Société peut avoir divulgué des renseignements personnels au sujet de la personne, lorsqu'il n'est pas possible de fournir une liste précise.</p>
--	--	--	-----------------	--	---

²³ <http://www.allstream.com/fr/privacy/>

				<p>· le coût de la production des renseignements personnels est prohibitif.</p> <p>9.5 La Société doit corriger ou compléter promptement tous les renseignements personnels jugés inexacts ou incomplets. Tout différend non réglé relatif à l'exactitude ou à l'exhaustivité des renseignements doit être consigné dans le dossier de la personne concernée. S'il y a lieu, la Société doit divulguer tout renseignement modifié aux tiers qui ont accès à ces renseignements personnels ou leur faire part de l'existence de différends non réglés.</p>	<p>9.4 Afin d'assurer la protection des renseignements personnels, un client ou un employé peut être tenu de fournir des renseignements suffisants pour que la Société puisse rendre compte de l'existence, de l'utilisation et de la divulgation de renseignements personnels et autoriser l'accès au dossier de cette personne. Les renseignements ainsi fournis ne doivent servir qu'à cette fin.</p> <p>9.6 Tout client peut obtenir des informations ou demander de consulter son dossier personnel en s'adressant à un représentant, Service à la clientèle de la Société.</p>
--	--	--	--	---	--

Entreprise	Autres affiliés inclus/couverts par le Code	Définition renseignements personnels	Juridiction(s) mentionnées	Clause sur l'accès	Conditions/procédures d'accès
Vidéotron ²⁴	Vidéotron ltée comprend également ses entreprises affiliées, notamment CF Câble TV inc., Vidéotron (Régional) ltée et Vidéotron Télécom ltée (collectivement « Vidéotron »).	tout renseignement concernant un individu identifiable, à l'exclusion du nom, titre, adresse, numéro de téléphone au travail ou numéro de téléphone inscrit dans un annuaire ou disponible par le service d'assistance annuaire. Les renseignements personnels comprennent par exemple les données sur le crédit, les dossiers de facturation, les relevés des services et de l'équipement, ainsi que toute plainte consignée au dossier. Une annexe au Code est disponible sur demande pour une énumération complète des renseignements personnels détenus par Vidéotron.	Fédérale Loi télécommunications	<p>Sous réserve des exceptions prévues à la Loi, Vidéotron informe toute personne concernée qui en fait la demande de l'existence de Renseignements personnels qui la concernent, de l'usage qui en est fait et du fait qu'ils ont été communiqués à des Tiers.</p> <p>Entre la demande d'accès et le dévoilement des Renseignements personnels à la personne concernée, Vidéotron pourra réviser le contenu des dossiers exclusivement pour s'assurer que des Renseignements personnels concernant d'autres personnes ne sont pas ainsi communiqués. Tout changement effectué pendant cette période ne le sera qu'en conformité avec la Loi.</p> <p>(...) Par exemple, Vidéotron peut ne pas offrir l'accès aux Renseignements si la Communication permettrait de révéler des informations commerciales confidentielles, si les Renseignements sont protégés par le secret professionnel d'un avocat, <i>si les Renseignements ont été obtenus au terme d'un processus officiel de règlement d'un différend, ou encore si les Renseignements ont été recueillis pendant une enquête sur un manquement à un contrat ou sur une infraction à une loi fédérale ou provinciale.. (...)</i></p>	<p>Sous réserve des exceptions prévues à la Loi, sur demande, Vidéotron permet à la personne concernée de consulter les Renseignements personnels compris dans son dossier. Les Renseignements personnels sont fournis d'une manière compréhensible, dans un délai raisonnable et à un coût minime, sinon nul, pour la personne concernée.</p> <p>Dans certaines situations, il peut être impossible à Vidéotron de permettre à la personne concernée de consulter tous les Renseignements personnels que Vidéotron possède à son sujet.</p> <p>(...) Sur demande, Vidéotron indique le motif du refus de l'accès aux Renseignements personnels.</p> <p>En ce qui concerne la fourniture d'un relevé de Communication de Renseignements personnels, Vidéotron fournit une liste des Tiers auxquels elle peut avoir communiqué des Renseignements personnels au</p>

²⁴ http://www.videotron.com/services/fr/legal/0_4.jsp

					<p>sujet de la personne concernée, lorsqu'il n'est pas possible de fournir une liste précise. Afin d'assurer la protection des Renseignements personnels, la personne concernée peut être tenue de fournir des preuves d'identification suffisantes pour que Vidéotron puisse le renseigner sur l'existence, l'Utilisation et la Communication de Renseignements personnels et autoriser l'accès à son dossier</p>
--	--	--	--	--	--

Entreprise	Autres affiliés inclus/couverts par le Code	Définition renseignements personnels	Jurisdiction(s) mentionnées	Clause sur l'accès	Conditions/procédures d'accès
------------	---	--------------------------------------	-----------------------------	--------------------	-------------------------------

HBC²⁵	La Baie, Zellers, Déco Découverte, Shop.Hbc.com , Designer Depot, Crédit Hbc et Primes Hbc.	Il s'agit de tout renseignement concernant une personne identifiable : nom, adresse, numéro de téléphone, date de naissance, renseignements sur les achats, adresse courriel, etc. En tant que client vous		<p>Les demandes raisonnables n'entraînent aucuns frais, à moins que vous ne désiriez obtenir des copies de vos dossiers; dans un tel cas, nous vous informerons à l'avance de tout coût lié à la copie de vos dossiers.</p> <p>Dans certaines circonstances, nous pourrions être dans l'incapacité de vous donner accès à vos renseignements personnels, par exemple si vos</p>	<p>Si vous demandez d'accéder à vos renseignements personnels, Hbc vous répondra dans les 30 jours.</p> <p>Il n'y a aucuns frais pour les demandes raisonnables d'accès à vos renseignements; il peut toutefois y en avoir pour obtenir des copies de vos</p>
-------------------------	---	--	--	---	---

²⁵<http://www.hbc.com/hbconline/help/customerservice/?langid=FR&catid=&imgthumb=True&choice=1&dsection=6&pg=security&page%5Fname=SecurityTitle%5FLabel&page%5Flabel=securityonline%5FLabel&pcatid=&MSCSProfile=61E4CECF7275066FD87B9817DA5865CBCC64345055BEF888B1E2D71139FCD287EB97BB69EB432E02E2890BFB42C2AB185696D9B1A8952E2544DFF3E9233E73BB816F044AFD4091B54A89DFBF84C29EB172A53DFA4D4C7490CF44C6D975511EA3180C39F772DBAF0164025185BF1C2D29AF982FCB448CEF1CB0FD883DAD9B25DF55585BAE072FEC6F> (voir bas de page)

		fournissez ces renseignements à Hbc de diverses façons, notamment lorsque vous faites une demande de carte de crédit Hbc, adhérez au programme Primes Hbc, participez à un concours en magasin, adhérez à notre Registre de cadeaux ou utilisez notre site de magasinage en ligne Shop.Hbc.com . Dans chaque cas, Hbc applique des principes stricts relativement à vos renseignements personnels.		renseignements ne peuvent être séparés de ceux d'autres personnes, ne peuvent être divulgués pour des raisons de sécurité ou de confidentialité commerciale ou sont protégés par des privilèges juridiques.	dossiers. S'il y a des frais, nous vous en ferons connaître le montant au moment de votre demande. Communiquez avec notre bureau de protection de la vie privée : Bureau de la protection de la vie privée Hbc C.P. 4135, succursale «A» Toronto (Ontario) M5W 3B7 Tél. : 1 866 225-8251 Courriel : vieprivee@hbc.com
Entreprise	Autres affiliés inclus/couverts par le Code	Définition renseignements personnels	Juridiction(s) mentionnées	Clause sur l'accès	Conditions/procédures d'accès
Sears ²⁶		De façon générale, les renseignements personnels englobent toute information relative à une personne identifiable, à l'exclusion de son nom, du poste qu'elle occupe, de son adresse commerciale ou de son numéro de	Fédérale Code CSA	Vous pouvez accéder à vos renseignements personnels et vérifier à qui nous les avons communiqués. Dans une telle démarche, nous validerons d'abord votre identité en vous demandant des données spécifiques puis nous vous donnerons accès à l'information voulue. Il pourrait arriver que nous ne puissions pas vous fournir les renseignements personnels demandés, notamment dans les cas suivants :	Pour toute question, commentaire ou plainte relativement à la protection de votre vie privée et de vos renseignements personnels, vous pouvez communiquer avec nous à l'adresse ci-dessous. Nous vous informerons de notre procédure pour le traitement des plaintes et nous verrons à remédier à la situation. S'il s'avère que la

²⁶ <http://www.sears.ca/gp/node/n/43336011/103-0591595-5575012?%5Fencoding=UTF8&searsBrand=core>

		<p>téléphone en tant qu'employé d'une organisation. Toutes les données que nous prélevons et qui n'incluent aucun identificateur permettant de les relier à une personne en particulier ne sont pas considérées comme des renseignements personnels.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • l'information inclut des renseignements sur d'autres personnes; • l'information a été détruite parce que la loi l'exigeait ou nous n'en avons plus besoin pour nos fins • l'information est assujettie au secret professionnel de l'avocat ou à un privilège dans le cadre d'une procédure judiciaire • l'information ne peut être divulguée pour des raison légales. 	<p>plainte est fondée, nous prendrons les mesures nécessaires pour rectifier la situation et s'il y a lieu, nous modifierons nos pratiques et procédures.</p> <p>Veuillez vous adresser à :</p> <p>Directeur national, conformité de la Société Sears Canada Inc. 222, rue Jarvis Toronto, Ontario M5B 2B8</p>
--	--	--	--	--	--

Entreprise	Autres affiliés inclus/couverts par le Code	Définition renseignements personnels	Juridiction(s) mentionnées	Clause sur l'accès	Conditions/procédures d'accès
<p>Blockbuster²⁷</p>	<p>Blockbuster Canada Co. («Blockbuster Canada») exploite des centaines de magasins ainsi que le site Web www.Blockbuster.ca («site»).</p>	<p>Est considéré comme des renseignements personnels tout renseignement qui permet d'identifier une personne dont notamment le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, la date de naissance, l'adresse de courriel et les renseignements concernant les produits loués ou achetés</p>	<p>Lois applica- bles</p>	<p>Blockbuster Canada a établi et entretient des dossiers contenant les renseignements personnels qui lui sont communiqués par ses clients et ses utilisateurs. Ces dossiers sont conservés dans les bureaux de Blockbuster Canada situés au 401 The West Mall, Suite 1100, Toronto, ON M9C 5J5. Ont accès à ces dossiers uniquement les employés de Blockbuster Canada, ses agents et ses mandataires dont les tâches l'exigent.</p> <p>Si vous désirez accéder à votre dossier ou apporter des corrections à l'information personnelle figurant dans celui-ci, faites parvenir un courriel au directeur des services de protection des renseignements au customer.servicecanada@blockbuster.com ou écrivez au : Directeur des services de protection des renseignements privés, Blockbuster Canada Co., 401 The West Mall, Suite 1100, Toronto, ON M9C 5J5. Il se peut que des</p>	

²⁷ http://www.blockbuster.ca/privacy_fr.aspx

				informations ne soient pas accessibles notamment pour des raisons juridiques.	
--	--	--	--	--	--

Entreprise	Autres affiliés inclus/couverts par le Code	Définition renseignements personnels	Juridiction(s) mentionnées	Clause sur l'accès	Conditions/procédures d'accès
RBC Banque Royale ²⁸	<p>Les unités, filiales et sociétés apparentées de RBC assujetties aux dispositions et pratiques énoncées dans cette politique et l'utilisation du terme RBC dans les présentes se rapporte uniquement à ces entités.</p> <p>RBC Banque Royale</p> <p>Société Trust Royal du Canada</p> <p>Compagnie Trust Royal</p> <p>RBC Actions en Direct</p> <p>Fonds d'Investissement Royale Inc.</p> <p>RBC Dominion valeurs mobilières</p> <p>RBC Gestion d'Actifs</p> <p>RBC Services-Conseils Privés Inc.</p>	<p>Les renseignements personnels sont des renseignements financiers ou autres qui vous concernent directement. Pourvu que vous y consentiez, nous pouvons recueillir des renseignements personnels en vous posant des questions lorsque vous vous présentez à nos guichets ou que vous nous téléphonez, ou quand nous communiquons avec vous par la poste ou l'Internet.</p> <p>Les renseignements que nous recueillons et conservons généralement dans le dossier de nos clients peuvent comprendre:</p> <p>Particuliers</p> <p>Nom</p>	<p><i>Code typique pour la protection des renseignements personnels de l'Association canadienne de normalisation et de la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques du Canada.</i></p>	<p>Principe 9 - Accessibilité</p> <p>Lorsque le client en fait la demande, la Banque l'informe de l'existence de renseignements personnels qui le concernent, de l'usage qui en est fait et du fait qu'ils sont communiqués à des tiers, et lui permet de les consulter. Un client pourra contester l'exactitude et l'intégralité de ses renseignements personnels et les faire modifier s'il y a lieu.</p>	<p>Accès aux renseignements qui vous concernent</p> <p>Vous pouvez accéder librement aux renseignements relatifs à vos comptes et aux opérations que vous avez effectuées. Ces renseignements sont pour la plupart présentés sous la forme de relevés de compte et les mises à jour de votre livret (que vous pouvez faire effectuer à un guichet automatique ou au comptoir d'une succursale) sont généralement les meilleures sources de renseignements de ce genre. Si vous utilisez les services bancaires par téléphone ou en direct, vous pouvez aussi accéder à beaucoup de renseignements sur vos comptes par ce mode de communication.</p> <p>Si vous voulez d'autres renseignements sur les opérations effectuées à vos comptes, vous pouvez les demander à votre succursale. Vous avez aussi accès aux renseignements sur votre carte</p>

²⁸ <http://www.rbcbanqueroyale.com/RBC:Qvezu471A8QAAF@iisw/vieprivee/index.html>

	<p>Compagnie d'assurance vie RBC</p> <p>Compagnie d'assurance générale RBC</p> <p>Compagnie d'assurance voyage RBC</p> <p>Assistance aux Assurés Inc.</p> <p>Services d'assurance RBC Inc.</p>	<p>Adresse postale</p> <p>Adresse électronique</p> <p>Numéro de téléphone</p> <p>Numéro d'assurance sociale</p> <p>Date de naissance</p> <p>Employeur</p> <p>Revenu annuel</p> <p>Antécédents de crédit</p> <p>Antécédents sur les opérations effectuées</p> <p>Renseignements médicaux</p>			<p>de crédit à votre succursale ou à tous nos centres de cartes. Si vos questions se rapportent à une décision que nous avons prise, nous vous informerons des motifs de cette décision pourvu que la loi nous y autorise. Nous vous communiquerons aussi les dénominations et adresses des organismes de crédit qui nous ont communiqué des renseignements sur vous si ces renseignements ont pesé sur notre décision.</p> <p>Si, pour une raison quelconque, l'accès à des renseignements figurant dans votre dossier vous est refusé, vous pourrez, pour contester le refus, vous adresser à l'un de nos sièges régionaux.</p> <p>RBC conseille à ses clients de faire leurs démarches en succursale et après de contacter :</p> <p>Royal Direct (Renseignements généraux) Téléphone : 1 800 769-2599 RDMNTIBG@rbc.com</p> <p>Centre des relations avec la clientèle RBC (Plaintes et compliments) P. O. Box 1, Royal Bank</p>
--	--	---	--	--	--

					<p>Plaza Toronto, ON M5J 2J5 Téléphone : Français 1 800 769-2541 Téléphone : Anglais 1 800 769-2540 Télécopieur : (416) 974- 3561 custrel@rbc.com Ombudsman RBC P. O. Box 1, Royal Bank Plaza Toronto, ON M5J 2J5 Téléphone : 1 800 769- 2542 ou (416) 974-4591 Télécopieur : (416) 974- 6922 ombudsman@rbc.com www.rbc.com/ombudsman-f Ombudsman des services bancaires et d'investissement (OSBI) B.P. 896, Succursale Adelaide Toronto, ON M5C 2K3</p>
--	--	--	--	--	--

					Téléphone : 1 888 451-4519 Télécopieur : 1 888 422-2865 ombudsman@obsi.ca www.obsi.ca
--	--	--	--	--	--