



DEST. : L'honorable Bob Zimmer, président du Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des renseignements personnels et de l'éthique, Chambre des communes (Canada)

EXP. : Douglas R. Miller, vice-président, Protection de la vie privée et responsable mondial de la protection de la vie privée, Oath Inc.

OBJET : Réponse apportée à l'examen des « répercussions sur la vie privée des monopoles de plateforme et des possibles recours réglementaires et législatifs nationaux et internationaux visant à assurer la confidentialité des données des citoyens et l'intégrité des processus démocratiques et électoraux à travers le monde »

Monsieur le Président, chers membres du Comité,

La société Oath vous remercie de lui donner l'occasion de présenter au Comité son approche en matière de protection de la vie privée et de la sécurité des citoyens canadiens qui utilisent ses services. Nous expliquons ci-dessous de quelle manière Oath garantit la transparence de son processus de collecte et d'utilisation des données, des contrôles mis à la disposition des consommateurs et de la façon dont l'entité protège ces données. Nous décrivons le fonctionnement de la publicité numérique, en mettant plus particulièrement l'accent sur les publicités à caractère politique et les protections internes que nous avons mises en place. Nous allons conclure par quelques réflexions sur la façon dont les politiques publiques pourraient évoluer afin de parvenir à un juste équilibre entre la protection des consommateurs en ligne et l'assurance que les services en ligne et Internet continuent d'innover, de croître et d'offrir des services aux consommateurs canadiens.

#### **Oath Inc.**

Oath Inc., une filiale en propriété exclusive de Verizon créée en juin 2017, est composée principalement d'AOL et de Yahoo, ainsi que d'autres marques médiatiques et technologiques bien connues dans le monde, notamment HuffPost et Yahoo News, TechCrunch, Makers, Yahoo Finance, Yahoo Sports et Tumblr. Ensemble, ces marques des secteurs numériques et mobiles offrent des services à un milliard de personnes dans le monde.

AOL Canada et Yahoo Canada sont en activité au Canada depuis de nombreuses années et sont exploitées actuellement sous les marques Yahoo! Canada Co. et Oath (Canada) Corp. La nouvelle entité est située à Toronto, elle dispose également d'un bureau à Montréal, et emploie actuellement près de 200 personnes au Canada. Les principales entreprises de Yahoo Canada sont Yahoo Mail (y compris Rogers Yahoo Mail),

Search et des produits comme Yahoo News, Yahoo Sports et Yahoo Finance. Les autres marques de la société Oath au Canada comprennent AOL, HuffPost Canada et RYOT Studios.

Oath est un service Internet financé par la publicité. Grâce à celle-ci, le contenu auquel le public accède en ligne (lecture d'articles sur HuffPost Canada, vérification du cours des actions sur Yahoo Finance ou de la météo locale sur Yahoo Weather) est disponible sans abonnement ni frais. En plus d'être une entreprise offrant directement des services médias, du contenu et d'autres services qui répondent aux besoins des visiteurs de nos sites, des utilisateurs de nos applications et des membres inscrits sur nos plateformes, Oath possède également une activité tierce qui propose une gamme complète de services de publicité numérique aux annonceurs, aux agences et aux éditeurs. Il s'agit d'Oath Ad Platforms, un ensemble de solutions publicitaires et d'édition permettant aux annonceurs, aux agences et aux éditeurs du monde entier d'accroître la participation et les revenus générés par leurs consommateurs grâce aux données fiables d'Oath, à son inventaire de grande qualité, à ses expériences publicitaires novatrices et à ses algorithmes de pointe, chefs de file de l'industrie.

### **Politique de confidentialité de la société Oath**

Au moment de la création de l'entité en juin 2017, Yahoo et AOL ont entrepris d'intégrer les actifs principaux et les politiques à l'échelle de l'entreprise. Dans le cadre de ce processus, Oath a élaboré une nouvelle politique mondiale unifiée sur la protection des renseignements personnels (<https://policies.oath.com/ca/fr/oath/terms/otos/index.html>) qui a été conçue pour appuyer l'intégration d'AOL et de Yahoo. La nouvelle politique a été publiée pour les consommateurs canadiens en avril dernier. La mise en œuvre d'une politique unifiée sur la protection des renseignements personnels et de conditions générales d'utilisation a été un pas important vers la création des étapes suivantes pour nos consommateurs, tout en leur donnant davantage de pouvoirs en matière de transparence et de contrôle sur la façon et le moment où ils utilisent leurs données.

Nous avons également veillé à ce que nos politiques soient mises à jour pour refléter les nouvelles exigences juridiques du Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne (UE) et des autres lois sur la protection de la vie privée et des données dans le monde.

### **La protection des données des consommateurs au cœur du processus de conception**

Grâce à sa nouvelle politique sur la protection des renseignements personnels, Oath fournit des renseignements clairs et précis et offre aux consommateurs des choix concernant les données recueillies et la façon dont elles sont utilisées. Plus précisément, nous avons conçu et mis en œuvre :

- **Une procédure de consentement claire et précise** : En plus de la création d'une nouvelle page sur les politiques (<https://adspecs.oath.com>), Oath a investi dans une expérience utilisateur

directe qui présente aux utilisateurs les changements importants dans un jargon clair et leur demande de fournir leur consentement.

- **La création d'un microsite** : Oath a élaboré un microsite convivial (<https://www.oath.com/fr/my-data/#utilizingdata>) qui explique en termes clairs aux utilisateurs de quelle manière et à quel moment leurs données sont utilisées.
- **Un tableau de bord intégré sur la protection de la vie privée** : Un nouveau tableau de bord de confidentialité (<https://policies.oath.com/ca/fr/oath/privacy/dashboard/>) est mis à la disposition des utilisateurs et leur fournit différentes options sur la manière dont leurs données sont utilisées par l'ensemble des marques appartenant à Oath (*voir ci-dessous* une capture d'écran du tableau de bord de confidentialité d'Oath).

### Tableau de bord de confidentialité d'Oath

**Your Privacy Dashboard**

Your privacy is important to us. Here, you can control aspects of how your data is used to improve and personalize your experience, and access a summary of your data.

**YOUR ACCOUNT**  
Jasmine Smith  
yaa\_functest\_15403338876223539@...

**CURRENT DEVICE**  
Chrome, Mac OS X

**Your Products**  
See a summary of your data for each product you use on this account.

- Your Account  
Member Since 10/23/2018
- Yahoo Mail  
Messages 0
- My Yahoo!  
My Yahoo! information
- Newsroom  
Subscribed Topics

**Your Privacy Controls**  
Your data helps us deliver an experience that is personalised for you. Below, you can manage many aspects of how your data powers your experience across our products.

- Personalized Advertising on our Products  
Get ads that match your interests.
- Precise Location  
Get personalised experiences based on your location.
- Communications Analysis  
Get more relevant ads based on your communications.
- Search History  
Get more relevant experiences based on your searches.
- Oath Across the Web  
Get relevant experiences when you visit partner sites.
- Audience Matching  
Receive more relevant offers from companies you use.
- Device Linking  
Sync your activity across your devices.
- Personalized Content  
Get articles that are more relevant to you.
- Marketing Preferences  
Manage your marketing preferences.

**Download a Summary of Your Data**  
You can download a summary of your data and manage your downloads below.  
[Request a Download](#) | [Your Download Requests](#)

EN	FR
Your Privacy Dashboard	Tableau de bord de votre vie privée
Your privacy is important to us. Here, you can control aspects of how your data is used to improve and personalize your experience, and access a summary of your data.	Votre vie privée est importante pour nous. Ici, vous pouvez contrôler la façon dont vos données sont utilisées pour améliorer et personnaliser votre expérience, et accéder à un résumé de vos données.
YOUR ACCOUNT	VOTRE COMPTE
CURRENT DEVICE	APPAREIL ACTUEL
Chrome, Mac OS X	Chrome, Mac OS X
Your Products	Vos produits
See a summary of your data for each product you use on this account.	Consultez un résumé de vos données pour chaque produit que vous utilisez sur ce compte.
Your Account Member Since 10/23/2018	Votre compte Membre depuis 10/23/2018
Yahoo Mail Messages 0	Yahoo Mail Messages 0
My Yahoo! My Yahoo! information	My Yahoo! My Yahoo! information
Newsroom Subscribed Topics	Newsroom Sujets auxquels vous êtes abonné
Your Privacy Controls	Vos paramètres de vie privée
Your data helps us deliver an experience that is personalised for you. Below, you can manage many aspects of how your data powers your experience across our products.	Vos données nous aident à vous offrir une expérience personnalisée. Ci-dessous, vous pouvez gérer de nombreux aspects de la façon dont vos données alimentent vos expériences sur l'ensemble de nos produits.
Personalized Advertising on our Products Get ads that match your interests.	Publicités personnalisées sur nos produits Obtenez des publicités qui correspondent à vos centres d'intérêt.
Search History Get more relevant experiences based on your searches.	Historique de recherche Obtenez plus d'expériences pertinentes basées sur vos recherches.
Device Linking Sync your activity across your devices.	Liaison d'appareil Synchronisez votre activité sur tous vos appareils.
Precise Location	Localisation précise
Get personalized experiences based on your location.	Obtenez des expériences personnalisées en fonction de votre localisation.
Oath Across the Web Get relevant experiences when you visit partner sites.	Oath sur le Web Profitez d'expériences pertinentes lorsque vous visitez des sites partenaires.
Personalized Content Get articles that are more relevant to you.	Contenu personnalisé Recevez des articles qui sont plus pertinents pour vous.
Communications Analysis Get more relevant ads based on your	Analyse des communications Recevez des annonces plus pertinentes

communications.	en fonction de vos communications.
Audience Matching Receive more relevant offers from companies you use.	Correspondance d'audience Recevez des offres plus pertinentes de la part des entreprises avec qui vous faites affaire.
Marketing Preferences Manage your marketing preferences.	Préférences marketing Gérez vos préférences marketing.
Download a Summary of Your Data You can download a summary of your data and manage your downloads below.	Télécharger un résumé de vos données Vous pouvez télécharger un résumé de vos données et gérer vos téléchargements ci-dessous.
Request a Download	Demander un téléchargement
Your Download Requests	Vos demandes de téléchargement

## **Mécanismes de contrôle technique et des politiques**

Oath a mis en place un certain nombre de mécanismes de contrôle techniques et des politiques pour assurer la gouvernance et

le respect continu des lois au Canada et ailleurs. En voici quelques exemples :

- Les politiques publicitaires imposent des restrictions raisonnables au ciblage autorisé.
- Les partenariats en matière de données sont protégés par des limites contractuelles à la création de profils d'utilisateurs par les partenaires.
- Un calendrier de lancement de produits passe en revue les lancements majeurs de produits dont les fonctions externes s'appuient sur des données. Des évaluations des facteurs relatifs à la vie privée sont déclenchées en fonction des critères établis.
- Les contrôles techniques comprennent des clés d'interfaces de programmes d'applications, le hachage/chiffrement des identificateurs, ou encore la présence de cadres iFrame/SafeFrame sur les pages Web.
- Une unité de vérification interne examine les procédures établies.

## **L'approche en matière de sécurité adoptée par Oath**

En plus de politiques de protection de la vie privée strictes, la sécurité des données est un élément important de la protection des consommateurs. Oath réalise des investissements majeurs pour assurer la sécurité de tous nos produits et de toutes nos plateformes. Nous avons recours à un dispositif sécuritaire axé sur les attaques, avec des équipes spécialisées qui s'occupent de la surveillance continue des menaces, des essais d'intrusion et des enquêtes. Nous nous efforçons également d'adopter une approche d'intégration de la « sécurité dès la conception » pour l'élaboration des produits et pour favoriser une culture de responsabilisation à l'échelle de l'entreprise.

Les efforts en matière de sécurité d'Oath à l'échelle mondiale ne se limitent pas aux mesures de sécurité combinées d'AOL et de Yahoo. Ils se traduisent par une approche remaniée visant à contrer les menaces les plus agressives pour la sécurité des utilisateurs. Oath se distingue de ses pairs dans un contexte de menaces en ligne en constante évolution dans la démarche stratégique qu'elle a adoptée pour la mise en œuvre de ses principaux programmes de sécurité.

Un certain nombre de piliers et de programmes clés rendent cette démarche globale opérationnelle :

- La sécurité fait partie intégrante de notre culture d'entreprise, où chaque concepteur, chaque codeur et chaque stratège doit rendre des comptes. En outre, tous font partie de notre équipe de sécurité des technologies de l'information (TI) surnommée les « Paranoids » (les paranoïaques).
- Nous avons créé notre propre équipe « rouge » qui teste constamment nos mécanismes de défense.
- Nous avons élaboré un programme mondial de chasse aux bogues. Plus de 3 000 chercheurs du domaine de la sécurité ont soumis des rapports pendant toute la durée de notre programme

mondial de chasse aux bogues, ce qui a donné lieu à des paiements évalués à plusieurs millions de dollars.

- Notre équipe de la cybercriminalité est chargée de détecter les menaces pesant sur nos utilisateurs et nos systèmes, d'enquêter sur celles-ci et de les éliminer.
- Nous corrigeons activement les données des utilisateurs se trouvant dans les vidages de données de tiers.
- Nous mettons en œuvre des techniques d'apprentissage automatique de l'intelligence artificielle pour aider à détecter et à prévenir l'accès frauduleux aux comptes.
- Nous avons créé une infrastructure renforcée grâce au regroupement des systèmes d'enregistrement et d'ouverture de session et à des investissements dans ceux-ci.

La nature des menaces évolue constamment, et nous sommes déterminés à nous y adapter afin d'assurer la sécurité de nos utilisateurs et d'atténuer les risques.

## **Nouvelles, publicités, campagnes de désinformation et élections**

Chez Oath, nous ne badinons pas avec l'intégrité de nos sites.

### *Organes médiatiques appartenant à Oath*

Oath a réalisé d'importants investissements dans des contenus de qualité, que ce soit dans notre propre travail journalistique original, mais également dans celui de partenaires prestigieux sur le Web. Nous avons un personnel rédactionnel composé de centaines de personnes réparties dans les différents médias appartenant à Oath, notamment Yahoo News, HuffPost, TechCrunch et Engadget. Nos organes de presse ont remporté de nombreux prix journalistiques, dont le prestigieux prix Edward R. Murrow, un prix Pulitzer et un prix de l'American Society of Magazine Editors (ASME). Nous sommes extrêmement fiers de la qualité du travail journalistique de nos médias. En fait, une étude menée en 2017 par le Pew Research Center a révélé que Yahoo News était populaire à la fois auprès des conservateurs et des progressistes, et qu'un nombre égal d'électeurs de Donald Trump et d'Hillary Clinton l'avaient cité comme étant leur principale source d'information.

### *Campagnes de désinformation*

L'automne dernier, nous avons découvert que 84 comptes Tumblr avaient des liens avec le gouvernement russe par l'intermédiaire de l'Internet Research Agency (IRA). Ces comptes étaient utilisés dans le cadre d'une campagne de désinformation précédant les élections américaines de 2016. Les comptes Tumblr liés

à l'IRA avaient pour seul objectif de répandre de fausses informations aux États-Unis; ces comptes appartenaient également à de véritables personnes (et non à des robots) qui publiaient du contenu organique. Nous n'avons trouvé aucune preuve de publicité politique ou thématique.

Une fois ces activités découvertes, nous avons informé les forces de l'ordre et supprimé les comptes et les publications originales de ces personnes. En coulisses, nous avons travaillé avec le département de la Justice des États-Unis, et les renseignements que nous avons fournis ont permis de mettre en accusation 13 personnes travaillant pour l'IRA.

Après avoir publié un billet dans lequel nous avons annoncé nos découvertes, ainsi que les mesures que nous avons prises, nous avons informé les utilisateurs de Tumblr qui interagissaient avec les auteurs de ces blogues. Nous n'avons pas touché aux chaînes de messages et nous avons laissé les utilisateurs de Tumblr prendre les mesures qui s'imposaient après avoir pris connaissance de cette information. Nous avons pris cette décision parce que certaines chaînes de messages contenaient des publications d'utilisateurs réels de Tumblr qui remettaient parfois en question ou démentaient les fausses affirmations ou les déclarations incendiaires figurant dans la publication originale provenant du compte associé à l'IRA.

Nous avons également pris plusieurs mesures pour assurer la protection de la plateforme Tumblr à l'avenir. Ces mesures sont les suivantes : utilisation de solutions techniques améliorées et augmentation des efforts déployés par le personnel pour détecter les activités et prévenir l'utilisation abusive des plateformes d'Oath; participation continue à l'échange d'information avec des sociétés comparables et utilisation des données communes pour déceler des activités suspectes sur les plateformes d'Oath et y mettre fin; maintien de politiques rigoureuses en matière de publicités politiques sur les sites d'Oath et transparence accrue envers les utilisateurs de Tumblr. Nous laissons à nos experts en sécurité le soin de surveiller les signes d'activités douteuses futures, mais nous estimons que la meilleure défense consiste à informer le public sur les tactiques utilisées par les personnes qui cherchent à répandre de fausses informations et à lui apprendre à faire preuve de jugement lorsqu'il consulte du contenu en ligne. Pour ce faire, nous tâcherons :

- D'informer les utilisateurs de Tumblr qui ont aimé, rediffusé, répondu ou suivi un compte de propagande.
- De tenir un registre public des noms d'utilisateur qui selon nous ont des liens avec l'IRA ou avec d'autres campagnes de désinformation parrainées par un état.
- De prévenir les forces de l'ordre.

*Renforcer les exigences en matière d'imputabilité en ce qui concerne les publicités politiques et thématiques*

Même si rien ne nous permet de penser que des acteurs parrainés par des états ont utilisé des sites d'Oath pour faire de la publicité électorale, nous croyons qu'il est important de maintenir des politiques rigoureuses à l'égard de ce type de publicité. Oath (ainsi que Yahoo et AOL avant la formation de la société) exige que les publicités sur les enjeux politiques et sociaux soient accompagnées des mentions « commandité par » ou « payé par » afin d'aider les utilisateurs à déterminer l'identité des annonceurs. Les publicités non autorisées par un candidat ou un parti politique doivent également inclure les coordonnées de l'organisme de parrainage. La mention « payé par » doit être claire et bien visible. Nous interdisons les publicités qui exploitent les questions politiques ou religieuses sensibles à des fins commerciales ou qui font la promotion de programmes politiques ou religieux extrêmes ou qui sont associées à des activités ou des discours haineux. De plus, toutes les publicités politiques et thématiques potentielles doivent être approuvées au préalable par l'équipe responsable des publicités à caractère politique d'Oath. Il est possible de consulter nos politiques sur la publicité à l'adresse <https://adspecs.oath.com/pages/oathadpolicies>.

### **Accroître la pertinence et l'efficacité de la publicité**

Une publicité efficace cible le bon consommateur au bon moment. Les annonceurs, les éditeurs et les entreprises de technologie publicitaire veillent à ce que les consommateurs reçoivent des publicités pertinentes et, surtout, ils s'assurent que la majorité des consommateurs ne reçoit pas de publicités non pertinentes. De même, lorsque les utilisateurs voient une publicité intéressante, les annonceurs optimisent la valeur de leurs investissements publicitaires, les éditeurs génèrent des revenus leur permettant d'investir dans du contenu nouveau et captivant, et les consommateurs reçoivent des annonces publicitaires correspondant à leurs centres d'intérêt. Différents types de publicités apparaissent sur les sites appartenant à Oath et exploités par l'entreprise, mais aussi sur les réseaux de tiers.

Les utilisateurs peuvent exercer un contrôle sur le ciblage publicitaire de diverses façons. Des entreprises comme Oath qui militent pour une autoréglementation du secteur demandent aux autres entreprises faisant partie de leurs réseaux publicitaires de s'engager par contrat : à fournir aux consommateurs un avis approprié sur la façon dont les données sont recueillies et utilisées (y compris un avis amélioré pour les publicités), à insérer un lien permettant de se désabonner des publicités ciblées par centres d'intérêt, à respecter la limite des signaux de suivi de la publicité et à s'assurer que les données intégrées proviennent de sources fiables. L'organisme Network Advertising Initiative a également ajouté des exigences qui donnent aux visiteurs le pouvoir de contrôler le retrait de leur consentement au suivi non basé sur l'utilisation de témoins. L'autoréglementation n'est pas en soi une panacée pour ce qui est de la protection de la vie privée en ligne, mais elle contribue à assurer un environnement où la conformité volontaire est de rigueur. Oath appuie l'autoréglementation dans le secteur de la publicité numérique, tout comme la Digital Advertising Alliance Canada, le Network Advertising Initiative, la Digital Advertising Alliance aux États-Unis, et l'European Digital Advertising Alliance dans l'UE.

## **L'utilisation des données pour garantir la gratuité du contenu en ligne**

Il a beaucoup été question ces derniers temps des données dont disposent certaines entreprises et de l'utilisation qu'elles en font. Nous pensons que ce sont là des questions tout à fait pertinentes que les consommateurs de ces services gratuits en ligne et les responsables politiques sont en droit de poser. Alors que les débats sur ces questions se poursuivent au sein de ce Comité et ailleurs dans le monde, nous proposons quatre points à prendre en considération.

Premièrement, la publicité stimule le commerce. La publicité a toujours été un facteur de stimulation de la prospérité économique. Les données et les technologies publicitaires sont des outils pouvant être utilisés à bon escient pour parvenir à un équilibre entre la nécessité de faire du commerce et le respect de la vie privée.

Deuxièmement, même si les données en ligne font couler beaucoup d'encre en raison de l'importance et de la notoriété de certaines grandes entreprises, la collecte de ces données est généralement précédée d'un avis aux consommateurs, ces derniers ayant également le choix d'accepter ou de refuser que leurs données soient recueillies, ce qui est loin d'être le cas pour bien des données intégrées hors ligne. La plupart des détaillants ayant pignon sur rue possèdent le nom, l'adresse, le numéro de téléphone, l'historique d'achats et le numéro de carte de crédit de leurs clients. Les courtiers en données recueillent d'importantes quantités de données — dont une grande partie provient de sources publiques — et mettent au point des techniques de modélisation sophistiquées avant de vendre ces données dans l'ensemble de l'environnement publicitaire. Nous appuyons la mise en place de mesures appropriées pour la protection de la vie privée des consommateurs, et nous croyons que de telles mesures de protection devraient être exigées par tous les intervenants de l'économie, pas seulement les acteurs en ligne.

Troisièmement, il est plus facile pour les éditeurs en ligne de fournir un contenu diversifié, actualisé et captivant lorsqu'ils peuvent générer les revenus leur permettant d'investir dans un tel contenu. Tout cela est possible grâce à la publicité. Le ciblage contextuel ou la publicité fondée sur le contenu du site Web ne génèrent pas de revenus suffisants, contrairement à la publicité ciblée. En ce qui concerne les sites de nouvelles en particulier, la publicité numérique préserve un vivier d'idées essentiel à un électorat informé, et ce, sans frais pour le consommateur.

Quatrièmement, l'évolution des lois sur la protection de la vie privée devrait se tourner vers l'avenir qui inclut notamment, l'Internet des objets, l'intelligence artificielle et l'apprentissage automatique. Le concept de consentement pourrait ne pas être viable à long terme, alors que de plus en plus de gens dans le monde entier connectent leurs appareils au réseau Internet. Il devient par conséquent plus difficile et peu souhaitable d'empêcher la collecte de données, étant donné que l'intelligence artificielle et l'apprentissage

automatique s'appuient justement sur ces données. En ce qui concerne l'évolution de la technologie, la protection des renseignements personnels des consommateurs doit reposer sur des bases solides, à savoir un point de vue éclairé sur la protection de la vie privée et la sécurité, qui s'accompagne d'un cadre juridique favorisant une gestion rationnelle des données et d'un sens des responsabilités accru.

### **Éléments de l'évolution des lois sur la protection de la vie privée**

De nombreuses discussions ont eu lieu sur l'évolution des lois sur la protection de la vie privée avec l'entrée en vigueur au cours des prochains mois du Règlement général sur la protection des données de l'UE et des autres législations similaires. Bien que le RGPD contienne de nombreux aspects positifs, y compris le renforcement des exigences en matière de gouvernance et de responsabilisation, des ambiguïtés ont été signalées dans le langage et dans l'interprétation du texte par les organismes de réglementation. Les consommateurs et les entités réglementées ne devraient éprouver aucune difficulté à comprendre le Règlement. Le texte doit être strict, neutre sur le plan de la technologie et du modèle d'affaires pour la protection de la vie privée et des données personnelles, et faire progresser les intérêts de tous les intervenants, y compris les consommateurs, les entreprises, les particuliers et les gouvernements.

Tout comme sa société mère, Verizon, Oath souscrit à un ensemble d'objectifs généraux qui, selon nous, devraient être pris en compte dans l'évolution de la réglementation de la protection de la vie privée sur Internet.

- Uniformité. Un ensemble de règles unique doit s'appliquer à tous les secteurs de l'industrie.
- Flexibilité. Les cadres mis en place pour régir les questions liées à la sensibilité des données se doivent d'être souples afin d'éviter de tomber rapidement en désuétude.
- Transparence. Les entreprises doivent fournir des renseignements clairs et faciles à comprendre sur la manière dont elles traitent les données.
- Choix. Les entreprises doivent donner aux consommateurs la possibilité d'accepter la collecte, l'utilisation et le partage de renseignements de nature délicate ou de refuser la collecte et l'utilisation de renseignements personnels, sauf pour des raisons appropriées comme l'utilisation des données dans un cadre opérationnel légitime ou autre, comme la lutte contre la fraude ou des procédures juridiques.
- Sécurité des données et avis d'atteinte à la sécurité des renseignements. Les entreprises doivent avoir des mesures de sécurité raisonnables en place.
- Programmes « Sphère de sécurité ». Un programme du type « Sphère de sécurité » pourrait fournir des règles claires que les entreprises devraient respecter pour adopter des pratiques conformes.
- Application. Aux États-Unis, nous demandons à ce que la Federal Trade Commission et les procureurs généraux des États soient responsables de l'application de la loi. Au Canada, le Commissariat à la protection de la vie privée pourrait jouer ce rôle.

Nous vous sommes reconnaissants de nous donner l'occasion de fournir ces commentaires pour éclairer votre processus d'élaboration de politiques visant à améliorer la protection des données personnelles, à renforcer la relation de confiance entre les entreprises et leurs consommateurs, et à favoriser l'innovation tout en évitant la fragmentation réglementaire qui constitue un véritable frein à la réalisation de ces trois objectifs<sup>1</sup>. C'est avec plaisir que nous répondrons à toute question que le Comité jugera utile de nous poser.

---

<sup>1</sup> Oath est membre de l'organisme Information Technology Industry Council (ITI), une association commerciale mondiale qui œuvre dans le secteur technologique. Oath appuie le cadre Framework to Advance Interoperable Rules (FAIR) on Privacy de l'ITI, une feuille de route rigoureuse, neutre sur le plan de la technologie et du modèle d'affaires qui fait progresser les droits des consommateurs en matière de protection de la vie privée et qui définit les responsabilités des entreprises en matière d'utilisation des données personnelles tout en continuant de favoriser l'innovation.