

*Vol. 31, n° 1*

## **Comparaison de la nouvelle *California Consumer Privacy Act* avec le cadre juridique canadien**

**François Joli-Cœur\***

INTRODUCTION .....	139
1. Organisations assujetties à la CCPA.....	141
2. Définition de « renseignement personnel » sous la CCPA ...	142
3. Notions de consentement et transparence .....	143
4. Droit d'accès aux renseignements personnels et portabilité des données.....	144
5. Droit de demander la suppression des renseignements personnels.....	146
6. Interdiction de discriminer et droit d'offrir un incitatif financier aux consommateurs .....	147
7. Mise en application .....	148
CONCLUSION.....	148

---

© François Joli-Cœur, 2019.

\* Avocat, Borden Ladner Gervais S.E.N.C.R.L., S.R.L. Les opinions exprimées dans le présent article n'engagent que son auteur et ne représentent pas nécessairement celles de Borden Ladner Gervais S.E.N.C.R.L., S.R.L.

[Note : cet article a été soumis à une évaluation à double anonymat.]



## INTRODUCTION

Le 28 juin 2018, la Californie a adopté la *California Consumer Privacy Act*<sup>1</sup> (ci-après, « CCPA »), qui entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2020. Alors que le modèle américain en matière de protection de la vie privée et des renseignements personnels repose normalement sur une protection à la pièce par des lois s'appliquant à un secteur particulier, la Californie devient le premier État des États-Unis à adopter une loi d'application générale relative à la protection des renseignements personnels. Ce développement n'est probablement pas étranger au fait que cet État, qui reconnaît par ailleurs le droit à la vie privée dans sa Constitution depuis 1972<sup>2</sup>, accueille de nombreuses entreprises technologiques dont les modèles d'affaires reposent en grande partie sur la valeur des données de leurs clients.

La CCPA a été adoptée après qu'un promoteur immobilier californien eût réussi à obtenir suffisamment de signatures pour qu'une proposition de loi soit soumise à un vote des électeurs californiens, dans le cadre du processus référendaire de cet État<sup>3</sup>. L'Assemblée législative californienne a alors conclu une entente avec ce promoteur, en vertu de laquelle il retirerait sa proposition si une loi similaire était adoptée avant la date limite pour retirer une proposition, soit le 28 juin 2018. Cette solution évitait ainsi le risque que la proposition, qui comportait plusieurs dispositions particulièrement coercitives pour les entreprises qui y auraient été assujetties, soit approuvée dans le cadre du processus référendaire, ce qui aurait rendu sa modification très complexe en vertu des règles californiennes. En raison des courts

- 
1. Assembly Bill 375. Cette loi modifie le *California Civil Code* (CAL. CIV. CODE, arts. 1798.100 et suiv.). Nous avons consulté la loi en date du 12 novembre 2018.
  2. CAL. CONST., art. 1 : « All people are by nature free and independent and have inalienable rights. Among these are enjoying and defending life and liberty, acquiring, possessing, and protecting property, and pursuing and obtaining safety, happiness, and privacy. »
  3. Proposition No.17-0039, *Consumer Right of Privacy Act of 2018*, en ligne : <<https://oag.ca.gov/system/files/initiatives/pdfs/17-0039%20%28Consumer%20Privacy%20V2%29.pdf>> (consulté le 12 novembre 2018).

délais pour en arriver à une entente sur le texte de la loi, celle-ci a été adoptée en seulement sept jours, avec des consultations limitées des parties intéressées<sup>4</sup>.

Le présent article propose une description de la nouvelle CCPA en la comparant avec le cadre juridique canadien, particulièrement la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*<sup>5</sup> (ci-après, « LPRPDÉ ») fédérale<sup>6</sup>, tout en dressant certains parallèles avec le nouveau *Règlement général sur la protection des données* de l'Union européenne<sup>7</sup> (ci-après, « RGPD »).

Tel que discuté ci-après, la CCPA introduit plusieurs droits qui se retrouvent en droit canadien ou dans le RGPD, tels que le droit d'avoir accès à ses renseignements personnels, le droit à la portabilité des données et le droit d'obtenir la suppression de ses renseignements personnels. Ceci étant dit, la CCPA adopte une approche davantage axée sur la valeur économique des renseignements personnels et met l'accent sur les protections relatives à la vente de tels renseignements.

La CCPA se distingue par ailleurs des lois canadiennes et européennes en ce qu'elle n'est pas particulièrement inspirée des principes qu'on retrouve dans les *Lignes directrices régissant la protection de la vie privée et les flux transfrontières de données de caractère personnel* développées par l'Organisation de coopération et de développement économiques<sup>8</sup>. Plus particulièrement, la CCPA n'insiste pas sur le principe de la limitation en matière de collecte, d'utilisation et de communication des renseignements personnels, en vertu duquel une organisation ne peut recueillir, utiliser ou communiquer que les renseignements personnels nécessaires pour une fin déterminée. Plus particulièrement, la CCPA n'interdit pas à une entreprise d'exiger qu'un individu lui fournisse des renseignements personnels qui ne

4. Pour plus de détails à propos de ce processus, voir : E. GOLDMAN, *An Introduction to the California Consumer Privacy Act (CCPA)*, (2018), en ligne : <[https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3211013](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3211013)> (consulté le 12 novembre 2018).

5. L.C. 2000, ch. 5.

6. Trois lois provinciales ont été déclarées essentiellement similaires à la LPRPDÉ, soit : *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*, RLRQ, c. P-39.1 (Québec); *Personal Information Protection Act*, SA 2003, c. P-6.5 (Alberta); *Personal Information Protection Act*, SBC 2003, c. 63 (Colombie-Britannique).

7. Règlement (UE) n° 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE.

8. Annexe à la Recommandation du Conseil du 23 septembre 1980, en ligne : <<http://www.oecd.org/fr/internet/ieconomie/lignesdirectricesregissantlaprotectiondelaviepriveetlesfluxtransfrontieresdedonneesdecaracterepersonnel.htm>>.

sont pas nécessaires à la fourniture d'un service ou d'un produit<sup>9</sup>. De plus, elle ne contient pas de principe selon lequel une organisation ne peut recueillir, utiliser ou communiquer des renseignements personnels qu'à des fins qu'une personne raisonnable estimerait acceptables dans les circonstances<sup>10</sup>.

## 1. ORGANISATIONS ASSUJETTIES À LA CCPA

La CCPA s'applique aux entreprises faisant affaire en Californie qui recueillent des renseignements personnels au sujet de consommateurs californiens<sup>11</sup> et des ménages californiens<sup>12</sup>, si ces entités : i) ont des revenus annuels bruts de plus de 25 millions U.S.<sup>13</sup>; ou ii) achètent, reçoivent, vendent ou partagent les renseignements personnels de plus de 50 000 consommateurs; ou iii) tirent 50 % ou plus de leurs revenus annuels de la vente de renseignements personnels de consommateurs californiens<sup>14</sup>. Notons que le terme « vendre » des renseignements personnels a une portée relativement étendue, soit : « selling, renting, releasing, disclosing, disseminating, making available, transferring, or otherwise communicating orally, in writing, or by electronic or other means, a consumer's personal information by the business to another business or a third party for monetary or other valuable consideration »<sup>15</sup>.

La portée territoriale de la CCPA repose sur l'expression « faire affaire en Californie ». Selon les commentateurs s'étant prononcés sur le sujet, il ne semble pas y avoir de réels doutes quant à l'application de cette loi aux entreprises n'ayant pas d'établissement en Californie, mais offrant leurs services et produits dans cet État, notamment par Internet<sup>16</sup>. En conséquence, plusieurs entreprises basées à l'extérieur de la Californie et des États-Unis qui offrent leurs produits et services

9. Clause 4.3.3 de l'Annexe 1 de la LPRPDÉ.

10. *Id.*, par. 5(3).

11. Ce terme réfère au *California Civil Code* et signifie essentiellement les résidents californiens (CAL. CIV. CODE, par. 1798.140(g)).

12. Le terme « ménage » (*household*) n'est pas défini.

13. Il a été soulevé qu'il n'est pas clair si ce seuil de revenus inclut uniquement les revenus en Californie ou les revenus mondiaux d'une entreprise. Voir à ce sujet : L. DETERMANN, « Analysis: The California Consumer Privacy Act of 2018 », (2018), en ligne : <<https://iapp.org/news/a/analysis-the-california-consumer-privacy-act-of-2018/>> (consulté le 12 novembre 2018).

14. CAL. CIV. CODE, par. 1798.140(c).

15. *Id.*, par. 1798.140(t).

16. Voir : R. HEIMES et S. PFEIFLE, « New California privacy law to affect more than half a million US companies », (2018), en ligne : <<https://iapp.org/news/a/new-california-privacy-law-to-affect-more-than-half-a-million-us-companies/>> (consulté le 12 novembre 2018); L. DETERMANN, *supra* note 13.

aux résidents californiens en ligne pourraient avoir à se conformer à la CCPA. Comme nous le verrons ci-dessous, la conformité à la LPRPDÉ pourrait ne pas toujours être suffisante pour assurer la conformité avec la CCPA. Considérant l'importance de l'économie californienne au niveau mondial, les entreprises partout dans le monde devront porter attention à cette nouvelle loi.

## **2. DÉFINITION DE « RENSEIGNEMENT PERSONNEL » SOUS LA CCPA**

Alors que les lois relatives à la vie privée et aux renseignements personnels aux États-Unis définissent normalement le terme « renseignement personnel » de façon limitée à un secteur spécifique (par exemple, les renseignements médicaux), la CCPA adopte une définition large de ce terme<sup>17</sup>, soit : « information that identifies, relates to, describes, is capable of being associated with, or could reasonably be linked, directly or indirectly, with a particular consumer or household »<sup>18</sup>.

La loi inclut également une liste non exhaustive de types de renseignements qui peuvent constituer des renseignements personnels, par exemple : renseignements biométriques, renseignements géographiques, de même que « Internet or other electronic network activity information, including, but not limited to, browsing history, search history, and information regarding a consumer's interaction with an Internet Web site, application, or advertisement ». La définition de « renseignement personnel » exclut toutefois certains renseignements, tels que les renseignements publiquement accessibles<sup>19</sup>.

Au Canada, la LPRPDÉ définit « renseignement personnel » comme « [t]out renseignement concernant un individu identifiable »<sup>20</sup>, une définition qui a été interprétée de façon très étendue<sup>21</sup>. L'approche de la CCPA diffère quelque peu de l'approche canadienne en ce qu'elle inclut plusieurs exemples de ce que constitue un « renseignement personnel », mais en pratique, le résultat pourrait être semblable

17. « *Personal information* » dans le texte de la CCPA.

18. CAL. CIV. CODE, par. 1798.140(o).

19. *Id.*, par. 1798.140(o)(2).

20. Par. 2(1). Les lois essentiellement similaires en Alberta, Colombie-Britannique et Québec emploient une définition similaire.

21. Voir : *Canada (Commissaire à l'information) c. Canada (Commissaire de la Gendarmerie royale du Canada)*, [2003] 1 RCS 66, par. 23; *Dagg c. Canada (Ministre des Finances)*, [1997] 2 RCS 403; *Canada (Commissaire à l'information) c. Canada (Bureau d'enquête sur les accidents de transport et de la sécurité des transports)*, [2007] 1 RCF 203.

puisque le principe de la définition est qu'un renseignement personnel est un renseignement qui peut être associé à un individu.

### 3. NOTIONS DE CONSENTEMENT ET TRANSPARENCE

Une des différences fondamentales entre la CCPA et les lois canadiennes relatives à la protection des renseignements personnels est le peu d'importance qui est accordée au consentement dans la CCPA. Alors que le consentement de l'individu est au cœur du cadre juridique canadien en matière de protection des renseignements personnels, puisqu'une organisation doit en principe avoir le consentement d'un individu pour permettre à une entreprise de recueillir, utiliser ou communiquer à des tiers des renseignements personnels, cette notion ne se retrouve pas dans la CCPA (sous réserve du droit de refus assez limité discuté ci-dessous)<sup>22</sup>. La CCPA mise plutôt sur une exigence de faire preuve de transparence<sup>23</sup>, en requérant qu'une entreprise informe le consommateur, avant ou au moment de la collecte des renseignements personnels, des catégories de renseignements personnels qui seront recueillis à son sujet et des fins auxquelles ces renseignements seront utilisés<sup>24</sup>. Cependant, l'entreprise n'a pas à obtenir le consentement du consommateur à une telle collecte et aux utilisations projetées.

La CCPA donne toutefois aux consommateurs californiens la possibilité de refuser qu'une entreprise vende leurs renseignements personnels à un tiers (ce droit est désigné comme le *right to opt-out*). À cet égard, la loi requiert que les entreprises qui vendent des renseignements personnels de consommateurs californiens incluent sur leur site web un lien clair et bien en vue avec la mention *Do Not Sell My Personal Information* (« Ne vendez pas mes renseignements personnels ») menant à une page permettant aux consommateurs d'exercer leur droit de refuser que leurs renseignements personnels soient vendus<sup>25</sup>. Ce droit ne s'étend toutefois pas aux autres types d'utilisations ou communications de renseignements personnels n'impliquant pas l'échange de renseignements avec des tiers, pour contrepartie, notamment l'utilisation des renseignements personnels à des fins secondaires de marketing. À l'opposé, en vertu du cadre juridique canadien, les individus peuvent toujours refuser que leurs

---

22. La CCPA inclut une référence au consentement pour ce qui est des mineurs (CAL. CIV. CODE, par. 1798.120(c)).

23. Cela est également requis en vertu du cadre juridique canadien. Voir : Clause 4.8 de l'Annexe 1 de la LPRPDÉ.

24. CAL. CIV. CODE, par. 1798.100(b).

25. *Id.*, art. 1798.135.

renseignements personnels soient utilisés à des fins qui ne sont pas essentielles à la prestation du service ou à la fourniture du produit<sup>26</sup>. Plusieurs entreprises ont un modèle d'affaires par lequel elles monétisent les renseignements personnels de leurs clients ou utilisateurs sans donner accès à ces renseignements à des tiers, mais plutôt en permettant aux annonceurs de cibler des profils d'utilisateurs précis. Une telle pratique ne semble pas être visée par le droit d'*opt-out* de la CCPA.

Par ailleurs, la CCPA prévoit que certaines informations doivent être spécifiquement mentionnées dans la politique de confidentialité de l'entreprise, notamment : les droits des consommateurs prévus dans la CCPA et une liste des catégories de renseignements personnels à propos de consommateurs qu'elle a recueillis et vendus dans les douze derniers mois<sup>27</sup>.

#### 4. DROIT D'ACCÈS AUX RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET PORTABILITÉ DES DONNÉES

En vertu de la LPRPDÉ, les individus ont un droit d'accès aux renseignements personnels qu'une entreprise détient à leur sujet, sous réserve de certaines exceptions<sup>28</sup>. La CCPA accorde aux consommateurs californiens un droit similaire, en vertu duquel les entreprises doivent, sur demande du consommateur, lui divulguer les catégories de renseignements personnels et les éléments spécifiques que l'entreprise a recueillis à son sujet<sup>29</sup>. De plus, si l'entreprise a vendu ses renseignements personnels, elle doit l'informer de la source de la collecte de ces renseignements personnels, les besoins d'affaires auxquels répond cette collecte et les catégories de renseignements qui sont partagés à des tiers<sup>30</sup>.

La CCPA accorde par ailleurs aux consommateurs californiens un droit relié au droit d'accès, soit celui de requérir qu'une entreprise leur fournisse, gratuitement, les renseignements personnels

26. Clause 4.3.8 de l'Annexe 1 de la LPRPDÉ. Voir également : COMMISSARIAT À LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE DU CANADA (ci-après, « CPVP »), *Lignes directrices pour l'obtention d'un consentement valable* (en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2019), Ottawa, 2019, en ligne : <[https://www.priv.gc.ca/fr/sujets-lies-a-la-protection-de-la-vie-privee/collecte-de-renseignements-personnels/consentement/gl\\_omc\\_201805/](https://www.priv.gc.ca/fr/sujets-lies-a-la-protection-de-la-vie-privee/collecte-de-renseignements-personnels/consentement/gl_omc_201805/)>.

27. CAL. CIV. CODE, art. 1798.135.

28. Voir : Clause 4.9 de l'Annexe 1 de la LPRPDÉ. Les lois provinciales incluent un droit similaire.

29. CAL. CIV. CODE, art. 1798.100.

30. *Id.*, art. 1798.115.



faisant l'objet du droit d'accès<sup>31</sup>. Cette information peut être fournie par courrier ou par voie électronique et, dans la mesure où cela est techniquement faisable, dans un format facilement utilisable qui permet au consommateur de transmettre l'information à une autre entité sans entrave. Ce droit s'apparente au droit à la portabilité des données prévu par le RGPD<sup>32</sup>. Aucun droit semblable n'est toutefois prévu dans la LPRPDÉ<sup>33</sup>.

Il est à noter que la CCPA ne prévoit pas d'exceptions au droit d'accès aux renseignements personnels, contrairement à la LPRPDÉ, ni au droit à la portabilité des données. Il faut toutefois préciser que le droit d'accès prévu par la CCPA pourrait être plus restreint que celui prévu par la LPRPDÉ, puisque la LPRPDÉ accorde aux individus le droit d'accéder à tous les renseignements personnels qu'une organisation détient à leur sujet, alors que la CCPA semble uniquement accorder un droit d'être informé des renseignements personnels recueillis par l'entreprise à son sujet. En vertu de la LPRPDÉ, l'obligation de donner accès s'étend aux documents qui ont été produits ou développés par l'entreprise au sujet d'un individu (par exemple, les profils de consommateurs qu'une entreprise pourrait établir en fonction des préférences et habitudes d'achats, ou les communications internes au sujet d'un client qui a déposé une plainte au service à la clientèle), ce qui ne semble pas être le cas de la CCPA, puisque le droit d'accès porte sur les renseignements personnels recueillis par l'entreprise.

La CCPA prévoit que les entreprises doivent permettre aux consommateurs d'exercer leur droit d'accès et de portabilité des données, par le biais d'un numéro de téléphone sans frais et, si l'entreprise a un site Web, par le biais de ce site Web. Il en est de même pour le droit de demander la suppression des renseignements personnels, discuté ci-dessous.

---

31. *Id.*, par. 1798.100(d).

32. Art. 21 RGPD.

33. Notons que le Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des renseignements personnels et de l'éthique de la Chambre des communes a recommandé, dans son rapport sur l'évaluation de la LPRPDÉ publié en février 2018, que le Canada reconnaisse le droit à la portabilité des données. Voir : GOUVERNEMENT DU CANADA, CHAMBRE DES COMMUNES, *Vers la protection de la vie privée dès la conception : Examen de la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, 2018, en ligne : <<https://www.ourcommons.ca/Content/Committee/421/ETHI/Reports/RP9690701/ethirp12/ethirp12-f.pdf>> (consulté le 12 novembre 2018).

## 5. DROIT DE DEMANDER LA SUPPRESSION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Contrairement au RGPD, la LPRPDÉ ne comporte pas de droit à l'effacement (ou droit à l'oubli) en vertu duquel les individus peuvent requérir qu'une organisation supprime leurs renseignements personnels dans certaines conditions<sup>34</sup>. La LPRPDÉ prévoit toutefois que les organisations ne peuvent conserver les renseignements personnels qu'aussi longtemps que nécessaire pour la réalisation des fins déterminées et les individus peuvent requérir des organisations la suppression de ces renseignements lorsque ces fins ont été réalisées<sup>35</sup>.

La CCPA accorde aux consommateurs un droit à la suppression des renseignements personnels qui semble plus étendu que ce qui est prévu à la LPRPDE et qui pourrait ressembler à celui prévu au RGPD<sup>36</sup>. En pratique, toutefois, ce droit pourrait avoir une portée limitée en raison des multiples exceptions qui y sont prévues. Parmi ces exceptions, l'entreprise peut refuser de supprimer les renseignements personnels lorsqu'ils sont nécessaires, par exemple, pour : compléter la transaction pour laquelle les renseignements ont été recueillis ; permettre à l'entreprise d'exercer son droit à la liberté d'expression ou assurer le droit d'un autre consommateur d'exercer son droit à la liberté d'expression ; permettre les utilisations strictement internes des renseignements qui sont raisonnablement en phase avec les attentes du consommateur en fonction de sa relation avec l'entreprise ; autrement utiliser les renseignements personnels d'une façon légale compatible avec le contexte dans lequel le consommateur a fourni les renseignements.

À la lumière de ces exceptions, on peut s'attendre à ce que les conséquences de ce droit à la suppression soient relativement limitées en pratique et que, dans les faits, il n'accorde pas plus de droits aux consommateurs californiens que ce que la LPRPDÉ accorde aux

---

34. Art. 17 RGPD. Au Canada, notons que le Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des renseignements personnels et de l'éthique de la Chambre des communes a recommandé, dans son rapport sur l'évaluation de la LPRPDÉ publié en février 2018, que le Canada reconnaisse le droit à l'effacement, à tout le moins pour les mineurs. Voir : GOUVERNEMENT DU CANADA, CHAMBRE DES COMMUNES, *supra* note 33. Par ailleurs, le CPVP a publié une position sur la réputation en ligne dans laquelle il suggère que la LPRPDÉ pourrait inclure certaines protections qui s'apparentent au droit à l'oubli. La position est disponible à l'adresse suivante : <[https://www.priv.gc.ca/fr/a-propos-du-commisariat/ce-que-nous-faisons/consultations/consultation-sur-la-reputation-en-ligne/pos\\_or\\_201801/](https://www.priv.gc.ca/fr/a-propos-du-commisariat/ce-que-nous-faisons/consultations/consultation-sur-la-reputation-en-ligne/pos_or_201801/)>.

35. Clause 4.5 de l'Annexe 1 de la LPRPDÉ.

36. CAL. CIV. CODE, par. 1798.105.

Canadiens. Plus particulièrement, au-delà de l'exception relative au droit à la liberté d'expression, un droit important en vertu du Premier Amendement de la Constitution des États-Unis, la LPRPDÉ assure aux individus que les organisations ne conserveront pas leurs renseignements personnels au-delà de ce qui est nécessaire à des fins déterminées, alors que la CCPA emploie un critère qui apparaît beaucoup plus souple, soit celui d'utilisation compatible avec le contexte dans lequel le consommateur a fourni les renseignements.

## **6. INTERDICTION DE DISCRIMINER ET DROIT D'OFFRIR UN INCITATIF FINANCIER AUX CONSOMMATEURS**

En vertu de la CCPA, une entreprise ne peut pas discriminer à l'endroit d'un consommateur en raison de l'exercice par ce dernier d'un droit prévu à cette loi, notamment en lui refusant des biens ou services, en chargeant un prix différent pour de tels biens et services ou en fournissant une différente qualité de biens et services<sup>37</sup>. La loi prévoit toutefois qu'une entreprise peut aussi offrir un prix différent ou une différente qualité de services ou de produits si cela est directement relié à la valeur fournie au consommateur par ses renseignements personnels<sup>38</sup>.

Ceci étant dit, la CCPA permet à une entreprise d'offrir un incitatif financier aux consommateurs, incluant un paiement, pour la collecte ou la vente de leurs renseignements personnels<sup>39</sup>, mais uniquement si le consommateur a fourni un consentement exprès qu'il peut retirer à tout moment<sup>40</sup>.

Il semble y avoir une certaine contradiction entre l'interdiction de discriminer et le droit d'offrir un incitatif financier, puisque dans les faits, une entreprise pourrait offrir des services hautement supérieurs aux consommateurs qui donnent leur consentement exprès à recevoir un incitatif financier, par rapport à ceux qui refusent. Ces derniers pourraient alors faire valoir qu'ils sont victimes de discrimination, le service leur étant offert étant de moindre qualité puisqu'ils ne consentent pas à certaines utilisations de leurs renseignements. La protection à l'égard d'une telle situation prévue dans la loi est l'interdiction d'offrir des incitatifs financiers de nature injuste, déraisonnable, coercitive ou usuraire<sup>41</sup>.

---

37. *Id.*, par. 1798.125(a)(1).

38. *Id.*, par. 1798.125(a)(2).

39. *Id.*, par. 1798.125(b).

40. *Id.*, par. 1798.125(b)(3).

41. *Id.*, par. 1798.125(b)(4).

La LPRPDÉ ne comprend pas de concept d'incitatif ou de discrimination relatifs aux renseignements personnels, mais le CPVP a reconnu la valeur économique des renseignements personnels lorsqu'il a mentionné qu'il pouvait être légitime pour une entreprise offrant un service gratuit d'exiger, à titre de condition de services, que les consommateurs consentent à ce que leurs renseignements personnels soient utilisés à des fins de marketing<sup>42</sup>.

## 7. MISE EN APPLICATION

La CCPA prévoit un droit d'action privé permettant aux consommateurs d'intenter des poursuites contre les entreprises y ayant contrevenu, mais seulement en cas d'atteinte à la sécurité des renseignements personnels<sup>43</sup>. Ce droit peut être exercé sans preuve de préjudice et les dommages-intérêts légaux sont fixés à au moins 100 \$ US et au plus 750 \$ US par consommateur par incident, ou les dommages réels, le montant le plus élevé étant retenu. Les autres dispositions de la loi sont appliquées par le procureur général de l'État de Californie, qui peut intenter des poursuites pour des sanctions civiles pouvant atteindre 7 500 \$ US par violation intentionnelle<sup>44</sup>.

À cet égard, la CCPA a plus de mordant que la LPRPDÉ. En effet, bien que des suggestions aient été faites pour renforcer les pouvoirs du CPVP<sup>45</sup> en vertu de la LPRPDE, le CPVP n'a pas le pouvoir d'imposer des amendes et les individus n'ont pas de droit privé de poursuite (bien qu'ils puissent demander des dommages et intérêts devant la Cour fédérale après que le CPVP ait rendu une décision sur leur plainte).

## CONCLUSION

Des modifications à la CCPA sont attendues d'ici son entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2020<sup>46</sup>. Nonobstant d'éventuels amendements, il est difficile à ce stade-ci de prédire l'impact que cette loi aura sur les

42. CPVP, *Rapport de conclusions en vertu de la LPRPDE n° 2009-008, Rapport de conclusions de l'enquête menée à la suite de la plainte déposée par la Clinique d'intérêt public et de politique d'Internet du Canada (CIPPIC) contre Facebook Inc.*, (2009).

43. CAL. CIV. CODE, art. 1798.150.

44. *Id.*, art. 1798.155.

45. GOUVERNEMENT DU CANADA, CHAMBRE DES COMMUNES, *supra* note 33, voir la recommandation 15, en ligne : <<https://www.ourcommons.ca/Content/Committee/421/ETHI/Reports/RP9690701/ethirp12/ethirp12-f.pdf>>.

46. Certaines modifications mineures ont déjà été adoptées à la CCPA depuis son adoption, le 31 août 2018. Voir : SB-1121.

entreprises faisant affaire en Californie et il sera particulièrement intéressant de suivre l'interprétation et la portée que les tribunaux américains donneront aux droits prévus par la CCPA, qui sont nouveaux en droit américain.

Il faudrait aussi voir si d'autres États américains suivront l'exemple de la Californie ou si le Congrès des États-Unis adoptera une loi relative à la protection des renseignements personnels, des discussions à ce sujet ayant lieu depuis un certain temps<sup>47</sup>. Une chose certaine est que la CCPA s'inscrit dans une tendance à l'échelle mondiale, principalement menée par l'Europe avec le RGPD, visant à renforcer les droits des individus par rapport à la protection de leurs renseignements personnels, dans un contexte où la fréquence des atteintes à la sécurité des données augmente et où les individus se préoccupent de plus en plus de la confidentialité de leurs renseignements personnels et du contrôle qu'ils exercent sur leurs données.

---

47. Voir à ce sujet : A. NG (CNET), « After the midterm elections, the odds improve a little for a US data privacy law » (consulté le 9 novembre 2018), en ligne : <<https://www.cnet.com/news/after-the-midterm-elections-the-odds-improve-a-little-for-a-us-data-privacy-law/>> (consulté le 12 novembre 2018).