

Montréal, le 4 mars 2015

Maître Karl Delwaide  
FASKEN MARTINEAU DUMOULIN  
800, Place Victoria  
Bureau 3700, C. P. 242  
Montréal (Québec) H4Z 1E9

Objet : Plainte à l'endroit de Vidéotron  
N/Réf. : 1007198

---

Maître,

La Commission d'accès à l'information (la Commission) a reçu une plainte de M. ... (le plaignant) formulée à l'endroit de l'entreprise Vidéotron (l'entreprise), et d'une succursale du Superclub Vidéotron située à Blainville, concernant la collecte de renseignements personnels qui ne seraient pas nécessaires à l'objet du dossier, soit l'ouverture d'un compte client.

Les renseignements personnels faisant l'objet de la plainte sont la date de naissance complète du plaignant et le nom de famille de sa mère à la naissance.

La Direction de la surveillance de la Commission a procédé à une enquête visant à déterminer si l'entreprise s'est conformée aux prescriptions de la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*<sup>1</sup>.

#### Les faits

Selon cette enquête, le plaignant a communiqué par téléphone avec le service à la clientèle de l'entreprise afin de pouvoir s'abonner à un service faisant l'objet d'une promotion. En plus de ses coordonnées (nom, adresse, numéro de téléphone et adresse courriel), l'entreprise lui a demandé de fournir sa date de naissance complète et le nom de famille de sa mère à la naissance, afin de procéder à l'ouverture du dossier et à l'activation du service de télécommunication. Le plaignant a refusé de fournir les renseignements personnels demandés.

---

<sup>1</sup> RLRQ, c. P-39.1, la Loi sur le privé.

Devant le refus du plaignant, le préposé de l'entreprise l'aurait invité à se rendre à une succursale du Superclub Vidéotron afin de procéder à l'ouverture du compte, sans qu'il n'ait à fournir ces renseignements.

Le plaignant a alors téléphoné au Superclub Vidéotron de Blainville et on lui aurait indiqué que ces renseignements devaient être recueillis pour l'ouverture du compte client. On aurait indiqué au plaignant que sans ces informations, il ne serait pas possible de lui offrir le service auquel il souhaite s'abonner.

L'entreprise souligne que le Superclub Vidéotron de Blainville est un «franchisé» de la compagnie le Superclub Vidéotron Ltée (franchiseur) et que ces deux entreprises sont distinctes de Vidéotron. En conséquence, ni le « franchiseur » ni Vidéotron n'ont l'obligation d'assumer de responsabilités en lien avec la conduite des affaires du « franchisé ». Néanmoins, l'entreprise a soumis ses observations à l'égard de la présente plainte, sans admission quant à la compétence de la Commission.

L'enquête révèle que l'entreprise émet des procédures et des directives afin que les « franchisés » respectent les lois et les règlements applicables, notamment en matière de collecte et d'utilisation de renseignements personnels.

Dans le cadre de l'enquête, l'entreprise a fait valoir que la Commission doit évaluer la nécessité de la collecte des renseignements en cause, la date de naissance du client et le nom de famille de sa mère, lors de l'ouverture d'un compte client, à la lumière du test élaboré dans les décisions de la Cour du Québec dans les affaires *Société de transport de Laval c. X<sup>2</sup>*. et *Grenier c. Centre hospitalier universitaire de Sherbrooke*<sup>3</sup> :

[Un renseignement] sera nécessaire lorsque chaque fin spécifique poursuivie par l'organisme, pour la réalisation d'un objectif lié à ses attributions, sera légitime, importante, urgente et réelle, et lorsque l'atteinte au droit à la vie privée que pourra constituer la cueillette, la communication ou la conservation de chaque élément de renseignement sera proportionnelle à cette fin. Cette proportionnalité jouera en faveur de l'organisme lorsqu'il sera établi que l'utilisation est rationnellement liée à l'objectif, que l'atteinte est minimisée et que la divulgation du renseignement requis est nettement plus utile à l'organisme que préjudiciable à la personne. Autrement, le droit à la vie privée et à la confidentialité des renseignements personnels devra prévaloir.

<sup>2</sup> *Laval (Société de transport de la Ville de) c. X.*, [2003] C.A.I. 667 (C.Q.), affaire *Laval*.

<sup>3</sup> [2010] QCCQ 93.

---

L'entreprise soumet qu'elle recueille les renseignements d'identité, dont la date de naissance, afin de vérifier l'identité et la solvabilité d'un nouveau client auprès d'agences de crédit. Elle explique qu'il y a plusieurs circonstances où le nom d'une personne ne peut suffire pour satisfaire ces finalités : nom et date de naissance non conforme, plusieurs tentatives du client avec des noms similaires (ou par personnes interposées), cas de fraude, vol d'identité, plusieurs personnes avec le même nom, etc. À cet effet, l'entreprise a fourni des données détaillées sur ces situations et leur fréquence.

Elle ajoute que les conséquences opérationnelles et financières sont majeures pour elle et l'ensemble de sa clientèle (documentation à l'appui). La collecte d'identifiants « immuables » (par opposition à des identifiants temporaires) comme la date de naissance et le nom de jeune fille de la mère du futur abonné permet de réduire les pertes pour l'entreprise et de faire profiter sa clientèle des meilleurs tarifs.

Elle souligne que la majorité des abonnements aux services de l'entreprise sont conclus à distance, essentiellement par téléphone. Ainsi, l'identification physique et la présentation de pièces d'identité ou d'autres documents similaires ne sont pas réalistes.

En ce qui concerne le nom de fille de la mère, l'entreprise soutient qu'il lui permet d'identifier de manière sécuritaire le client lors de toutes communications futures afin de s'assurer qu'elle s'adresse à l'abonné. Néanmoins, une fois le compte ouvert, l'abonné peut demander qu'un mot de passe lui soit attribué. Cette mesure vise à le protéger d'une éventuelle fraude ou d'un vol d'identité.

L'entreprise mentionne que la validation de deux identifiants est un procédé reconnu dans l'industrie et le monde des affaires en général pour assurer un niveau élevé de fiabilité. Puisque l'entreprise ne peut demander au futur abonné des pièces d'identité avec photo lors d'un abonnement ou d'une transaction par téléphone, la pratique veut qu'elle demande le nom de jeune fille de sa mère. Elle précise que cet identifiant immuable évite les oublis, les doutes et les hésitations qui peuvent camoufler des tentatives de contournement ou de fraude.

L'entreprise conclut en indiquant qu'en application du test de l'affaire *Laval*, le nom de jeune fille de la mère ne révèle que peu de la vie privée d'une personne puisqu'il n'identifie en rien sa mère et ne permet pas de faire un lien direct et spécifique entre l'abonné et sa mère. L'atteinte au droit à la vie privée est donc minimale.

### Analyse

La Commission doit déterminer si l'entreprise est en droit de recueillir la date de naissance d'un futur abonné et le nom de famille de sa mère à la naissance lors de l'ouverture d'un compte client.

L'article 5 de la Loi sur privé prévoit :

5. La personne qui recueille des renseignements personnels afin de constituer un dossier sur autrui ou d'y consigner de tels renseignements ne doit recueillir que les renseignements nécessaires à l'objet du dossier.

Ces renseignements doivent être recueillis par des moyens licites.

Tel qu'indiqué par l'entreprise, la Commission doit déterminer si l'objectif poursuivi par la collecte de ces renseignements est légitime, important, urgent et réel et si l'atteinte au droit à la vie privée que constitue cette collecte est proportionnelle à cet objectif.

L'entreprise a expliqué, de manière détaillée et concrète, la nécessité de recueillir ces renseignements à l'ouverture du compte d'un futur client qui souhaite obtenir, par téléphone ou « à distance », des services de télécommunication. Elle a fourni à la Commission des données détaillées appuyant sa position.

L'entreprise, qui fait affaire au Québec, offre des services de télécommunication (télévision, téléphonie filaire et cellulaire, internet), en plus de vendre et de louer des équipements. Elle doit s'assurer de la solvabilité et de la capacité de payer de ses futurs abonnés et obtenir une identification véritable de la personne afin de pouvoir éventuellement retracer celle-ci, même en cas de déménagement.

Tel que l'indique l'entreprise, toute entente de services est donc sujette, au préalable, à l'identification de la personne qui souhaite s'abonner, à l'aide d'identifiants permanents ou immuables et à une vérification de la solvabilité de cette personne. La collecte de ces renseignements permet à l'entreprise de réduire ses pertes.

Puisque, selon ce qu'a démontré l'entreprise, la majorité des abonnements à ses services sont conclus à distance, essentiellement par téléphone, l'identification physique et la présentation de pièces d'identité ou d'autres documents similaires ne sont pas des alternatives envisageables.

Par ailleurs, la Commission a reconnu à plusieurs reprises la nécessité pour une entreprise de recueillir la date de naissance, en plus de l'identité et des coordonnées d'une personne, pour effectuer, avec son consentement, une enquête de crédit<sup>4</sup>.

Quant à la collecte du nom de jeune fille de la mère d'un futur client, elle vise à valider l'identité du client lors de communications ultérieures avec l'entreprise, afin de le protéger d'une éventuelle fraude ou d'un vol d'identité.

Comme le souligne l'entreprise, le nom de jeune fille de la mère révèle peu de la vie privée d'une personne. En effet, en l'absence du prénom, il ne permet pas d'identifier la mère et ne permet pas de faire un lien direct et spécifique entre l'abonné et sa mère. Ainsi, en comparaison avec d'autres identifiants, par exemple des numéros contenus sur des documents gouvernementaux servant souvent comme pièces d'identité (numéro d'assurance maladie, d'assurance sociale ou de permis de conduire, numéro de passeport), l'atteinte à la vie privée que constitue la collecte de ce renseignement est donc minimale.

Aussi, la collecte de ce renseignement est nettement plus utile à l'entreprise qu'elle est préjudiciable à la personne concernée. En fait, elle vise notamment, à le protéger, en évitant qu'un tiers puisse obtenir des informations au sujet de son compte ou effectuer des modifications à son abonnement sans son consentement.

De plus, l'entreprise a mis en place une alternative à l'utilisation de ce renseignement lors de communications ultérieures : une fois le compte ouvert, l'abonné peut demander qu'un mot de passe lui soit attribué, en remplacement de ce renseignement.

Ainsi, en application du test de nécessité précité et à la lumière des éléments factuels au dossier et des observations de l'entreprise, la Commission considère que celle-ci a démontré la nécessité de la collecte de la date de naissance d'un futur abonné et du nom de jeune fille de sa mère.

---

<sup>4</sup> *Regroupement des comités logement et Association de locataires du Québec et Corporation des propriétaires immobiliers du Québec*, [1995] C.A.I. 370; *Julien c. Domaine Laudance*, [2003] C.A.I. 77 ; *Perreault c. Blondin*, [2006] C.A.I. 162 ; *X. et Loca-Meuble*, CAI 08 11 10, 1<sup>er</sup> octobre 2013, c. Poitras; *X. et Skyventure Montréal*, C.A.I. 101888, 16 septembre 2013, c. Desbiens; *X. et Cellulaire Plus*, C.A.I. 1005592, 29 septembre 2014, c. Poitras, en appel : 500-80-029666-147 (C.Q.); *X. et Rogers Communications inc.*, C.A.I. 111310, 29 septembre 2014, c. Desbiens, en appel : 500-80-029665-149 (C.Q.).

En effet, les objectifs poursuivis par la collecte de ces renseignements par l'entreprise, dans le contexte du présent dossier, sont légitimes, importants, urgents et réels.

L'entreprise a également démontré la proportionnalité de l'atteinte à la vie privée que peut constituer cette collecte au regard des finalités poursuivies : l'utilisation des renseignements est rationnellement liée aux objectifs de cette collecte, l'atteinte est minimisée et la divulgation du renseignement requis est nettement plus utile à l'organisme que préjudiciable à la personne concernée.

En conséquence, la Commission ferme le présent dossier.

Diane Poitras,  
Juge administratif

c.c. M. ...  
M. ... , Super Club Vidéotron de Blainville