

# Conseils pratiques pour la mise en œuvre des lignes directrices régissant la protection de la vie privée pour les systèmes d'identification par radiofréquence

Certains organismes ont exprimé le souhait de recevoir des conseils pratiques pour déterminer s'il est opportun pour eux d'adopter un système d'identification par radiofréquence.

Cette technologie est considérée comme un moyen d'améliorer l'efficacité des procédés commerciaux, notamment en accélérant les vérifications des stocks et en réduisant les « fuites ».

Les organismes doivent tenir compte à la fois des avantages de l'identification par radiofréquence et de la possibilité que l'utilisation de cette technologie porte atteinte à la vie privée.

Même si une étiquette radio ne contient pas de renseignements personnels, de tels renseignements pourraient être créés si les données que contient l'étiquette sont couplées à un particulier.

L'utilisation d'un système d'identification par radiofréquence (comme d'autres technologies) dans un contexte commercial et de vente au détail est appropriée dans des situations limitées, contrôlées et bien définies.

Les conseils suivants visent à aider les organismes à élaborer des projets d'identification par radiofréquence pour la vente au détail qui tiennent compte des aspects touchant la protection de la vie privée et préservent la confiance des consommateurs.

Ces conseils pratiques aideront également les organismes à se conformer aux textes de loi sur la protection de la vie privée et à d'autres pratiques exemplaires, comme les *Lignes directrices régissant la protection de la vie privée pour les systèmes d'identification par radiofréquence* du CIPVP.

## 1. Responsabilité

- Les organismes devraient adopter une politique efficace en matière de vie privée qui tient compte des considérations particulières associées à la technologie d'identification par radiofréquence.
- Il revient avant tout aux organismes qui entretiennent les rapports les plus directs avec les consommateurs (généralement les détaillants) de s'efforcer de protéger les renseignements personnels de ces derniers.
- Les organismes sont comptables aux consommateurs en ce qui concerne la divulgation de renseignements personnels à leurs associés et filiales et à des tiers.

## 2. Détermination des fins de la collecte de renseignements

- Les organismes devraient recueillir, utiliser ou divulguer des renseignements personnels couplés à des étiquettes radio uniquement à des fins qu'une « personne raisonnable » jugerait appropriées dans les circonstances. Une fin raisonnable exclurait la surveillance et le profilage de particuliers sans leur consentement éclairé et écrit.

## Avis

- Les organismes devraient informer les consommateurs de la présence d'une étiquette radio dans un produit au moyen d'un avis clair placé bien en évidence sur le produit.
- Les organismes devraient informer les consommateurs de la présence de lecteurs d'étiquettes radio sur les lieux en installant des affiches claires et bien en évidence aux entrées.
- Les affiches installées aux entrées devraient donner le nom et les coordonnées d'une personne qui répondra aux questions des consommateurs sur le système d'identification par radiofréquence.
- Les consommateurs devraient toujours savoir quand, où et pourquoi une étiquette radio est lue. Des indicateurs visuels ou auditifs devraient être intégrés dans le système d'identification par radiofréquence à cette fin.

### **3. Consentement**

- Les organismes devraient établir une politique claire sur le consentement à obtenir pour recueillir, utiliser et divulguer des renseignements personnels couplés à une étiquette radio, en tenant compte de la nature, du caractère délicat et de l'utilisation prévue des produits.
- À moins que le consommateur n'en décide autrement, les étiquettes radio fixées à des produits qui seront portés ou transportés par le consommateur ou qui pourraient révéler des renseignements délicats (p. ex., des médicaments) devraient être enlevées, détruites ou désactivées au moment de l'achat.

### **4. Limitation de la collecte**

- Avant de commencer à utiliser des étiquettes radio couplées à des renseignements sur les consommateurs, les organismes devraient envisager des solutions de rechange qui leur permettraient d'obtenir les mêmes résultats sans recueillir de renseignements personnels. Il est essentiel de mener une évaluation de l'impact sur la vie privée.
- Dans la mesure du possible, les organismes devraient chercher à recueillir le minimum de renseignements sur les consommateurs qui sont couplés à des étiquettes radio.

### **5. Limitation de l'utilisation, de la divulgation et de la conservation**

- Les organismes ne devraient pas utiliser ou divulguer de renseignements sur les consommateurs qui sont couplés à des étiquettes radio à des fins auxquelles le particulier n'a pas consenti.
- Les organismes ne devraient pas utiliser ou divulguer de renseignements sur les consommateurs qui sont couplés à des étiquettes radio à des tiers qui pourraient profiler ou surveiller le particulier.
- Les organismes devraient supprimer dans les plus brefs délais tous les renseignements sur les consommateurs qui sont couplés à des étiquettes radio.

## 6. Exactitude

- Les organismes qui utilisent des renseignements sur les consommateurs qui sont couplés à des étiquettes radio afin de prendre des décisions qui se répercuteront sur des particuliers doivent s'assurer que ces renseignements sont suffisamment exacts, complets et à jour à cette fin.

## 7. Mesures de sécurité

- Les organismes qui couplent des étiquettes radio à des renseignements personnels devraient prendre des mesures appropriées, à commencer par une évaluation exhaustive de l'impact sur la vie privée, pour veiller à ce que :
  - les étiquettes radio ne contiennent pas de renseignements personnels;
  - les étiquettes radio ne soient pas lues par des personnes non autorisées, que soit au sein de l'organisme ou à l'extérieur;
  - le couplage des étiquettes radio et des renseignements sur les consommateurs soit réduit au minimum et que les renseignements résultant de ce couplage soient sécurisés.
- Les consommateurs qui entrent en possession d'étiquettes radio, notamment au moment d'un achat, devraient pouvoir :
  - demander que ces étiquettes soient enlevées, détruites ou désactivées facilement et sans pénalité ni conséquence;
  - s'assurer, lorsqu'ils retournent un article, de supprimer le couplage entre leurs renseignements personnels et cet article.

## 8. Transparence

- Les organismes devraient publier, conformément aux lois applicables, des renseignements sur leurs politiques concernant la collecte, la conservation et les utilisations des renseignements sur les consommateurs qui sont couplés à des étiquettes radio.
- Les organismes devraient mettre à la disposition du public des renseignements généraux sur la technologie d'identification par radiofréquence qu'ils utilisent et sur la signification de tous les symboles et logos employés.

## 9. Accès aux renseignements personnels

- Les consommateurs devraient avoir le droit de savoir quels renseignements personnels, le cas échéant, sont stockés dans leurs étiquettes radio ou couplés à celles-ci.
- Sur demande, les organismes devraient fournir aux consommateurs un compte rendu de toutes les utilisations et divulgations de renseignements personnels couplés à des étiquettes radio.

- Il devrait être possible de rectifier ou de modifier les renseignements couplés à des étiquettes radio qui sont inexacts ou inutiles.

#### **10. Possibilité de porter plainte en cas de non-respect des principes**

- Les organismes devraient informer les consommateurs de leurs droits et des procédures établies pour porter plainte en cas de non-conformité aux présents principes en matière de protection de la vie privée.
- Les organismes pourraient soumettre à des vérifications régulières l'utilisation et la sécurité de leurs technologies ou systèmes d'identification par radiofréquence. Ces vérifications, par exemple, pourraient porter sur la conformité de l'entreprise à ses politiques et procédures opérationnelles.