

Rapport final Résumé

Sondage de 2017 auprès des entreprises canadiennes concernant les enjeux liés à la protection des renseignements personnels

Préparé pour le Commissariat à la protection de la vie privée
du Canada

publications@priv.gc.ca

Janvier 2018

This report is also available in English.

Résumé

Le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada (le Commissariat) a retenu les services de Phoenix Strategic Perspectives (Phoenix SPI) afin de réaliser un sondage téléphonique de 13 minutes auprès de 1 014 entreprises canadiennes. Compte tenu de la taille de l'échantillon, les résultats sont fiables à plus ou moins 3,1 %, 19 fois sur 20. Le travail sur le terrain a été réalisé entre le 27 octobre et le 30 novembre 2017, et les résultats ont été pondérés pour refléter la distribution réelle des entreprises au Canada.

La recherche visait à donner un portrait plus exact du degré de familiarité des entreprises avec les exigences et les enjeux liés à la protection des renseignements personnels, à en savoir plus sur les types de politiques et pratiques en la matière mis en place par ces entreprises et à déterminer leurs besoins en renseignements sur la protection des renseignements personnels. Les résultats seront utilisés par le Commissariat : 1) pour fournir des directives aux particuliers et aux organisations à propos de la protection des renseignements personnels, et 2) pour améliorer ses efforts de diffusion auprès des petites entreprises.

1. Collecte, entreposage et protection des renseignements sur les clients

Les entreprises canadiennes continuent de recueillir une grande variété de renseignements personnels sur leurs clients. Comme l'indiquent les sondages des années précédentes, les coordonnées sont en tête de liste, avec une large majorité des entreprises (94 %) qui recueillent les noms, les numéros de téléphone et les adresses postales ou électroniques de leurs clients. Les autres types de renseignements mentionnés assez fréquemment comprennent les opinions, les évaluations et les commentaires (29 %), les renseignements financiers, comme les factures, les cartes de crédit et les dossiers bancaires (25 %) ainsi que les documents d'identité, tels que les numéros d'assurance sociale (21 %).

Près des trois quarts des répondants (73 %) déclarent que leur entreprise stocke les renseignements recueillis sur les clients sur place, par voie électronique. Ceci constitue un changement important par rapport aux années précédentes, où le stockage de renseignements en format papier était la principale méthode utilisée par les entreprises. À 56 % (en baisse par rapport aux 62 % de 2015), le stockage sur place en format papier est la deuxième méthode la plus fréquemment mentionnée. Parmi les autres méthodes de stockage des renseignements sur les clients, citons l'utilisation de dispositifs portables, tels que les ordinateurs portables, les clés USB ou les tablettes (26 %) et le stockage hors site chez un tiers (18 %).

Concernant la protection des données, 94 % des entreprises interrogées utilisent au moins une méthode de sécurité pour protéger les renseignements personnels de leurs clients. La fréquence du recours à des méthodes de sécurité n'a pas évolué depuis 2015, où 93 % des entreprises utilisaient au moins une mesure. Comme en 2015, les mesures les plus courantes utilisées sont les mots de passe (78 %) et les mesures matérielles (77 %). Une plus petite proportion de répondants indiquent que leur entreprise utilise des contrôles organisationnels (60 %), des mesures technologiques (59 %) ainsi que des tests de révision du système et des mises à jour de sécurité (55 %).

2. Pratiques de l'entreprise en matière de protection des renseignements personnels

Comme en 2015, environ deux tiers des cadres d'entreprise interrogés (68 %) indiquent que leur entreprise accorde beaucoup d'importance à la protection des renseignements personnels de ses clients. Mettant en lumière cette importance, près ou plus de la moitié des entreprises sondées ont un responsable de la protection des renseignements personnels (59 %), des politiques internes pour le personnel précisant les obligations en matière de protection des renseignements personnels (50 %) et des procédures pour traiter les plaintes des consommateurs (51 %) ou les demandes des consommateurs pour accéder à leurs renseignements personnels (47 %). Ces résultats sont restés pratiquement inchangés depuis 2015. Par ailleurs, 37 % (en hausse par rapport aux 32 % de 2015) donnent régulièrement au personnel une formation et de l'information sur la protection des renseignements personnels.

Concernant les politiques sur la protection des renseignements personnels, moins de la moitié des répondants (44 %) indiquent que leur entreprise dispose d'une telle politique qui explique aux clients comment l'entreprise recueillera et utilisera leurs renseignements personnels. Parmi les entreprises disposant d'une politique sur la protection des renseignements personnels (n = 486), plus de 9 sur 10 ont une politique qui explique en langage simple quels renseignements personnels sont recueillis (92 %) et à quelles fins (95 %). Par ailleurs, trois quarts de ces entreprises ont une politique sur la protection des renseignements personnels qui explique clairement à quelles entités les renseignements personnels recueillis seront communiqués. Parmi les entreprises disposant d'une politique sur la protection des renseignements personnels, la moitié (52 %) y explique le risque de préjudice en cas d'atteinte.

3. Gestion des risques liés à la protection des renseignements personnels

Les cadres étaient quelque peu divisés quant à leur niveau de préoccupation à l'égard d'une atteinte à la protection des données. Près du quart des répondants (23 %) ont choisi la cote la plus élevée (extrêmement préoccupé), tandis que 36 % ont indiqué ne pas être préoccupés du tout. Globalement, près de la moitié (48 %) des répondants ont exprimé un niveau de préoccupation au moins modéré (notes de trois ou plus sur l'échelle de sept points), et exactement la moitié (50 %) des répondants se sont dits peu ou pas préoccupés. La proportion des cadres non préoccupés par une atteinte à la protection des données est passée de 44 % en 2015 à 50 % en 2017.

Quatre entreprises sondées sur 10 (40 %) ont des politiques ou des procédures établies dans l'éventualité d'une atteinte compromettant les renseignements personnels des clients. Presque autant de répondants (38 %) indiquent que leur entreprise dispose de politiques ou de procédures établies pour évaluer les risques d'atteinte à la protection des renseignements personnels liés à leur entreprise. La proportion d'entreprises disposant de politiques ou de procédures pour gérer les atteintes à la protection des données et pour évaluer les risques d'atteinte à la sécurité des renseignements personnels est restée pratiquement la même depuis 2015.

4. Sensibilisation aux lois fédérales sur la protection des renseignements personnels et répercussions de ces lois

La sensibilisation des entreprises aux responsabilités en vertu des lois sur la protection des renseignements personnels du Canada n'a pas changé depuis 2015. Lorsqu'on leur demande d'évaluer la sensibilisation de leur entreprise à ses responsabilités en vertu des lois sur la protection des renseignements personnels du Canada, une forte minorité (44 %) de cadres d'entreprise indiquent que leur entreprise y est très sensibilisée, tandis qu'une part légèrement inférieure (38 %) indique que leur entreprise présente un niveau de sensibilisation modéré. Comme en 2015, globalement, 82 % des entreprises sont au moins quelque peu au courant de leurs responsabilités en vertu des lois sur la protection des renseignements personnels du Canada.

Deux tiers des entreprises interrogées (66 %) indiquent que leur entreprise a pris des mesures pour respecter les lois sur la protection des renseignements personnels du Canada. Cela représente une augmentation de sept points de pourcentage depuis 2015, où 59 % des entreprises avaient pris de telles mesures. Parmi celles qui ont pris des mesures pour les respecter (n = 719), environ 9 sur 10 (89 %) déclarent que leur entreprise n'a pas trouvé cela difficile. Par ailleurs, la plupart des entreprises ayant pris des mesures pour respecter les lois sur la protection des renseignements personnels du Canada (66 %) n'ont rencontré aucune difficulté. Parmi les entreprises qui n'ont pris aucune mesure pour les respecter (n = 237), près de 6 sur 10 (57 %) ne prévoient pas de difficulté ou d'obstacle.

5. Communications et sensibilisation

Les cadres d'entreprise ont été interrogés sur l'utilité d'outils ou de ressources potentiels pour aider leur entreprise à respecter les lois sur la protection des renseignements personnels du Canada. Un peu plus de la moitié (53 %) a indiqué que les renseignements sur la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) et les responsabilités connexes seraient une ressource utile. Moins de la moitié a jugé les autres outils ou ressources utiles : 44 % ont indiqué que les outils d'apprentissage en ligne expliquant la LPRPDE seraient utiles; 43 % ont dit la même chose à propos des outils de formation à l'attention du personnel; et 35 % ont déclaré que les outils interactifs d'évaluation des pratiques en matière de protection des renseignements personnels seraient utiles (près du quart ignorait si les outils interactifs seraient utiles ou non).

À peine plus d'un quart (27 %) des cadres d'entreprise interrogés ont déclaré que leur entreprise avait recherché des renseignements ou communiqué avec quelqu'un pour obtenir ses conseils à propos des responsabilités de l'entreprise en vertu des lois sur la protection des renseignements personnels du Canada. Interrogés sur les organisations ou ressources que leur entreprise utilise (ou utiliserait) pour mieux comprendre ses responsabilités en matière de protection des renseignements personnels, 27 % des cadres d'entreprise ont répondu l'Internet (en général) ainsi que Google (14 %) ou des sites Web précis (5 %). Après l'Internet, 19 % consultaient (ou consulteraient) le gouvernement fédéral, 15 % un gouvernement provincial, et 14 % un avocat. Plus de 4 répondants sur 10 (44 %, en hausse par rapport aux 41 % de 2015) savaient que le Commissariat dispose d'information et d'outils pour aider les entreprises à se conformer à leurs obligations en matière de protection des renseignements personnels.

Sondage de 2017 auprès des entreprises canadiennes concernant les enjeux liés à la protection des renseignements personnels

Différences entre les sous-groupes

Comme pour les années précédentes, c'est la taille de l'entreprise qui a la plus forte incidence sur les pratiques en matière de protection des renseignements personnels d'une entreprise. Les entreprises qui comptent 100 employés et plus ont tendance à recueillir plus de types de renseignements personnels auprès de leurs clients, et sont plus susceptibles de stocker ces renseignements sur place, par voie électronique. Par ailleurs, les grandes entreprises sont plus susceptibles d'avoir pris des mesures pour protéger les renseignements personnels de leurs clients, d'avoir mis en place une série de pratiques en matière de protection des renseignements personnels et de disposer d'une politique sur la protection des renseignements personnels qui explique comment elles recueillent et utilisent les renseignements des clients. Les grandes entreprises sont également plus susceptibles d'avoir mis en place des protocoles en cas d'atteinte à la protection des données, ainsi que des politiques pour évaluer les risques d'atteinte à la sécurité des renseignements personnels en lien avec leur entreprise. Enfin, la connaissance de leurs responsabilités en vertu des lois sur la protection des renseignements personnels du Canada était supérieure parmi les grandes entreprises, et ces dernières étaient plus susceptibles d'avoir pris des mesures pour s'assurer de respecter les lois sur la protection des renseignements personnels.

Renseignements supplémentaires

Valeur du contrat :

La valeur du contrat était de 58 737,40 \$ (taxes applicables comprises).

Énoncé de neutralité politique :

Je déclare par la présente, à titre de cadre supérieure de Phoenix Strategic Perspectives, que les produits livrables respectent toutes les exigences de neutralité politique du gouvernement du Canada décrites dans la Politique de communication du gouvernement Canada et la Procédure de planification et d'attribution de marchés de services de recherche sur l'opinion publique. Plus particulièrement, les produits finaux ne comprennent pas de renseignements sur les intentions de vote aux élections, les préférences de partis politiques, les positions vis-à-vis de l'électorat ou l'évaluation de la performance d'un parti politique ou de son dirigeant.



Alethea Woods
Présidente
Phoenix Strategic Perspectives Inc

Sondage de 2017 auprès des entreprises canadiennes concernant les enjeux liés à la protection des renseignements personnels