



# Politiques liées au Cadre de transparence et de consentement d'IAB Canada

- Le présent document décrit les politiques qui s'appliquent aux participants au Cadre de transparence et de consentement d'IAB Canada.
- Les participants peuvent inclure des éditeurs, des annonceurs, des fournisseurs ou des plateformes de gestion du consentement (PGC). Chaque catégorie de participants a des obligations et des exigences précises, lesquelles sont décrites dans les présentes politiques.
- Afin de garantir leur participation au cadre, les participants doivent respecter ces politiques.
- Les participants ne peuvent pas modifier, améliorer ou rectifier leur mise en œuvre de ce cadre, sauf si cela est expressément énoncé dans les politiques ou les spécifications.
- Les participants doivent se conformer aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels. En cas de conflit entre nos politiques et les lois en vigueur, celles-ci ont prévalence.
- Les participants doivent éviter de profiler ou de catégoriser les personnes d'une manière qui conduirait à un traitement injuste, non éthique, discriminatoire ou contraire aux lois relatives aux droits de la personne.

# Aperçu

Aperçu

Préambule

Chapitre I : Définitions

1. Définitions

Chapitre II : Politique pour les PGC

2. Demande de participation et inscription

3. Respect des politiques du cadre

4. Respect des spécifications

5. Gestion des objectifs et des autorisations

6. Travailler avec des fournisseurs

7. Travailler avec des éditeurs

8. Tenue de dossiers

9. Responsabilité

Chapitre III : Politique pour les fournisseurs

10. Demande de participation et inscription

11. Respect des politiques du cadre

12. Respect des spécifications

13. Travailler avec des PGC

14. Travailler avec des éditeurs

15. Démontrer des autorisations

16. Objectifs, objectifs particuliers, fonctionnalités et fonctionnalités particulières

17. Responsabilité

Chapitre IV : Politique pour les éditeurs

18. Participation

19. Respect des politiques du cadre

20. Respect des spécifications

21. Travailler avec des PGC

22. Travailler avec des fournisseurs

23. Gestion des objectifs et des autorisations

24. Responsabilité

Chapitre V : Interaction avec des utilisateurs

## Annexe A : Définition des objectifs et des fonctionnalités

### A. Objectifs

Objectif 2 – Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité

Objectif 3 – Créer des profils pour une publicité personnalisée

Objectif 4 – Utiliser des profils pour sélectionner des publicités personnalisées

Objectif 5 – Créer des profils pour personnaliser le contenu

Objectif 6 – Utiliser des profils pour sélectionner du contenu personnalisé

Objectif 7 – Mesurer la performance publicitaire

Objectif 8 – Mesurer la performance du contenu

Objectif 9 – Comprendre les différents publics à l'aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources

Objectif 10 – Développer et améliorer les services

### B. Objectifs particuliers

**Objectif particulier 1 – Assurer la sécurité, prévenir et détecter les fraudes et corriger les erreurs**

### C. Objectif particulier 2 – Fournir et présenter de la publicité et du contenu

#### Fonctionnalités

**Fonctionnalité 1 – Associer et combiner des données provenant d'autres sources**

**Fonctionnalité 2 – Relier divers appareils**

**Fonctionnalité 3 – Identifier des appareils sur la base des informations transmises automatiquement**

### D. Fonctionnalités particulières

**Fonctionnalité particulière 1 – Utiliser des données de géolocalisation précises**

**Fonctionnalité particulière 2 – Balayer activement les caractéristiques d'appareils aux fins d'identification**

### E. Regroupements

**Regroupement 1 – Données de géolocalisation précises et identification par balayage d'appareils**

**Regroupement 2 – Publicité basée sur des données limitées et mesure de la publicité**

**Regroupement 3 – Publicités personnalisées**

**Regroupement 4 – Publicité basée sur des données limitées, mesure de la publicité et études sur l'audience**

**Regroupement 5 – Publicité basée sur des données limitées, profil publicitaire**

**personnalisé et mesure de la publicité**

**Regroupement 6 – Sélection de publicités personnalisées et de la mesure de la publicité**

**Regroupement 7 – Sélection de publicités personnalisées, de la mesure de la publicité, et d'études sur l'audience**

**Regroupement 8 – Publicités personnalisées et mesure de la publicité**

**Regroupement 9 – Publicité personnalisée, mesure de la publicité et études sur l'audience**

**Regroupement 10 – Publicités personnalisées**

**Regroupement 11 – Contenu personnalisé**

**Regroupement 12 – Sélection de contenu personnalisé et de la mesure du contenu**

**Regroupement 13 – Sélection de contenu personnalisé, mesure du contenu et études sur l'audience**

**Regroupement 14 – Contenu personnalisé et mesure du contenu**

**Regroupement 15 – Contenu personnalisé, mesure du contenu et informations sur l'audience**

**Regroupement 16 – Contenu personnalisé, mesure du contenu, études sur l'audience et développement de services**

**Regroupement 17 – Mesure de la publicité et du contenu, et études sur l'audience**

**Regroupement 18 – Mesure de la publicité et du contenu**

**Regroupement 19 – Mesure de la publicité et études sur l'audience**

**Regroupement 20 – Mesure de la publicité et du contenu, études sur l'audience et développement de services**

**Regroupement 21 – Mesure du contenu, études sur l'audience et développement de services**

**Regroupement 22 – Mesure du contenu et développement des services**

**Regroupement 23 – Sélection de publicités et de contenu personnalisés, et de la mesure de la publicité et du contenu**

**Regroupement 24 – Sélection de publicités et de contenu personnalisés, de la mesure de la publicité et du contenu, et d'études sur l'audience**

**Regroupement 25 – Publicité et contenu personnalisés, mesure de la publicité et du contenu**

**Regroupement 26 – Publicité et contenu personnalisés, mesure de la publicité et du contenu, et études sur l'audience**

**Regroupement 27 – Profil de publicité et de contenu personnalisés**

**Regroupement 28 – Sélection de publicités et de contenu personnalisés**

**Regroupement 29 – Publicité basée sur des données limitées, mesure de la publicité et du contenu, et études sur l’audience**

**Regroupement 30 – Sélection de publicités personnalisées, du contenu personnalisé, de la mesure de la publicité et du contenu, et d’études sur l’audience**

**Regroupement 31 – Sélection de publicités personnalisées, du contenu personnalisé, de la mesure de la publicité et du contenu, et d’études sur l’audience, et développement de services**

**Regroupement 32 – Publicité basée sur des données limitées, contenu personnalisé, mesure de la publicité et du contenu, et études sur l’audience**

**Regroupement 33 – Publicité basée sur des données limitées, contenu personnalisé, mesure de la publicité et du contenu, études sur l’audience et développement de services**

**Regroupement 34 – Publicité basée sur des données limitées, contenu personnalisé, mesure du contenu et études sur l’audience**

**Regroupement 35 – Publicité basée sur des données limitées, contenu personnalisé, mesure du contenu, études sur l’audience et développement de services**

**Regroupement 36 – Publicité basée sur des données limitées, contenu personnalisé et mesure de la publicité**

**Regroupement 37 – Publicité basée sur des données limitées, contenu personnalisé, mesure de la publicité et développement de services**

**Regroupement 38 – Publicité personnalisée, mesure de la publicité et développement de services**

**Regroupement 39 – Publicité personnalisée, mesure de la publicité, études sur l’audience et développement de services**

**Regroupement 40 – Publicité personnalisée, mesure de la publicité et du contenu, études sur l’audience et développement de services**

**Regroupement 41 – Publicité personnalisée, sélection de contenu personnalisé, de la mesure de la publicité et du contenu, et d’études sur l’audience, et développement de services**

**Regroupement 42 – Publicité et contenu personnalisés, mesure de la publicité et du contenu, études sur l’audience et développement de services**

F. Exemples de combinaison de regroupements

Exemple de combinaison de regroupements 1

Exemple de combinaison de regroupements 2

Exemple de combinaison de regroupements 3 (annonceurs)

#### Annexe B : Exigences relatives à l'interface utilisateur

- A. Portée
- B. Règles et exigences générales pour les interfaces utilisateur du cadre
- C. Exigences précises concernant les interfaces utilisateur du cadre en lien avec la demande de consentement exprès présentée à l'utilisateur
- D. Exigences précises pour les interfaces utilisateur du cadre en lien avec l'historique des versions et le journal des modifications liés aux énoncés de consentement tacite

## Préambule

- i. Le Cadre de transparence et de consentement consiste en un ensemble de spécifications techniques et de politiques auxquelles les éditeurs, les annonceurs, les fournisseurs de technologies et toute personne y voyant un intérêt peuvent volontairement choisir de souscrire.
- ii. L'objectif du cadre est d'aider les acteurs de l'écosystème en ligne à se conformer aux exigences de transparence et de consentement prévues par les lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels. Le cadre établit les moyens pris pour informer les utilisateurs de la collecte, de l'utilisation et de la divulgation de leurs renseignements personnels, des objectifs d'une telle collecte, utilisation ou divulgation, ainsi que des entreprises qui cherchent à recueillir, utiliser ou divulguer ces renseignements aux fins des mêmes objectifs. Le cadre établit une approche offrant la liberté de choix aux utilisateurs à ces égards et signale aux tierces parties, entre autres choses, les renseignements qui ont été divulgués aux utilisateurs ainsi que les choix de ces derniers.
- iii. Pour atteindre les objectifs du cadre, il faut normaliser la technologie, comme la façon dont sont divulgués les renseignements et dont les choix des utilisateurs sont stockés et signalés aux participants. Il faut également normaliser certains des avis envoyés aux utilisateurs, des choix offerts à ces derniers et des comportements que les participants adoptent lorsqu'ils interagissent avec les utilisateurs ou répondent à des demandes entre participants.
- iv. Le cadre n'est pas destiné à faciliter la collecte, l'utilisation ou la divulgation licite de renseignements personnels sensibles, sauf à des fins particulières et bien définies, et n'a pas été conçu à cet effet.
- v. Bien que la participation au cadre soit une composante utile et essentielle au respect des lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels dans l'écosystème en ligne, elle ne se substitue pas à la responsabilité de chaque participant d'assumer ses propres obligations légales et d'avoir recours à des services internes ou externes de consultation ou de conseil juridiques à cet égard. De tels conseils juridiques internes ou externes porteraient sur des considérations propres à l'administration, notamment sur la manière dont un participant choisirait de mettre en œuvre le cadre conformément aux exigences de la *Loi 25* dans la province de Québec, et aux orientations des autorités de réglementation de la protection de la vie privée.
- vi. Le cadre ne doit servir qu'à la collecte de renseignements personnels dans la mesure où ces renseignements sont nécessaires pour atteindre les objectifs divulgués par les participants.
- vii. Le cadre doit être tenu à jour au fil du temps, à mesure que se voient modifiés la législation, les exigences légales, les pratiques réglementaires, les pratiques commerciales, les besoins des entreprises et d'autres facteurs pertinents.

# Chapitre I : Définitions

## 1. Définitions

1. « **Lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels** » : toute législation fédérale ou provinciale sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé ou public, qui régit la collecte, l'utilisation et la divulgation de renseignements personnels, y compris la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE), la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé* du Québec (Loi 25), la *Personal Information Protection Act of Alberta* (PIPA Alberta), la *Personal Information Protection Act of British Columbia* (PIPA BC) ou la *Loi sur la protection des renseignements personnels* du Canada, comme modifiée.
2. « **Propriété numérique** » : fait référence à un site Web, une application ou un autre mécanisme de prestation de contenu ou de services dans lequel des publicités numériques sont publiées ou des renseignements sont recueillis et/ou utilisés aux fins de tout objectif ou objectif particulier.
3. « **Fonctionnalité** » : fait référence à l'une des fonctions pour lesquelles des renseignements personnels sont utilisés par les participants au cadre, renseignements qui sont définis dans les politiques ou les spécifications, utilisés aux fins d'un ou plusieurs objectifs pour lesquels l'utilisateur ne se voit pas offrir de choix distinct de celui qu'il se voit offrir dans le cadre des objectifs pour lesquels ces renseignements sont utilisés.
4. « **Politiques du cadre** » (les « **politiques** ») : fait référence à la présente politique ou à tout autre document officiel de politique diffusé et tenu à jour occasionnellement par IAB Canada, lequel définit les exigences relatives à la participation conforme au cadre, y compris, sans toutefois s'y limiter, aux annexes A et B des présentes politiques et à toute directive stratégique connexe ou mesure d'application de la loi communiquée publiquement, ainsi que les exigences relatives à l'utilisation de ces dernières.
5. « **IU du cadre** » : fait référence à une interface utilisateur ou une expérience utilisateur définie dans les spécifications et destinée à être présentée à un utilisateur pour établir les autorisations accordées aux fournisseurs de la LFM en conformité avec les lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels. Les politiques et les spécifications définissent les exigences relatives à l'IU ainsi que les aspects configurables par les éditeurs.
6. « **Spécifications du cadre** » (les « **spécifications** ») : fait référence à la documentation technique officielle diffusée par IAB Canada de concert avec IAB Tech Lab, ou un autre organisme technique désigné, qui est tenue à jour occasionnellement et qui décrit la mise en œuvre technique du cadre, y compris, sans toutefois s'y limiter, les spécifications relatives à la chaîne de transparence et de consentement au moyen du format de liste des fournisseurs mondiaux, les spécifications API de la plateforme



de gestion du consentement et toute directive de mise en œuvre connexe.

7. « **Liste des fournisseurs mondiaux** » (la « **LFM** » ou la « **liste des fournisseurs** ») : fait référence à la liste des fournisseurs qui se sont inscrits auprès d'IAB Canada pour participer au cadre. La liste est gérée et tenue à jour par IAB Canada et est indiquée en référence par les plateformes de gestion du consentement (PGC), les éditeurs et les fournisseurs individuels. Sa structure et son contenu doivent être déterminés par les spécifications.
8. « **Première couche** » : fait référence à l'information qui doit être affichée visiblement à l'utilisateur dans l'IU avant que celui-ci ne puisse donner son consentement. Pour éviter toute ambiguïté, le terme « afficher visiblement » ne doit pas être compris comme excluant d'autres formes de présentation de l'information, comme l'accès assisté à l'Internet ou l'affichage sur des appareils dotés d'une interface utilisateur non visuelle, par exemple.
9. « **Bureau de la publicité interactive du Canada** » (« **IAB Canada** » ou l'« **organisme de gestion** », ou l'« **OG** ») : fait référence à l'entité qui gère et régit le cadre, y compris les politiques, les spécifications et la liste des fournisseurs mondiaux. IAB Canada mettra à jour les présentes politiques chaque fois qu'il le jugera nécessaire pour en garantir la réussite continue. Conformément au cadre, IAB Canada peut désigner un ou plusieurs tiers pour remplir en son nom certaines fonctions et/ou tâches de l'OG en vertu du cadre.
10. « **Objection** » : fait référence à une action entreprise par l'utilisateur dans une IU du cadre pour indiquer son opposition à la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels par les fournisseurs. Un signal d'objection peut également être établi par les PGC sur instruction des éditeurs pour donner suite à une restriction de l'éditeur.
11. « **Autorisation** » : fait référence à une permission accordée en vue de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels en vertu du cadre en utilisant un consentement exprès ou implicite, conformément aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels. Les autorisations relevant du cadre peuvent être établies selon les éléments suivants :
  - (a) Portée propre au service, ce qui signifie qu'une autorisation n'est applicable qu'au service (p. ex. une autorisation est obtenue et gérée pour le site Web ou l'application d'un éditeur);
  - (b) Portée propre au groupe, ce qui signifie qu'une autorisation n'est applicable que pour un groupe prédéfini de services (p. ex. un certain nombre de propriétés numériques d'un ou de plusieurs éditeurs qui mettent en œuvre des PGC selon la portée de leur groupe, chacune d'entre elles permettant aux utilisateurs de gérer leurs choix concernant les autorisations établies pour le groupe pour tous les services qu'il offre);
  - (c) Hors bande (HB), ce qui signifie qu'une autorisation n'a pas été établie à l'aide du cadre, ne se reflète dans aucun signal du cadre et ne peut être gérée par les utilisateurs du cadre.

12. « **Renseignements personnels** » : fait référence à toutes les informations qui sont réputées comme étant des renseignements personnels en vertu des lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels.
13. « **Données de géolocalisation précises** » : fait référence à des informations sur l'emplacement géographique d'un utilisateur qui sont exactes jusqu'à 500 mètres et/ou à des données de latitude et de longitude au-delà de la deuxième décimale.
14. « **Éditeur** » : fait référence à l'exploitant d'une propriété numérique qui est principalement chargé de veiller à ce que l'IU du cadre soit présentée aux utilisateurs et à ce que les autorisations soient établies relativement aux fournisseurs susceptibles de traiter des renseignements personnels en fonction des visites des utilisateurs sur la propriété numérique de l'éditeur.
15. « **Objectif** » : fait référence à l'un des buts définis aux fins desquels des renseignements personnels sont recueillis, utilisés ou divulgués par les participants au cadre, renseignements qui sont définis dans les politiques ou les spécifications et pour lesquels l'utilisateur se voit donner un choix, c.-à-d. d'accorder sa permission à la collecte, à l'utilisation ou à la divulgation de renseignements personnels.
16. « **Signal** » : fait référence à tout signal défini par les politiques ou les spécifications envoyées par une PGC, généralement pour le compte d'un éditeur à des fournisseurs, qui comprend des informations concernant les autorisations, p. ex. des informations sur la transparence, et/ou le statut des autorisations d'un fournisseur et/ou d'un objectif, le statut des autorisations d'une fonctionnalité particulière et les restrictions de l'éditeur.
17. « **Fonctionnalité particulière** » : fait référence à l'une des fonctionnalités pour lesquelles des renseignements personnels sont utilisés par les participants au cadre, renseignements qui sont définis dans les politiques ou les spécifications, utilisés aux fins d'un ou plusieurs objectifs pour lesquels l'utilisateur se voit offrir le choix d'accorder son consentement exprès (p. ex. pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation de données de géolocalisation précises) séparément du choix qu'il se voit offrir dans le cadre des objectifs pour lesquels ces renseignements sont utilisés.
18. « **Objectif particulier** » : fait référence à l'un des buts définis aux fins de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation de renseignements personnels par les participants au cadre, lesquels renseignements sont définis dans les politiques ou les spécifications, pour lesquels les fournisseurs recueillent, utilisent ou divulguent des renseignements personnels et pour lesquels l'utilisateur ne se voit pas accorder de choix par une PGC parce que la collecte, l'utilisation ou la divulgation peut se faire sans son consentement en vertu des lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels.
19. « **Regroupement** » : fait référence à l'une des combinaisons d'objectifs et/ou de fonctionnalités particulières pour lesquels des renseignements personnels sont recueillis, utilisés ou divulgués par les participants au cadre et qui peuvent être utilisés afin de remplacer ou de compléter des descriptions plus approfondies d'objectifs et/ou de fonctionnalités particulières dans la couche initiale d'une IU.

20. « **Cadre de transparence et de consentement** » (le « **cadre** », ou le « **CTC** ») : fait référence au cadre comprenant les différents éléments définis en marge des présentes politiques. Son objectif est d'aider toutes les parties de la chaîne publicitaire numérique à se conformer aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels lorsqu'elles collectent, utilisent ou divulguent de tels renseignements.
21. « **Plateforme de gestion de la transparence et du consentement** » (« **plateforme de gestion du consentement** », ou « **PGC** ») : fait référence à l'entreprise ou l'organisation qui centralise et gère la transparence pour l'utilisateur final, ainsi que le consentement et les révocations de consentement de celui-ci. La PGC peut lire et mettre à jour le statut des autorisations des fournisseurs sur la LFM. Elle agit à titre d'intermédiaire entre les éditeurs, les utilisateurs finaux et les fournisseurs pour garantir la transparence et aider les fournisseurs et les éditeurs à établir des autorisations de collecte, d'utilisation ou de divulgation des renseignements personnels, à obtenir le consentement des utilisateurs au besoin, ainsi qu'à gérer les révocations des utilisateurs et à communiquer les autorisations à l'écosystème. La PGC peut être la partie qui fait apparaître, au nom d'un éditeur, l'IU à un utilisateur, bien que cela puisse également être fait par une autre partie. Les PGC peuvent être privées ou commerciales. Une PGC privée fait référence à un éditeur qui met en œuvre sa propre PGC pour ses propres besoins. Une PGC commerciale offre un service de PGC à d'autres parties. Sauf indication contraire, les présentes politiques s'appliquent aux PGC privées et commerciales.
22. « **Fournisseur** » : fait référence à une entreprise qui participe à la fourniture de publicités numériques dans le site Web, l'application ou tout autre contenu numérique d'un éditeur, dans la mesure où cette entreprise n'agit pas en tant qu'éditeur ou PGC, et qui accède à l'appareil d'un utilisateur final ou bien recueille, utilise ou divulgue des renseignements personnels sur les utilisateurs finaux qui visitent le contenu de l'éditeur, et ce, tout en respectant les politiques.

## Chapitre II : Politique pour les PGC

### 2. Demande de participation et inscription

1. Les PGC doivent présenter à IAB Canada une demande de participation au cadre. IAB Canada prendra les mesures raisonnables pour examiner et approuver la demande de participation d'une PGC selon les procédures adoptées, et mises à jour occasionnellement, par l'OG.
2. Les PGC doivent fournir tous les renseignements demandés par IAB Canada qui sont nécessaires pour satisfaire aux procédures de demande et d'approbation des PGC d'IAB Canada.
3. IAB Canada n'approuvera pas la demande d'une PGC à moins qu'il ne puisse vérifier, et jusqu'à ce qu'il vérifie, à sa satisfaction l'identité de la ou des parties contrôlant la PGC, ainsi que la capacité de la PGC à maintenir son service et à respecter les politiques et les spécifications.

### 3. Respect des politiques du cadre

1. Une PGC doit respecter toutes les politiques applicables aux PGC qui sont diffusées par l'OG dans les politiques ou dans la documentation qui met en œuvre les politiques, comme dans les politiques et procédures d'exploitation, les directives et les décisions d'application de la loi.
2. Une PGC doit formuler une attestation publique de conformité aux politiques dans une publication bien en vue, par exemple dans une politique de confidentialité. Cette attestation doit au moins comprendre : (i) une affirmation de la participation de la PGC au Cadre de transparence et de consentement d'IAB Canada; (ii) une affirmation de sa conformité aux politiques et aux spécifications du Cadre de transparence et de consentement;

(iii) l'identifiant qui lui a été attribué par IAB Canada. Exemple :

*<L'organisation> participe au Cadre de transparence et de consentement d'IAB Canada et se conforme à ses spécifications et ses politiques. <L'organisation> exploite la plateforme de gestion du consentement sous le numéro d'identification <ID PGC>.*

### 4. Respect des spécifications

1. En plus de mettre en œuvre le cadre conformément aux spécifications, une PGC doit prendre en charge la totalité des spécifications, à moins que celles-ci ne stipulent expressément qu'une fonctionnalité est facultative, auquel cas une PGC peut choisir de mettre en œuvre la fonctionnalité facultative, sans être tenue de le faire.
2. Une PGC privée ne doit mettre en œuvre les spécifications que dans la mesure nécessaire pour répondre aux besoins des fournisseurs, des objectifs et des fonctionnalités particulières qui sont sélectionnés par son éditeur propriétaire.
3. Une PGC doit divulguer les informations de la LFM, y compris les autorisations

demandées, comme déclarées, et mettre à jour les informations de la LFM, y compris le statut des autorisations dans le cadre, où qu'elles soient stockées, conformément aux spécifications, sans ajout, modification ou supplément, sauf si cela est expressément autorisé dans les spécifications.

4. Une PGC ne doit pas lire, écrire ou communiquer les autorisations d'un fournisseur, à moins que ce ne soit de façon conforme aux spécifications, comme prévue par celles-ci et en utilisant l'interface de protocole d'application (API) standard.

## 5. Gestion des objectifs et des autorisations

1. Une PGC rappellera à l'utilisateur son droit de retirer son consentement à la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels au moins tous les 18 mois relativement à tout fournisseur et à tout objectif.
2. Une PGC doit résoudre les conflits entre les signaux ou fusionner les signaux avant de les transmettre conformément aux politiques et spécifications.
3. Une PGC ne doit générer un signal de consentement exprès positif que sur la base d'une action claire prise par l'utilisateur qui signifie son accord après avoir reçu un avis approprié concernant la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels et conformément aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels.
4. Une PGC ne doit générer un signal d'objection que sur la base d'une action prise par un utilisateur pour signifier son opposition à la collecte, à l'utilisation ou à la divulgation de ses renseignements personnels conformément aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels, ou lorsqu'elle est chargée par l'éditeur de donner suite à l'une de ses restrictions. Pour éviter toute ambiguïté, l'absence de signal d'objection indique l'autorisation de l'utilisateur sur la base d'un consentement implicite (ou le maintien de la validité d'un consentement exprès, si applicable).
5. Une PGC ne doit générer un signal de consentement exprès pour les fonctionnalités particulières que sur la base d'une action claire prise par l'utilisateur qui signifie son accord après avoir reçu un avis approprié concernant la collecte, l'utilisation et la divulgation de renseignements personnels, conformément aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels.
6. Une PGC établira des autorisations uniquement en conformité avec les déclarations faites par les fournisseurs dans la LFM et en utilisant les définitions des objectifs et/ou leurs traductions trouvées dans la LFM, sans ajout, modification ou supplément, sauf si cela est expressément autorisé dans les politiques.
7. Une PGC doit faire réapparaître l'IU du cadre si l'OG indique, conformément aux politiques et aux spécifications, que les changements aux politiques sont de nature à nécessiter le rétablissement des autorisations.
8. Une PGC peut se voir informer par son éditeur des objectifs, des fonctionnalités particulières et/ou des fournisseurs à divulguer. Si un éditeur demande à une PGC de ne pas divulguer un objectif, une fonctionnalité particulière et/ou un fournisseur, les signaux générés par la PGC doivent indiquer de manière appropriée qu'aucune

autorisation n'a été établie pour les objectifs, fonctionnalités particulières et/ou fournisseurs respectifs. Pour éviter toute ambiguïté : les objectifs particuliers et les fonctionnalités particulières doivent toujours être divulgués si au moins un des fournisseurs divulgués a déclaré lui-même les utiliser.

9. Une PGC doit mettre en œuvre toute restriction de l'éditeur, telle qu'une restriction des objectifs par des fournisseurs, en apportant les changements appropriés à l'interface utilisateur pour y refléter ces restrictions, et en créant les signaux appropriés contenant les restrictions de l'éditeur conformément aux politiques et aux spécifications. Pour éviter toute ambiguïté : des signaux d'objection doivent être générés si aucune autorisation ne peut être établie sur la base d'un consentement implicite pour les objectifs et/ou les fournisseurs respectifs qui sont soumis à des restrictions de l'éditeur.
10. Une PGC peut être chargée par son éditeur d'établir, d'enregistrer et de transmettre des informations sur ses propres autorisations (c'est-à-dire les autorisations de collecte, d'utilisation ou de divulgation de renseignements personnels par l'éditeur), y compris les autorisations à des fins qui ne sont pas prises en charge par le cadre. Il est interdit à une PGC de mettre en œuvre des signaux d'autorisation personnalisés propres à l'éditeur aux fins des objectifs que le cadre couvre ou pour tout fournisseur plutôt qu'aux fins des objectifs. La gestion des autorisations couvertes par le cadre ne peut avoir lieu que si le fournisseur s'est inscrit auprès de l'OG conformément aux politiques. Une PGC peut exclusivement mettre en œuvre des signaux d'autorisation personnalisés propres à l'éditeur dans le cadre de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation de renseignements personnels effectuée par l'éditeur lui-même ou pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation de renseignements personnels effectuée en son nom par un fournisseur qui traite ces renseignements personnels conformément aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels en vigueur et uniquement à des fins non normalisées par le cadre.

## 6. Travailler avec des fournisseurs

1. Si une PGC travaille avec des fournisseurs qui ne participent pas au cadre et qui ne figurent pas à la LFM, la PGC doit permettre aux utilisateurs de faire la distinction entre les fournisseurs qui participent au cadre, d'une part, et ceux qui n'y participent pas, d'autre part. Les PGC ne doivent pas faire croire à tort que les fournisseurs qui ne sont pas inscrits auprès d'IAB Canada participent au cadre et figurent sur la LFM.
2. Si un éditeur ou un fournisseur exploite une PGC, les politiques relatives aux PGC ne s'appliquent que dans la mesure relative à l'exploitation de la PGC de cette partie. Par exemple, si un éditeur exploite une PGC, l'interdiction pour une PGC de discriminer des fournisseurs ne s'appliquera qu'à la PGC de l'éditeur, ce dernier demeurant libre de faire ses propres choix concernant les fournisseurs apparaissant sur ses propriétés numériques.
3. Dans toute interaction avec le cadre, une PGC ne peut exclure, discriminer ou privilégier un fournisseur, sauf sur instruction explicite de l'éditeur participant à cette interaction et conformément aux spécifications et aux politiques. Pour éviter toute ambiguïté, rien dans ce paragraphe n'empêche une PGC privée de mettre pleinement

en œuvre les instructions de son éditeur propriétaire.

4. Si un fournisseur exploite une PGC, un éditeur peut avoir besoin de travailler avec son fournisseur propriétaire en vertu des modalités et des conditions d'utilisation de la PGC. Une telle exigence ne doit pas constituer un traitement préférentiel au sens de la politique 6(3).
5. Si une PGC a des raisons de croire qu'un fournisseur ne respecte pas les spécifications et/ou les politiques, elle doit en aviser rapidement IAB Canada selon les procédures de l'OG et peut, comme prévu par les procédures de l'OG, interrompre sa collaboration avec le fournisseur pendant que la question est traitée.

## 7. Travailler avec des éditeurs

1. Une PGC ne doit travailler qu'avec les éditeurs du cadre qui sont en pleine conformité avec les politiques, y compris, sans toutefois s'y limiter, l'obligation de formuler une attestation de conformité dans un endroit bien en vue, comme une politique de confidentialité.
2. Une PGC doit s'assurer que ses IU et ses signaux sont conformes aux politiques et aux spécifications. Lorsqu'une PGC commerciale n'est pas en mesure d'assurer cette conformité, par exemple, parce qu'elle offre aux éditeurs la possibilité de personnaliser des aspects qui peuvent avoir une incidence sur la conformité, l'éditeur qui utilise ces options de personnalisation doit assumer la responsabilité de la conformité aux politiques pour les PGC, inscrire une PGC privée au cadre et utiliser l'offre de la PGC commerciale de pair avec l'identifiant de la PGC privée attribué par l'éditeur.
3. Si une PGC a des raisons de croire qu'un éditeur utilisant sa PGC ne respecte pas les spécifications et/ou les politiques, elle doit en aviser rapidement IAB Canada selon les procédures de l'OG et peut, comme prévu par les procédures de l'OG, interrompre sa collaboration avec l'éditeur pendant que la question est traitée. Pour éviter toute ambiguïté, lorsqu'une PGC commerciale reçoit une instruction d'un éditeur qui viole ces politiques, la PGC ne doit pas donner suite à cette instruction.
4. L'OG peut empêcher un éditeur de participer au cadre en raison de violations des politiques du cadre qui sont de nature délibérée et/ou grave selon les procédures de l'OG. L'OG peut décréter la suspension ou le blocage d'un éditeur en avisant les PGC que l'éditeur n'est pas en pleine conformité.

## 8. Tenue de dossiers

1. Une PGC conservera des dossiers de toutes les autorisations et donnera à l'OG l'accès à ces dossiers sur demande sans retard excessif.
2. Une PGC conservera un dossier de l'IU qui a été déployée en lien avec tout éditeur donné à tout moment donné et mettra ce dossier à la disposition de son éditeur client, des fournisseurs et/ou de l'OG sur demande.

## 9. Responsabilité

1. IAB Canada doit prendre des mesures raisonnables pour examiner et vérifier périodiquement la conformité d'une PGC aux politiques et/ou aux spécifications selon les procédures adoptées, et mises à jour occasionnellement, par l'OG. Le PGC doit fournir, sans retard excessif, toute information raisonnablement demandée par IAB Canada pour vérifier la conformité.
2. IAB Canada peut suspendre la participation d'une PGC au cadre pour tout manquement aux politiques et/ou aux spécifications jusqu'à ce qu'elle se conforme entièrement et démontre son intention de le faire et sa capacité à le faire à la satisfaction de l'OG. L'OG peut exclure une PGC de la participation au cadre pour des violations des politiques qui sont de nature délibérée et/ou grave.
3. De plus, IAB Canada peut, à sa discrétion et selon les procédures de l'OG, prendre des mesures supplémentaires en réponse à la non-conformité d'une PGC, y compris la communication publique de la non-conformité de la PGC et le signalement de la non-conformité au commissariat à la protection de la vie privée fédéral ou provincial, selon le cas.



## Chapitre III : Politique pour les fournisseurs

### 10. Demande de participation et inscription

1. Les fournisseurs doivent présenter à IAB Canada une demande de participation au cadre. IAB Canada prendra des mesures raisonnables pour examiner et approuver la demande d'un fournisseur conformément aux procédures adoptées et mises à jour occasionnellement par l'OG.
2. Les fournisseurs doivent fournir tous les renseignements demandés par l'OG qui sont raisonnablement nécessaires pour remplir les procédures de demande et d'approbation de l'OG.
3. Les fournisseurs doivent afficher toutes les informations requises par la loi dans une politique de confidentialité bien en vue et accessible au public sur leurs sites Web.
4. L'OG n'approuvera pas la demande d'un fournisseur à moins qu'il ne puisse vérifier, ou jusqu'à ce qu'il puisse vérifier, à sa satisfaction, l'identité de la partie ou des parties régissant le fournisseur ainsi que la capacité du fournisseur à maintenir son service et à adhérer aux politiques du cadre.
5. Un fournisseur fournira à l'OG, et maintiendra sous forme complète et exacte, toutes les informations requises à intégrer dans la LFM, conformément aux spécifications de la LFM. Cela comprend les objectifs et les objectifs particuliers pour lesquels il recueille, utilise ou divulgue des renseignements personnels, les formes de consentement sur lesquels il s'appuie pour établir des autorisations aux fins de chaque objectif et objectif particulier, ainsi que les fonctionnalités et les fonctionnalités particulières sur lesquelles il s'appuie pour atteindre ces objectifs et objectifs particuliers. Il veillera à ce que ses objectifs, ses objectifs particuliers, ses fonctionnalités, ses fonctionnalités particulières et ses formes de consentement soient inclus de manière complète et précise dans la LFM. Il informera l'OG de tout changement en temps utile.

### 11. Respect des politiques du cadre

1. Un fournisseur doit respecter toutes les politiques applicables aux fournisseurs qui sont diffusées par l'OG dans le présent document ou dans la documentation qui met en œuvre les politiques, comme dans les politiques et procédures d'exploitation, les directives et les décisions d'application de la loi. Voir la section « Responsabilité » ci-dessous concernant l'application de la loi.
2. Un fournisseur doit attester publiquement de sa conformité aux politiques dans un document de divulgation bien en vue, par exemple dans sa politique de confidentialité. Cette attestation doit au moins comprendre : (i) une affirmation de sa participation au Cadre de transparence et de consentement d'IAB Canada; (ii) une affirmation de sa conformité aux politiques et aux spécifications du Cadre de transparence et de consentement; (iii) l'identifiant qui lui a été attribué par IAB Canada et qu'il utilise.  
Exemple :

*<L'organisation> participe au Cadre de transparence et de consentement d'IAB Canada et se conforme à ses spécifications et ses politiques. Le numéro d'identification de <l'organisation> en marge du cadre est <ID fournisseur>.*

## 12. Respect des spécifications

1. En plus de mettre en œuvre le cadre uniquement selon les spécifications, un fournisseur doit prendre en charge l'ensemble des spécifications, y compris la capacité à récupérer et/ou à transmettre des signaux dans les formats techniques requis par les spécifications et conformément aux politiques, si disponibles.

## 13. Travailler avec des PGC

1. Un fournisseur ne doit travailler qu'avec une PGC du cadre qui est en pleine conformité avec les politiques, y compris, sans toutefois s'y limiter, avec les obligations de s'inscrire auprès d'IAB Canada et de formuler une attestation publique de conformité.
2. Si un fournisseur a des raisons de croire qu'une PGC ne respecte pas les spécifications et/ou les politiques, il doit en aviser rapidement IAB Canada selon les procédures de l'OG et peut, comme prévu par les procédures de l'OG, interrompre sa collaboration avec la PGC pendant que la question est traitée.
3. Un fournisseur doit respecter les signaux communiqués par une PGC ou reçus d'un fournisseur qui a transmis le signal provenant d'une PGC conformément aux spécifications et politiques, et agir en conséquence. Un fournisseur doit respecter les signaux sur une base individuelle en temps réel et ne doit pas s'appuyer sur une version stockée d'un signal reçu précédemment pour traiter des renseignements personnels à quelque fin que ce soit et/ou utiliser quelque fonctionnalité particulière que ce soit lorsqu'un signal plus récent a été reçu par lui.
4. Si un fournisseur n'est pas en mesure de lire ou de traiter le contenu d'un signal reçu, il doit supposer qu'il n'a pas l'autorisation de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels à quelque fin que ce soit et/ou pour quelque fonctionnalité particulière que ce soit.
5. Si un fournisseur n'est pas en mesure d'agir en fonction du contenu d'un signal reçu, il ne doit pas recueillir, utiliser ou divulguer de renseignements personnels à quelque fin que ce soit et/ou pour quelque fonctionnalité particulière que ce soit.
6. Par dérogation à la politique 13(4) et à la politique 13(5), un fournisseur peut, sous réserve de sa propre interprétation des lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels, présumer qu'il a l'autorisation de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels à toute fin que ce soit, à condition que :
  - i. Le fournisseur confirme de manière indépendante le consentement explicite ou implicite à l'objet; et
  - ii. Le fournisseur n'a reçu aucun signal indiquant une objection.

Pour éviter toute ambiguïté : la confirmation indépendante par un fournisseur de son

consentement implicite constitue une autorisation HB et ne peut être utilisée dans le cadre que conformément à la politique 16(13) et 16(14) et aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels.

7. Un fournisseur ne doit pas créer de signaux lorsqu'aucune PGC n'a communiqué de signal, et ne doit transmettre que les signaux communiqués par une PGC ou reçus d'un fournisseur qui a transmis un signal provenant d'une PGC sans ajout, modification ou supplément, sauf dans les cas expressément prévus dans les politiques et/ou les spécifications.

## 14. Travailler avec des éditeurs

1. Un fournisseur ne doit travailler qu'avec un éditeur du cadre qui est en pleine conformité avec les politiques, y compris, sans toutefois s'y limiter, avec l'obligation de formuler une attestation publique de conformité.
2. Si un fournisseur a des raisons de croire qu'un éditeur ne respecte pas les spécifications et/ou les politiques, il doit en aviser rapidement IAB Canada selon les procédures de l'OG et peut, comme prévu par les procédures de l'OG, interrompre sa collaboration avec l'éditeur pendant que la question est traitée.
3. Pour éviter toute ambiguïté, les obligations contractuelles auxquelles un fournisseur est soumis en ce qui concerne l'utilisation des renseignements personnels surpassent les signaux plus permissifs à ce fournisseur concernant les autorisations relatives aux renseignements personnels.
4. Un fournisseur doit mettre à jour les logiciels en vue de leur utilisation par son éditeur et ses fournisseurs partenaires, comme les scripts et les balises qui entraînent la collecte, l'utilisation ou la divulgation de renseignements personnels, afin de garantir la conformité aux spécifications et/ou aux politiques. En particulier, l'obligation de ne pas recueillir, utiliser ou divulguer de renseignements personnels avant d'avoir reçu de manière vérifiable une autorisation de collecte, d'utilisation ou de divulgation de renseignements personnels, comme communiquée par le signal approprié conformément aux politiques et aux spécifications.
5. Un fournisseur doit mettre à jour les logiciels fournis par ses partenaires fournisseurs présents sur ses services, comme les scripts et les balises qui entraînent la collecte, l'utilisation ou la divulgation de renseignements personnels, si le partenaire fournisseur a fourni des logiciels mis à jour dans le but de se conformer aux spécifications et/ou aux politiques.

## 15. Démontrer des autorisations

1. Le fournisseur doit être en mesure de démontrer les autorisations, soit en conservant des dossiers des autorisations accordées par les utilisateurs, soit en utilisant un mécanisme équivalent conçu pour démontrer que les autorisations ont été obtenues d'une manière conforme aux politiques et aux spécifications. Il donnera à l'OG l'accès à ces dossiers sur demande sans retard excessif.
2. Un fournisseur doit conserver des dossiers de l'identification de l'utilisateur, des

horodatages et des signaux reçus pendant toute la durée de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation pertinente de renseignements personnels. Un fournisseur peut également choisir de conserver ces dossiers relatifs à l'identification de l'utilisateur, aux horodatages et aux signaux au-delà de la durée de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation de renseignements personnels comme requis pour se conformer aux obligations légales ou pour se défendre contre des actions en justice ou tenter des actions en justice, et/ou pour toute autre collecte, utilisation ou divulgation autorisée par la loi, conformément aux objectifs pour lesquels les renseignements personnels ont été initialement recueillis ou reçus.

3. Par dérogation à la politique 15(2), un fournisseur peut choisir de démontrer les autorisations par un mécanisme équivalent, à condition que ce mécanisme équivalent soit capable de démontrer que le fournisseur se conforme aux politiques et spécifications en ce qui concerne la lecture et le respect des signaux.

## 16. Objectifs, objectifs particuliers, fonctionnalités et fonctionnalités particulières

1. Un fournisseur ne doit pas recueillir, utiliser ou divulguer de renseignements personnels relatifs à un utilisateur sans en avoir reçu l'autorisation.
2. Un fournisseur doit indiquer ce qui suit sur la LFM :
  - (a) Le fait qu'il cherche à obtenir l'autorisation en vertu du cadre de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels à des fins particulières;
  - (b) La ou les formes de consentement qu'il cherche à établir pour l'autorisation de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels à une fin donnée, en particulier s'il souhaite s'appuyer sur :
    - i. Le consentement exprès comme seule forme de consentement;
    - ii. Le consentement implicite comme seule forme de consentement;
    - iii. Le consentement exprès ou le consentement implicite comme forme de consentement, choisi conformément à la politique et aux spécifications.
  - (c) La forme de consentement par défaut à utiliser par les PGC lorsque le fournisseur déclare deux formes de consentement possibles en vertu de la politique 4(b)(iii).
3. Un fournisseur doit indiquer sur la LFM s'il recueillera, utilisera ou divulguera des renseignements personnels aux fins d'objectifs particuliers.
4. Un fournisseur doit indiquer sur la LFM s'il s'appuie sur des caractéristiques pour soutenir un ou plusieurs objectifs et/ou objectifs particuliers.
5. Un fournisseur doit indiquer sur la LFM s'il s'appuie sur des fonctionnalités particulières pour soutenir un ou plusieurs objectifs et/ou objectifs particuliers.
6. Lorsqu'une situation relève du cadre, en plus de se conformer aux lois canadiennes pertinentes sur la protection des renseignements personnels, un fournisseur qui

souhaite obtenir le consentement exprès de l'utilisateur pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels ne le fera que s'il peut vérifier au moyen du signal approprié, conformément aux spécifications et aux politiques, que l'utilisateur a donné son consentement approprié pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels avant ou au moment de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation de tout renseignement personnel.

7. Lorsqu'une situation relève du cadre, en plus de se conformer aux lois canadiennes pertinentes sur la protection de la vie privée, un fournisseur qui s'appuie sur le consentement implicite de l'utilisateur pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels ne le fera que si :
  - (a) Il peut vérifier au moyen du signal approprié, conformément aux politiques et aux spécifications, que l'avis approprié a été fourni à l'utilisateur au moment où la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels commence;
  - (b) Il n'a pas reçu de signal d'objection à cette collecte, utilisation ou divulgation de ses renseignements personnels conformément aux politiques et aux spécifications.
8. Lorsqu'une situation s'inscrit dans le cadre, en plus de se conformer aux lois canadiennes pertinentes sur la protection de la vie privée, un fournisseur souhaitant utiliser une fonctionnalité ne le fera que s'il a indiqué sur la LFM l'utilisation qu'il compte faire des fonctionnalités sur lesquelles il souhaite s'appuyer pour soutenir un ou plusieurs objectifs et/ou objectifs particuliers.
9. Par dérogation à la politique 16(8), et conformément aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels, un fournisseur peut recevoir et utiliser des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification sans avoir indiqué sur la LFM qu'il utilise la fonctionnalité pour recevoir et utiliser des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification pour :
  - (a) Recueillir, utiliser ou divulguer les identifiants obtenus au moyen des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification dans le but particulier d'assurer la sécurité, de prévenir la fraude et de déboguer, à condition que :
    - (i) Le fournisseur ait procédé à une évaluation des facteurs relatifs à la vie privée dans le cadre de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation d'identifiants obtenus par des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;
    - (ii) Le fournisseur minimise activement la collecte, l'utilisation ou la divulgation d'identifiants obtenus par des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;
    - (iii) Le fournisseur mette en place des périodes de conservation des identifiants obtenus par des caractéristiques d'appareils envoyées

automatiquement aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;

- (iv) Le fournisseur conserve les identifiants obtenus par des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation dans un état identifiable que pendant la durée nécessaire à la réalisation de l'objectif particulier consistant à assurer la sécurité, à prévenir la fraude et à déboguer;
  - (v) Le fournisseur efface dès que possible les renseignements personnels associés aux identifiants obtenus grâce aux caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification recueillies, utilisées et/ou divulguées au titre de cette dérogation;
  - (vi) Les données associées aux identifiants obtenus par des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation ne soient jamais utilisées pour tout autre objectif et/ou objectif particulier; L'interdiction de changement d'objectif relatif à la collecte, à l'utilisation ou à la divulgation des données associées aux identifiants obtenus par l'entremise des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification au titre de cette dérogation n'empêche pas un fournisseur d'indiquer sur la LFM qu'il utilise la fonctionnalité d'utilisation des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification à un moment ultérieur et d'associer les données à ces identifiants à d'autres fins et/ou à des fins particulières à la suite de cette indication. Toutefois, l'interdiction ne permet pas d'utiliser les données associées à l'identifiant dans l'objectif particulier d'assurer la sécurité, de prévenir la fraude et de déboguer qui a pris forme au titre de cette dérogation pour tout autre objectif et/ou objectif particulier et, par exemple, empêche également de changer d'objectif avec le consentement explicite de l'utilisateur.
10. Lorsqu'une situation relève du cadre, en plus de se conformer aux lois canadiennes pertinentes sur la protection des renseignements personnels, un fournisseur qui souhaite utiliser un objectif particulier ne le fera que s'il en a le consentement exprès de l'utilisateur et s'il peut vérifier au moyen du signal approprié, conformément aux spécifications et aux politiques, que l'utilisateur a donné son consentement exprès à la fonctionnalité particulière avant l'utilisation de toute fonctionnalité particulière par le fournisseur, sauf indication contraire dans les politiques et/ou les spécifications et sous réserve de celles-ci.
11. Par dérogation à la politique 16(10), et conformément aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels, un fournisseur peut traiter des données de géolocalisation précises sans le consentement exprès de l'utilisateur à la fonctionnalité particulière d'utilisation de ces données pour :
- (a) Rendre immédiatement les données de géolocalisation précises à un état non

précis, par exemple en tronquant les décimales des données de latitude et de longitude, sans recueillir, utiliser ou divulguer ces données dans leur état précis d'une autre manière;

- (b) Traiter les données de géolocalisation précises dans le but particulier d'assurer la sécurité, de prévenir la fraude et de déboguer, à condition que :
- (i) Le fournisseur ait procédé à une évaluation des facteurs relatifs à la vie privée dans le cadre de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation des données de géolocalisation précises recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;
  - (ii) Le fournisseur minimise activement la collecte, l'utilisation ou la divulgation des données de géolocalisation précises recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;
  - (iii) Le fournisseur met en place des périodes de conservation des données de géolocalisation précises recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;
  - (iv) Il ne conserve que les données de géolocalisation précises recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation dans un état identifiable et/ou précis pendant la durée nécessaire à la réalisation de l'objectif particulier consistant à assurer la sécurité, à prévenir la fraude et à déboguer;
  - (v) Il efface les données de géolocalisation précises recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation dès que possible; et
  - (vi) Les données de géolocalisation précises recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation ne sont jamais utilisées à toute autre fin et/ou fin particulière. L'interdiction de changement d'objectif relativement à la collecte, à l'utilisation ou à la divulgation des données de géolocalisation précises recueillies au titre de cette dérogation est absolue, et, par exemple, exclut également le changement d'objectif avec le consentement explicite de l'utilisateur.

12. Par dérogation à la politique 16(10), et conformément aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels, un fournisseur peut balayer activement les caractéristiques d'appareils aux fins d'identification sans le consentement exprès de l'utilisateur à la fonctionnalité particulière de balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification afin de :

- (a) Recueillir, utiliser ou divulguer les identifiants obtenus au moyen d'un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification dans le but particulier d'assurer la sécurité, de prévenir la fraude et de déboguer, à condition que :
- (i) Le fournisseur ait procédé à une évaluation des facteurs relatifs à la vie privée dans le cadre de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation d'identifiants obtenus par un balayage actif des caractéristiques

d'appareils aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;

- (ii) Le fournisseur minimise activement la collecte, l'utilisation ou la divulgation des identifiants obtenus par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;
- (iii) Le fournisseur mette en place des périodes de conservation des identifiants obtenus par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;
- (iv) Il ne conserve que les identifiants obtenus par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation dans un état identifiable pendant la durée nécessaire à la réalisation de l'objectif particulier consistant à assurer la sécurité, à prévenir la fraude et à déboguer;
- (v) Le fournisseur efface dès que possible les données associées aux identifiants obtenus par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification recueillies, utilisées et/ou divulguées au titre de cette dérogation;
- (vi) Les données obtenues par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification qui sont recueillies, utilisées ou divulguées, et toute donnée associée à ces identifiants ne soient jamais utilisées pour tout autre objectif et/ou objectif particulier; L'interdiction de changement d'objectif relativement à la collecte, à l'utilisation ou à la divulgation d'identifiants obtenus par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification, en plus des données associées à ces identifiants, au titre de cette dérogation n'empêche pas un fournisseur de balayer activement des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification et d'associer ces données à l'aide de tels identifiants à d'autres fins et/ou à des fins particulières après avoir obtenu une telle autorisation. Toutefois, l'interdiction ne permet pas d'utiliser les données associées à l'identifiant dans l'objectif particulier d'assurer la sécurité, de prévenir la fraude et de déboguer qui a pris forme au titre de cette dérogation pour tout autre objectif et/ou objectif particulier et, par exemple, empêche également de changer d'objectif avec le consentement exprès de l'utilisateur.

13. Par dérogation à la politique 16(6) à 16(8) et à la politique 16(10), les fournisseurs peuvent obtenir des autorisations de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels pour un ou plusieurs objectifs particuliers et/ou objectifs particuliers en dehors du cadre, ou établir un consentement exprès pour pouvoir utiliser des fonctionnalités particulières en dehors du cadre, pour recueillir, utiliser ou divulguer des renseignements personnels en lien avec la visite d'un utilisateur chez un éditeur qui participe au cadre, tant que les autorisations HB pour la collecte, l'utilisation



ou la divulgation des renseignements personnels aux fins d'un ou plusieurs objectifs, et/ou les autorisations HB pour pouvoir utiliser une ou plusieurs fonctionnalités particulières, sont suffisantes pour une telle collecte, utilisation ou divulgation. L'utilisation dans les limites du cadre de ces autorisations HB établies en dehors du cadre est assujettie à la politique 16(14).

14. Lorsqu'une situation relève du cadre, un fournisseur ne doit pas traiter de renseignements personnels pour quelque objectif et/ou objectif particulier que ce soit en se basant sur des autorisations obtenues en dehors du cadre, ni faire usage de fonctionnalités particulières en se basant sur des autorisations établies en dehors du cadre, pour toute collecte, utilisation ou divulgation en lien avec la visite d'un utilisateur à un éditeur qui participe au cadre, sauf si :
  - (a) l'éditeur avise les utilisateurs de la possibilité que des fournisseurs, que l'éditeur ne divulgue pas directement, puissent recueillir, utiliser ou divulguer leurs renseignements personnels aux fins d'un ou plusieurs objectifs ou objectifs particuliers et/ou utiliser une ou plusieurs fonctionnalités particulières divulguées par l'éditeur conformément à une autorisation HB établie lors d'interactions précédentes avec ces fournisseurs dans d'autres contextes;
  - (b) l'utilisateur n'a pas interagi avec le fournisseur et/ou n'a pas fait de choix à son sujet, par exemple en donnant ou en ne donnant pas son consentement, et le fournisseur ne recueille pas, n'utilise pas et ne divulgue pas de renseignements personnels sur la base d'une autorisation HB pour :
    - (i) Tout objectif pour lequel l'utilisateur a refusé ou retiré son autorisation en marge du cadre;
    - (ii) Toute fonctionnalité particulière pour laquelle l'utilisateur a refusé ou retiré son autorisation en marge du cadre;
  - (c) Le fournisseur est en mesure de vérifier au moyen du signal approprié, conformément aux spécifications et aux politiques, que les exigences de la politique 16(14)(a) à (c) en vue de s'appuyer sur les autorisations HB sont satisfaites;
  - (d) Le fournisseur est en mesure de démontrer qu'il a obtenu une autorisation en dehors du cadre pour une utilisation dans le cadre en conservant des dossiers appropriés autres qu'une simple obligation contractuelle demandant à un tiers d'organiser des autorisations valides en son nom, et met ces dossiers à la disposition de l'OG sans retard excessif sur demande.
15. Un fournisseur ne doit pas transmettre de renseignements personnels à un autre fournisseur sauf si les signaux du cadre démontrent que le fournisseur destinataire a une autorisation pour la divulgation des renseignements personnels. Pour éviter toute ambiguïté, un fournisseur peut en outre choisir de ne pas transmettre de renseignements personnels à un autre fournisseur pour quelque raison que ce soit.
16. Par dérogation à la politique 16(15), un fournisseur peut transmettre des renseignements personnels à un autre fournisseur s'il peut vérifier au moyen du signal approprié conformément aux spécifications et aux politiques que le fournisseur

destinataire peut traiter les renseignements personnels sur la base d'une autorisation établie en dehors du cadre en vertu de la politique 16(13) et 16(14), et s'il a des raisons valables de s'appuyer sur le fait que le fournisseur destinataire dispose d'une autorisation en vue de recueillir, d'utiliser ou de divulguer les renseignements personnels en question.

17. Un fournisseur ne doit pas transmettre les renseignements personnels d'un utilisateur à une entité extérieure au cadre, à moins qu'il n'ait de raisons valables de s'appuyer sur le fait que cette entité a l'autorisation de recueillir, d'utiliser ou de divulguer les renseignements personnels en question ou qu'il y soit contraint par une loi, une réglementation gouvernementale ou une ordonnance judiciaire.
18. Si un fournisseur reçoit des renseignements personnels d'un utilisateur sans avoir obtenu l'autorisation de les recueillir, de les utiliser ou de les divulguer, il doit rapidement cesser de recueillir, d'utiliser ou de divulguer ces renseignements personnels et ne doit plus les transmettre à une autre partie, même si cette partie a l'autorisation de recueillir, d'utiliser ou de divulguer les renseignements personnels en question.

## 17. Responsabilité

1. L'OG peut adopter des procédures pour examiner et vérifier périodiquement la conformité d'un fournisseur aux politiques. Un fournisseur fournira, sans retard excessif, toute information raisonnablement demandée par l'OG pour vérifier la conformité.
2. L'OG peut suspendre la participation d'un fournisseur au cadre en raison de son manquement aux politiques jusqu'à ce que le fournisseur se conforme entièrement et démontre son intention de le faire et sa capacité à le faire. L'OG peut exclure un fournisseur de la participation au cadre en cas de violation des politiques de nature délibérée et/ou grave.
3. De plus, l'OG peut, à sa discrétion et selon ses procédures, prendre des mesures supplémentaires en réponse à la non-conformité d'un fournisseur, y compris la communication publique de la non-conformité du fournisseur et le signalement de la non-conformité au Commissariat à la protection de la vie privée.

## Chapitre IV : Politique pour les éditeurs

### 18. Participation

1. Un éditeur peut adopter et utiliser le cadre de pair avec sa propriété numérique tant qu'il adhère aux politiques et aux spécifications.
2. Les éditeurs doivent posséder et tenir à jour toutes les divulgations requises par la loi dans une politique de confidentialité destinée au public et liée de manière visible à la propriété numérique avec laquelle ils utilisent le cadre.

### 19. Respect des politiques du cadre

1. En plus de mettre en œuvre le cadre uniquement selon les spécifications, un éditeur doit respecter toutes les politiques applicables aux éditeurs qui sont diffusées par l'OG dans le présent document ou dans la documentation qui met en œuvre les politiques, comme dans les politiques et procédures d'exploitation, les directives et les décisions d'application de la loi. Voir la section « Responsabilité » ci-dessous concernant l'application de la loi.
- (iii) Un éditeur doit attester publiquement de sa conformité aux politiques dans un document de divulgation bien en vue, par exemple dans sa politique de confidentialité. Cette attestation doit au moins comprendre : (i) une affirmation de sa participation au Cadre de transparence et de consentement d'IAB Canada; (ii) une affirmation de sa conformité aux politiques et aux spécifications du Cadre de transparence et de consentement; (iii) l'identifiant qui a été attribué par IAB Canada à la PGC que l'éditeur utilise. Exemple :

*<L'organisation> participe au Cadre de transparence et de consentement d'IAB Canada et se conforme à ses spécifications et ses politiques. <L'organisation> [exploite|utilise] la plateforme de gestion du consentement sous le numéro d'identification <ID PGC>.*

### 20. Respect des spécifications

1. Un éditeur doit soutenir l'intégralité des spécifications, sans ajout, modification ou supplément, sauf dans les cas expressément prévus par les spécifications, ainsi que s'y conformer.
2. Un éditeur ne doit pas lire, écrire ou communiquer les autorisations d'un fournisseur, sauf conformément aux spécifications, comme prévu par celles-ci et en utilisant l'interface de protocole d'application (API) standard.

### 21. Travailler avec des PGC

1. Un éditeur ne travaillera avec une PGC au sein du cadre que si elle est en pleine conformité avec les politiques et les spécifications, y compris, sans toutefois s'y limiter, avec l'obligation pour la PGC de s'inscrire auprès de l'OG.

2. Si un éditeur a des raisons de croire qu'une PGC ne respecte pas les spécifications et/ou les politiques, il doit en aviser rapidement l'OG selon les procédures de l'OG et peut, comme prévu par les procédures de l'OG, interrompre sa collaboration avec la PGC pendant que la question est traitée.
3. Un éditeur peut exploiter une PGC privée. La PGC privée d'un éditeur est soumise aux politiques relatives aux PGC au même titre qu'une PGC commerciale, sauf mention expresse du contraire dans les politiques ou les spécifications du cadre.

## 22. Travailler avec des fournisseurs

1. Un éditeur peut choisir les fournisseurs pour lesquels il souhaite assurer la transparence et aider à établir des autorisations au sein du cadre. Un éditeur peut spécifier davantage les objectifs individuels pour lesquels il souhaite aider à établir des autorisations pour chaque fournisseur. L'éditeur communique, ou donne instruction à sa PGC de communiquer, ses préférences aux fournisseurs conformément aux spécifications et aux politiques.
2. Conformément aux spécifications et aux politiques, et en considérant et respectant les déclarations de chaque fournisseur sur la LFM, l'éditeur signalera aux fournisseurs les autorisations qu'il a établies pour le compte de chaque fournisseur, par l'utilisation de sa PGC.
3. Pour éviter toute ambiguïté, les obligations contractuelles auxquelles un éditeur est soumis en ce qui concerne les autorisations pour un fournisseur d'utiliser des renseignements personnels doivent se refléter dans les signaux afin de s'aligner sur ces obligations contractuelles.
4. Un éditeur peut travailler avec des fournisseurs qui ne font pas partie de la LFM, mais doit veiller à ne pas confondre ou induire en erreur les utilisateurs quant aux fournisseurs qu'il utilise dans le cadre des politiques.
5. Pour éviter toute ambiguïté, les obligations contractuelles auxquelles un fournisseur est soumis en ce qui concerne l'utilisation des renseignements personnels surpassent les signaux plus permissifs à ce fournisseur concernant les autorisations relatives aux renseignements personnels.
6. Si un éditeur a des raisons de croire qu'un fournisseur ne respecte pas les spécifications et/ou les politiques, il doit en aviser rapidement l'OG selon les procédures de l'OG et peut, comme prévu par celles-ci, interrompre sa collaboration avec le fournisseur pendant que la question est traitée.
7. Un éditeur mettra à jour les logiciels présents sur ses services fournis par ses partenaires éditeurs, comme les scripts et les balises qui entraînent la collecte, l'utilisation ou la divulgation de renseignements personnels, si le fournisseur a fourni des logiciels mis à jour dans le but de se conformer aux spécifications et/ou aux politiques.

## 23. Gestion des objectifs et des autorisations

1. Le cadre ne dicte pas la manière dont les éditeurs réagissent à l'acceptation ou au

refus par les utilisateurs des objectifs, des fonctionnalités particulières et/ou des fournisseurs énoncés.

2. Un éditeur utilisant le cadre est tenu d'aider à établir la transparence et les autorisations conformément aux politiques et aux spécifications.
3. Un éditeur peut choisir les objectifs, les fonctionnalités particulières et/ou les fournisseurs à divulguer. Si un éditeur choisit de ne pas divulguer un objectif, une fonctionnalité particulière et/ou un fournisseur, les signaux doivent refléter de manière appropriée qu'aucune autorisation n'a été établie pour les objectifs, fonctionnalités particulières et/ou fournisseurs respectifs. Pour éviter toute ambiguïté : Les objectifs particuliers et les fonctionnalités doivent toujours être divulgués si au moins un des fournisseurs divulgués a déclaré les utiliser.
4. Un éditeur peut restreindre certains objectifs pour des fournisseurs spécifiques; ces restrictions doivent être mises en œuvre par la PGC par l'entremise du signal d'objection, qui doit refléter les restrictions de l'éditeur à la fois dans l'interface utilisateur et dans les signaux, conformément aux politiques et aux spécifications.
5. Un éditeur ne doit pas modifier, ou donner l'instruction à sa PGC de modifier, les noms, les définitions et/ou les traductions des objectifs, des objectifs particuliers ou des fonctionnalités particulières, ou les noms ou les traductions des regroupements.

6. Un éditeur ne doit pas modifier, ou donner l'instruction à sa PGC de modifier, les descriptions et/ou les traductions des regroupements sauf si :

- (a) l'éditeur a enregistré une PGC privée en marge du cadre ou sa PGC commerciale utilise un identifiant de PGC attribué à l'éditeur pour être utilisé avec une PGC privée;
- (b) les descriptions modifiées de regroupements couvrent l'essentiel des descriptions de regroupements, comme l'explication de manière exacte et complète de tous les
- (c) Les fournisseurs sont avertis du fait qu'un éditeur utilise des descriptions de regroupements personnalisées au moyen du signal approprié, conformément à la spécification.

**AVERTISSEMENT : LA MODIFICATION DES DESCRIPTIONS DE REGROUPEMENTS, MÊME LORSQU'ELLE EST AUTORISÉE, EST DÉCONSEILLÉE, CAR ELLE PEUT ACCROÎTRE LES RISQUES JURIDIQUES POUR L'ÉDITEUR ET LE FOURNISSEUR ET AINSI AMENER LES FOURNISSEURS À REFUSER DE TRAVAILLER AVEC DES ÉDITEURS UTILISANT DES DESCRIPTIONS DE REGROUPEMENTS MODIFIÉES. CELA POURRAIT AVOIR DES RÉPERCUSSIONS NÉGATIVES SUR LES REVENUS PUBLICITAIRES DES ÉDITEURS.**

7. Si l'éditeur ajoute un fournisseur qui n'était pas inclus dans une utilisation antérieure de l'IU du cadre, il doit faire réapparaître ou demander à sa PGC de faire réapparaître l'IU du cadre pour y établir les autorisations de ce fournisseur avant de signaler que celles-ci ont été établies. Cela implique également de faire réapparaître l'IU, par

exemple lorsqu'un fournisseur étant déjà apparu revendique un objectif non divulgué auparavant avant de signaler que ses autorisations ont été établies<sup>1</sup>.

8. Les éditeurs doivent rappeler aux utilisateurs, ou donner l'instruction à leurs PGC de rappeler aux utilisateurs, leur droit de retirer leur consentement, le cas échéant, au moins tous les 18 mois.
9. Un éditeur ne sera pas tenu de faire réapparaître l'IU du cadre, ou de demander à sa PGC de le faire, s'il a divulgué les objectifs du fournisseur et établi les autorisations du fournisseur conformément aux politiques avant que celui-ci ne s'ajoute à la LFM.
10. Un éditeur doit faire réapparaître l'IU du cadre, ou donner l'instruction à sa PGC de le faire, si la LFM indique, conformément aux spécifications, que les changements au cadre sont de nature à nécessiter le rétablissement des autorisations.
11. Un éditeur peut utiliser la spécification pour gérer et stocker, ou donner instruction à sa PGC de le faire, ses propres autorisations, y compris les autorisations à des fins qui ne sont pas prises en charge par le cadre. Un éditeur ne doit pas utiliser de signaux d'autorisation personnalisés lui étant propres pour convenir de manière formelle ou informelle d'un signalement avec un fournisseur à des fins couvertes par le cadre. Une telle gestion des autorisations ne peut avoir lieu que si le fournisseur s'est inscrit auprès de l'OG conformément aux politiques. Un éditeur ne peut utiliser de signaux d'autorisation personnalisés lui étant propres que dans le cadre de ses propres collecte, utilisation ou divulgation de renseignements personnels.

## 24. Responsabilité

1. L'OG peut adopter des procédures pour examiner et vérifier périodiquement la conformité d'un éditeur aux politiques du cadre. Un éditeur fournira, sans retard excessif, toute information raisonnablement demandée par l'OG pour vérifier la conformité.<sup>1</sup>
2. L'OG peut suspendre la participation d'un éditeur au cadre en raison de son manquement aux politiques du cadre jusqu'à ce qu'il se conforme entièrement et démontre son intention de le faire et sa capacité à le faire. L'OG peut empêcher un éditeur de participer au cadre en raison de violations des politiques du cadre qui sont de nature délibérée et/ou grave. L'OG peut décréter la suspension ou le blocage d'un éditeur en avisant les PGC que l'éditeur n'est pas en pleine conformité.
3. De plus, l'OG peut, à sa discrétion et selon ses procédures, prendre des mesures supplémentaires en réponse à la non-conformité d'un fournisseur, y compris la communication publique de la non-conformité de l'éditeur et le signalement de la non-conformité au Commissariat à la protection de la vie privée.

---

<sup>1</sup>Cela peut être fait en comparant la version actuelle à la version précédente de la LFM, puis en la comparant à la liste de l'éditeur.

## Chapitre V : Interaction avec des utilisateurs

1. Le chapitre II (« Politiques pour les PGC »), le chapitre IV (« Politiques pour les éditeurs »), l'annexe A (« Définitions des objectifs et des fonctionnalités ») et l'annexe B (« Exigences relatives à l'interface utilisateur ») énoncent les exigences relativement à l'interaction avec les utilisateurs. Les PGC et/ou les éditeurs sont responsables de l'interaction avec les utilisateurs conformément aux présentes politiques et spécifications.

## Annexe A : Définition des objectifs et des fonctionnalités

### A. Objectifs

#### Objectif 1 – Supprimé intentionnellement pour le Canada

#### Objectif 2 – Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité

<b>Numéro</b>	2
<b>Nom</b>	Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité
<b>Texte convivial</b>	La publicité qui vous est présentée dans ce service peut être basée sur des données limitées, comme le site Web ou l'application que vous utilisez, votre emplacement non précis, le type d'appareil ou le contenu avec lequel vous interagissez ou avez interagi (par exemple, pour limiter le nombre de fois qu'une publicité vous est présentée).
<b>Exemples</b>	<p>Un constructeur automobile souhaite promouvoir ses véhicules électriques auprès d'utilisateurs soucieux de l'environnement qui vivent en ville après les heures de bureau. La publicité est présentée sur une page au contenu connexe (comme un article sur les mesures de lutte contre les changements climatiques) après 18 h 30 aux utilisateurs dont la localisation non précise indique qu'ils se trouvent dans une zone urbaine.</p> <p>Un grand fabricant de peintures aquarelles souhaite mener une campagne publicitaire en ligne pour sa dernière gamme de produits, et ce, en diversifiant son public pour atteindre autant d'artistes amateurs et professionnels que possible et en évitant que la publicité apparaisse à côté d'un contenu inadapté (par exemple, des articles sur la façon de peindre sa maison). Le nombre de fois que la publicité vous a été présentée est détecté et limité afin d'éviter qu'elle ne vous soit présentée trop souvent.</p>
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li><li>• Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement, par exemple :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Sélectionner et diffuser une publicité basée sur des données en temps réel (p. ex. des informations sur le contenu d'une page, le type d'application, les données de géolocalisation non précises, etc.).</li></ul></li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Les données en temps réel, comme celles mentionnées ci-dessus, peuvent être utilisées pour un ciblage positif ou négatif, par exemple, pour diffuser une publicité adaptée au contexte en ligne ou empêcher qu'une publicité ne soit diffusée dans un contexte inapproprié (non-sécurité de la marque).</li><li>○ Contrôler la fréquence des publicités montrées à un utilisateur.</li><li>○ Organiser l'ordre dans lequel les publicités sont montrées à un utilisateur.</li><li>○ <i>Remarque</i> : Cet objectif permet la collecte, l'utilisation ou la divulgation de données de géolocalisation non précises dans le but de sélectionner et de diffuser une publicité. Toutefois, le traitement de données de géolocalisation précises à cette fin nécessite le consentement exprès de l'utilisateur pour la fonctionnalité particulière 1, en plus d'avoir obtenu son consentement pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation de renseignements personnels à cette fin.</li><li>○ [avec la fonctionnalité 1] Combiner les données obtenues hors ligne aux données accessibles au même moment, sur l'utilisateur, pour sélectionner une annonce.</li><li>○ [avec la fonctionnalité 2] Relier différents appareils afin de sélectionner une annonce.</li><li>○ [avec la fonctionnalité 3] Identifier un appareil en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement afin de sélectionner une publicité au même moment.</li><li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Utiliser les données de géolocalisation précises pour sélectionner et diffuser une publicité au moment même, sans la stocker.</li><li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Identifier un appareil en balayant activement ses caractéristiques afin de sélectionner une publicité au moment même.</li><li>● Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Créer un profil publicitaire lié à un utilisateur (comprenant, entre autres, ses activités antérieures, ses centres d'intérêt, ses visites de sites ou d'applications, son emplacement ou ses informations démographiques) sans avoir obtenu son consentement pour l'objectif 3;</li><li>○ Utiliser un profil publicitaire pour sélectionner de futures publicités en lien avec un utilisateur (comprenant, entre autres, ses activités antérieures, ses centres d'intérêt, ses visites de sites ou d'applications, sa localisation ou ses informations démographiques) sans avoir obtenu son consentement pour l'objectif 4.</li></ul></li></ul>
--	--

### Objectif 3 – Créer des profils pour une publicité personnalisée

<b>Numéro</b>	3
<b>Nom</b>	Créer des profils pour une publicité personnalisée
<b>Texte convivial</b>	<p>Les informations relatives à votre activité dans ce service (comme les formulaires que vous soumettez, le contenu que vous consultez) peuvent être stockées et combinées avec d'autres informations vous concernant (par exemple, des informations provenant de votre activité précédente dans ce service et d'autres sites Web ou applications) ou concernant des utilisateurs similaires. Ces données sont ensuite utilisées pour créer ou améliorer un profil vous concernant (qui peut inclure d'éventuels centres d'intérêt et des caractéristiques personnelles). Votre profil peut être utilisé par cette entité et d'autres pour vous présenter des publicités qui semblent pertinentes en fonction de vos intérêts possibles.</p>
<b>Exemples</b>	<p>Si vous lisez plusieurs articles sur les meilleurs accessoires de vélo à acheter, ces informations peuvent être utilisées pour créer un profil sur votre intérêt pour les accessoires de vélo. Un tel profil peut être utilisé ou amélioré ultérieurement, sur le même site Web ou la même application, ou encore sur un site Web différent, afin de vous présenter de la publicité d'une marque d'accessoires de vélo en particulier. Si vous consultez également le configurateur de véhicule sur le site d'un constructeur automobile de luxe, cette information pourrait être combinée à votre intérêt pour les vélos afin d'affiner votre profil et de supposer que vous recherchez du matériel de cyclisme de luxe.</p> <p>Une entreprise de vêtements souhaite promouvoir sa nouvelle collection haut de gamme pour bébés. Elle prend contact avec une agence qui dispose d'un réseau de clients à hauts revenus (p. ex. des supermarchés haut de gamme) et lui demande de créer des profils de jeunes parents ou de couples que l'on suppose aisés et qui pourraient avoir un bébé, afin de présenter ensuite des publicités fondées sur ces profils dans des applications partenaires.</p>

<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li><li>● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations obtenues précédemment, ces dernières doivent avoir été collectées avec une autorisation appropriée.</li><li>● Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>• Combiner des données recueillies, y compris des informations sur le contenu et l'appareil, comme le type et les capacités de l'appareil, l'agent utilisateur, l'URL ou l'adresse IP, à un profil nouveau ou existant basé sur les centres d'intérêt ou des caractéristiques personnelles de l'utilisateur.</li><li>• Établir des critères de reciblage.</li><li>• Établir des critères de ciblage positifs ou négatifs.</li><li>• [avec la fonctionnalité 1] Associer des données obtenues hors ligne à un utilisateur en ligne pour créer ou modifier un profil d'utilisateur aux fins d'utilisation dans les publicités, pourvu que l'autorisation ait été donnée hors ligne, au point de collecte des données.</li><li>• [avec la fonctionnalité 2] La collecte de données pour le mappage déterministe entre appareils (p. ex. si un utilisateur se connecte à un compte sur un appareil puis sur un autre).</li><li>• [avec la fonctionnalité 3] Associer à un profil un identifiant obtenu en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'utilisation dans les publicités.</li><li>• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Sélectionner une publicité personnalisée, sur la base d'un profil publicitaire personnalisé, en traitant des données de géolocalisation précises préalablement stockées ou mises à disposition au même moment.</li><li>• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Associer à un profil un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'utilisation dans les publicités.</li></ul></li><li>● Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>• Faire le suivi de la fréquence et de la séquence des publicités, ce qui peut être effectué sur la base de l'objectif 2, sans nécessiter l'objectif 3.</li><li>• Créer un profil partagé pour des publicités et du contenu personnalisés. Le fournisseur ne doit créer et/ou mettre à jour ce profil qu'avec les autorisations appropriées obtenues pour les objectifs 3 et 5.</li><li>• Mesurer la performance des publicités, ce qui peut être fait sur la base de l'objectif 7.</li></ul></li></ul>
------------------------------------	---

## Objectif 4 – Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées

<b>Numéro</b>	4
<b>Nom</b>	Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées
<b>Texte convivial</b>	La publicité qui vous est présentée dans ce service peut être basée sur vos profils publicitaires, lesquels peuvent refléter votre activité dans ce service ou dans d'autres sites Web ou applications (p. ex. les formulaires que vous soumettez, le contenu que vous regardez), vos intérêts éventuels et vos caractéristiques personnelles.
<b>Exemples</b>	<p>Un détaillant en ligne souhaite annoncer une vente limitée de chaussures de course. Il veut que la publicité cible des utilisateurs qui ont déjà regardé des chaussures de course dans son application mobile. Les technologies de suivi peuvent être utilisées pour savoir si vous avez déjà utilisé l'application mobile pour consulter des chaussures de course, dans le but de vous présenter la publicité correspondante dans l'application.</p> <p>Un profil créé pour des publicités personnalisées associé à une personne ayant recherché des accessoires de vélo dans un site Web peut être utilisé pour présenter des publicités pertinentes d'accessoires de vélo dans l'application mobile d'une autre organisation.</p>

<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li><li>● Nécessité d’avoir obtenu le consentement pour l’utilisation de l’objectif 2 (utilisation de données limitées pour sélectionner la publicité).</li><li>● Cet objectif vise à permettre l’exécution d’activités de traitement, par exemple :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Sélectionner des publicités en fonction d’un profil publicitaire personnalisé;</li><li>○ Sélectionner une publicité en fonction de critères de reciblage;</li><li>○ Sélectionner une publicité en fonction de critères de ciblage positif ou négatif liés à un profil;</li><li>○ Sélectionner des publicités dynamiques en fonction d’un profil publicitaire ou d’autres informations historiques;</li><li>○ [avec la fonctionnalité 1] Sélectionner une publicité personnalisée, sur la base d’un profil publicitaire personnalisé, en faisant correspondre et en combinant les données obtenues hors ligne aux données stockées dans un profil en ligne;</li><li>○ [avec la fonctionnalité 2] Sélectionner une publicité personnalisée, sur la base d’un profil publicitaire personnalisé, en reliant différents appareils;</li><li>○ [avec la fonctionnalité 3] Sélectionner une publicité en fonction d’un profil personnalisé associé à un identifiant obtenu par la réception et l’utilisation de caractéristiques d’appareils envoyées automatiquement;</li><li>○ [avec l’autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Sélectionner une publicité en fonction d’une géolocalisation précise préalablement stockée;</li><li>○ [avec l’autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Sélectionner une publicité en fonction d’un profil personnalisé associé à un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d’appareils.</li></ul></li></ul> <p>Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Sélectionner la fréquence et la séquence des publicités, ce qui peut être effectué sur la base de l’objectif 2, sans nécessiter l’objectif 4;</li><li>● Utiliser un profil partagé pour sélectionner des publicités et du contenu personnalisés. Le vendeur ne doit utiliser ce profil qu’avec les autorisations appropriées pour les objectifs 4 et 6.</li></ul>
------------------------------------	---

## Objectif 5 – Créer des profils pour personnaliser le contenu

<b>Numéro</b>	5
<b>Nom</b>	Créer des profils pour personnaliser le contenu
<b>Texte convivial</b>	<p>Les informations relatives à votre activité sur ce service (par exemple, les formulaires que vous soumettez, le contenu non publicitaire que vous consultez) peuvent être stockées et combinées avec d'autres informations vous concernant (comme votre activité précédente dans ce service ou sur d'autres sites Web ou applications) ou concernant des utilisateurs similaires. Ces données sont ensuite utilisées pour établir ou améliorer un profil vous concernant (qui pourrait inclure, par exemple, des intérêts éventuels et des caractéristiques personnelles). Votre profil peut être utilisé pour vous présenter du contenu plus pertinent en fonction de vos intérêts éventuels, par exemple en adaptant l'ordre dans lequel le contenu vous est présenté, afin qu'il vous soit encore plus facile de trouver un contenu correspondant à vos intérêts.</p>
<b>Exemples</b>	<p>Vous avez lu plusieurs articles sur la construction de cabane dans un arbre sur une plateforme de médias sociaux. Ces informations peuvent être ajoutées à un profil pour marquer votre intérêt pour le contenu associé à des activités de plein air et à des guides de bricolage (dans le but de permettre la personnalisation du contenu, de sorte que, par exemple, davantage de billets de blogue et d'articles sur les cabanes dans les arbres et les cabanes en bois vous soient présentés à l'avenir).</p> <p>Vous avez visionné trois vidéos sur l'exploration spatiale dans différentes applications télé. Une plateforme d'information sans rapport avec vous, que vous visitez et avec laquelle vous n'avez jamais eu de contact, établit un profil sur la base de ce comportement de visionnage, en marquant l'exploration spatiale comme un sujet susceptible de vous intéresser pour d'autres vidéos.</p>
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li> <li>● Le <b>contenu</b> fait référence à des éléments du service (par exemple, des produits pour un service de commerce électronique, des articles et des vidéos pour une entreprise de médias) et non à la publicité en tant que telle. La création d'un profil aux fins de personnalisation des publicités, comme la</li> </ul>

	<p>promotion de contenu intersites payant et la publicité native, <i>n'est pas</i> incluse dans l'objectif 5, mais plutôt dans l'objectif 3 correspondant lié à la publicité.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations recueillies précédemment, ces dernières doivent avoir fait l'objet de l'autorisation appropriée.</li><li>● Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Combiner les données recueillies, y compris les informations sur le contenu et l'appareil, comme le type d'appareil et les capacités de l'appareil, l'agent utilisateur, l'URL, l'adresse IP, à un profil de contenu nouveau ou existant basé sur les centres d'intérêt ou les caractéristiques personnelles de l'utilisateur.</li><li>○ Établir des critères de ciblage positifs ou négatifs.</li><li>○ [avec la fonctionnalité 1] Associer des données obtenues hors ligne à un utilisateur en ligne pour créer ou modifier un profil d'utilisateur aux fins de personnalisation du contenu, pourvu que l'autorisation ait été donnée hors ligne, au point de collecte des données.</li><li>○ [avec la fonctionnalité 2] La collecte de données pour le mappage déterministe entre appareils (p. ex. si un utilisateur se connecte à un compte sur un appareil puis sur un autre).</li><li>○ [avec la fonctionnalité 3] Associer à un profil un identifiant obtenu en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'utilisation dans la personnalisation du contenu.</li><li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Stocker des données de géolocalisation dans un profil aux fins d'utilisation dans la personnalisation du contenu.</li><li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Associer à un profil un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'utilisation dans la personnalisation du contenu.</li></ul></li><li>● Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Créer un profil partagé pour des publicités et du contenu personnalisés. Le fournisseur ne doit créer et/ou mettre à jour ce profil qu'avec les autorisations appropriées obtenues pour les objectifs 3 et 5;</li><li>○ Mesurer la performance du contenu, ce qui peut être fait sur la base de l'objectif 8;</li></ul></li></ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Si un fournisseur utilise un profil partagé pour des publicités et du contenu personnalisés, il ne doit créer et/ou mettre à jour ce profil qu'avec les autorisations appropriées établies pour les objectifs 3 et 5;</li> <li>● [avec la fonctionnalité 1] Associer des données hors ligne à un utilisateur en ligne pour créer ou modifier un profil d'utilisateur aux fins d'utilisation dans la personnalisation du contenu;</li> <li>● [avec la fonctionnalité 2] Relier différents appareils et stocker ce point de données dans un profil pour l'utiliser dans la personnalisation du contenu;</li> <li>● [avec la fonctionnalité 3] Associer à un profil un identifiant obtenu en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'utilisation dans la personnalisation du contenu;</li> <li>● [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Stocker des données de géolocalisation dans un profil aux fins d'utilisation dans la personnalisation du contenu;</li> <li>● [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Associer à un profil un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'utilisation dans la personnalisation du contenu.</li> </ul>
--	--

## Objectif 6 – Utiliser des profils pour sélectionner du contenu personnalisé

<b>Numéro</b>	6
<b>Nom</b>	Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé
<b>Texte convivial</b>	Le contenu qui vous est présenté dans ce service peut être basé sur vos profils de personnalisation du contenu, lesquels peuvent refléter votre activité dans ce service ou d'autres services (par exemple, les formulaires que vous soumettez, le contenu que vous consultez), vos intérêts éventuels et des caractéristiques personnelles, par exemple en adaptant l'ordre dans lequel le contenu vous est présenté afin qu'il vous soit encore plus facile de trouver du contenu (non publicitaire) qui correspond à vos intérêts.
<b>Exemples</b>	Vous lisez des articles sur l'alimentation végétarienne sur une plateforme de médias sociaux et utilisez ensuite l'application de cuisine d'une entreprise sans lien avec le sujet. Le profil établi à votre sujet sur la plateforme de médias sociaux sera utilisé pour vous présenter des recettes végétariennes sur l'écran d'accueil de l'application de cuisine. Vous avez visionné trois vidéos sur l'aviron dans différents sites Web. Une plateforme de partage de vidéos non reliée que vous visitez vous recommandera cinq autres vidéos sur l'aviron susceptibles de vous



	<p>intéresser lorsque vous utiliserez votre application télé, sur la base du profil établi à votre sujet lorsque vous avez visité ces différents sites Web pour regarder des vidéos en ligne.</p>
<p><b>Directives aux fournisseurs</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li> <li>● Le <b>contenu</b> fait référence à des éléments du service (par exemple, des produits pour un service de commerce électronique, des articles et des vidéos pour une entreprise de médias) et non à la publicité en tant que telle. La personnalisation du contenu publicitaire, comme la promotion de contenu intersites payant et la publicité native, <i>n'est pas</i> incluse dans l'objectif 6, mais plutôt dans l'objectif 4 correspondant lié à la publicité.</li> <li>● Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme :       <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Sélectionner du contenu en fonction d'un profil publicitaire personnalisé;</li> <li>○ [avec la fonctionnalité 1] Sélectionner du contenu personnalisé, sur la base d'un profil de contenu personnalisé, en faisant correspondre et en combinant les données obtenues hors ligne aux données stockées dans un profil en ligne;</li> <li>○ [avec la fonctionnalité 2] Sélectionner du contenu personnalisé, sur la base d'un profil de contenu personnalisé, en reliant différents appareils;</li> <li>○ [avec la fonctionnalité 3] Sélectionner du contenu personnalisé en fonction d'un profil personnalisé associé à un identifiant obtenu par la réception et l'utilisation de caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement;</li> <li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Sélectionner du contenu personnalisé, sur la base d'un profil de contenu, en traitant des données de géolocalisation précises préalablement stockées ou mises à disposition au moment même;</li> <li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Sélectionner du contenu personnalisé en fonction d'un profil de contenu personnalisé au moyen d'un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d'appareils.</li> </ul> </li> <li>● Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :       <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Utiliser un profil partagé pour sélectionner des publicités et du contenu personnalisés. Le vendeur ne doit utiliser ce profil qu'avec les autorisations appropriées pour les objectifs 4 et 6.</li> </ul> </li> </ul>

## Objectif 7 – Mesurer la performance publicitaire

<b>Numéro</b>	7
<b>Nom</b>	Mesurer la performance publicitaire
<b>Texte convivial</b>	L'information concernant la publicité qui vous est présentée et la manière dont vous interagissez avec elle peuvent être utilisées pour déterminer dans quelle mesure une publicité a fonctionné pour vous ou pour d'autres utilisateurs et si les objectifs de la publicité ont été atteints. Par exemple, pour savoir si vous avez vu une publicité, si vous avez cliqué dessus, si elle vous a amené à acheter un produit ou à visiter un site Web, etc. Ceci est très utile pour comprendre la pertinence des campagnes publicitaires.
<b>Exemples</b>	<p>Vous avez cliqué sur une publicité concernant un rabais du « Vendredi fou » offerte par une boutique en ligne sur le site Web d'un éditeur et vous avez acheté un produit. Votre clic sera lié à cet achat. Votre interaction et celle des autres utilisateurs seront mesurées pour savoir combien de clics sur la publicité ont abouti à un achat.</p> <p>Vous êtes l'un des rares à avoir cliqué sur une publicité concernant une réduction pour la « Journée de l'appréciation des employés » proposée par une boutique de cadeaux en ligne dans l'application d'un éditeur. L'éditeur souhaite disposer de rapports permettant de comprendre combien de fois un placement publicitaire précis dans l'application, soit la publicité de la « Journée de l'appréciation des employés », a été vu ou fait l'objet d'un clic par vous et d'autres utilisateurs, afin d'aider cet éditeur et ses partenaires (comme les agences) à optimiser leurs placements publicitaires.</p>

<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li><li>● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations collectées précédemment, ces dernières doivent avoir fait l'objet de l'autorisation appropriée.</li><li>● Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Mesurer dans quelle mesure le contenu de la propriété numérique où la publicité a été diffusée est adapté à la marque ou est sécuritaire pour la marque;</li><li>○ Mesurer le pourcentage de la publicité qui a eu l'occasion d'être vue et la durée de cette occasion;</li><li>○ Mesurer le nombre d'utilisateurs qui ont interagi avec une annonce, pendant combien de temps et la nature de cette interaction (cliqué, tapé, pointé, défilé, etc.);</li><li>○ Déterminer le nombre d'utilisateurs ou d'appareils uniques auxquels une publicité a été diffusée;<ul style="list-style-type: none"><li>• Déterminer le moment où les utilisateurs ont vu la publicité;</li><li>• Mesurer ou analyser les caractéristiques de l'appareil sur lequel la publicité a été diffusée (localisation non précise, type d'appareil, taille de l'écran, langue de l'appareil, système d'exploitation ou navigateur, opérateur mobile);</li><li>• Mesurer le processus ayant mené l'utilisateur à cliquer sur l'annonce, les actions de valeur prises par l'utilisateur à la suite de cette interaction, et ultimement l'augmentation des ventes;</li><li>• Produire des rapports à un niveau individuel et agrégé;</li></ul></li><li>○ [avec la fonctionnalité 1] Mesurer la performance des publicités en faisant correspondre et en combinant les données obtenues hors ligne aux données obtenues en ligne;</li><li>○ [avec la fonctionnalité 2] Mesurer la performance des publicités en reliant différents appareils;</li><li>○ [avec la fonctionnalité 3] Mesurer la performance des publicités en utilisant un identifiant obtenu en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement;</li><li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Mesurer la performance des publicités en traitant des données de géolocalisation précises préalablement stockées ou mises à disposition au moment même;</li><li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Mesurer la performance des publicités au moyen d'un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d'appareils.</li></ul></li><li>● Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Appliquer aux données de mesure des informations démographiques issues d'un groupe d'utilisateurs, à moins que l'utilisateur n'ait également accordé l'autorisation appropriée pour l'objectif 9.</li></ul></li></ul>
------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Améliorer le profil individuel ou segmenter les données à d'autres fins.</li></ul>
--	--

## Objectif 8 – Mesurer la performance du contenu

<b>Numéro</b>	8
<b>Nom</b>	Mesurer la performance du contenu
<b>Texte convivial</b>	<p>Les informations relatives au contenu qui vous est présenté et à la manière dont vous interagissez avec celui-ci peuvent être utilisées pour déterminer si le contenu (non publicitaire), par exemple, atteint le public visé et correspond à vos intérêts. Par exemple, si vous lisez un article, regardez une vidéo, écoutez un balado ou consultez une description de produit, le temps que vous avez passé sur ce service, les pages Web que vous avez visitées, etc. Ceci est très utile pour comprendre la pertinence du contenu (non publicitaire) qui vous est présenté.</p>
<b>Exemples</b>	<p>Vous avez lu un article de blogue sur la randonnée dans l'application mobile d'un éditeur et suivi un lien vers un article recommandé et connexe. Vos interactions seront enregistrées comme montrant que l'article de randonnée initial vous a été utile et qu'il a suscité votre intérêt pour l'article connexe. Ces données seront mesurées afin de déterminer s'il convient de produire davantage d'articles sur la randonnée à l'avenir et l'endroit où les placer sur l'écran d'accueil de l'application mobile.</p> <p>On vous a présenté une vidéo sur les tendances de la mode, mais vous et plusieurs autres utilisateurs avez arrêté de la regarder après 30 secondes. Ces informations sont ensuite utilisées pour évaluer la bonne longueur des futures vidéos sur les tendances de la mode pour les futures publicités qui vous seront présentées.</p>
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li> <li>● Le <b>contenu</b> fait référence à des éléments du service (par exemple, des produits pour un service de commerce électronique, des articles et des vidéos pour une entreprise de médias) et non à la publicité en tant que telle. La mesure de la performance publicitaire de la promotion de contenu intersites payant et de la publicité native n'est <i>pas</i> incluse dans l'objectif 8, mais devrait être réalisée dans le cadre de l'objectif 7.</li> <li>● Lorsque les informations recueillies aux fins de cet objectif sont combinées à d'autres informations collectées précédemment, ces dernières doivent avoir fait l'objet des autorisations appropriées.</li> <li>● Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme :             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesurer le nombre d'utilisateurs qui ont interagi avec du contenu, pendant combien de temps et la nature de cette interaction (cliqué, tapé, pointé, défilé, etc.);</li> <li>• Déterminer le nombre d'utilisateurs ou d'appareils uniques auxquels du contenu a été diffusé;</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mesurer le moment où les utilisateurs ont vu le contenu;</li><li>• Mesurer ou analyser les caractéristiques de l'appareil sur lequel le contenu a été diffusé (localisation non précise, type d'appareil, taille de l'écran, langue de l'appareil, système d'exploitation/navigateur, opérateur mobile);</li><li>• Mesurer les renvois d'utilisateurs;</li><li>• [avec la fonctionnalité 1] Mesurer la performance du contenu en faisant correspondre et en combinant les données obtenues hors ligne aux données obtenues en ligne;</li><li>• [avec la fonctionnalité 2] Mesurer la performance du contenu en reliant différents appareils;</li><li>• [avec la fonctionnalité 3] Mesurer la performance du contenu en utilisant un identifiant obtenu en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement;</li><li>• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Mesurer la performance du contenu en traitant des données de géolocalisation précises préalablement stockées ou mises à disposition au moment même;</li><li>• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Mesurer la performance du contenu au moyen d'un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques de l'appareil.</li><li>• Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>• Appliquer aux données de mesure des informations démographiques issues d'un groupe d'utilisateurs, à moins que l'utilisateur n'ait également accordé l'autorisation appropriée pour l'objectif 9;</li><li>• Améliorer le profil individuel ou les données sectorielles à d'autres fins.</li></ul></li></ul>
--	--

## Objectif 9 – Comprendre les différents publics à l'aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources

<b>Numéro</b>	9
<b>Nom</b>	Comprendre les différents publics à l'aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources
<b>Texte convivial</b>	Des rapports peuvent être générés sur la base de la combinaison d'ensembles de données (comme des profils d'utilisateurs, des statistiques, des études de marché, des données analytiques) concernant vos interactions et celles d'autres utilisateurs avec du contenu publicitaire ou (non publicitaire) afin de cerner des caractéristiques communes (par exemple, pour déterminer quels publics cibles sont plus réceptifs à une campagne publicitaire ou à certains contenus).
<b>Exemples</b>	<p>Le propriétaire d'une librairie en ligne souhaite obtenir un rapport commercial indiquant la proportion de visiteurs qui ont consulté et quitté son site sans acheter, ou qui ont consulté et acheté la dernière autobiographie d'une célébrité du mois, ainsi que l'âge moyen et la répartition hommes-femmes de chaque catégorie. Les données relatives à votre navigation sur son site et à vos caractéristiques personnelles sont ensuite utilisées et combinées avec d'autres données de ce type pour produire ces statistiques.</p> <p>Un annonceur souhaite mieux comprendre le type de public qui interagit avec ses publicités. Il fait appel à un institut de recherche pour comparer les caractéristiques des utilisateurs qui ont interagi avec la publicité avec les caractéristiques typiques des utilisateurs de plateformes similaires, sur différents appareils. Cette comparaison révèle à l'annonceur que son public accède principalement aux publicités au moyen d'appareils mobiles et qu'il se situe vraisemblablement dans la tranche d'âge des 45 à 60 ans.</p>

<p><b>Directives aux fournisseurs</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li><li>● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations obtenues précédemment, ces dernières doivent avoir été collectées avec une autorisation appropriée.</li><li>● Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Fournir des rapports globaux aux annonceurs, aux éditeurs ou à leurs représentants sur la portée particulière des services en ligne ou l'audience de leurs publicités, au moyen d'information tirée de groupes d'utilisateurs et d'autres informations dérivées similaires (par exemple pour modéliser les attributs démographiques des segments d'audience) :<ul style="list-style-type: none"><li>• les indicateurs clés de performance des sites Web/applications pour les publicités et le contenu;</li><li>• généralement issus d'un groupe d'utilisateurs;</li><li>• l'âge;</li><li>• le genre;</li><li>• les centres d'intérêt/affinités/catégories du marché visé : à quelles autres choses les utilisateurs s'intéressent;</li></ul></li><li>○ Établir des rapports globaux d'études de marché (p. ex. données groupées des JIC, certifications des publicités aux audiences, etc.);</li><li>○ [avec la fonctionnalité 1] Cet objectif vise à faire correspondre les données obtenues hors ligne (données des groupes d'utilisateurs) aux données obtenues en ligne (au moyen de l'objectif 7 ou 8);</li><li>○ [avec la fonctionnalité 2] Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience en reliant différents appareils;</li><li>○ [avec la fonctionnalité 3] Utiliser des identifiants générés en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement;</li><li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Utiliser des données de géolocalisation précises pour utiliser des données d'études du marché afin de générer des informations sur l'audience;</li><li>○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Utiliser des identifiants générés par balayage actif des caractéristiques d'appareils pour utiliser des données d'études du marché afin de générer des informations sur l'audience.</li></ul></li><li>● Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Améliorer le profil individuel ou les données sectorielles à d'autres fins.</li><li>○ Fournir de rapports sur les audiences en utilisant les méthodes couvertes par les objectifs 7 et 8.</li><li>○ Appliquer des données de mesure aux informations démographiques issues d'un groupe d'utilisateurs, à moins que l'utilisateur n'ait également accordé l'autorisation appropriée pour l'objectif 7 et/ou 8.</li></ul></li></ul>
---	---



## Objectif 10 – Développer et améliorer les services

<b>Numéro</b>	10
<b>Nom</b>	Développer et améliorer les services
<b>Texte convivial</b>	Les informations relatives à votre activité sur ce service, par exemple votre interaction avec les publicités ou le contenu, peuvent être très utiles pour améliorer les produits et les services et pour créer de nouveaux produits et services basés sur les interactions des utilisateurs, le type de public, etc. Cet objectif spécifique n'inclut pas le développement ou l'amélioration des profils et identifiants des utilisateurs.
<b>Exemples</b>	<p>Une plateforme technologique collaborant avec un fournisseur de médias sociaux remarque une augmentation du volume d'utilisateurs d'applications mobiles et constate, sur la base de leurs profils, que nombre d'entre eux se connectent au moyen de connexions mobiles. La plateforme met à profit une nouvelle technologie pour diffuser des publicités formatées pour les appareils mobiles et à faible bande passante, afin d'améliorer leurs performances.</p> <p>Un annonceur cherche un moyen d'afficher des publicités sur un nouveau type d'appareil grand public. Il recueille des informations sur la manière dont les utilisateurs interagissent avec ce nouveau type d'appareil afin de déterminer s'il peut mettre au point un nouveau mécanisme d'affichage de la publicité sur ce type d'appareil.</p>
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formes de consentement autorisées : consentement implicite, consentement exprès.</li> <li>• Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations obtenues précédemment, ces dernières doivent avoir été collectées avec une autorisation appropriée.</li> <li>• Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Améliorer les produits ou le développement de nouveaux produits;</li> <li>• Créer de nouveaux modèles et algorithmes grâce à l'apprentissage automatique;</li> <li>• [avec la fonctionnalité 1] Développer et améliorer des produits en faisant correspondre et en combinant les données obtenues hors ligne aux données obtenues en ligne;</li> <li>• [avec la fonctionnalité 2] Développer et améliorer des produits en reliant différents appareils;</li> <li>• [avec la fonctionnalité 3] Développer et améliorer des produits en utilisant un identifiant obtenu en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement;</li> <li>• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Développer et améliorer des produits en traitant des données de géolocalisation précises préalablement stockées ou mises à disposition au moment même;</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Développer et améliorer des produits au moyen d'un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d'appareils.</li><li>• Cet objectif <b>ne</b> couvre <b>pas</b> les activités de traitement comme :</li><li>• Améliorer le profil individuel ou segmenter les données à d'autres fins (ou, p. ex., créer un nouveau graphique d'identité).</li></ul>
--	---

## B. Objectifs particuliers

### Objectif particulier 1 – Assurer la sécurité, prévenir et détecter les fraudes et corriger les erreurs

<b>Numéro</b>	1
<b>Nom</b>	Assurer la sécurité, prévenir et détecter les fraudes et corriger les erreurs
<b>Texte convivial</b>	Vos données peuvent être utilisées pour surveiller et prévenir les activités inhabituelles et éventuellement frauduleuses (par exemple, en matière de publicité, les clics publicitaires par des robots) et pour garantir que les systèmes et les processus fonctionnent correctement et en toute sécurité. Elles peuvent également être utilisées pour corriger tout problème que vous, l'éditeur ou l'annonceur rencontrez lors de la diffusion de contenu et de publicités et de vos interactions avec eux.
<b>Exemples</b>	Un intermédiaire publicitaire diffuse des publicités de différents annonceurs sur son réseau de sites Web partenaires. Il constate une forte augmentation des clics sur les publicités d'un annonceur et utilise les données à la source des clics pour déterminer que 80 % de ces clics proviennent de robots plutôt que d'humains.

<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Objectif particulier : Aucune autorisation n'est demandée pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation en marge du cadre.</li><li>● Cet objectif n'est pas destiné à être utilisé par des tiers exerçant leurs activités sur la propriété numérique, et elle n'affecte pas la capacité des éditeurs à effectuer des contrôles de la fraude en dehors du CTC et de manière indépendante.</li><li>● Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>○ Suivi, prévention ex ante et a posteriori :<ul style="list-style-type: none"><li>■ Détection et blocage généraux du trafic invalide;</li><li>■ Détection et blocage sophistiqués du trafic invalide;<ul style="list-style-type: none"><li>● Navigation automatisée, appareil dédié;</li><li>● Navigation automatisée, appareil non dédié;</li><li>● Activité humaine encouragée;</li><li>● Activité humaine manipulée;</li><li>● Événements de mesure falsifiés;</li><li>● Fausse représentation du domaine;</li><li>● Publicités cachées;</li><li>● Publicités non sollicitées;</li><li>● Processus d'identification des erreurs de produits – faire fonctionner les produits (et non les améliorer);</li><li>● Assurer l'opérabilité du système/de la plateforme.</li></ul></li></ul></li></ul></li></ul>
--	---

## Objectif particulier 2 – Fournir et présenter de la publicité et du contenu

<b>Numéro</b>	2
<b>Nom</b>	Fournir et présenter de la publicité et du contenu
<b>Texte convivial</b>	Certaines informations (comme l'adresse IP ou les capacités de l'appareil) sont utilisées pour assurer la compatibilité technique du contenu ou de la publicité et pour faciliter la transmission du contenu ou de la publicité à votre appareil.
<b>Exemples</b>	Cliquer sur un lien dans un article vous renvoie normalement à une autre page ou partie de l'article. Pour ce faire, 1°) votre navigateur envoie une requête à un serveur lié au site Web, 2°) le serveur répond (« voici l'article que vous avez demandé ») en utilisant des informations techniques automatiquement incluses dans la requête envoyée par votre appareil, pour afficher correctement les informations ou les images faisant partie de l'article que vous avez demandé. Sur le plan technique, cet échange d'informations est nécessaire pour fournir le contenu qui apparaît sur votre écran.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif particulier : Aucune autorisation n'est demandée pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation en marge du cadre.</li> <li>● Cet objectif couvre à la fois les publicités et le contenu.</li> <li>● Cet objectif vise à permettre l'exécution d'activités de traitement comme :             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Recevoir et répondre aux demandes de publicités ou de contenu;</li> <li>○ Diffuser des fichiers de contenu à une adresse IP;</li> <li>○ Utiliser des informations reçues automatiquement pour proposer des publicités ou du contenu compatibles, comme :                 <ul style="list-style-type: none"> <li>• Type d'agent utilisateur;</li> <li>• Langue prise en charge;</li> <li>• Type de connexion;</li> <li>• Taille et type de la publicité ou du contenu demandé;</li> </ul> </li> <li>○ Répondre à l'interaction d'un utilisateur avec une publicité ou du contenu en le dirigeant vers une page de renvoi;</li> <li>○ Consigner la diffusion d'une publicité, sans enregistrer de renseignement personnel sur l'utilisateur;</li> <li>○ Consigner la diffusion d'un contenu, sans enregistrer de renseignement personnel sur l'utilisateur.</li> </ul> </li> </ul>

## C. Fonctionnalités

### Fonctionnalité 1 – Associer et combiner des données provenant d'autres sources

<b>Numéro</b>	1
<b>Nom</b>	Associer et combiner des données provenant d'autres sources
<b>Texte convivial</b>	Les informations relatives à votre activité sur ce service peuvent être associées et combinées avec d'autres renseignements vous concernant et provenant de diverses sources (par exemple, votre activité sur un autre service en ligne, votre utilisation d'une carte de fidélité en magasin ou vos réponses à une enquête), dans le cadre des objectifs expliqués dans le présent avis.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Les données provenant de diverses sources sont des données provenant d'autres services que la propriété numérique pour laquelle vous avez octroyé les autorisations appropriées (par exemple, l'activité sur d'autres propriétés ou services numériques, les cartes de fidélité, l'historique des achats en magasin, les données obtenues lors d'événements ou de campagnes courriels directes).</li><li>• Étant donné que le CTC ne fonctionne qu'en ligne, les « autorisations appropriées » mentionnées au point précédent font référence aux autorisations établies hors ligne au point de collecte des données.</li><li>• Cette fonctionnalité est destinée à permettre des modes de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>• Combiner et associer des données provenant de diverses sources hors ligne à l'appui d'un ou plusieurs objectifs ou objectifs particuliers, pour lesquels les autorisations appropriées ont été données.</li></ul></li><li>• Les données recueillies précédemment ou séparément et combinées dans le cadre de cette fonctionnalité doivent avoir été recueillies avec les autorisations appropriées.</li></ul>

### Fonctionnalité 2 – Relier divers appareils

<b>Numéro</b>	2
<b>Nom</b>	Relier différents appareils
<b>Texte convivial</b>	Aux fins décrites dans le présent avis, votre appareil est censé être relié à d'autres appareils vous appartenant ou appartenant à votre ménage (par exemple parce que vous êtes connecté au même service sur votre téléphone et sur votre ordinateur, ou parce que vous utilisez la même connexion Internet sur les deux appareils).

<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cette fonctionnalité est destinée à permettre des modes de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>• Établir (de manière déterministe ou probabiliste) que deux dispositifs ou plus appartiennent au même utilisateur ou au même ménage pour une ou plusieurs objectifs ou objectifs particuliers, pour lesquels les autorisations appropriées ont été données.</li></ul></li></ul>
------------------------------------	---

### Fonctionnalité 3 – Identifier des appareils sur la base des informations transmises automatiquement

<b>Numéro</b>	3
<b>Nom</b>	Identifier des appareils sur la base des informations transmises automatiquement
<b>Texte convivial</b>	Votre appareil peut être distingué d'autres appareils sur la base des informations qu'il envoie automatiquement lorsqu'il accède à l'Internet (par exemple, l'adresse IP de votre connexion Internet ou le type de navigateur que vous utilisez) à l'appui des objectifs exposés dans le présent avis.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cette fonctionnalité est destinée à permettre des modes de traitement comme :<ul style="list-style-type: none"><li>• Créer un identifiant en utilisant les données recueillies automatiquement à partir d'un appareil pour déterminer des caractéristiques spécifiques, p. ex. l'adresse IP, la chaîne de l'agent utilisateur.</li><li>• Utiliser un tel identifiant pour tenter d'identifier à nouveau un appareil.</li></ul></li><li>• Cette fonction ne permet pas la création et l'utilisation d'un identifiant basé sur des données collectées activement à partir de l'appareil via JavaScript ou API (par exemple, la police installée ou la résolution de l'écran). Cette opération est couverte séparément par la fonctionnalité particulière 2.</li></ul> <p>L'utilisation de ces données à des fins de sécurité ou de prévention de la fraude est couverte séparément par l'objectif particulier 1 et ne nécessite pas de déclaration distincte de cette fonctionnalité.</p>

## D. Fonctionnalités particulières

### Fonctionnalité particulière 1 – Utiliser des données de géolocalisation précises

<b>Numéro</b>	1
<b>Nom</b>	Utiliser des données de géolocalisation précises
<b>Texte convivial</b>	Avec votre accord, votre localisation précise (dans un rayon de moins de 500 mètres) peut être utilisée aux fins décrites dans le présent avis.



<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fonctionnalité particulière : Les utilisateurs doivent donner leur consentement exprès pour cette fonctionnalité avant que les fournisseurs ne puissent l'utiliser.</li> <li>● Cette particularité est destinée à permettre la mise en œuvre de modes de traitement comme :                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recueillir des données sur le navigateur ou l'appareil d'un utilisateur afin de le distinguer des autres utilisateurs au fil des visites, en utilisant une combinaison d'informations accessibles par JavaScript ou par des API comme le fuseau horaire, les polices de caractères du système, la résolution de l'écran et les modules d'extension installés.</li> </ul> </li> <li>● Cette fonctionnalité ne couvre pas la création et l'utilisation d'un identifiant basé sur des données collectées automatiquement à partir de l'appareil (adresses IP, chaîne de l'agent utilisateur ou autres informations qui ne sont pas activement extraites de l'appareil). Cette opération est couverte séparément par la fonctionnalité 3.</li> </ul>
------------------------------------	--

## **Fonctionnalité particulière 2 – Balayer activement les caractéristiques d'appareils aux fins d'identification**

<b>Numéro</b>	2
<b>Nom</b>	Balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification
<b>Texte convivial</b>	Avec votre accord, certaines caractéristiques propres à votre appareil peuvent être demandées et utilisées pour le distinguer d'autres appareils (comme les polices ou les modules d'extension installés, la résolution de votre écran) à l'appui des finalités expliquées dans le présent avis.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Fonctionnalité particulière : Les utilisateurs doivent donner leur consentement exprès pour cette fonctionnalité avant que les fournisseurs ne puissent l'utiliser.</li> <li>● Cette particularité est destinée à permettre la mise en œuvre de modes de traitement comme :                     <ul style="list-style-type: none"> <li>• Recueillir des données sur le navigateur ou l'appareil d'un utilisateur afin de le distinguer des autres utilisateurs au fil des visites, en utilisant une combinaison d'informations accessibles par JavaScript ou par des API comme le fuseau horaire, les polices de caractères du système, la résolution de l'écran et les modules d'extension installés.</li> </ul> </li> <li>● Cette fonctionnalité ne couvre pas la création et l'utilisation d'un identifiant basé sur des données collectées automatiquement à partir de l'appareil (adresses IP, chaîne de l'agent utilisateur ou autres informations qui ne sont pas activement extraites de l'appareil). Cette opération est couverte séparément par la fonctionnalité 3.</li> </ul>

## E. Regroupements

Des regroupements peuvent être utilisés pour remplacer les informations de la couche initiale concernant deux objectifs et/ou objectifs particuliers ou plus (voir aussi l'annexe B). Les objectifs ne doivent pas être inclus dans plus d'un regroupement et ne doivent pas être présentés comme faisant partie d'un regroupement et comme étant extérieur aux regroupements en même temps. Inversement, aucun regroupement utilisé ne doit inclure le même objectif plus d'une fois ou inclure des objectifs qui ne sont pas présentés dans ses limites.

### Regroupement 1 – Données de géolocalisation précises et identification par balayage d'appareils

<b>Numéro</b>	1
<b>Nom</b>	Données de géolocalisation précises et identification par balayage d'appareils
<b>Description</b>	La géolocalisation précise et les informations sur les caractéristiques d'appareils peuvent être utilisées.
<b>Fonctionnalités particulières incluses</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fonctionnalité particulière 1 : Utiliser des données de géolocalisation précises</li> <li>• Fonctionnalité particulière 2 : Balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification</li> </ul>

### Regroupement 2 – Publicités de base et mesure des publicités

<b>Numéro</b>	2
<b>Nom</b>	Publicités de base et mesure des publicités
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. La performance des publicités peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>• Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> </ul>

### Regroupement 3 – Publicités personnalisées

<b>Numéro</b>	3
<b>Nom</b>	Publicités personnalisées
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d'un profil. D'autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les publicités.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>• Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>• Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> </ul>

#### Regroupement 4 – Publicités de base, mesure des publicités et informations sur l’audience

<b>Numéro</b>	4
<b>Nom</b>	Publicités de base, mesure des publicités et informations sur l’audience
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. La performance des publicités peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

#### Regroupement 5 – Publicités de base, profil de publicités personnalisées et mesure des publicités

<b>Numéro</b>	5
<b>Nom</b>	Publicités de base, profil de publicités personnalisées et mesure des publicités
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités mieux personnalisées. La performance des publicités peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> </ul>

#### Regroupement 6 – Affichage de publicités personnalisées et mesure des publicités

<b>Numéro</b>	6
<b>Nom</b>	Affichage de publicités personnalisées et mesure des publicités
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d’un profil. La performance des publicités peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> </ul>

### Regroupement 7 – Affichage de publicités personnalisées, mesure des publicités et informations sur l’audience

<b>Numéro</b>	7
<b>Nom</b>	Affichage de publicités personnalisées, mesure des publicités et informations sur l’audience
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d’un profil. La performance des publicités peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

### Regroupement 8 – Publicités personnalisées et mesure des publicités

<b>Numéro</b>	8
<b>Nom</b>	Publicités personnalisées et mesure des publicités
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités mieux personnalisées. La performance des publicités peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>●</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> </ul>

### Regroupement 9 – Publicités personnalisées, mesure des publicités et informations sur l’audience

<b>Numéro</b>	9
<b>Nom</b>	Publicités personnalisées, mesure des publicités et informations sur l’audience
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités mieux personnalisées. La performance des publicités peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

### Regroupement 10 – Profil et affichage de publicités personnalisées

<b>Numéro</b>	10
<b>Nom</b>	Profil et affichage de publicités personnalisées
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités mieux personnalisées.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>• Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> </ul>

### Regroupement 11 – Contenu personnalisé

<b>Numéro</b>	11
<b>Nom</b>	Contenu personnalisé
<b>Description</b>	Le contenu peut être personnalisé en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>• Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> </ul>

### Regroupement 12 – Affichage de contenu personnalisé et mesure du contenu

<b>Numéro</b>	12
<b>Nom</b>	Affichage de contenu personnalisé et mesure du contenu
<b>Description</b>	Le contenu peut être personnalisé en fonction d'un profil. La performance du contenu peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>• Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> </ul>

### Regroupement 13 – Affichage de contenu personnalisé, mesure du contenu et informations sur l’audience

<b>Numéro</b>	13
<b>Nom</b>	Affichage de contenu personnalisé, mesure du contenu et informations sur l’audience
<b>Description</b>	Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. La performance du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

### Regroupement 14 – Contenu personnalisé et mesure du contenu

<b>Numéro</b>	14
<b>Nom</b>	Contenu personnalisé et mesure du contenu
<b>Description</b>	Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance du contenu peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> </ul>

### Regroupement 15 – Contenu personnalisé, mesure du contenu et informations sur l’audience

<b>Numéro</b>	15
<b>Nom</b>	Contenu personnalisé, mesure du contenu et informations sur l’audience
<b>Description</b>	Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

### Regroupement 16 – Contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l’audience et développement de produits

<b>Numéro</b>	16
<b>Nom</b>	Contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

### Regroupement 17 – Mesure des publicités et du contenu et informations sur l’audience

<b>Numéro</b>	17
<b>Nom</b>	Mesure des publicités et du contenu et informations sur l’audience
<b>Description</b>	La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

### Regroupement 18 – Mesure des publicités et du contenu

<b>Numéro</b>	18
<b>Nom</b>	Mesure des publicités et du contenu
<b>Description</b>	La performance des publicités et du contenu peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> </ul>

### Regroupement 19 – Mesure des publicités et informations sur l’audience

<b>Numéro</b>	19
<b>Nom</b>	Mesure des publicités et informations sur l’audience
<b>Description</b>	La publicité peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

### Regroupement 20 – Mesure des publicités et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits

<b>Numéro</b>	20
<b>Nom</b>	Mesure des publicités et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

### Regroupement 21 – Mesure du contenu, informations sur l’audience et développement de produits

<b>Numéro</b>	21
<b>Nom</b>	Mesure du contenu, informations sur l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	La performance du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>



### Regroupement 22 – Mesure du contenu et développement de produits

<b>Numéro</b>	22
<b>Nom</b>	Mesure du contenu et développement de produits
<b>Description</b>	La performance du contenu peut être mesurée. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>• Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

### Regroupement 23 – Affichage de publicités et de contenu personnalisés, et mesure des publicités et du contenu

<b>Numéro</b>	23
<b>Nom</b>	Affichage de publicités et de contenu personnalisés, et mesure des publicités et du contenu
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>• Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>• Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>• Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>• Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> </ul>

### Regroupement 24 – Affichage de publicités et de contenu personnalisés, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l'audience

<b>Numéro</b>	24
<b>Nom</b>	Affichage de publicités et de contenu personnalisés, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l'audience
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.

<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l'aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>
---	---

**Regroupement 25 – Publicités et contenu personnalisés, et mesure des publicités et du contenu**

<b>Numéro</b>	25
<b>Nom</b>	Publicités et contenu personnalisés, et mesure des publicités et du contenu
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités et du contenu mieux personnalisés. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> </ul>

**Regroupement 26 – Publicités et contenu personnalisés, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l'audience**

<b>Numéro</b>	26
<b>Nom</b>	Publicités et contenu personnalisés, mesure de la publicité et du contenu, et informations sur l'audience
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités et du contenu mieux personnalisés. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.

<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l'aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>
---	--

### Regroupement 27 – Profil de publicités et de contenu personnalisés

<b>Numéro</b>	27
<b>Nom</b>	Profil de publicités et de contenu personnalisés
<b>Description</b>	Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour personnaliser des publicités et du contenu.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> </ul>

### Regroupement 28 – Affichage de publicités et de contenu personnalisés

<b>Numéro</b>	28
<b>Nom</b>	Affichage de publicités et de contenu personnalisés
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> </ul>

**Regroupement 29 – Publicités de base, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l’audience**

<b>Numéro</b>	29
<b>Nom</b>	Publicités de base, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l’audience
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

**Regroupement 30 – Affichage de publicités personnalisées, contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l’audience**

<b>Numéro</b>	30
<b>Nom</b>	Affichage de publicités personnalisées, contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l’audience
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

**Regroupement 31 – Affichage de publicités personnalisées, contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits**

<b>Numéro</b>	31
<b>Nom</b>	Affichage de publicités personnalisées, contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

**Regroupement 32 – Publicités de base, contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l’audience**

<b>Numéro</b>	32
<b>Nom</b>	<b>Publicités de base, contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, et analyse de l’audience</b>
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

**Regroupement 33 – Publicités de base, contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits**

<b>Numéro</b>	33
<b>Nom</b>	Publicités de base, contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, analyse de l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

**Regroupement 34 – Publicités de base, contenu personnalisé, mesure du contenu, et informations sur l’audience**

<b>Numéro</b>	34
<b>Nom</b>	Publicités de base, contenu personnalisé, mesure du contenu et analyse de l’audience
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> </ul>

**Regroupement 35 – Publicités de base, contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l’audience et développement de produits**

<b>Numéro</b>	35
<b>Nom</b>	<b>Publicités de base, contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l’audience et développement de produits</b>
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

**Regroupement 36 – Publicités de base, contenu personnalisé et mesure des publicités**

<b>Numéro</b>	36
<b>Nom</b>	Publicités de base, contenu personnalisé et mesure des publicités
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. Le contenu peut être personnalisé en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance des publicités peut être mesurée.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> </ul>

### Regroupement 37 – Publicités de base, contenu personnalisé, mesure des publicités et développement de produits

<b>Numéro</b>	37
<b>Nom</b>	Publicités de base, contenu personnalisé, mesure des publicités et développement de produits
<b>Description</b>	Des publicités de base peuvent être diffusées. Le contenu peut être personnalisé en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé. La performance des publicités peut être mesurée. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

### Regroupement 38 – Publicités personnalisées, mesure des publicités et développement de produits

<b>Numéro</b>	38
<b>Nom</b>	Publicités personnalisées, mesure des publicités et développement de produits
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d'un profil. D'autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les publicités. La performance des publicités peut être mesurée. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>



### Regroupement 39 – Publicités personnalisées, mesure des publicités, informations sur l’audience et développement de produits

<b>Numéro</b>	39
<b>Nom</b>	Publicités personnalisées, mesure des publicités, informations sur l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d’un profil. D’autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les publicités. La performance des publicités peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

### Regroupement 40 – Publicités personnalisées, mesure des publicités et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits

<b>Numéro</b>	40
<b>Nom</b>	Publicités personnalisées, mesure des publicités et du contenu, analyse de l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	Les publicités peuvent être personnalisées en fonction d’un profil. D’autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les publicités. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

### Regroupement 41 – Publicités personnalisées, affichage de contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits

<b>Numéro</b>	41
<b>Nom</b>	Publicités personnalisées, affichage de contenu personnalisé, mesure des publicités et du contenu, analyse de l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d’un profil. D’autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les publicités. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

### Regroupement 42 – Publicités et contenu personnalisés, mesure des publicités et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits

<b>Numéro</b>	42
<b>Nom</b>	Publicités et contenu personnalisés, mesure de la publicité et du contenu, informations sur l’audience et développement de produits
<b>Description</b>	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d’un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités et du contenu mieux personnalisés. La performance des publicités et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les publicités et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
<b>Les objectifs comprennent les suivants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité</li> <li>● Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée</li> <li>● Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées</li> <li>● Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu</li> <li>● Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé</li> <li>● Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire</li> <li>● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu</li> <li>● Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l’aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources</li> <li>● Objectif 10 : Développer et améliorer les services</li> </ul>

## F. Exemples de combinaison de regroupements

### Exemple de combinaison de regroupements 1

- **Fonctionnalité particulière 1 : Utiliser des données de géolocalisation précises**
- **Regroupement 3 : Publicité personnalisée**
  - Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité
  - Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée
  - Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées
- **Regroupement 11 : Contenu personnalisé**
  - Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé
  - Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé
- **Regroupement 17 : Mesure de la publicité et du contenu, et études sur l'audience**
  - Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire
  - Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu
  - Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l'aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources
- **Objectif 10 : Développer et améliorer les services**

### Exemple de combinaison de regroupements 2

- **Fonctionnalité particulière 1 : Utiliser des données de géolocalisation précises**
- **Regroupement 8 :**
- **Publicité personnalisée et mesure de la publicité**
  - Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner la publicité
  - Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée
  - Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées
  - Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire
- **Regroupement 14 : Contenu personnalisé et mesure du contenu**
  - Objectif 5 : Créer des profils pour personnaliser le contenu
  - Objectif 6 : Utiliser des profils pour sélectionner un contenu personnalisé
  - Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu
  - **Objectif 9** : Comprendre les différents publics à l'aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources
  - **Objectif 10 : Développer et améliorer les services**

### Exemple de combinaison de regroupements 3 (annonceurs)

- **Fonctionnalité particulière 1 : Utiliser des données de géolocalisation précises**
- **Regroupement 3 : Publicité personnalisée**
  - Objectif 2 : Utiliser des données limitées pour sélectionner les publicités de base
  - Objectif 3 : Créer des profils pour une publicité personnalisée
  - Objectif 4 : Utiliser les profils pour sélectionner des publicités personnalisées

- **Regroupement 19 : Mesure de la publicité et études sur l'audience**
  - Objectif 7 : Mesurer la performance publicitaire
  - Objectif 9 : Comprendre les différents publics à l'aide de statistiques ou de combinaisons de données provenant de plusieurs sources
  - Objectif 10 : Développer et améliorer les services

## Catégories de données

### 1 – Adresses IP

<b>Numéro</b>	1
<b>Nom</b>	Adresses IP
<b>Texte convivial</b>	Votre adresse IP est un numéro attribué par votre fournisseur de services Internet à toute connexion Internet. Elle n'est pas toujours propre à votre appareil et ne constitue pas toujours un identifiant stable. Elle est utilisée pour acheminer des informations sur Internet et afficher du contenu en ligne (y compris des publicités) sur votre appareil connecté.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	Les serveurs d'un fournisseur peuvent recevoir les adresses IP publiques des utilisateurs pour diriger le trafic sur Internet, par exemple pour diffuser une publicité par l'entremise de requêtes HTTP. Les fournisseurs doivent déclarer cette catégorie de données même s'ils traitent l'adresse IP à la volée, sans la stocker.

### 2 – Caractéristiques de l'appareil

<b>Numéro</b>	2
<b>Nom</b>	Caractéristiques de l'appareil
<b>Texte convivial</b>	Caractéristiques techniques de l'appareil que vous utilisez et qui ne vous sont pas propres, comme la langue, le fuseau horaire ou le système d'exploitation.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	Un vendeur peut traiter les caractéristiques de l'appareil, la langue, le fuseau horaire, le système d'exploitation, les logiciels et les applications liés à l'appareil.

### 3 – Identifiants des appareils

<b>Numéro</b>	3
<b>Nom</b>	Identifiants des appareils
<b>Texte convivial</b>	<p>Un identifiant d'appareil est une chaîne de caractères unique attribuée à votre appareil ou à votre navigateur au moyen d'un témoin ou d'autres technologies de stockage.</p> <p>Il peut être créé ou consulté pour reconnaître votre appareil, par exemple sur les pages Web d'un même site ou sur plusieurs sites ou applications.</p>
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<p>Un fournisseur peut écrire et accéder à des identifiants uniques sur les appareils des utilisateurs, comme les identifiants gérés ou créés par le fournisseur ou l'éditeur, les partenaires du fournisseur ou les identifiants fournis par les systèmes d'exploitation (comme les IDFA [identifiant pour les annonceurs], les IDFV [identifiant pour les fournisseurs] ou les GAID [identifiant publicitaire Google]).</p>

### 4 – Identifiants probabilistes

<b>Numéro</b>	4
<b>Nom</b>	Identifiants probabilistes
<b>Texte convivial</b>	<p>Un identifiant probabiliste peut être créé en combinant des caractéristiques associées à votre appareil (le type de navigateur ou de système d'exploitation) et l'adresse IP de la connexion Internet. Si vous donnez votre accord, des caractéristiques supplémentaires (par exemple la police installée ou la résolution de l'écran) peuvent également être combinées pour améliorer la précision de l'identifiant probabiliste.</p> <p>Un tel identifiant est considéré comme « probabiliste », car plusieurs appareils peuvent partager les mêmes caractéristiques et la même connexion Internet. Il peut être utilisé pour reconnaître votre appareil, par exemple sur des pages Web d'un même site ou sur plusieurs sites ou applications.</p>
<b>Directives aux fournisseurs</b>	<p>Un fournisseur peut créer un identifiant en utilisant les données recueillies automatiquement à partir d'appareils pour déterminer des caractéristiques précises, p. ex. l'adresse IP, la chaîne de l'agent utilisateur.</p> <p>Les fournisseurs qui créent ce type d'identifiant doivent déclarer la fonctionnalité 3 (Recevoir et utiliser des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement à des fins d'identification).</p>

	<p>Un fournisseur peut aussi créer un identifiant en utilisant les données recueillies par balayage actif des caractéristiques spécifiques d'appareils, p. ex. les polices de caractères ou la résolution de l'écran. Les fournisseurs qui créent ce type d'identifiant doivent déclarer la fonctionnalité particulière 2, pour laquelle les utilisateurs doivent donner leur accord.</p>
--	---

## 5 – Identifiants dérivés de l'authentification

<b>Numéro</b>	5
<b>Nom</b>	Identifiants dérivés de l'authentification
<b>Texte convivial</b>	Lorsqu'un identifiant est créé à partir de données d'authentification, par exemple, des coordonnées associées aux comptes en ligne que vous avez créés sur des sites Web ou des applications (p. ex., l'adresse électronique, le numéro de téléphone) ou encore des identifiants client (p. ex., l'identifiant fourni par votre fournisseur de télécommunications), cet identifiant peut être utilisé pour vous reconnaître sur des sites Web, des applications et des appareils lorsque vous êtes connecté avec les mêmes coordonnées.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	Un fournisseur peut créer des identifiants basés sur les informations d'authentification des utilisateurs (par exemple, leur adresse électronique ou leur numéro de téléphone). Les identifiants dérivés d'adresses électroniques ou de numéros de téléphone des utilisateurs au moyen de fonctions de hachage (SHA-256, MD5, SHA-1...) et d'autres formes de cryptage non réversibles, ainsi que les identifiants uniques associés aux informations d'authentification des utilisateurs, sont des exemples de ces identifiants.

## 6 – Données de navigation et d'interaction

<b>Numéro</b>	6
<b>Nom</b>	Données de navigation et d'interaction
<b>Texte convivial</b>	Votre activité en ligne, comme les sites Web que vous visitez, les applications que vous utilisez, le contenu que vous recherchez dans un service, ou encore vos interactions avec le contenu ou les publicités, comme le nombre de fois où vous avez vu un contenu ou une publicité en particulier ou si vous avez cliqué dessus.

<b>Directives aux fournisseurs</b>	Un fournisseur peut traiter des informations comme les pages Web consultées, le contenu visualisé, les interactions avec un site Web, des applications ou une publicité, ainsi que les recherches effectuées par l'utilisateur.
------------------------------------	---

## 7 – Données fournies par l'utilisateur

<b>Numéro</b>	7
<b>Nom</b>	Données fournies par l'utilisateur
<b>Texte convivial</b>	Les informations que vous avez pu fournir en guise de déclaration dans un formulaire (p. ex., un retour d'information, un commentaire) ou lors de la création d'un compte (p. ex., votre âge, votre profession).
<b>Directives aux fournisseurs</b>	Un fournisseur peut traiter les informations déclaratives des utilisateurs communiquées dans un formulaire ou lors de la création d'un compte, comme la tranche d'âge ou la profession.

## 8 – Données de localisation non précises

<b>Numéro</b>	8
<b>Nom</b>	Données de localisation non précises
<b>Texte convivial</b>	Une approximation de votre position, exprimée sous la forme d'une zone d'un rayon d'au moins 500 mètres. Votre emplacement approximatif peut être déduit, par exemple, de l'adresse IP de votre connexion.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	Un fournisseur peut traiter des données de géolocalisation avec des coordonnées de latitude et de longitude comportant deux décimales ou moins ou à l'intérieur d'un rayon d'au moins 500 mètres.

## 9 – Données de localisation précises

<b>Numéro</b>	9
<b>Nom</b>	Données de localisation précises
<b>Texte convivial</b>	Votre position précise dans un rayon de moins de 500 mètres sur la base de vos coordonnées GPS. Ces données ne peuvent être utilisées qu'avec votre accord.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	Un fournisseur peut traiter des données de géolocalisation avec des coordonnées de latitude et de longitude supérieures à deux décimales ou à l'intérieur d'un rayon inférieur à 500 mètres.

## 10 – Profils des utilisateurs

<b>Numéro</b>	10
<b>Nom</b>	Profils des utilisateurs
<b>Texte convivial</b>	Certaines caractéristiques (par exemple, vos intérêts éventuels, vos intentions d'achat, votre profil de consommateur) peuvent être déduites ou modélisées à partir de votre activité en ligne précédente (par exemple, le contenu que vous avez consulté ou le service que vous avez utilisé, le temps que vous avez passé sur divers contenus et services en ligne) ou des informations que vous avez fournies (par exemple, votre âge, votre profession).
<b>Directives aux fournisseurs</b>	Un fournisseur peut traiter des informations concernant le fait qu'un utilisateur est associé (par le fournisseur ou autrement) à un ou plusieurs groupes d'intérêt d'utilisateurs qui partagent des caractéristiques communes comme des caractéristiques démographiques, des préférences, des intérêts ou des intentions d'achat.



## 11 – Choix en matière de confidentialité

<b>Numéro</b>	11
<b>Nom</b>	Choix en matière de confidentialité
<b>Texte convivial</b>	Vos préférences concernant le traitement de vos données, sur la base de l'avis que vous avez reçu.
<b>Directives aux fournisseurs</b>	Un fournisseur peut traiter les signaux des utilisateurs ou une partie de ceux-ci conformément aux politiques ou aux spécifications envoyées aux fournisseurs par une CMP, généralement au nom d'un éditeur. Ces spécifications comprennent entre autres, un avis sur la transparence, le consentement ou le statut d'objection d'un fournisseur ou d'un objectif, le statut d'acceptation d'une fonctionnalité particulière et les restrictions imposées par l'éditeur.

## Annexe B : Exigences relatives à l'interface utilisateur

### A. Portée

- a. Cette annexe s'applique à toute partie déployant une interface utilisateur en lien avec le cadre (« IU du cadre »). En général, il s'agit de la première partie de l'interaction avec l'utilisateur, comme dans le cas d'un éditeur qui exploite sa propre PGC privée ou qui fait appel aux services d'une PGC commerciale. L'éditeur et la PGC sont tous deux responsables de s'assurer du respect de ces exigences. L'annexe B doit être lue conjointement avec le chapitre II (« Politiques pour les PGC »), le chapitre IV (« Politiques pour les éditeurs ») et le chapitre V (« Politiques pour interagir avec des utilisateurs »).
- b. Il incombe à l'éditeur et/ou à la PGC de déterminer quand l'IU du cadre sera affichée conformément aux politiques et aux spécifications du cadre, dans le respect des exigences juridiques, dans le but de soutenir la collecte, l'utilisation ou la divulgation transparente et légale par les fournisseurs de renseignements personnels des utilisateurs. L'IU du cadre peut être utilisée pour soutenir la collecte, l'utilisation ou la divulgation transparente et légale de renseignements personnels des utilisateurs par l'éditeur lui-même.
- c. Les politiques et les spécifications du cadre établissent des exigences minimales relativement au libellé, à la conception et à d'autres éléments de l'interface utilisateur du cadre. Ces exigences minimales visent à s'aligner sur les exigences légales prévues par les lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels. En cas de conflit entre l'annexe B et les lois canadiennes applicables, celles-ci ont préséance. Sauf indication contraire, rien dans l'annexe B n'est destiné à empêcher la création d'interfaces utilisateur du cadre dépassant ces exigences minimales.

### B. Règles et exigences générales pour les interfaces utilisateur du cadre

- a. Lorsqu'elle offre aux utilisateurs des choix en matière de transparence et/ou de consentement, l'IU du cadre peut utiliser une approche dite « par couches » qui fournit immédiatement des informations clés dans une couche initiale et met à la disposition des utilisateurs qui le souhaitent des informations plus détaillées dans des couches supplémentaires. L'annexe B prévoit des exigences minimales pour certaines couches, en particulier la couche initiale, lorsque l'IU du cadre fait appel à une approche par couches.
- b. Lorsqu'elle assure la transparence entourant les objectifs, les objectifs particuliers, les fonctionnalités et les fonctionnalités particulières, l'interface utilisateur du cadre doit le faire uniquement sur la base des noms et des définitions standard des objectifs, des objectifs particuliers, des fonctionnalités et des fonctionnalités particulières de l'annexe A,

tels qu'ils sont publiés sur la liste des fournisseurs mondiaux ou en utilisant des regroupements conformément aux politiques et aux spécifications. Les IU doivent mettre à disposition le texte juridique standard des objectifs, des objectifs particuliers, des fonctionnalités et des fonctionnalités particulières de l'annexe A, mais peuvent remplacer ou compléter les définitions juridiques standard par le texte standard convivial de l'annexe A, à condition que le texte juridique demeure à la disposition de l'utilisateur et qu'il soit expliqué que ces textes juridiques sont définitifs. Dans tous les cas, le libellé utilisé doit être convivial et généralement compréhensible.

- c. Lorsque l'IU du cadre de travail utilise une langue autre que l'anglais, elle doit le faire uniquement sur la base des traductions officielles des noms et des définitions standard de l'annexe A concernant l'objectif, l'objectif particulier, la fonctionnalité et la fonctionnalité particulière, tels qu'ils sont publiés sur la liste des fournisseurs mondiaux.
- d. Lorsqu'elle assure une transparence entourant les fournisseurs, l'IU du cadre doit le faire uniquement sur la base des informations fournies et des déclarations faites par les fournisseurs telles qu'elles sont publiées sur la liste des fournisseurs mondiaux.
- e. Pour éviter toute ambiguïté, les IU du cadre peuvent également être utilisées pour assurer la transparence et demander le consentement, à des fins et/ou pour des fournisseurs qui ne sont pas couverts par le cadre. Toutefois, les utilisateurs ne doivent pas être induits en erreur en étant portés à croire qu'un objectif et/ou un fournisseur non liés au cadre font partie de ce dernier ou sont soumis à ses politiques. Si l'IU du cadre inclut des objectifs et/ou des fournisseurs non liés au cadre, elle doit permettre aux utilisateurs de faire la distinction entre les fournisseurs inscrits au cadre, et les objectifs définis par le cadre, et ceux qui ne le sont pas.
- f. Dans les cas où l'éditeur permet à des fournisseurs, qu'il ne divulgue pas directement, de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels d'utilisateurs pour un ou plusieurs objectifs et des objectifs particuliers et/ou en utilisant une ou plusieurs fonctionnalités particulières divulguées par l'éditeur conformément à une autorisation HB établie lors d'interactions précédentes avec ces fournisseurs dans d'autres contextes, l'IU du cadre doit en aviser les utilisateurs.
- g. L'IU du cadre doit aviser les utilisateurs que leurs choix de fournisseurs sont limités aux objectifs et aux fonctionnalités particulières et qu'elle ne leur permet pas de refuser le consentement à des fournisseurs divulgués recueillant, utilisant ou divulguant des renseignements personnels pour des objectifs particuliers et que des fonctionnalités particulières peuvent être utilisées pour l'objectif particulier 1 (assurer la sécurité, prévenir la fraude et déboguer) indépendamment du choix de l'utilisateur concernant les fonctionnalités particulières.
- h. L'IU du cadre doit informer les utilisateurs que leurs renseignements personnels peuvent être stockés en dehors du Canada (ou, si l'IU du cadre est installée au Québec, leurs renseignements personnels peuvent être stockés en dehors du Québec) et que, par conséquent, la législation du territoire de compétence dans lequel ils sont stockés s'appliquera. Les utilisateurs doivent également être informés des risques liés au stockage de leurs données en dehors du territoire canadien.

## C. Exigences particulières concernant les IU du cadre en lien avec l'obtention du consentement d'un utilisateur.

- a. Lorsqu'il s'agit d'assurer la transparence entourant les objectifs, les objectifs particuliers, les fonctionnalités, les fonctionnalités particulières et les fournisseurs dans le cadre de l'obtention d'une autorisation de l'utilisateur, l'IU du cadre doit être affichée de manière bien visible et distincte des autres informations, comme les conditions générales ou la politique de confidentialité, dans une zone modale ou une bannière clairement visible pour un utilisateur visitant pour la première fois une propriété numérique.
- b. En cas d'utilisation d'une approche dite « par couches », la couche initiale de l'IU du cadre assurant la transparence et demandant le consentement de l'utilisateur doit comprendre au moins les éléments suivants :
  - i. Des informations sur le fait que des renseignements personnels sont recueillis, utilisés ou divulgués, et la nature des renseignements personnels recueillis, utilisés ou divulgués (p.ex. identifiants uniques, données de navigation).
  - ii. Des informations sur le fait que des fournisseurs tiers recueilleront, utiliseront ou divulgueront des renseignements personnels de l'utilisateur, ainsi qu'un lien vers la liste des tiers cités.
  - iii. La liste des objectifs distincts et séparés pour laquelle les fournisseurs recueillent, utilisent ou divulguent des renseignements personnels, en utilisant au moins les noms normalisés et/ou les noms de regroupement comme définis à l'annexe A.
  - iv. Des informations sur les fonctionnalités particulières utilisées par les fournisseurs lors de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation de renseignements personnels.
  - v. Des informations sur les conséquences (le cas échéant) du consentement ou du non – consentement (y compris le retrait du consentement).
  - vi. Des informations sur la portée de l'autorisation, c'est-à-dire une autorisation spécifique à un service ou une autorisation spécifique à un groupe. S'il s'agit d'une autorisation spécifique à un groupe, un lien contenant des informations sur le groupe doit être inclus.
  - vii. Des informations sur le fait que l'utilisateur peut retirer son autorisation à tout moment et sur la manière de faire réapparaître l'interface utilisateur du cadre afin d'y procéder.
  - viii. Le cas échéant, des informations sur le fait que certains fournisseurs ont déterminé qu'il est approprié pour eux de se fier au consentement tacite de l'utilisateur, en tenant compte des attentes raisonnables de l'utilisateur et de la sensibilité des renseignements personnels qui doivent être recueillis, utilisés ou divulgués. Dans ces cas, l'utilisateur doit être informé de sa possibilité de s'opposer (c'est-à-dire de se retirer), avec un lien vers la couche pertinente de l'IU du cadre traitant de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation de renseignements personnels sur la base d'un consentement tacite.
  - ix. Lorsqu'un consentement exprès est requis, un appel à l'action permettant à

- l'utilisateur d'accorder son consentement exprès doit être affiché (par exemple « **Accepter** », « **OK** », « **Approuver** », « **Adhérer** », etc.).
- x. Un appel à l'action permettant à l'utilisateur de personnaliser ses choix (par exemple « Paramètres avancés », « Personnaliser les choix », etc.).
  - xi. Le cas échéant, les utilisateurs doivent être informés que leurs renseignements personnels peuvent être stockés en dehors du Canada (ou, si l'IU du cadre est installée au Québec, leurs renseignements personnels peuvent être stockés en dehors du Québec).
  - xii. Le cas échéant, les utilisateurs doivent être informés de leurs droits d'accès et de rectification prévus par la loi.
- c. Lorsqu'on utilise une approche dite « par couches », il faut prévoir une couche secondaire qui permette à l'utilisateur :
- i. D'examiner la liste des fournisseurs nommés, leurs objectifs, leurs objectifs particuliers, leurs fonctionnalités, leurs fonctionnalités particulières, les formes de consentement associées et un lien vers la politique de confidentialité de chaque fournisseur, ainsi que la durée maximale de stockage des appareils.
  - ii. D'examiner la liste des objectifs, les objectifs particuliers, les fonctionnalités et fonctionnalités particulières y compris leur nom standard et leur description standard complète, comme définis à l'annexe A, et un moyen de voir quels fournisseurs demandent une autorisation pour chacun des objectifs.
  - iii. De faire des choix de consentement globaux et spécifiques en ce qui concerne chaque fournisseur et, séparément, chaque objectif pour lequel l'éditeur choisit d'obtenir un consentement au nom d'un ou plusieurs fournisseurs.
  - iv. Lorsqu'un consentement exprès est requis, de faire des choix de consentement globaux et spécifiques en ce qui concerne chaque fonctionnalité particulière pour laquelle l'éditeur choisit d'obtenir un consentement exprès au nom d'un ou plusieurs fournisseurs.
  - v. Le cas échéant et si elles ne sont pas divulguées dans une première couche, de visualiser des informations sur le fait que certains fournisseurs (le cas échéant) ont déterminé qu'il est approprié pour eux de s'appuyer sur le consentement tacite de l'utilisateur pour un objectif donné; le fait que l'utilisateur a la possibilité de s'opposer.
  - vi. Si elles ne sont pas divulguées dans une première couche, de visualiser des informations sur les conséquences (le cas échéant) du consentement ou du refus de consentement (y compris le retrait du consentement).
- d. Lorsqu'une approche dite « par couches » est utilisée lors de la demande de consentement exprès, si un utilisateur accède à une couche secondaire qui lui permet de faire des choix globaux et spécifiques en matière de consentement exprès pour chaque objectif et pour chaque fonctionnalité particulière, le choix par défaut doit être « pas de consentement », « pas d'acceptation » ou « désactivé ».
- e. Si une IU affiche des fournisseurs qui ne sont pas inscrits auprès d'IAB Canada pour pouvoir participer au cadre, elle doit permettre aux utilisateurs de faire la distinction

entre les fournisseurs inscrits au cadre et ceux qui ne le sont pas. L'IU ne doit pas induire les autres en erreur en les portant à croire à la participation au cadre de l'un ou l'autre des fournisseurs qui ne sont pas inscrits auprès de l'OG.

- f. Un utilisateur doit pouvoir faire réapparaître l'IU du cadre à partir d'un lien facilement accessible, tel qu'une politique de confidentialité ou une icône distincte disponible sur la propriété numérique de l'éditeur, afin de lui permettre de retirer son autorisation aussi facilement que lorsqu'il l'a donnée, notamment en incluant un appel à l'action pour que l'utilisateur retire son consentement (p. ex. « Retirer le consentement » ou « Se retirer »).
- g. Les appels à l'action dans une IU du cadre ne doivent pas être invisibles, illisibles ou sembler désactivés. Bien que les appels à l'action ne doivent pas nécessairement être identiques, pour s'assurer qu'ils sont bien visibles, ils doivent posséder un formatage identique du texte (police, taille de la police, style de police) et un rapport de contraste minimum de 5:1 dans leur texte
  - . Dans la mesure où une couche initiale comporte plus de deux appels à l'action, cette politique ne s'applique qu'aux deux premiers appels à l'action.
- h. Par dérogation à l'annexe B, aux politiques C(c)(iii) et (iv) et C(d), un éditeur n'est pas tenu de permettre à un utilisateur de faire des choix de consentement globaux et spécifiques si l'éditeur met en œuvre un moyen pour l'utilisateur d'accéder à son contenu sans donner son consentement par d'autres moyens, par exemple en offrant un accès payant qui ne nécessite pas d'établir des autorisations. Pour éviter toute ambiguïté, toutes les autres politiques demeurent applicables.

## Historique des versions et journal des modifications

- Version 1.0 2021-05-31
  - Suppression de l'ÉBAUCHE du journal des modifications et finalisation du document en tant que version 1.0 des Politiques du CTC d'IAB Canada.