



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 et/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.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —

Copyright © 2021 IAB Canada. Tous droits réservés.

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 — Sélectionner des annonces de base

Objectif 3 — Créer un profil d’annonces

**personnalisées Objectif 4 — Sélectionner
des annonces personnalisées**

Objectif 5 — Créer un profil de contenu

**personnalisé Objectif 6 — Sélectionner du
contenu personnalisé**

Objectif 7 — Mesurer la performance des

**annonces Objectif 8 — Mesurer la
performance du contenu**

Objectif 9 — Utiliser les études de marché pour générer des

**informations sur l’audience Objectif 10 — Développer et
améliorer des produits**

B. Objectifs particuliers

Objectif particulier 1 — Assurer la sécurité, prévenir la fraude

**et déboguer Objectif particulier 2 — Diffuser de façon
technique des annonces ou du contenu**

C. Caractéristiques

**Fonctionnalité 1 — Associer et combiner des
sources de données hors ligne Fonctionnalité 2 —**

Relier divers appareils

**Fonctionnalité 3 — Recevoir et utiliser des caractéristiques d’appareils
envoyées automatiquement aux fins d’identification**

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 — Annonces de base et mesure des
annonces**

Regroupement 3 — Annonces personnalisées

Regroupement 4 — Annonces de base, mesure des annonces et informations sur l'audience

Regroupement 5 — Annonces de base, profil d'annonces personnalisées et mesure des annonces

Regroupement 6 — Affichage d'annonces personnalisées et mesure des annonces

Regroupement 7 — Affichage d'annonces personnalisées, mesure des annonces et informations sur l'audience

Regroupement 8 — Annonces personnalisées et mesure des annonces

Regroupement 9 — Annonces personnalisées, mesure des annonces et informations sur l'audience

Regroupement 10 — Profil et affichage d'annonces personnalisées

Regroupement 11 — Contenu personnalisé

Regroupement 12 — Affichage de contenu personnalisé et mesure du contenu

Regroupement 13 — Affichage de contenu personnalisé, mesure du contenu et informations 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, informations sur l'audience et développement de produits

Regroupement 17 — Mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience
Regroupement 18 — Mesure des annonces et du contenu

Regroupement 19 — Mesure des annonces et informations sur l'audience

Regroupement 20 — Mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Regroupement 21 — Mesure du contenu, informations sur l'audience et développement de produits
Regroupement 22 — Mesure du contenu et développement de produits

Regroupement 23 — Affichage d'annonces et de contenu personnalisés, et mesure des annonces et du contenu

Regroupement 24 — Affichage d'annonces et de contenu personnalisés, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l'audience

Regroupement 25 — Annonces et contenu personnalisés, et mesure des annonces et du contenu

Regroupement 26 — Annonces et contenu personnalisés, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

Regroupement 27 — Profil d'annonces et de contenu personnalisés
Regroupement 28 — Affichage d'annonces et de contenu personnalisés

Regroupement 29 — Annonces de base, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

Regroupement 30 — Affichage d'annonces personnalisées, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

Regroupement 31 — Affichage d'annonces personnalisées, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, informations sur

l'audience et développement de produits

Regroupement 32 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

Regroupement 33 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Regroupement 34 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure du contenu, et informations sur l'audience

Regroupement 35 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Regroupement 36 — Annonces de base, contenu personnalisé et mesure des annonces

Regroupement 37 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et développement de produits

Regroupement 38 — Annonces personnalisées, mesure des annonces et développement de produits

Regroupement 39 — Annonces personnalisées, mesure des annonces, informations sur l'audience et développement de produits

Regroupement 40 — Annonces personnalisées, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Regroupement 41 — Annonces personnalisées, affichage de contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Regroupement 42 — Annonces et contenu personnalisés, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

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 concernant les IU du cadre

C. Exigences précises concernant les IU du cadre en lien avec la demande de consentement exprès affichée à l'utilisateur

D. Exigences précises pour les IU 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 lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels. Le cadre permet d'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 accorde également 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 ceux-ci.
- 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 renseignements fournis aux utilisateurs, des choix offerts à ceux-ci 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 obligations légales.
- 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 vise à être tenu à jour au fil du temps, à mesure que se voient modifiées la législation ainsi que les exigences légales, les pratiques réglementaires, les pratiques commerciales, les besoins des entreprises et d'autres facteurs pertinents.

Chapitre I : Définitions

1. Définitions

1. « **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.

2. « **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'elle 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.

3. « **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.

4. « **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.

5. « **Liste des fournisseurs mondiaux** » (la « **LFM** » ou la « **liste des fournisseurs** ») : fait référence à 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.

6. « **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. Il 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.

7. « **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.

8. « **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.

9. « **Propriété numérique** » : fait référence à un site Web, une application ou un autre mécanisme de prestation de contenu ou de services dans lequel des annonces numériques sont publiées ou des renseignements sont recueillis et/ou utilisés aux fins de tout objectif ou objectif particulier.

10. « **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.

11. « **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, telles que l'accès assisté à l'Internet ou l'affichage sur des appareils dotés d'une interface utilisateur non visuelle, par exemple.

12. « **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, lesquels renseignements 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.

13. « **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.

14. « **Fonctionnalité** » : fait référence à l'une des fonctions pour lesquelles des renseignements personnels sont utilisés par les participants au cadre, lesquels renseignements 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 séparément du choix qu'il se voit offrir dans le cadre des objectifs pour lesquels ces renseignements sont utilisés.

15. « **Fonctionnalité particulière** » : fait référence à l'une des fonctionnalités pour lesquelles des renseignements personnels sont utilisés par les participants au cadre, lesquels renseignements 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.

16. « **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, 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.

17. « **Signal** » : fait référence à tout signal défini par les politiques ou les spécifications envoyé 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.

18. « **Données de géolocalisation précises** » : fait référence à des informations sur l'emplacement géographique d'un utilisateur exactes jusqu'à 500 mètres et/ou des données de latitude et de longitude au-delà de la deuxième décimale.

19. « **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 dans le cadre peuvent être établies selon les éléments suivants :

- (a) Portée spécifique 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 spécifique 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 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 à l'échelle de tous les services qu'il offre);
- (c) Portée globale, ce qui signifie qu'une autorisation n'est pas seulement applicable au service pour lequel l'autorisation est obtenue et gérée, mais à toutes les propriétés numériques de l'éditeur qui mettent en œuvre des PGC avec une portée mondiale, chacune d'entre elles permettant aux utilisateurs de gérer leurs choix concernant les autorisations établies mondialement à l'échelle de toutes ces propriétés numériques de l'éditeur; ou
- (d) Hors bande (HB), ce qui signifie qu'une autorisation n'a pas été établie à l'aide du cadre,

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques
ne se reflète dans aucun signal du cadre et ne peut être gérée par les utilisateurs du
cadre.

20. « **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.

21. « **Lois canadiennes sur la protection de la vie privée** » : fait référence à toute loi fédérale ou provinciale sur la protection de la vie privée dans le secteur privé ou public qui régit la collecte, l'utilisation et la divulgation de renseignements personnels, comme la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) ou la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, telle que modifiée.

22. « **Renseignements personnels** » : fait référence à toutes les informations qui sont considérées comme des renseignements personnels en vertu des lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels.

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'elle ne puisse vérifier, et jusqu'à ce qu'elle 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

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 sélectionnés par son éditeur propriétaire.
3. Une PGC doit divulguer les informations de la LFM des fournisseurs, y compris les autorisations demandées, telles que déclarées, et mettre à jour les informations de la LFM des fournisseurs, 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, sauf conformément aux spécifications, tel que prévu 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 (p. ex. concilier les autorisations spécifiques au service et les autorisations mondiales) 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 des informations appropriées sur la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels et conformément aux lois canadiennes sur la protection de la vie privée.
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 de la vie privée, 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.
5. Une PGC ne doit générer un signal de consentement exprès positif pour les fonctionnalités particulières que sur la base d'une action claire prise par l'utilisateur qui signifie son accord

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques
après avoir reçu des informations appropriées sur l'utilisation de renseignements personnels et
conformément aux lois canadiennes sur la protection de la vie privée.

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 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 effectuées par l'éditeur lui-même ou pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation de renseignements personnels effectuées 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 sont pas publiés sur 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 frappant une PGC discriminant 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 dans le cadre 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, il doit en aviser rapidement IAB Canada selon les procédures de l'OG et peut, tel que 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 un impact 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'ID 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, il doit en aviser rapidement IAB Canada selon les procédures de l'OG et peut, tel que 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, tel que 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 son consentement implicite pour cet objectif; 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). L'utilisation des autorisations HB qui sont en dehors du cadre est soumise à l'interprétation propre au fournisseur des lois canadiennes sur la protection de la vie privée.

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, tel que 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, tels que 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, telle que 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, tels que 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 tel que 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 :

Politiques

- (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 les informations appropriées ont été fournies à l'utilisateur au moment où la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels commence; et

(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), 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 se conforme aux lois canadiennes pertinentes sur la protection des renseignements personnels;
- (ii) 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;
- (iii) 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;
- (iv) 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;
- (v) 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;
- (vi) 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; et
- (vii) 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

11. Par dérogation à la politique 16(10), 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 se conforme aux lois canadiennes pertinentes sur la protection des renseignements personnels;
 - (ii) 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;
 - (iii) 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;
 - (iv) le fournisseur met en place des périodes de conservation des données de géolocalisation précises recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation;
 - (v) 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;
 - (vi) il efface les données de géolocalisation précises recueillies, utilisées ou divulguées au titre de cette dérogation dès que possible; et
 - (vii) 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), 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 se conforme aux lois canadiennes pertinentes sur la protection des renseignements personnels;
 - (ii) 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;
 - (iii) le fournisseur minimise activement la collecte, l'utilisation ou la divulgation des identifiants obtenus par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux

Politiques

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

- (iv) 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;
- (v) 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;

- (vi) 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;
- (vii) les données obtenues par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification 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) la PGC de l'éditeur est configurée de façon à pouvoir utiliser la portée mondiale des autorisations;
- (b) l'éditeur informe 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;
- (c) 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 quelque objectif auquel l'utilisateur a refusé ou retiré son autorisation en marge du cadre;

- (i)
 - (ii) une fonctionnalité particulière pour laquelle l'utilisateur a refusé ou retiré son autorisation en marge du cadre;
- (d) 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)— (c) en vue de s'appuyer sur les autorisations HB sont satisfaites; et
- (e) 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.

2. 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, tel que 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, tel que 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, tel que 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, tels que 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

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.¹

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.

¹ 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.

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.

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 2 — Sélectionner des annonces de base

Numéro	2
Nom	Sélectionnez des annonces de base
Texte juridique	<p>Pour sélectionner des annonces de base, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none">● Utiliser des informations en temps réel sur le contexte dans lequel l'annonce sera diffusée, dans le but de la diffuser, y compris des informations sur le contenu et l'appareil, telles que le type d'appareil et les capacités de l'appareil, l'agent utilisateur, l'URL, l'adresse IP;● Utiliser les données de géolocalisation non précises d'un utilisateur;● Contrôler la fréquence des annonces montrées à un utilisateur;● Organiser l'ordre dans lequel les annonces sont montrées à un utilisateur;● Empêcher la diffusion d'une annonce dans un contexte publicitaire inapproprié (non-sécurité des marques). <p>Les fournisseurs ne peuvent pas :</p> <ul style="list-style-type: none">● Créer un profil publicitaire personnalisé en utilisant ces informations pour la sélection de publicités futures sans autorisation distincte de créer un profil publicitaire personnalisé. <p>N. B. « Non précises » signifie que seule une localisation approximative impliquant un rayon d'<i>au moins</i> 500 mètres est autorisée.</p>
Texte convivial	Les publicités peuvent vous être montrées en fonction du contenu que vous consultez, de l'application que vous utilisez, de votre localisation approximative ou de votre type d'appareil.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">● Formes de consentement autorisées : Consentement explicite, consentement implicite.● Les fournisseurs ne peuvent pas :<ul style="list-style-type: none">○ 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, sa localisation ou ses informations démographiques) sans avoir obtenu son consentement à la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels à l'objectif 3.
------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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 à la collecte, l'utilisation ou la divulgation de ses renseignements personnels à l'objectif 4. ● 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, le type d'appareil et les capacités de l'appareil, l'agent utilisateur, l'URL, l'adresse IP, etc.). ● Les données en temps réel, comme indiqué ci-dessus, peuvent être utilisées pour un ciblage positif ou négatif. ● <i>Remarque</i> : Cet objectif permet la collecte, l'utilisation ou la divulgation de données de géolocalisation non précises en vue de sélectionner et de diffuser une publicité. Toutefois, la collecte, l'utilisation ou la divulgation de données de géolocalisation précises à cette fin nécessite l'autorisation de l'utilisateur (c'est-à-dire son consentement exprès) d'utiliser 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. ● [avec la fonctionnalité 1] Combiner les données obtenues hors ligne aux données disponibles au même moment, sur l'utilisateur, pour sélectionner une annonce. ● [avec la fonctionnalité 2] Relier différents appareils afin de sélectionner une annonce. ● [avec la fonctionnalité 3] Identifier un appareil en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement afin de sélectionner une annonce au même moment. ● [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 3] Utiliser les données de géolocalisation précises pour sélectionner et diffuser une annonce au moment même, sans la stocker. ● [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Identifier un appareil en balayant activement ses caractéristiques afin de sélectionner une annonce au moment même.
--	--

Objectif 3 — Créer un profil publicitaire personnalisé

Numéro	3
Nom	Créer un profil publicitaire personnalisé

Texte juridique	<p>Pour créer un profil publicitaire personnalisé, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none">● Recueillir des informations sur un utilisateur, notamment son activité, ses centres d'intérêt, ses visites de sites ou d'applications, ses informations démographiques ou sa localisation, afin de créer ou de modifier un profil d'utilisateur aux fins d'utilisation dans des publicités personnalisées.● Combiner ces informations à d'autres informations précédemment recueillies, y compris sur d'autres sites Web et applications, afin de créer ou de modifier un profil d'utilisateur aux fins d'utilisation dans des publicités personnalisées.
------------------------	--

<p>Texte convivial</p>	<p>Il est possible de créer un profil sur vous et vos centres d'intérêt afin que l'on vous montre des publicités personnalisées qui vous correspondent.</p>
<p>Directives aux fournisseurs</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Formes de consentement autorisées : Consentement exprès, consentement implicite. ● Combiner les données recueillies, y compris les informations sur le contenu et l'appareil, telles que le type d'appareil et les capacités de l'appareil, l'agent utilisateur, l'URL, l'adresse IP, à un profil nouveau ou existant basé sur les centres d'intérêt ou les caractéristiques personnelles de l'utilisateur. ● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations recueillies précédemment, ces dernières doivent avoir été recueillies avec une autorisation appropriée. ● Établir des critères de reciblage. ● Établir des critères de ciblage négatif. ● Pour la collecte de données hors ligne, une autorisation pour l'objectif 3 (Créer un profil personnalisé) doit être obtenue hors bande — le signal du CTC aura la priorité pour la collecte de données en ligne (voir les politiques). ● Caractéristique 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) peut être effectuée sur la base d'une autorisation hors bande. ● Le suivi de la fréquence et de la séquence des annonces peut être effectué sur la base de l'objectif 2, sans nécessiter l'objectif 3. ● Les autres objectifs, y compris la mesure des annonces, ne sont pas inclus dans cet objectif. ● 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. ● [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. ● [avec la fonctionnalité 2] Stocker un identifiant d'utilisateur, obtenu par un balayage actif des caractéristiques de l'appareil, dans un profil aux fins d'utilisation dans les publicités. ● [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. ● [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Sélectionner une publicité personnalisée, sur la base d'un profil publicitaire personnalisé, en collectant, en utilisant ou en divulguant une

	<p>géolocalisation précise préalablement stockée ou mise à disposition au même moment.</p> <ul style="list-style-type: none">● [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.
--	--

Objectif 4 — Sélectionner des annonces personnalisées

Numéro	4
Nom	Sélectionner des annonces personnalisées
Texte juridique	<p>Pour sélectionner des publicités personnalisées, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sélectionner des annonces personnalisées en fonction d'un profil d'utilisateur ou d'autres données historiques de l'utilisateur, y compris les précédents activité, centres d'intérêt, visites sur des sites Web ou des applications, localisation ou informations démographiques de l'utilisateur.
Texte convivial	Des publicités personnalisées peuvent vous être montrées en fonction d'un profil vous concernant.
Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> ● Formes de consentement autorisées : Consentement exprès, consentement implicite. ● Nécessité d'avoir obtenu le consentement pour l'objectif 2 (publicités de base). ● Cet objectif vise à permettre les activités de collecte, d'utilisation ou de divulgation suivantes : <ul style="list-style-type: none"> ○ Sélectionner des annonces en fonction d'un profil publicitaire personnalisé. ○ Sélectionner une annonce en fonction de critères de reciblage. ○ Sélectionner une annonce en fonction de critères de ciblage négatif liés à un profil. ○ Sélectionner des annonces dynamiques en fonction d'un profil publicitaire ou d'autres informations historiques ● La sélection et/ou les annonces basées sur la fréquence et la séquence des publicités peuvent être effectuées aux termes de l'objectif 2, sans nécessiter l'objectif 4. ● [avec la fonctionnalité 1] Sélectionner une annonce 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. ● [avec la fonctionnalité 2] Sélectionner une annonce personnalisée, sur la base d'un profil publicitaire personnalisé, en reliant différents appareils. ● [avec la fonctionnalité 3] Sélectionner une annonce en fonction d'un profil personnalisé associé à un identifiant obtenu par la réception et l'utilisation de caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

	<ul style="list-style-type: none">• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Sélectionner une annonce en fonction d'une géolocalisation précise préalablement stockée.• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Sélectionner une annonce en fonction d'un profil personnalisé associé à un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d'appareils.
--	---

	<ul style="list-style-type: none">• Si vous utilisez un seul profil pour à la fois les publicités et le contenu personnalisés, les utilisateurs devront accorder les autorisations appropriées pour les objectifs 4 et 6.
--	---

Objectif 5 — Créer un profil de contenu personnalisé

Numéro	5
Nom	Créer un profil de contenu personnalisé
Texte juridique	<p>Pour créer un profil de contenu personnalisé, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none">• Recueillir des informations sur un utilisateur, notamment son activité, ses centres d'intérêt, ses visites de sites ou d'applications, ses informations démographiques ou sa localisation, afin de créer ou de modifier un profil d'utilisateur aux fins de personnalisation de contenu.• Combiner ces informations à d'autres informations précédemment recueillies, y compris sur d'autres sites Web et applications, afin de créer ou de modifier un profil d'utilisateur aux fins d'utilisation dans la personnalisation de contenu.
Texte convivial	Il est possible de créer un profil sur vous et vos centres d'intérêt afin que l'on vous montre du contenu personnalisé qui vous corresponde.

<p>Directive s aux fourniss eurs</p>	<ul style="list-style-type: none">● Formes de consentement autorisées : Consentement exprès, consentement implicite.● Le contenu fait référence à du contenu non publicitaire. La création d'un profil aux fins de personnalisation des annonces, comme la 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.● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations recueillies précédemment, ces dernières doivent avoir été recueillies avec une autorisation appropriée.● Cet objectif vise à permettre les activités de collecte, d'utilisation ou de divulgation suivantes :<ul style="list-style-type: none">○ Combiner les données recueillies, y compris les informations sur le contenu et l'appareil, telles que 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. Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations recueillies précédemment, ces dernières doivent avoir été recueillies avec une autorisation appropriée.○ Établir des critères de ciblage négatif.
---	--

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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. ● [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. ● [avec la fonctionnalité 2] Relier différents appareils et stocker ce point de données dans un profil pour l'utiliser dans la personnalisation du contenu. ● [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. ● [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. ● [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.
--	--

Objectif 6 — Sélectionner du contenu personnalisé

Numéro	6
Nom	Sélectionner du contenu personnalisé
Texte juridique	<p>Pour sélectionner du contenu personnalisé, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Sélectionner du contenu personnalisé en fonction d'un profil d'utilisateur ou d'autres données historiques de l'utilisateur, notamment son activité antérieure, ses centres d'intérêt, ses visites de sites ou d'applications, sa localisation ou ses informations démographiques.
Texte convivial	Du contenu personnalisé peut vous être présenté sur la base d'un profil vous concernant.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">● Formes de consentement autorisées : Consentement exprès, consentement implicite.● Le contenu fait référence à du contenu non publicitaire. 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.● Cet objectif vise à permettre les activités de collecte, d'utilisation ou de divulgation suivantes :<ul style="list-style-type: none">○ Sélectionner du contenu en fonction d'un profil publicitaire personnalisé.
------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ○ [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. ○ [avec la fonctionnalité 2] Sélectionner du contenu personnalisé, sur la base d'un profil de contenu personnalisé, en reliant différents appareils. ○ [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. ○ [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Sélectionner du contenu personnalisé, sur la base d'un profil de contenu personnalisé, en collectant, en utilisant ou en divulguant une géolocalisation précise préalablement stockée ou mise à disposition au moment même. ○ [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. ○ Si vous utilisez un seul profil pour à la fois les publicités et le contenu personnalisés, les utilisateurs devront accorder les autorisations appropriées pour les objectifs 4 et 6.
--	--

Objectif 7 — Mesurer la performance des annonces

Numéro	7
Nom	Mesurer la performance des annonces

Texte juridique	<p>Pour mesurer la performance des annonces, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none">● Mesurer si les annonces ont été présentées à l'utilisateur et comment elles l'ont été, et si l'utilisateur a interagi avec les annonces et comment il s'y est pris.● Fournir des rapports sur les annonces, notamment sur leur efficacité et leur performance.● Fournir des rapports sur les utilisateurs qui ont interagi avec des annonces en utilisant les données observées au cours de l'interaction de l'utilisateur avec ces annonces.● Fournir aux éditeurs des rapports sur les publicités affichées sur leur propriété.● Mesurer si une annonce est diffusée dans un contexte d'environnement publicitaire approprié (sécurité des marques).● Déterminer le pourcentage de l'annonce qui a eu l'occasion d'être vue et la durée de cette occasion.● Combiner ces informations à d'autres informations précédemment recueillies, y compris sur d'autres sites Web et applications.
------------------------	---

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

	<p>Les fournisseurs ne peuvent pas :</p> <ul style="list-style-type: none">● Appliquer des informations sur l'audience dérivées d'un groupe d'utilisateurs ou d'une source semblable afin d'ajouter des données sur la mesure des annonces sans autorisation distincte d'appliquer une étude de marché pour générer des données sur l'audience.
Texte convivial	<p>La performance et l'efficacité des annonces que vous voyez ou avec lesquelles vous interagissez peuvent être mesurées.</p>

Directive s aux fourniss eurs	<ul style="list-style-type: none">● Formes de consentement autorisées : Consentement exprès, consentement implicite.● Cet objectif vise à permettre les activités de collecte, d'utilisation ou de divulgation suivantes :<ul style="list-style-type: none">○ 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.○ Mesurer le pourcentage de l'annonce qui a eu l'occasion d'être vue et la durée de cette occasion.○ Mesurer le nombre d'utilisateurs qui ont interagi avec une annonce, pendant combien de temps et la nature de cette interaction (clicqué, tapé, pointé, défilé, etc.).○ Déterminer le nombre d'utilisateurs ou d'appareils uniques auxquels une annonce a été diffusée.○ Mesurer le moment où les utilisateurs ont vu l'annonce.○ Mesurer/analyser les caractéristiques de l'appareil sur lequel l'annonce a été diffusée (localisation non précise, type d'appareil, taille de l'écran, langue de l'appareil, système d'exploitation/navigateur, opérateur mobile).○ 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.○ Les données recueillies, utilisées ou divulguées aux fins de la mesure des annonces ne doivent pas être utilisées pour améliorer le profil individuel ou segmenter les données à d'autres fins.● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations recueillies précédemment, ces dernières doivent avoir été recueillies avec une autorisation appropriée.● Cet objectif permet de produire des rapports à un niveau individuel et agrégé.● Cet objectif ne permet pas d'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.● [avec la fonctionnalité 1] Mesurer la performance des annonces en faisant correspondre et en combinant les données obtenues hors ligne aux données obtenues en ligne.● [avec la fonctionnalité 2] Mesurer la performance des annonces en reliant différents appareils.● [avec la fonctionnalité 3] Mesurer la performance des annonces en utilisant un identifiant obtenu en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement.
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> ● [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Mesurer la performance des annonces en recueillant, en utilisant ou en divulguant une géolocalisation précise préalablement stockée ou mise à disposition au moment même. ● [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 2] Mesurer la performance des annonces au moyen d'un identifiant obtenu par un balayage actif des caractéristiques d'appareils.
--	---

Objectif 8 — Mesurer la performance du contenu

Numéro	8
Nom	Mesurer la performance du contenu
Texte juridique	<p>Pour mesurer la performance du contenu, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mesurer la manière dont le contenu a été présenté aux utilisateurs et avec lequel ceux-ci ont interagi et en rendre compte. ● Fournir des rapports, en utilisant des informations directement mesurables ou connues sur les utilisateurs qui ont interagi avec le contenu. ● Combiner ces informations à d'autres informations précédemment recueillies, y compris sur d'autres sites Web et applications. <p>Les fournisseurs ne peuvent pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mesurer si les annonces (y compris les publicités natives) ont été présentées à l'utilisateur et comment elles l'ont été, et si l'utilisateur a interagi avec ces dernières et comment il s'y est pris sans une permission distincte. ● Utiliser des informations sur l'audience dérivées d'un groupe d'utilisateurs ou d'une source semblable afin d'ajouter des données sur la mesure des annonces sans autorisations distinctes d'utiliser une étude de marché pour générer des données sur l'audience.
Texte convivial	La performance et l'efficacité du contenu que vous voyez ou avec lequel vous interagissez peuvent être mesurées.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">• Formes de consentement autorisées : Consentement exprès, consentement implicite.• Le contenu fait référence à du contenu non publicitaire. La mesure des annonces doit être effectuée dans le cadre de l'objectif 7.• Cet objectif ne permet pas d'appliquer aux données de mesure des informations démographiques issues d'un groupe d'utilisateurs; cela requiert l'objectif 9.• Cet objectif vise à permettre les activités de collecte, d'utilisation ou de divulgation suivantes :
------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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.). ○ Déterminer le nombre d'utilisateurs ou d'appareils uniques auxquels du contenu a été diffusé. ○ Mesurer le moment où les utilisateurs ont vu le contenu. ○ Mesurer/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). ○ Mesurer les renvois d'utilisateurs ● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations recueillies précédemment, ces dernières doivent avoir été recueillies avec une autorisation appropriée. ● Les données recueillies, utilisées ou divulguées aux fins de la mesure du contenu ne doivent pas être utilisées pour améliorer les profils individuels et segmenter les données à d'autres fins. ● [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. ● [avec la fonctionnalité 2] Mesurer la performance du contenu en reliant différents appareils. ● [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. ● [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Mesurer la performance du contenu en recueillant, en utilisant ou en divulguant une géolocalisation précise préalablement stockée ou mise à disposition au même moment. ● [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 d'appareils.
--	--

Objectif 9 — Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Numéro	9
Nom	Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Texte juridique	<p>Pour utiliser les études de marché afin de générer des informations sur l'audience, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none">● Fournir des rapports cumulatifs aux annonceurs ou à leurs représentants sur les audiences touchées par leurs publicités, au moyen d'informations dérivées d'un groupe d'utilisateurs ou d'une source similaire.
------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none">● Fournir des rapports cumulés aux éditeurs sur les audiences qui se sont vues présenter le contenu et/ou les annonces sur leur propriété et qui ont interagi avec ce contenu ou ces annonces, au moyen d'informations dérivées d'un groupe d'utilisateurs ou d'une source similaire.● Associer des données hors ligne à un utilisateur en ligne aux fins d'étude du marché pour générer des informations sur l'audience si les fournisseurs ont déclaré faire correspondre et combiner les sources de données hors ligne.● Combiner ces informations à d'autres informations précédemment recueillies, y compris sur d'autres sites Web et applications. <p>Les fournisseurs ne peuvent pas :</p> <ul style="list-style-type: none">● Mesurer la performance et l'efficacité des annonces qu'un utilisateur spécifique s'est vu présenter ou avec lesquelles il a interagi, sans autorisation distincte de mesurer la performance des annonces.● Mesurer quel contenu un utilisateur spécifique s'est vu présenter et comment il a interagi avec ce contenu, sans autorisation distincte de mesurer la performance du contenu.
Texte convivial	Les études de marché peuvent être utilisées pour en savoir plus sur les audiences qui visitent les sites/applications et consultent les publicités.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">● Formes de consentement autorisées : Consentement exprès, consentement implicite.● Portée unique● Segmentation des audiences (attributs démographiques des utilisateurs)<ul style="list-style-type: none">○ les indicateurs clés de performance des sites Web/applications pour les annonces et le contenu;○ généralement issus d'un groupe d'utilisateurs;○ l'âge;○ le genre;○ les centres d'intérêt/affinités/catégories du marché visé : à quelles autres choses les utilisateurs s'intéressent.● Lorsque les informations recueillies à cette fin sont combinées à d'autres informations recueillies précédemment, ces dernières doivent avoir été recueillies avec une autorisation appropriée.● Les données recueillies, utilisées ou divulguées aux fins de mesure des audiences ne doivent pas être utilisées pour améliorer les profils individuels aux fins des objectifs 3 et 5 sans une autorisation appropriée à ces fins.● Les rapports de mesure des audiences ne comprennent que des données agrégées.● Il s'agit de données liées aux études de marché et de données liées aux mesures des annonces, p. ex. des données générales non liées à un client précis provenant de comités mixtes de l'industrie, des vérifications liées aux audiences d'annonces, etc.
------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Les fournisseurs ne peuvent pas fournir de rapports sur les audiences en utilisant les méthodes couvertes par les objectifs 7 et 8. • [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). • [avec la fonctionnalité 2] Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience en reliant différents appareils. • [avec la fonctionnalité 3] Utiliser des identifiants générés en recevant et en utilisant les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement. • [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. • [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. • Cet objectif ne permet pas d'appliquer de 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.
--	---

Objectif 10 — Développer et améliorer des produits

Numéro	10
Nom	Développer et améliorer des produits
Texte juridique	<p>Pour développer de nouveaux produits et améliorer des produits, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utiliser des informations pour améliorer leurs produits existants en y ajoutant de nouvelles fonctionnalités et pour développer de nouveaux produits. • Créer de nouveaux modèles et algorithmes grâce à l'apprentissage automatique. Les fournisseurs ne peuvent pas : <ul style="list-style-type: none"> • Recueillir, utiliser ou divulguer tout autre renseignement personnel autorisé dans le cadre d'un autre objectif pour cette finalité.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Texte convivial	Vos données peuvent être utilisées pour améliorer les systèmes et logiciels existants et pour développer de nouveaux produits.
Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none">• Formes de consentement autorisées : Consentement exprès, consentement implicite.

	<ul style="list-style-type: none">• Vous ne pouvez traiter d'informations à cet endroit que dans le but explicite d'améliorer des produits ou de développer de nouveaux produits.• Ne recueillez pas, n'utilisez pas et ne divulguez pas d'autres renseignements personnels, tels que l'amélioration de profils d'utilisateurs individuels, autorisés à une fin différente dans le cadre du présent objectif, à moins que vous n'ayez l'autorisation de le faire.• [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.• [avec la fonctionnalité 2] Développer et améliorer des produits en reliant différents appareils.• [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.• [avec l'autorisation pour la fonctionnalité particulière 1] Développer et améliorer des produits en recueillant, en utilisant ou en divulguant une géolocalisation précise préalablement stockée ou mise à disposition au moment même.• [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.
--	---

B. Objectifs particuliers

Objectif particulier 1 — Assurer la sécurité, prévenir la fraude et déboguer

Numéro	1
Nom	Assurer la sécurité, prévenir la fraude et déboguer

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Texte juridique	<p>Pour assurer la sécurité, prévenir la fraude et déboguer, les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none">● S'assurer que les données sont transmises en toute sécurité.● Détecter et prévenir les activités malveillantes, frauduleuses, invalides ou illégales.● Assurer des opérations adéquates et efficaces de collecte, d'utilisation ou de divulgation des systèmes, y compris le suivi et l'amélioration de la performance des systèmes et de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation effectuées dans des buts autorisés. <p>Les fournisseurs ne peuvent pas :</p> <ul style="list-style-type: none">● Recueillir, utiliser ou divulguer tout autre renseignement personnel autorisé dans le cadre d'un autre objectif pour cette finalité.
------------------------	--

	<p>Remarque : Les données recueillies et utilisées pour assurer la sécurité, prévenir la fraude et déboguer peuvent inclure des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification, des données de géolocalisation précises et des données obtenues par un balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification sans divulgation et/ou autorisation distinctes.</p>
Texte convivial	<p>Vos données peuvent être utilisées pour suivre et prévenir les activités frauduleuses et pour s'assurer que les systèmes qui recueillent, utilisent ou divulguent vos renseignements personnels fonctionnent correctement et en toute sécurité.</p>
Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif particulier : Aucune autorisation n'est demandée pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation en marge du cadre. ● 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. ● Cet objectif vise à permettre des activités de collecte, d'utilisation ou de divulgation telles que les suivantes : <ul style="list-style-type: none"> ○ Suivi, prévention ex ante et a posteriori : <ul style="list-style-type: none"> ■ Détection et blocage généraux du trafic invalide; ■ Détection et blocage sophistiqués du trafic invalide; <ul style="list-style-type: none"> ● Navigation automatisée, appareil dédié; ● Navigation automatisée, appareil non dédié; ● Activité humaine encouragée; ● Activité humaine manipulée; ● Événements de mesure falsifiés; ● Fausse représentation du domaine; ● Annonces cachées. ○ Processus d'identification des erreurs de produits — faire fonctionner les produits (et non les améliorer). ○ Assurer l'opérabilité du système/de la plateforme.

Objectif particulier 2 — Diffuser de façon technique des annonces ou du contenu

Numéro	2
Nom	Diffuser de façon technique des annonces ou du contenu

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Texte juridique	Pour fournir des informations et répondre aux demandes techniques, les fournisseurs peuvent : <ul style="list-style-type: none">● Utiliser l'adresse IP d'un utilisateur pour diffuser une publicité sur Internet;
------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ● Répondre à l'interaction d'un utilisateur avec une publicité en envoyant l'utilisateur vers une page de renvoi; ● Utiliser l'adresse IP d'un utilisateur pour diffuser du contenu sur Internet; ● Répondre à l'interaction d'un utilisateur avec du contenu en envoyant l'utilisateur vers une page de renvoi; ● Utiliser des informations sur le type d'appareil et les capacités de l'appareil pour diffuser des publicités ou du contenu, par exemple pour diffuser une annonce dynamique ou un fichier vidéo de la bonne taille dans un format pris en charge par l'appareil. <p>Les fournisseurs ne peuvent pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Recueillir, utiliser ou divulguer tout autre renseignement personnel autorisé dans le cadre d'un autre objectif pour cette finalité.
Texte convivial	<p>Votre appareil peut recevoir et envoyer des informations qui vous permettent de voir les publicités et le contenu et d'interagir avec ceux-ci.</p>
Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif particulier : Aucune autorisation n'est demandée pour la collecte, l'utilisation ou la divulgation en marge du cadre. ● Cet objectif couvre à la fois les annonces et le contenu. ● Cet objectif vise à permettre les activités de collecte, d'utilisation ou de divulgation suivantes : <ul style="list-style-type: none"> ○ Recevoir des demandes d'annonces et y répondre; ○ Diffuser des fichiers publicitaires à une adresse IP; ○ Recevoir des demandes de contenu et y répondre; ○ Diffuser des fichiers de contenu à une adresse IP; ○ Consigner la diffusion d'une publicité, sans enregistrer de renseignement personnel sur l'utilisateur; ○ Consigner la diffusion d'un contenu, sans enregistrer de renseignement personnel sur l'utilisateur.

C. Fonctionnalités

Fonctionnalité 1 — Associer et combiner des sources de données hors ligne

Numéro	1
---------------	---

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Nom	Faire correspondre et combiner des sources de données hors ligne
------------	--

Texte juridique	<p>Les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Combiner des données obtenues hors ligne à des données recueillies en ligne à l'appui d'un ou plusieurs objectifs ou objectifs particuliers.
Texte convivial	<p>Les données provenant de sources de données hors ligne peuvent être combinées à votre activité en ligne à l'appui d'un ou plusieurs objectifs.</p>
Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser la mise en correspondance des données hors ligne à l'appui d'un ou plusieurs objectifs ou objectifs particuliers, pour lesquels vous avez établi des autorisations appropriées. • 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.

Fonctionnalité 2 — Relier divers appareils

Numéro	2
Nom	Relier différents appareils
Texte juridique	<p>Les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Déterminer de manière déterministe que deux appareils ou plus appartiennent au même utilisateur ou au même ménage; • Déterminer de manière probabiliste que deux appareils ou plus appartiennent au même utilisateur ou au même ménage; • Balayer activement des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification probabiliste si les utilisateurs ont autorisé les fournisseurs à balayer activement les caractéristiques d'appareils aux fins d'identification (fonctionnalité particulière 2).
Texte convivial	<p>Différents appareils peuvent être identifiés comme vous appartenant ou comme appartenant à votre ménage en soutien à un ou plusieurs objectifs.</p>
Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser la mise en correspondance interappareils à l'appui d'un ou plusieurs objectifs ou objectifs particuliers, pour lesquels vous avez établi des autorisations appropriées.

Fonctionnalité 3 — Recevoir et utiliser des caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification

Numéro	3
Nom	Recevoir et utiliser les caractéristiques d'appareils envoyées automatiquement aux fins d'identification
Texte juridique	<p>Les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • Utiliser un tel identifiant pour tenter de réidentifier un appareil. Les fournisseurs ne peuvent pas : <ul style="list-style-type: none"> • Créer un identifiant en utilisant les données recueillies par balayage actif des caractéristiques spécifiques d'appareils, p. ex. la police de caractères ou la résolution de l'écran, sans l'autorisation distincte de l'utilisateur de balayer activement les caractéristiques d'appareils aux fins d'identification. • Utiliser un tel identifiant pour réidentifier un appareil.
Texte convivial	Votre appareil peut être distingué d'autres appareils en fonction des informations qu'il envoie automatiquement, telles que l'adresse IP ou le type de navigateur.
Directives aux fournisseurs	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 cet objectif.

D. Fonctionnalités particulières

Fonctionnalité particulière 1 — Utiliser des données de géolocalisation précises

Numéro	1
Nom	Utiliser des données de géolocalisation précises

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Texte juridique	Les fournisseurs peuvent : <ul style="list-style-type: none">● Recueillir et traiter des données de géolocalisation précises en appui à un ou plusieurs objectifs.
------------------------	--

	<p>Remarque : La géolocalisation précise signifie qu'il n'y a aucune restriction quant à la précision de la localisation d'un utilisateur; celle-ci peut être exacte à plusieurs mètres près.</p>
Texte convivial	<p>Vos données de géolocalisation précises peuvent être utilisées en soutien à un ou plusieurs objectifs. Cela signifie que votre localisation peut être exacte à plusieurs mètres près.</p>
Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Fonctionnalité particulière : Les utilisateurs doivent donner leur consentement exprès pour cette fonctionnalité avant que les fournisseurs ne puissent l'utiliser. • Utiliser les données de géolocalisation avec une précision allant jusqu'à 500 mètres et/ou les données de latitude et de longitude avec plus de deux décimales pour un ou plusieurs objectifs ou objectifs particuliers, pour lesquels vous avez établi les autorisations appropriées. • Toute utilisation de la géolocalisation précise aux fins de sécurité et de prévention de la fraude relève de cet objectif et NE nécessite PAS cette fonctionnalité. • L'utilisation de la fonctionnalité particulière dépendra du contexte et du libellé de l'objectif pour lequel les autorisations ont été établies. Les données de géolocalisation précises sont utilisées en soutien (p. ex. les données de géolocalisation précises ne peuvent être utilisées qu'au moment de la sélection d'une annonce dans le contexte de l'objectif 4 — Sélection d'annonces personnalisées).

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

Numéro	2
Nom	Balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins d'identification
Texte juridique	<p>Les fournisseurs peuvent :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • Utiliser un tel identifiant pour réidentifier un appareil.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Texte convivial	Votre appareil peut être identifié par un balayage de la combinaison de caractéristiques unique de votre appareil.
----------------------------	--

Directives aux fournisseurs	<ul style="list-style-type: none"> • Fonctionnalité particulière : Les utilisateurs doivent donner leur consentement exprès pour cette fonctionnalité avant que les fournisseurs ne puissent l'utiliser. • 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 telles que le fuseau horaire, les polices de caractères du système, la résolution de l'écran et les modules d'extension installés. • Hors de la portée : Adresse IP, agent utilisateur; informations qui ne nécessitent pas d'accès par JavaScript ou par API; • Toute utilisation du balayage actif des caractéristiques d'appareils aux fins de sécurité et de prévention de la fraude relève de cet objectif et NE nécessite PAS cette fonctionnalité.
------------------------------------	--

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

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

Regroupement 2 — Annonces de base et mesure des annonces

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Numéro	2
Nom	Annonces de base et mesure des annonces
Description	Des publicités de base peuvent être diffusées. La performance des annonces peut être mesurée.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none">• Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base

	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces
--	--

Regroupement 3 — Annonces personnalisées

Numéro	3
Nom	Annonces personnalisées
Description	Les annonces peuvent être personnalisées en fonction d'un profil. D'autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les annonces.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base • Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé • Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées

Regroupement 4 — Annonces de base, mesure des annonces et informations sur l'audience

Numéro	4
Nom	Annonces de base, mesure des annonces et informations sur l'audience
Description	Des publicités de base peuvent être diffusées. La performance des annonces peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base • Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces • Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 5 — Annonces de base, profil d'annonces personnalisées et mesure des annonces

Numéro	5
Nom	Annonces de base, profil d'annonces personnalisées et mesure des annonces
Description	Des publicités de base peuvent être diffusées. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités mieux personnalisées. La performance des annonces peut être mesurée.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none">● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces
---	--

Regroupement 6 — Affichage d’annonces personnalisées et mesure des annonces

Numéro	6
Nom	Affichage d’annonces personnalisées et mesure des annonces
Description	Les annonces peuvent être personnalisées en fonction d’un profil. La performance des annonces peut être mesurée.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces

Regroupement 7 — Affichage d’annonces personnalisées, mesure des annonces et informations sur l’audience

Numéro	7
Nom	Affichage d’annonces personnalisées, mesure des annonces et informations sur l’audience
Description	Les annonces peuvent être personnalisées en fonction d’un profil. La performance des annonces peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l’audience

Regroupement 8 — Annonces personnalisées et mesure des annonces

Numéro	8
Nom	Annonces personnalisées et mesure des annonces
Description	Les annonces 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 annonces peut être mesurée.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none">● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces
---	--

Regroupement 9 — Annonces personnalisées, mesure des annonces et informations sur l'audience

Numéro	9
Nom	Annonces personnalisées, mesure des annonces et informations sur l'audience
Description	Les annonces 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 annonces peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 10 — Profil et affichage d'annonces personnalisées

Numéro	10
Nom	Profil et affichage d'annonces personnalisées
Description	Les annonces peuvent être personnalisées en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des publicités mieux personnalisées.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées

Regroupement 11 — Contenu personnalisé

Numéro	11
Nom	Contenu personnalisé
Description	Le contenu peut être personnalisé en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour du contenu mieux personnalisé.
Les objectifs comprennent	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

nent les suivants	
------------------------------	--

Regroupement 12 — Affichage de contenu personnalisé et mesure du contenu

Numéro	12
---------------	----

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

Regroupement 13 — Affichage de contenu personnalisé, mesure du contenu et informations sur l'audience

Numéro	13
Nom	Affichage de contenu personnalisé, mesure du contenu et informations sur l'audience
Description	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 annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé • Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu • Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 14 — Contenu personnalisé et mesure du contenu

Numéro	14
Nom	Contenu personnalisé et mesure du contenu
Description	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.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé • Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé • Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu

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

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Numéro	15
Nom	Contenu personnalisé, mesure du contenu et informations sur l'audience

Description	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 annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 16 — Contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Numéro	16
Nom	Contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l'audience et développement de produits
Description	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 annonces et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 17 — Mesure des annonces et du contenu et informations sur l'audience

Numéro	17
Nom	Mesure des annonces et du contenu et informations sur l'audience
Description	La performance des annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none">● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience
---	---

Regroupement 18 — Mesure des annonces et du contenu

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

Regroupement 19 — Mesure des annonces et informations sur l'audience

Numéro	19
Nom	Mesure des annonces et informations sur l'audience
Description	L'annonce peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces • Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 20 — Mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Numéro	20
Nom	Mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits
Description	La performance des annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces 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 annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> • Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces • Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu • Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience • Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

**Regroupement 21 — Mesure du contenu, informations sur l’audience et
développement de produits**

Numéro	21
---------------	----

Nom	Mesure du contenu, informations sur l’audience et développement de produits
Description	La performance du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l’expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l’audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 22 — Mesure du contenu et développement de produits

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

Regroupement 23 — Affichage d’annonces et de contenu personnalisés, et mesure des annonces et du contenu

Numéro	23
Nom	Affichage d’annonces et de contenu personnalisés, et mesure des annonces et du contenu
Description	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d’un profil. La performance des annonces et du contenu peut être mesurée.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu

Regroupement 24 — Affichage d’annonces et de contenu personnalisés, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l’audience

Numéro	24
---------------	----

Nom	Affichage d'annonces et de contenus personnalisés, mesure des publicités et du contenu, et informations sur l'audience
Description	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil. La performance des annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 25 — Annonces et contenu personnalisés, et mesure des annonces et du contenu

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

Regroupement 26 — Annonces et contenu personnalisés, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

Numéro	26
Nom	Annonces et contenus personnalisés, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

Description	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des annonces et du contenu mieux personnalisés. La performance des annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 27 — Profil d'annonces et de contenu personnalisés

Numéro	27
Nom	Profil d'annonces et de contenu personnalisés
Description	Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour personnaliser des annonces et du contenu.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé

Regroupement 28 — Affichage d'annonces et de contenu personnalisés

Numéro	28
Nom	Affichage d'annonces et de contenu personnalisés
Description	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé

Regroupement 29 — Annonces de base, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Numéro	29
---------------	----

Nom	Annonces de base, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience
Description	Des publicités de base peuvent être diffusées. La performance des annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 30 — Affichage d'annonces personnalisées, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

Numéro	30
Nom	Affichage d'annonces personnalisées, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience
Description	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 annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 31 — Affichage d'annonces personnalisées, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Numéro	31
Nom	Affichage d'annonces personnalisées, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Description	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 annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être
--------------------	---

	extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 32 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, et informations sur l'audience

Numéro	32
Nom	Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, et analyse de l'audience
Description	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 annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 33 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Numéro	33
Nom	Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, analyse de l'audience et développement de produits

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Description	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 annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces
--------------------	--

	et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 34 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure du contenu, et informations sur l'audience

Numéro	34
Nom	Annonces de base, contenu personnalisé, mesure du contenu et analyse de l'audience
Description	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 annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience

Regroupement 35 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Numéro	35
Nom	Annonces de base, contenu personnalisé, mesure du contenu, informations sur l'audience et développement de produits
Description	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 annonces et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

	utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Objectifs inclus	<ul style="list-style-type: none">• Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base

	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits
--	--

Regroupement 36 — Annonces de base, contenu personnalisé et mesure des annonces

Numéro	36
Nom	Annonces de base, contenu personnalisé et mesure des annonces
Description	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 annonces peut être mesurée.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces

Regroupement 37 — Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et développement de produits

Numéro	37
Nom	Annonces de base, contenu personnalisé, mesure des annonces et développement de produits
Description	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 annonces peut être mesurée. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 38 — Annonces personnalisées, mesure des annonces et développement de produits

Numéro	38
Nom	Annonces personnalisées, mesure des annonces et développement de produits
Description	Les annonces peuvent être personnalisées en fonction d'un profil. D'autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les annonces. La performance des annonces peut être mesurée. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 39 — Annonces personnalisées, mesure des annonces, informations sur l'audience et développement de produits

Numéro	39
Nom	Annonces personnalisées , mesure des annonces , informations sur l'audience et développement de produits
Description	Les annonces peuvent être personnalisées en fonction d'un profil. D'autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les annonces. La performance des annonces peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 40 — Annonces personnalisées, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Numéro	40
Nom	Annonces personnalisées, mesure des annonces et du contenu, analyse de l'audience et développement de produits

Description	Les annonces peuvent être personnalisées en fonction d'un profil. D'autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les annonces. La performance des annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 41 — Annonces personnalisées, affichage de contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Numéro	41
Nom	Annonces personnalisées, affichage de contenu personnalisé, mesure des annonces et du contenu, analyse de l'audience et développement de produits
Description	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil. D'autres données peuvent être ajoutées pour mieux personnaliser les annonces. La performance des annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

Regroupement 42 — Annonces et contenu personnalisés, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

IAB Canada
Cadre de transparence et de consentement —
Politiques

Numéro	42
Nom	Annonces et contenus personnalisés, mesure des annonces et du contenu, informations sur l'audience et développement de produits

Description	Les publicités et le contenu peuvent être personnalisés en fonction d'un profil. Un plus grand nombre de données peut être ajouté pour des annonces et du contenu mieux personnalisés. La performance des annonces et du contenu peut être mesurée. Des informations sur les audiences ayant vu les annonces et le contenu peuvent en être extraites. Des données peuvent être utilisées pour créer ou améliorer l'expérience utilisateur, les systèmes et les logiciels.
Les objectifs comprennent les suivants	<ul style="list-style-type: none"> ● Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base ● Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé ● Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées ● Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé ● Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé ● Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces ● Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu ● Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience ● Objectif 10 : Développer et améliorer des produits

F. Exemples de combinaison de regroupements

Exemple de combinaison de regroupements 1

- **Fonctionnalité particulière 1 : Utiliser des données de géolocalisation précises**
- **Regroupement 3 : Annonces personnalisées**
 - Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base
 - Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé
 - Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées
- **Regroupement 11 : Contenu personnalisé**
 - Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé
 - Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé
- **Regroupement 17 : Mesure des annonces et du contenu et informations sur l'audience**
 - Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces
 - Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu
 - Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience
- **Objectif 10 : Développer et améliorer des produits**

Exemple de combinaison de regroupements 2

- **Fonctionnalité particulière 1 : Utiliser des données de géolocalisation précises**
- **Regroupement 8 : Annonces personnalisées et mesure des annonces**
 - Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base
 - Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé
 - Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées
 - Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces

- **Regroupement 14 : Contenu personnalisé et mesure du contenu**

- Objectif 5 : Créer un profil de contenu personnalisé
- Objectif 6 : Sélectionner du contenu personnalisé
- Objectif 8 : Mesurer la performance du contenu
- **Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience**
- **Objectif 10 : Développer et améliorer des produits**

Exemple de combinaison de regroupements 3 (annonceurs)

- **Fonctionnalité particulière 1 : Utiliser des données de géolocalisation précises**
- **Regroupement 3 : Annonces personnalisées**
 - Objectif 2 : Sélectionner des annonces de base
 - Objectif 3 : Créer un profil publicitaire personnalisé
 - Objectif 4 : Sélectionner des annonces personnalisées
- **Regroupement 19 : Mesure des annonces et informations sur l'audience**
 - Objectif 7 : Mesurer la performance des annonces
 - Objectif 9 : Utiliser les études de marché pour générer des informations sur l'audience
- **Objectif 10 : Développer et améliorer des produits**

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 IU 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 informer les utilisateurs.

g. L'IU du cadre doit informer 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 à l'extérieur du Canada et que, par conséquent, la loi du territoire où 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 précises concernant les IU du cadre en lien avec la demande de consentement exprès affichée à l'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, telles que 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 tels que 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 globale, 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. Un appel à l'action permettant à l'utilisateur d'accorder son consentement exprès (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.).

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, objectifs particuliers, fonctionnalités et fonctionnalités particulières y compris leur nom standard et leur description standard complète, tels que 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. 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'on utilise une approche dite « par couches », 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.

D. Exigences spécifiques pour les IU du cadre en relation avec le consentement tacite.

- a. Lorsqu'il s'agit d'assurer la transparence des objectifs, des objectifs particuliers, des

fonctionnalités, des fonctionnalités particulières et des fournisseurs en relation avec le consentement tacite connexe, la transparence doit être fournie au moins par un lien facilement accessible vers la couche pertinente de l'IU du cadre traitant de la collecte, de l'utilisation ou de la divulgation de renseignements personnels en utilisant le consentement tacite comme base pour établir des autorisations.

b.

Lorsqu'il s'agit d'assurer la transparence entourant les objectifs, les objectifs particuliers, les fonctionnalités, les fonctionnalités particulières et les fournisseurs en relation avec le consentement tacite connexe ainsi que le consentement exprès, la politique C(a) s'applique et le lien facilement accessible 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 du consentement tacite en vertu de la politique D(a) doit être inclus dans la couche initiale de l'IU du cadre présentée conformément à la politique C(a).

c. Lorsqu'il s'agit d'assurer la transparence entourant les objectifs, les objectifs particuliers, les fonctionnalités, les fonctionnalités particulières et les fournisseurs en relation avec le consentement tacite connexe, une couche secondaire unique doit être fournie, laquelle permet à l'utilisateur de :

- i. Voir des informations sur le fait que leurs renseignements personnels sont recueillis, utilisés ou divulgués, et sur la nature des renseignements personnels recueillis, utilisés ou divulgués (p. ex. identifiants uniques, données de navigation).
- ii. Voir les informations sur la portée du consentement tacite et la portée de toute révocation du consentement tacite, c'est-à-dire la portée globale, la portée spécifique à un service ou la portée spécifique à un groupe. Si une portée spécifique à un groupe s'applique, un lien avec des informations sur le groupe doit être inclus.
- iii. Contrôles d'accès sur l'IU du cadre pour soumettre une objection à la collecte, l'utilisation ou la divulgation de leurs renseignements personnels.
- iv. Examiner la liste des objectifs, y compris leur nom standard et leur description standard complète, tels que définis à l'annexe A, et un moyen de voir quels fournisseurs établissent des autorisations sur la base d'un consentement tacite pour chacun des objectifs.
- v. Indiquer leur objection à la collecte, à l'utilisation ou à la divulgation de leurs renseignements personnels pour chaque fournisseur et, séparément, pour chaque objectif pour lequel l'éditeur choisit d'aider à établir la transparence au nom des fournisseurs.
- vi. Examiner la liste des fournisseurs nommés, leurs objectifs, leurs objectifs particuliers, leurs fonctionnalités, leurs fonctionnalités particulières et leurs formes de consentement, et trouver un lien vers la politique de confidentialité de chaque fournisseur.

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.