



Date : 20210708

Dossier : T-1779-18

Référence : 2021 CF 723

[TRADUCTION FRANÇAISE]

Ottawa (Ontario), le 8 juillet 2021

En présence de madame la juge en chef adjointe Gagné

**AFFAIRE INTÉRESSANT UN RENVOI SOUMIS AU TITRE DU
PARAGRAPHE 18.3(1) DE LA *LOI SUR LES COURS FÉDÉRALES*, LRC 1985, C F-7
SUR DES QUESTIONS DE DROIT ET DE COMPÉTENCE CONCERNANT LA *LOI
SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET LES
DOCUMENTS ÉLECTRONIQUES*, LC 2000, C 5, QUI ONT ÉTÉ SOULEVÉES AU
COURS D'UNE ENQUÊTE MENÉE PAR LE COMMISSAIRE À LA PROTECTION
DE LA VIE PRIVÉE DU CANADA SUR UNE PLAINTÉ**

ENTRE :

**LE COMMISSAIRE À LA PROTECTION DE
LA VIE PRIVÉE DU CANADA**

demandeur

JUGEMENT ET MOTIFS

I. Aperçu

[1] Le commissaire à la protection de la vie privée du Canada [commissaire] a soumis un renvoi en vertu du paragraphe 18.3(1) de la *Loi sur les Cours fédérales*, LRC 1985, c F-7, qui permet aux offices fédéraux de renvoyer à la Cour, à n'importe quelle étape de ses propres procédures, toute question de droit, de compétence ou de pratique et procédure.

[2] Le présent renvoi est présenté en marge de l'enquête du commissaire sur une plainte déposée en juin 2017 contre Google LLC [Google]. Le plaignant affirme que Google contrevient à la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques*, LC 2000, c 5 [LPRPDE] en affichant des liens vers des articles de presse qui contiennent des renseignements personnels et sensibles à son sujet, lorsque son nom fait l'objet d'une recherche à l'aide du moteur de recherche de Google. Les renseignements contenus dans les documents déposés par les parties qui pourraient identifier le plaignant demeureront confidentiels conformément à l'ordonnance rendue par la protonotaire Tabib, le 2 novembre 2018.

[3] Le commissaire renvoie à la Cour deux questions concernant l'application de la LPRPDE au moteur de recherche de Google :

[TRADUCTION]

1. Dans l'exploitation de son service de moteur de recherche, Google recueille-t-elle, utilise-t-elle ou communique-t-elle des renseignements personnels dans le cadre d'activités commerciales au sens de l'alinéa 4(1)a) de la LPRPDE lorsqu'elle procède à l'indexation des pages Web et affiche des résultats de recherche portant sur le nom d'une personne?

2. L'exploitation du service de moteur de recherche de Google est-elle exclue du champ d'application de la partie 1 de la LPRPDE par le jeu de l'alinéa 4(2)c) de cette loi, parce qu'elle implique la collecte, l'utilisation ou la communication de renseignements personnels à des fins journalistiques, artistiques ou littéraires et à aucune autre fin?

[4] Les parties au présent renvoi sont, d'une part, le commissaire, le procureur général du Canada [PGC] et le plaignant, et, d'autre part, Google.

[5] La Société Radio-Canada/Canadian Broadcasting Corporation [SRC] et la Clinique d'intérêt public et de politique d'Internet du Canada Samuelson-Glushko [CIPPIC] ont obtenu le statut d'intervenant. De façon générale, la SRC se range du côté de Google, tandis que la CIPPIC se range du côté du commissaire.

II. Faits

A. *Contexte*

[6] Bien que le présent renvoi soit factuellement lié à la plainte de juin 2017, le commissaire avait déjà un intérêt direct dans la protection de la protection des renseignements personnels en ligne avant d'être saisi de cette plainte. En 2016, le commissaire a commencé à étudier les enjeux que pose la protection des renseignements personnels en ligne : il a mené des consultations et recueilli des commentaires quant à savoir si le « droit à l'oubli » pouvait s'appliquer dans le contexte canadien.

[7] Dans sa plainte, le plaignant allègue que les articles de presse que Google affiche dans ses résultats de recherche contiennent des renseignements périmés et inexacts et qu'ils divulguent des renseignements de nature sensible. Le plaignant affirme que le fait que Google associe de manière bien évidente de tels articles à son nom dans les résultats de recherche lui a causé et continue de lui causer directement préjudice. Il a notamment été victime d'une agression physique, perdu des occasions d'emploi et fait l'objet d'une grave réprobation sociale. À la suggestion du commissaire, le plaignant a communiqué avec Google afin de lui demander de

retirer les liens en question des résultats de recherche dont il est l'objet. Google a refusé de le faire et lui a donné le conseil suivant :

[TRADUCTION]

Nous vous encourageons à régler tout différend directement avec le propriétaire du site Web en question. Consultez [hyperlien omis] pour savoir comment communiquer avec le webmestre d'un site et demander une modification. Si vous engagez des poursuites à l'égard de ce site à l'issue desquelles des renseignements sont supprimés, nos résultats de recherche afficheront cette modification après notre prochaine exploration du site. Si le webmestre apporte ces modifications et que vous voulez que nous accélérions le processus de suppression de la copie en cache, veuillez présenter votre demande à l'aide de notre outil de demande de suppression de page Web.

[Soulignement omis.]

[8] En novembre 2017, le commissaire a informé Google de la plainte et lui a demandé d'y répondre par écrit.

[9] En janvier 2018, le commissaire a publié un projet d'exposé de principe sur la réputation en ligne, dans lequel il affirme que, dans certaines circonstances, la LPRPDE s'applique aux moteurs de recherche comme celui de Google. Une des conséquences de l'application de la LPRPDE est que Google pourrait être tenue de supprimer les liens vers le contenu renfermant des renseignements personnels. Le commissaire a invité les parties intéressées à lui faire part de leurs commentaires. Au moment de l'audition du présent renvoi, la version définitive de l'exposé de principe n'avait pas encore été publiée.

[10] En mars 2018, Google a répondu à la plainte, expliquant que la LPRPDE ne s'appliquait pas à l'exploitation de son moteur de recherche, qui n'est pas une activité commerciale au sens

de l'alinéa 4(1)a) de la LPRPDE. À titre subsidiaire, elle a fait valoir que l'exploitation de son moteur de recherche est une activité journalistique ou littéraire au sens de l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE, ajoutant que toute interprétation de la LPRPDE qui l'obligerait à supprimer du contenu public légitime contreviendrait à la liberté d'expression que garantit la *Charte canadienne des droits et libertés*, partie I de la *Loi constitutionnelle de 1982*, constituant l'annexe B de la *Loi de 1982 sur le Canada (R-U)*, c 11 [la *Charte*].

[11] Tenant compte de la réponse de Google à la plainte et des commentaires sur le projet d'exposé de principe qu'il avait jusqu'alors reçus, le commissaire a préparé un projet de conclusions de fait préliminaires sur la plainte et a décidé de renvoyer à la Cour les questions de compétence soulevées par Google dans sa réponse. Le commissaire a choisi de ne pas lui renvoyer l'argument avancé par Google au titre de la *Charte*.

[12] Google a présenté une requête visant à ce que la Cour détermine si les questions soumises par renvoi devraient être reformulées en termes plus généraux afin d'englober l'argument qu'elle avait avancé sur le fondement de la *Charte*. La protonotaire Tabib a rejeté cette requête de Google et j'ai confirmé le jugement de la protonotaire Tabib, le 22 juillet 2019 [ordonnance de juillet]. J'ai fait remarquer ce qui suit :

[66] Il est difficile de comprendre comment Google peut prétendre que la LPRPDE s'applique d'une manière qui porte atteinte à ses droits constitutionnels avant que la LPRPDE ait même été appliquée à elle. À mon avis, le vice fondamental de cette prétention est que Google tente de s'en remettre à ses arguments constitutionnels comme réponse à la question de compétence soulevée dans le renvoi. L'argument de Google tourne en rond, parce que si la LPRPDE porte atteinte à ses droits, elle doit d'abord s'appliquer à elle d'une façon ou d'une autre de manière à restreindre un droit garanti par la *Charte*.

[13] La Cour répondra aux questions du renvoi en respectant les paramètres proposés par le commissaire.

B. *Comment fonctionne Google Search?*

[14] Google Search s'appuie sur trois fonctions de base : l'exploration, l'indexation et l'affichage des résultats de recherche. L'exploration est un processus automatisé qui nécessite l'utilisation d'un logiciel appelé « collecteur » qui accède continuellement aux pages Web publiques et transmet les renseignements de ces pages Web aux fins d'indexation ou de référencement. À mesure que les pages sont mises à jour, les collecteurs de Google accèdent à leur version actualisée. Les renseignements repérés par le collecteur sont ensuite ajoutés à un index permettant à Google de les organiser. Cet index affiche une entrée pour chaque mot sur chaque page Web indexée. L'index est actualisé si une nouvelle page Web apparaît ou si une page Web existante est modifiée ou supprimée.

[15] Lorsqu'une personne saisit une requête, le moteur de recherche Google utilise des algorithmes pour afficher les résultats de la recherche auxquels sont liées les pages Web pertinentes de l'index, classées par degré de pertinence. Le moteur de recherche Google affiche le titre des pages Web, les liens menant aux pages Web et génère automatiquement de courts [TRADUCTION] « extraits » textuels tirés de ces pages Web. Les renseignements affichés proviennent de la page Web elle-même et sont assujettis aux directives des exploitants du site Web.

[16] Google affiche les réponses à une requête de recherche dans un ordre qui, selon elle, est susceptible d'intéresser l'utilisateur et qui est déterminé par des algorithmes dont elle assure la mise à jour, lesquels analysent de nombreux facteurs, dont le caractère récent du contenu et le nombre de fois que ce contenu est lié aux principaux sites Web.

[17] Les exploitants de sites Web contrôlent l'affichage de leur contenu par le moteur de recherche Google. Ils peuvent configurer leurs serveurs pour refuser de répondre aux demandes d'accès de l'un des collecteurs de Google, si bien que le contenu de cette URL ne peut être indexé ni affiché par le moteur de recherche Google. Les exploitants peuvent également donner à Google des directives plus détaillées quant à la façon de saisir ou de ne pas saisir un contenu particulier à l'aide de fichiers intitulés « robots.txt ».

[18] En ce qui concerne les articles de presse, comme le contenu en litige en l'espèce, il relève de la mission journalistique des agences de presse de contrôler ce qui est affiché dans les résultats de recherche de Google : d'abord en choisissant ce qu'elles publient sur leur site Web; ensuite, en décidant de supprimer ou de modifier des renseignements sur leur site Web; enfin, elles peuvent utiliser des fichiers robots.txt pour orienter Google vers des articles de leur site Web à inclure dans ses résultats de recherche. La preuve présentée à la Cour montre que toutes les agences de presse visées par la plainte ont autorisé Google à inclure leurs pages Web dans ses résultats de recherche.

[19] Google génère des revenus lorsqu'un utilisateur clique sur une annonce affichée dans un résultat de recherche. Les annonces ne sont pas affichées en réponse à toutes les requêtes;

l'affichage d'une annonce dépendra des mots clés sélectionnés par l'annonceur et non des catégories de recherche que Google a choisi d'exempter de publicité. Un annonceur crée le texte de l'annonce et sélectionne les mots clés pour lesquels il souhaite que son annonce soit affichée. Cette annonce sera ensuite affichée en réponse à une requête portant sur ces mots clés. Dans un résultat de recherche où une annonce est affichée, on lui accole l'étiquette [TRADUCTION] « Annonce » et elle s'affiche avant les résultats de recherche.

[20] Selon Google, il est très peu probable, mais pas impossible, qu'un annonceur choisisse le nom d'une personne physique, comme le plaignant, en tant que mot clé pour son annonce.

III. Questions en litige

[21] Par conséquent, les questions suivantes sont soulevées dans le présent renvoi :

A. *Dans l'exploitation de son service de moteur de recherche, Google recueille-t-elle, utilise-t-elle ou communique-t-elle des renseignements personnels dans le cadre d'activités commerciales au sens de l'alinéa 4(1)a) de la LPRPDE lorsqu'elle procède à l'indexation des pages Web et affiche des résultats de recherche portant sur le nom d'une personne?*

B. *L'exploitation du service de moteur de recherche de Google est-elle exclue du champ d'application de la partie 1 de la LPRPDE par le jeu de l'alinéa 4(2)c) de cette loi, parce qu'elle implique la collecte, l'utilisation ou la communication de renseignements personnels à des fins journalistiques, artistiques ou littéraires et à aucune autre fin?*

[22] Google soulève une troisième question, à savoir :

C. *La Cour devrait-elle simplement refuser de répondre aux questions soumises par renvoi ou rejeter le renvoi parce qu'elle ne peut ou ne doit pas répondre à ces questions sans trancher les questions constitutionnelles qui ont été soulevées ou parce qu'elle ne dispose pas d'un dossier de preuve suffisant?*

[23] À mon avis, la troisième question comporte une contradiction. Les tribunaux devraient en effet s'abstenir de se prononcer sur des questions constitutionnelles sans disposer d'un dossier de preuve suffisant. Comme le précise l'ordonnance de juillet, il revient au commissaire de répondre à ces questions, car il bénéficiera d'un dossier de preuve complet et sera mieux placé pour déterminer si la LPRPDE peut être appliquée de la façon dont le plaignant souhaite qu'elle soit appliquée, sans contrevenir aux valeurs de la *Charte*. Par conséquent, la Cour répondra aux questions soumises par renvoi, et seulement à ces questions.

IV. Analyse

A. *Première question soumise par renvoi*

(1) Position du commissaire

[24] Le commissaire fait d'abord remarquer que Google ne nie pas être une « organisation » qui « recueille », « utilise » ou « communique » des renseignements personnels, comme l'exige l'alinéa 4(1)a) de la LPRPDE. Google acquiert des renseignements personnels, par exemple, en copiant le contenu de pages Web et en le conservant dans son index. Google affiche ensuite ces renseignements lors d'une recherche portant sur le nom d'une personne. Le commissaire fait valoir que, dans la décision *A.T. c Globe24h.com*, 2017 CF 114 [*Globe24h*], la Cour a conclu qu'une organisation est visée par l'alinéa 4(1)a) lorsqu'elle copie et republie des renseignements personnels provenant d'autres sites Web.

[25] Le commissaire ajoute que les renseignements personnels sont des renseignements sur lesquels Google a un contrôle, car cette dernière peut décider si elle explorera une page Web

donnée comportant des renseignements personnels, la fréquence à laquelle elle le fera et, par exemple, l'ordre dans lequel ces renseignements seront affichés dans les résultats de recherche. Le commissaire soutient que Google exerce un contrôle sur les renseignements personnels qu'elle recueille et peut les rendre facilement accessibles si bien qu'elle est tenue à des obligations légales (*Google Inc c Equustek Solutions Inc.*, 2017 CSC 34).

[26] La LPRPDE donne la définition générale suivante du terme « activité commerciale » : « Toute activité régulière ainsi que tout acte isolé qui revêtent un caractère commercial de par leur nature, y compris la vente, le troc ou la location de listes de donneurs, d'adhésion ou de collecte de fonds » (para 2(1)). Le commissaire fait remarquer que Google vend des espaces de publicité associés aux recherches et qu'elle gagne de l'argent lorsque les utilisateurs cliquent sur une annonce; il s'agit clairement d'une activité commerciale. En outre, Google recueille des données auprès des utilisateurs, grâce à leurs recherches antérieures, par exemple, afin de leur communiquer des publicités plus ciblées à l'avenir. Le commissaire invoque la décision *Equustek Solutions Inc v Jack*, 2014 BCSC 1063, à l'appui de l'affirmation selon laquelle les annonces publicitaires et les services de moteur de recherche de Google sont [TRADUCTION] « inextricablement liés » (au para 60).

[27] Le commissaire fait valoir que le fait que certaines recherches sur Google génèrent des publicités et que d'autres n'en génèrent pas ne change rien à la présente analyse, car selon la LPRPDE, le terme « activité commerciale » s'entend de « toute activité régulière [...] qui revê[t] un caractère commercial de par [sa] nature » (para 2(1)). Le commissaire soutient que c'est

[TRADUCTION] « l'activité dans son ensemble », c'est-à-dire l'utilisation du service de moteur de recherche Google, qui doit être examinée.

(2) Position du plaignant

[28] Le plaignant reprend les arguments du commissaire. Il soutient en outre que la Cour doit donner au terme « activité commerciale » une interprétation [TRADUCTION] « large et libérale » dans le présent contexte. En premier lieu, la LPRPDE vise à protéger l'autonomie, la vie privée et la dignité des personnes en leur permettant d'exercer un contrôle sur les renseignements personnels qui les concernent. En deuxième lieu, la LPRPDE s'inscrit dans le réseau mondial des pratiques d'échange de renseignements en ce qu'elle permet d'assurer la confiance du public dans la protection des renseignements personnels. En troisième lieu, l'objectif de la LPRPDE serait compromis si les sociétés pouvaient se soustraire à son application en créant de nouveaux modèles d'affaires.

[29] Le plaignant fait valoir que la décision *Globe24h* et les décisions antérieures du commissaire militent en faveur de la conclusion que l'exploitation du moteur de recherche de Google, lorsqu'un utilisateur cherche le nom d'une personne, est une activité commerciale.

(3) Position du PGC

[30] Le PGC souscrit en grande partie aux observations du commissaire et du plaignant, mais il s'en écarte à un égard. Le PGC soutient que la Cour devrait recourir à la méthode établie d'interprétation des lois (voir *Hypothèques Trustco Canada c Canada*, 2005 CSC 54 au para 10

[*Canada Trustco*]) et l'appliquer sans se reporter aux valeurs de la *Charte* ou au statut quasi constitutionnel de la LPRPDE . La nature quasi constitutionnelle de la LPRPDE n'a pas pour effet de modifier l'approche applicable en matière d'interprétation des lois (*Lavigne c Canada (Commissariat aux langues officielles)*, 2002 CSC 53 au para 25 [*Lavigne*]).

(4) Position de la CIPPIC

[31] La CIPPIC soutient également qu'il faudrait répondre par l'affirmative à la première question du renvoi. Tout comme le plaignant, la CIPPIC fait valoir qu'une interprétation de l'activité commerciale qui exclut Google est une interprétation qui est contraire à l'objet de la LPRPDE, car elle exclurait de ce fait les modèles d'affaires modernes du commerce électronique. L'argument principal de la CIPPIC est que le terme « activité commerciale » doit être interprété en fonction du modèle d'affaires de Google. Elle fait valoir qu'un des modèles courants du commerce électronique moderne, y compris celui adopté par Google, consiste à fournir des services à faible coût ou sans frais, tout en recueillant des données afin de vendre de la publicité ciblée. La CIPPIC soutient que chaque requête de recherche contribue à la valeur commerciale de Google, car les recherches favorisent la personnalisation de la publicité en contribuant au profil de données d'une personne.

[32] La CIPPIC fait également valoir que l'objet de la LPRPDE pourrait être contrecarré par une interprétation qui exclurait les recherches sur Google qui portent sur le nom d'une personne, car il était de l'intention du législateur que la LPRPDE s'applique aux [TRADUCTION] « “logiciels de suivi” qui s'appuient sur la “piste de données” qui est créée lorsque des personnes naviguent sur Internet » (citant la Chambre des communes, Comité permanent de l'industrie, *Témoignages*,

36-1, n° 76 (le 1^{er} décembre 1998) à 1545 (l'honorable John Manley)). La CIPPIC fait donc valoir qu'il serait contraire à l'intention du législateur d'appliquer la LPRPDE à certaines recherches sur Google et non à d'autres.

(5) Position de Google

[33] Google fait valoir que l'objet de la LPRPDE n'est pas simplement de protéger les renseignements personnels, mais plutôt de protéger certains renseignements tout en permettant à l'industrie d'en recueillir et d'en utiliser d'autres et de participer ainsi au succès de l'« économie de l'information ». Comme en témoignent les débats du Hansard, la LPRPDE vise également à protéger la liberté d'expression et la liberté de la presse (Chambre des communes, Comité permanent de l'industrie, *Témoignages*, 36-1, n° 77 (le 2 décembre 1998), à 1645 (Bruce Phillips); Chambre des communes, Comité permanent de l'industrie, *Témoignages*, 36-1, n° 83 (le 3 février 1999), à 1615 (l'honorable Anne McLellan)).

[34] Google nie que les termes « recueille », « utilise » ou « communique », à l'alinéa 4(1)a de la LPRPDE, étaient censés s'appliquer aux intermédiaires en ligne qui transmettent ou diffusent le libre discours de tiers. Google soutient que les éditeurs, et non l'intermédiaire, sont ceux qui recueillent, utilisent ou communiquent le contenu.

[35] Quant aux débats du Hansard, Google fait valoir qu'en ce qui a trait à l'activité commerciale, il faut s'intéresser à l'activité elle-même et non à l'organisation (*Débats de la Chambre des communes*, 36-2, n° 7 (le 20 octobre 1999), à 1755 (l'honorable Susan Whelan)). Google fait remarquer que, dans ses conclusions de fait préliminaires, le commissaire reconnaît

qu'aucune publicité n'a été générée en même temps qu'une recherche sur le nom du plaignant. En l'absence de toute preuve attestant que Google affiche des publicités lors d'une recherche portant sur le nom d'une personne, le commissaire ne peut passer outre à l'intention du législateur, qui est d'examiner l'activité, en s'intéressant plutôt à l'ensemble du modèle d'affaires de l'organisation.

[36] Google invoque la décision de la Cour, *State Farm Mutual Automobile Insurance Company c Commissaire à la protection de la vie privée du Canada*, 2010 CF 736 [*State Farm*], à l'appui de l'argument selon lequel il faut examiner la nature de l'activité concernée pour déterminer si elle revêt un caractère commercial.

[37] Google invoque également le billet de blogue de la professeure Teresa Scassa intitulé « OPC Report on Online Reputation Misses the Mark on the application of PIPEDA to search engines » (le 31 janvier 2018) à l'appui de l'argument selon lequel l'activité à laquelle la LPRPDE peut s'appliquer est l'activité de l'utilisateur et non celle de Google.

(6) La réponse de la Cour à la première question du renvoi

[38] La question soulevée par le présent renvoi en est une d'interprétation des lois. La méthode moderne d'interprétation des lois est bien établie dans la jurisprudence de la Cour suprême. Comme il est dit dans l'arrêt *Canada Trustco* :

10 Il est depuis longtemps établi en matière d'interprétation des lois qu'« il faut lire les termes d'une loi dans leur contexte global en suivant le sens ordinaire et grammatical qui s'harmonise avec l'esprit de la loi, l'objet de la loi et l'intention du législateur » : voir 65302 *British Columbia Ltd. c. Canada*, [1999]

3 R.C.S. 804, par. 50. L'interprétation d'une disposition législative doit être fondée sur une analyse textuelle, contextuelle et téléologique destinée à dégager un sens qui s'harmonise avec la Loi dans son ensemble. Lorsque le libellé d'une disposition est précis et non équivoque, le sens ordinaire des mots joue un rôle primordial dans le processus d'interprétation. Par contre, lorsque les mots utilisés peuvent avoir plus d'un sens raisonnable, leur sens ordinaire joue un rôle moins important. L'incidence relative du sens ordinaire, du contexte et de l'objet sur le processus d'interprétation peut varier, mais les tribunaux doivent, dans tous les cas, chercher à interpréter les dispositions d'une loi comme formant un tout harmonieux.

(Voir également *Canada (Commission canadienne des droits de la personne) c Canada (Procureur général)*, 2011 CSC 53 au para 33, et *Rizzo & Rizzo Shoes Ltd (Re)*, [1998] 1 RCS 27 au para 21).

[39] La LPRPDE est une loi quasi constitutionnelle, car elle cherche d'abord et avant tout à assurer aux personnes un droit de regard sur les renseignements personnels qui les concernent, ce qui est intimement lié à leur autonomie, à leur dignité et à leur droit à la vie privée (*Alberta (Information and Privacy Commissioner) c Travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation et du commerce, section locale 401*, 2013 CSC 62 au para 19 [*Travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation*]). Toutefois, cela ne change rien à l'exercice d'interprétation des lois auquel la Cour doit se livrer (*Lavigne*, au para 25).

[40] Les sous-questions qui sont pertinentes pour l'examen de cette première question du renvoi sont : a) dans l'exploitation de son service de moteur de recherche, Google recueille-t-elle, utilise-t-elle ou communique-t-elle des renseignements personnels lorsqu'elle

procède à l'indexation des pages Web et affiche des résultats de recherche portant sur le nom d'une personne? et b) le fait-elle dans le cadre d'activités commerciales?

[41] En ce qui concerne la première sous-question, Google admet que le sens courant et ordinaire des mots « recueille », « utilise » et « communique » pourrait englober l'indexation et l'affichage des résultats de recherche. Elle estime toutefois que, eu égard à l'objet de la LPRPDE, il n'est pas clair que le législateur entendait que les termes « recueille, utilise ou communique » s'appliquent aux intermédiaires en ligne qui transmettent le discours de tiers aux utilisateurs. Google se compare à une bibliothèque qui crée un index convivial des œuvres publiées par d'autres. Selon elle, ce sont les éditeurs qui utilisent, recueillent et communiquent des renseignements personnels au sens de la LPRPDE.

[42] Dans ses observations écrites, Google utilise presque systématiquement les termes « recueille, utilise et communique », alors que la partie 1 de la LPRPDE s'applique aux organisations qui « recueille[nt], utilise[nt] ou communique[nt] » des renseignements personnels. Il se peut que ce soit surtout l'éditeur (ou tout exploitant de site Web commercial ou non commercial) qui recueille des renseignements personnels. Or, Google se sert de ses « collecteurs » automatisés pour copier le contenu des pages Web. Les collecteurs accèdent au contenu des pages Web publiques et le copient, y compris les renseignements personnels. Ils les transmettent ensuite aux serveurs de Google aux fins d'indexation. Google décide des sites Web qu'elle explore et la fréquence à laquelle elle le fait. Il s'agit d'une activité de collecte.

[43] Par ailleurs, il ressort du contexte factuel présenté à la Cour que Google utilise des renseignements personnels – Google a besoin d’un maximum de renseignements pour rendre son moteur de recherche aussi complet et utile que possible pour les utilisateurs et, par conséquent, pour les annonceurs. Google communique également les renseignements; elle exerce un contrôle sur ses [TRADUCTION] « extraits » et l’ordre dans lequel les renseignements sont affichés dans ses résultats de recherche.

[44] En plus d’utiliser et de communiquer les renseignements personnels de l’objet de la recherche, Google admet volontiers qu’elle recueille, utilise et communique également les renseignements personnels de l’utilisateur (la personne qui fait la recherche).

[45] Quant à la deuxième sous-question, Google fait valoir que, compte tenu du contexte factuel présenté par le commissaire, la seule réponse possible à la première question du renvoi est non : Google ne recueille pas, n’utilise pas ou ne communique pas des renseignements personnels dans le cadre d’activités commerciales au sens de l’alinéa 4(1)a) de la LPRPDE lorsqu’elle procède à l’indexation des pages Web et affiche des résultats de recherche portant sur le nom d’une personne.

[46] De l’avis de Google, la Cour devrait se concentrer sur le service gratuit qu’elle offre aux fournisseurs de contenu (en l’occurrence, les médias) et à l’utilisateur du moteur de recherche; Google agit au nom de ce dernier afin qu’il puisse accéder, sans frais, aux renseignements affichés par les premiers.

[47] Cet aspect de l'analyse est important; il permet de s'assurer que le Parlement respecte les limites de son pouvoir de légiférer. Les mesures de protection de la vie privée créées par la LPRPDE font partie d'un régime de réglementation qui repose sur la « compétence générale du fédéral en matière de trafic et de commerce ». Les législatures provinciales peuvent exclusivement faire des lois relatives à la propriété et aux droits civils, conformément à l'article 92 de la *Loi constitutionnelle de 1867* (R.-U.), 30 & 31 Vict., c 3, reproduite dans LRC 1985, app II, n° 5. La prescription de la LPRPDE selon laquelle celle-ci ne s'applique qu'aux activités commerciales est donc un garde-fou constitutionnel essentiel. C'est pourquoi le paragraphe 4(1) exclut expressément les activités non commerciales, les entreprises de compétence provinciale et les autres entités non assujetties à la réglementation fédérale. Comme la Cour l'a conclu, au paragraphe 40 de la décision *State Farm*, dans la LPRPDE, « les renseignements personnels sont réglementés uniquement dans la mesure où ils concernent la manière dont l'économie canadienne se comporte ».

[48] Google affirme que, compte tenu du fait que le commissaire a admis dans ses conclusions de fait préliminaires sur la plainte, que [TRADUCTION] « rien ne prouve que des publicités sont affichées en même temps que les résultats générés par une recherche sur le nom du plaignant », l'activité à l'examen n'est pas une activité commerciale au sens habituel et traditionnel du terme, soit l'achat et la vente de biens et de services (*3510395 Canada Inc. c Canada (Procureur général)*, 2020 CAF 103 aux para 140 et 141).

[49] En toute déférence, j'estime que cela simplifie trop l'activité en cause en l'espèce.

[50] Le moteur de recherche de Google permet aux gens de faire des recherches de contenu, notamment de textes, d'images et de vidéos, se trouvant dans les pages qui composent le Web. Lorsqu'un utilisateur saisit une requête de recherche, les algorithmes commerciaux de Google effectuent une référence croisée dans son index et repèrent le contenu que Google estime être pertinent. Les algorithmes tiennent compte d'un certain nombre de facteurs, dont les termes de recherche utilisés, les recherches antérieures d'un utilisateur, le lieu où se trouve l'utilisateur et la qualité apparente d'une page Web, pour déterminer quels résultats de recherche sont, selon Google, les plus pertinents pour l'utilisateur.

[51] Google est une société à but lucratif. Elle est l'une des entreprises technologiques les plus prospères de l'ère moderne. Son moteur de recherche est de loin le plus utilisé et servirait, selon certaines estimations, à effectuer 70 % à 75 % de l'ensemble des recherches mondiales sur Internet. Selon Google, son moteur de recherche sert chaque jour à faire des millions de recherches. Sa popularité et celle de ses autres produits ont fait de Google l'une des sociétés les plus rentables. La société mère de Google a révélé que celle-ci lui avait rapporté environ 63,5 milliards de dollars (en dollars américains) au cours du premier semestre de 2018 seulement.

[52] L'essentiel des revenus de Google provient de la publicité (environ 54,7 milliards de dollars pour le premier semestre de 2018). Quant à ses recettes publicitaires, elles sont en grande partie générées par son moteur de recherche et d'autres services en ligne. Comme le fait remarquer Google, [TRADUCTION] « une grande partie de nos activités repose sur les publicités que nous affichons autant sur les pages des services de Google que sur les sites Web et les

applications mobiles de nos partenaires » (pièce S-17 de l'affidavit Lachance). La croissance des revenus de Google pour le deuxième trimestre de 2018 est [TRADUCTION] « principalement attribuable à l'augmentation du nombre de recherches sur les appareils mobiles et du nombre d'utilisateurs qui adoptent et utilisent [son moteur de recherche], ainsi qu'à la croissance constante de l'activité des annonceurs » (pièce S-25 de l'affidavit Lachance). Google a également vu [TRADUCTION] « croître le nombre de recherches sur les ordinateurs de bureau à cause des améliorations apportées aux formats et à la diffusion des publicités » (pièce S-25 de l'affidavit Lachance).

[53] Les annonceurs paient à Google une redevance chaque fois qu'un utilisateur clique sur une annonce apparaissant dans les résultats d'une recherche faite sur Google ou qu'il pose un geste après avoir vu une annonce, par exemple lorsqu'il télécharge une application.

[54] Comme Google présente également de la publicité sur des sites Web tiers, elle peut toucher des revenus si un utilisateur navigue sur une page Web répertoriée dans les résultats de son moteur de recherche, puis clique sur une annonce affichée par Google sur cette page ou consulte une telle annonce.

[55] Google fait la promotion de ses activités publicitaires en insistant sur la popularité de son moteur de recherche. Comme on peut le lire dans ses documents promotionnels, [TRADUCTION] « avec des millions de recherches faites chaque jour dans Google, soyez assurés que [si vous publiez une annonce dans les résultats de recherche Google] vos clients remarqueront votre marque, examineront vos offres et agiront en conséquence » (pièce S-21 de l'affidavit

Lachance). Google se targue aussi auprès des annonceurs de sa capacité de cibler les publicités destinées aux utilisateurs de son moteur de recherche en fonction des renseignements personnels qu'elle détient à leur sujet (pièce S-19 de l'affidavit Lachance).

[56] C'est à ce modèle d'affaires que le législateur pensait lorsqu'il a adopté la LPRPDE. Le document de consultation publié par le gouvernement du Canada avant l'adoption de la LPRPDE mentionne que [TRADUCTION] « le défi de l'ère électronique est qu'à chaque opération, nous laissons une piste de données à partir de laquelle il est possible de constituer un dossier détaillé de nos préférences et de nos antécédents personnels » (pièce D-1 de l'affidavit Ballott, p. 23). Dans ce nouvel environnement, les renseignements personnels deviennent en soi une marchandise, destinée à être exploitée et utilisée à des fins lucratives (pièce D-1 de l'affidavit Ballott, p. 23).

[57] Autrement dit, même si Google offre des services gratuits aux fournisseurs de contenu et à l'utilisateur de son moteur de recherche, elle a de toute évidence un intérêt commercial qui l'incite à établir un lien entre ces deux acteurs. Il y a un véritable échange commercial entre Google et les utilisateurs de son moteur de recherche. En contrepartie des renseignements affichés dans les résultats de recherche, les utilisateurs fournissent divers renseignements personnels (leur emplacement, leurs préférences, leurs intérêts, leurs tendances en matière de consommation, etc.). Ces renseignements personnels sont utilisés à des fins lucratives.

[58] De plus, afin d'attirer les utilisateurs, Google doit leur fournir les renseignements qu'ils demandent de la façon la plus précise et personnalisée possible.

[59] Par conséquent, à moins qu'elle n'y soit obligée, Google n'a aucun intérêt commercial à procéder à la désindexation ou au délistage de son moteur de recherche. À mon avis, chaque élément de ce modèle d'affaires est une activité commerciale au sens de la LPRPDE. Ce serait mal comprendre le modèle d'affaires de Google que de poser un regard microscopique sur l'aspect gratuit (c.-à-d. aucune somme d'argent n'est versée) de la recherche pour l'utilisateur, ou du « service de bibliothèque » offert aux médias d'information. Toutes ces activités sont étroitement liées, dépendent les unes des autres et sont toutes des éléments nécessaires de ce modèle d'affaires.

[60] Je répondrai donc par l'affirmative à la première question du renvoi.

B. *Deuxième question du renvoi*

(1) Position du commissaire

[61] Le commissaire fait valoir que le terme « journalisme », même s'il n'est pas défini dans la LPRPDE, peut avoir un sens large, mais pas large au point d'englober n'importe quel type de communication (*United Food and Commercial Workers, Local 401 c Alberta (Procureur général)*, 2012 ABCA 130 au para 56 [*United Food ABCA*]).

[62] S'appuyant sur les réunions du Comité permanent de l'industrie, le commissaire soutient que, si l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE prévoit une exemption à des fins journalistiques, c'est par crainte que cette loi puisse par ailleurs entraver la liberté de la presse. De plus, les mots « à aucune autre fin » ont été inclus à la disposition d'exemption à des fins journalistiques afin de

s'assurer que même les sociétés médiatiques sont tenues de se conformer à la LPRPDE lorsqu'elles exercent une activité purement commerciale.

[63] Le commissaire fait également remarquer que, dans la décision *Globe24h*, la Cour a appliqué un critère à trois volets afin de déterminer si, en republiant des décisions de cours et de tribunaux, le site Web *Globe24h.com* exerçait des activités journalistiques. Une activité peut être qualifiée de journalistique « lorsque son objectif est 1) d'informer la collectivité sur des questions qui l'intéress[ent], 2) lorsqu'elle concerne un élément de la production originale et 3) une "auto-discipline visant à présenter une description exacte et juste des faits, des opinions et des débats d'une situation" » (*Globe24h*, au para 68). Le commissaire soutient que Google ne satisfait pas à ce critère. Premièrement, Google fait en sorte que les renseignements soient mis à la disposition de tous, ce qui a une portée plus grande que celle d'informer la collectivité sur des questions qui l'intéressent. Deuxièmement, Google ne crée aucun renseignement. Enfin, les résultats apparaissent à la suite d'une recherche sur des termes et Google ne fait preuve d'aucune auto-discipline visant à s'assurer que les résultats sont équitables et exacts. Les fins visées par Google ne doivent pas être confondues avec celles des sites Web figurant sur la liste des résultats de recherche.

(2) Position du plaignant

[64] Le plaignant soutient lui aussi que Google ne respecte pas le critère de la fin journalistique établi dans la décision *Globe24h*, pour les mêmes raisons que celles invoquées par le commissaire. Il ajoute que les fins visées par les sites Web qui publient du matériel journalistique comme celui de la SRC se distinguent de celles de Google.

[65] Le plaignant soutient que la présence de résultats de recherche purement non journalistiques est incompatible avec l'argument voulant que, lorsque Google procède à l'indexation des pages Web et affiche des résultats de recherche portant sur le nom d'une personne, elle le fasse à des fins journalistiques.

(3) Position du PGC

[66] Le PGC fait valoir que [TRADUCTION] « la définition juridique de ce qu'on entend par journalisme ne peut pas être large au point de s'appliquer à une société dont le rôle est, au mieux, d'agir comme intermédiaire par lequel certains utilisateurs peuvent accéder à du contenu journalistique créé et hébergé par des tiers ». Le PGC invoque également le critère de la fin journalistique énoncé dans la décision *Globe24h* pour soutenir que Google ne se livre pas à des activités journalistiques.

(4) Position de la CIPPIC

[67] Le CIPPIC fait valoir que l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE protège la liberté de la presse – la liberté de la presse telle qu'elle a été récemment décrite par la Cour suprême dans l'arrêt *Denis c Côté*, 2019 CSC 44. Le législateur n'avait manifestement pas l'intention d'exempter Google lorsqu'il a adopté l'alinéa 4(2)c) de la LPRDPE. La CIPPIC invoque également le critère de la fin journalistique énoncé dans la décision *Globe24h* et soutient que la responsabilité des journalistes pour ce qu'ils publient n'est pas la même que celle des intermédiaires Internet.

(5) Position de la SRC

[68] La SRC soutient que l'exception relative aux fins journalistiques prévue à l'alinéa 4(2)c) vise à empêcher le commissaire ou la Cour de prendre des décisions éditoriales sur ce qui devrait se retrouver dans les actualités. La SRC fait remarquer qu'il existe en droit – dans la loi ou en common law – divers autres moyens de contrôler l'activité journalistique.

[69] La SRC fait valoir que le présent renvoi risque de soumettre l'activité journalistique à l'examen du Commissariat à la protection de la vie privée, qui pourrait alors prendre des décisions unilatérales au sujet de publications journalistiques sans que le créateur de contenu ait son mot à dire.

[70] La SRC propose le critère suivant : premièrement, la Cour doit déterminer si les renseignements communiqués par Google dans les résultats de recherche sont le produit du travail de médias d'information reconnus. Dans l'affirmative, l'exclusion prévue à l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE devrait s'appliquer sans autre analyse. Deuxièmement, s'il est allégué que le produit du travail est de nature journalistique même s'il ne provient pas de médias d'information reconnus, le juge des faits doit se demander s'il s'agit vraiment du produit d'une activité journalistique; dans l'affirmative, l'exclusion doit s'appliquer. Quant au deuxième volet du critère de la SRC, qui impose de définir ce qu'est le journalisme, la SRC invoque le critère à trois volets de l'activité journalistique énoncé dans la décision *Globe24h*. Toutefois, elle applique ce critère du point de vue du créateur du contenu et non du point de vue de Google.

Essentiellement, la Cour doit déterminer si Google exerce une activité journalistique lorsque les résultats de recherche qu'elle affiche contiennent des renseignements personnels.

[71] La SRC affirme que Google joue un rôle essentiel dans la diffusion de renseignements journalistiques, et que de supprimer le contenu de ces résultats de recherche sur Google équivaut à le supprimer du domaine public.

[72] La SRC fait valoir que d'appliquer l'exception relative aux fins journalistiques à Google permet d'établir un juste équilibre entre, d'une part, les droits garantis par la *Charte*, comme la liberté d'expression, et d'autre part, le droit à la vie privée, qui est de nature personnelle. Elle soutient que les tribunaux canadiens ont jugé préférable de privilégier l'intérêt public plutôt que des intérêts purement personnels comme celui de ne pas être embarrassé (citant *MEH v Williams*, 2012 ONCA 35).

(6) Position de Google

[73] Google soutient que l'exception relative aux fins journalistiques prévue à l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE a pour but de protéger les droits garantis par la *Charte*, comme la liberté d'expression.

[74] Google ajoute que l'exception relative aux fins journalistiques ne doit pas se limiter [TRADUCTION] « simplement à la préparation et à la publication d'articles de presse », mais qu'elle doit aussi s'appliquer à l'indexation et à l'affichage de contenus à des fins journalistiques. Google fait valoir que la diffusion de contenu journalistique entre dans la

définition ordinaire que donne du mot journalisme l'*Encyclopedia Britannica*, et dans la définition de source journalistique figurant dans la *Loi sur la preuve au Canada*, LRC 1985, c C-5.

[75] Google demande à la Cour de se concentrer sur la question du renvoi, à savoir si l'exception s'applique aux renseignements personnels qu'elle recueille, utilise ou communique lorsqu'elle indexe et affiche des pages Web en réponse aux recherches portant sur le nom d'une personne. Google demande également à la Cour de prendre en considération les renseignements personnels qui sont [TRADUCTION] « en litige », soit les renseignements concernant le plaignant qui sont au cœur de sa plainte. Compte tenu de la question du renvoi et des renseignements personnels en litige, la Cour doit déterminer si Google agit à des fins journalistiques lorsqu'elle affiche des liens vers des articles de presse contenant des renseignements personnels. Google fait valoir que le Commissariat à la protection de la vie privée aura le pouvoir de réglementer le journalisme – ce qu'il ne peut pas faire directement – si la Cour interprète l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE comme s'appliquant à ses activités d'indexation et d'affichage de sites Web de médias d'information dans ses résultats de recherche.

[76] Google soutient que la Cour devrait donner à l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE une interprétation conforme à la *Charte*. S'appuyant sur l'arrêt *Travailleurs et travailleuses unis de l'alimentation*, Google fait valoir que la Cour suprême a déjà conclu qu'une disposition semblable de la *Personal Information Protection Act*, SA 2003, c P-6.5, contrevenait à la *Charte* si on l'interprétait de manière telle qu'il fallait que l'activité contestée soit entièrement de nature journalistique pour pouvoir bénéficier de l'exception relative aux fins journalistiques. Google

soutient que la Cour devrait plutôt adopter une interprétation de la LPRPDE qui est conforme à la *Charte*, où la diffusion d'articles de presse est protégée par la *Charte*.

[77] Google ne croit pas que le critère à trois volets établi dans la décision *Globe24h* s'applique en l'espèce. Dans cette affaire, le critère a été appliqué à l'égard d'un éditeur de contenu, alors que Google n'est qu'un intermédiaire. Qui plus est, aucune des parties n'exerçait d'activités journalistiques; la republication de décisions judiciaires sur le site Web concerné ne constituait pas du journalisme et le site Web n'exerçait pas d'activités journalistiques en les republiant. En fait, en l'espèce, Google soutient qu'elle diffuse du contenu journalistique reconnu.

(7) La réponse de la Cour à la deuxième question du renvoi

[78] Encore une fois, j'estime que Google et la SRC posent un regard microscopique sur la situation. Elles demandent à la Cour de s'en tenir à l'objet de la plainte du plaignant : quelques articles publiés par des médias d'information reconnus.

[79] Pourtant, la deuxième question du renvoi est de savoir si, par le jeu de l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE, l'exploitation du moteur de recherche de Google échappe à l'application de la partie 1 de cette loi, parce que Google se trouve ainsi à recueillir, à utiliser ou à communiquer des renseignements personnels à des fins journalistiques, artistiques ou littéraires et à aucune autre fin.

[80] Par ailleurs, même si la Cour limitait son analyse aux recherches portant sur le nom d'une personne, la preuve montre que Google affiche encore, dans ses résultats de recherche, ce qu'elle considère comme des renseignements pertinents concernant ce nom. Une recherche sur le nom d'une personne peut mener, par exemple, à du contenu provenant de blogues et de sites Web personnels, de salons de clavardage, de sites Web de médias sociaux, de sites Web d'entreprises, de gouvernements, d'organisations non gouvernementales, ainsi que d'agences de presse (pièce R de l'affidavit Lachance, au para 40). Les renseignements personnels qui peuvent être affichés en réponse à une telle recherche sont donc nombreux et divers, ils ne se limitent pas au contenu médiatique, et ils peuvent permettre de constituer un portrait détaillé de la personne.

[81] Je conviens que Google facilite l'accès à l'information, telle que l'information médiatique. Je conviens également que faciliter l'accès à l'information est souvent associé à la diffusion de ladite information. C'est ce qu'a expliqué la Cour suprême dans l'arrêt *Crookes c Newton*, 2011 CSC 47 au para 29 [*Crookes*], qui traite du cadre d'analyse de la diffamation, dont la diffusion est l'un des éléments. Toutefois, la facilitation n'est qu'un des indicateurs de la diffusion. Dans l'arrêt *Crookes*, la Cour suprême a conclu que, même s'ils facilitent l'accès à l'information, les hyperliens ne sauraient être assimilés à la diffusion du contenu auquel ils renvoient, dans un contexte de diffamation (au para 29). Dans son analyse, la Cour suprême a précisé que la création d'un hyperlien menant à un contenu ne constituait pas de la diffusion parce que la personne qui renvoie à un contenu par le biais d'un hyperlien ne participe pas à sa création (au para 28), que la personne qui crée un hyperlien vers un contenu n'a aucun contrôle sur ce contenu (au para 27) et que l'hyperlien n'exprime aucune opinion (au para 30).

[82] À mon avis, les raisons pour lesquelles un hyperlien ne saurait être assimilé à la diffusion du contenu auquel il renvoie, dans un contexte de diffamation, s'appliquent également aux résultats de recherche – Google n'a aucun contrôle sur le contenu des résultats de recherche, les résultats de recherche n'expriment aucune opinion, et Google ne crée pas le contenu auquel renvoient les résultats de recherche.

[83] Suivant son sens ordinaire, le mot « journalisme » s'entend de la création de contenu et du contrôle sur le contenu, comme le confirme la définition d'« activité journalistique » énoncée dans la décision *Globe24h*. Il importe de souligner que le critère utilisé dans cette affaire a été proposé par l'Association canadienne des journalistes : « une activité ne devrait être qualifiée de journalistique que lorsque son objectif est 1) d'informer la collectivité sur des questions qui l'intéress[ent], 2) lorsqu'elle concerne un élément de la production originale et 3) une “auto-discipline visant à présenter une description exacte et juste des faits, des opinions et des débats d'une situation” » (*Globe24h*, au para 68). Dans l'affaire qui nous occupe, il convient également de souligner que la SRC reconnaît qu'il s'agit là d'une définition ou d'un critère adéquat.

[84] Google estime que le critère de la décision *Globe24h* ne s'applique pas en l'espèce parce qu'elle est un intermédiaire qui transmet des articles de presse et non un éditeur. En toute déférence, je ne sais pas d'où Google tient cette distinction. Je ne nie pas que Google est un intermédiaire, mais cette distinction n'est pas pertinente pour l'application du critère. Dans la décision *Globe24h*, le juge Mosley a déclaré ceci, avant de formuler le critère : « [l']exception d'objectif “journalistique” n'est pas définie dans la LPRPDE et n'a pas été traitée de façon

substantielle dans la jurisprudence » (au para 68). En présentant le critère ou la définition à trois volets de l'Association canadienne des journalistes, la Cour tentait de donner certaines précisions sur un domaine jamais défini auparavant. La Cour n'a pas dit, comme Google l'affirme, que ce critère ne s'appliquait qu'aux éditeurs. Ce critère vise à déterminer ce qu'englobe le journalisme.

[85] Si j'applique le critère de la décision *Globe24h* à l'affaire dont je suis saisie, je constate : premièrement, que Google fait en sorte que les renseignements soient mis à la disposition de tous, ce qui a une portée beaucoup plus grande que celle d'informer la collectivité sur des questions qui l'intéressent; deuxièmement, que Google ne crée ni ne produit rien – elle ne fait qu'afficher les résultats de recherche; et troisièmement, que Google ne fait aucun effort pour s'assurer que les résultats sont équitables et exacts. Les éditeurs seraient responsables de l'exactitude du contenu d'un résultat de recherche et non Google.

[86] À mon avis, l'exploitation par Google de son moteur de recherche, même si on ne tient compte que des résultats de la recherche portant sur le nom du plaignant, ne répond pas à la définition de journalisme retenue par la Cour dans la décision *Globe24h*.

[87] Le point final et déterminant de la présente analyse se trouve dans cette partie de l'alinéa 4(2)c qui précise qu'elle ne s'applique qu'à une organisation qui recueille, utilise ou communique des renseignements personnels à des fins journalistiques et « à aucune autre fin ». Google fait valoir que le terme « à aucune autre fin » n'exclut pas les organisations qui exercent des activités commerciales, car pour pouvoir bénéficier de l'exception relative aux fins journalistiques, une organisation doit déjà exercer des activités commerciales au titre de

l'alinéa 4(1)a). Je suis d'accord. Toutefois, cela ne signifie pas que le terme « à aucune autre fin » est inutile ou dénué de sens. Le législateur ne parle pas pour ne rien dire; selon la présomption d'absence de tautologie, les tribunaux doivent éviter d'adopter des interprétations qui dépouillent une partie d'une loi de tout son sens ou qui la rendent redondante (*Bell ExpressVu Limited Partnership c Rex*, 2002 CSC 42 au para 37, et *Placer Dome Canada Ltd. c Ontario (Ministre des Finances)*, 2006 CSC 20 au para 45).

[88] L'analyse faite par le juge Mosley dans la décision *Globe24h* s'applique en l'espèce.

Voici ce qu'il a écrit :

[71] La preuve indique que le premier objectif du défendeur consiste à inciter les individus à payer pour que leurs renseignements personnels soient retirés du site Web. Un deuxième objectif, jusqu'à tout récemment, consistait à générer des revenus de publicité en orientant le trafic vers son site Web grâce à la visibilité accrue des renseignements personnels sur les moteurs de recherche. Aucun élément de preuve ne permet d'établir que l'intention du défendeur est d'informer les gens sur des sujets d'intérêt public.

[72] Même si les activités du défendeur peuvent être considérées comme partiellement journalistiques, l'exemption de l'alinéa 4(2)c) ne s'applique que lorsque les renseignements sont collectés, utilisés ou publiés *exclusivement* à des fins journalistiques. Il est clair à partir du dossier que les objectifs de *Globe24h.com* s'étendent au-delà du journalisme.

[Italiques dans l'original.]

[89] Il convient d'appliquer une analyse semblable à Google. Le premier objectif du service de moteur de recherche de Google est d'indexer et de présenter des résultats de recherche. Ce n'est pas un objectif principalement journalistique, car bien que ce service puisse faciliter l'accès à l'information, il ne présente aucune autre caractéristique essentielle du journalisme, telle que le

contrôle du contenu ou la création de contenu. Même si les résultats de recherche affichés par Google présentent quelques caractéristiques de l'activité journalistique, ils débordent clairement ce cadre.

[90] En résumé, le service de moteur de recherche de Google n'est pas du tout exploité à des fins journalistiques, ou du moins il n'est pas exclusivement exploité à des fins journalistiques.

[91] Je vais maintenant examiner précisément les observations de la SRC. Cette dernière propose un critère à deux volets qui est axé sur la nature de chaque résultat de recherche. La Cour doit d'abord déterminer si les renseignements communiqués par Google dans les résultats de recherche sont le produit du travail d'un média d'information reconnu. Dans l'affirmative, l'exception de l'alinéa 4(2)c) de la LPRPDE doit s'appliquer sans autre analyse. Dans le cas contraire, la Cour doit déterminer s'ils relèvent de l'activité journalistique.

[92] En toute déférence, le critère de la SRC ne répond pas à la question soumise par renvoi. Il ne permet pas de savoir si le moteur de recherche de Google recueille, utilise ou communique des renseignements personnels à des fins journalistiques. Il n'est axé que sur la question de savoir si des médias d'information reconnus et d'autres journalistes recueillent, utilisent ou communiquent des renseignements personnels. Ce qui n'est d'aucune utilité pour l'affaire dont la Cour est saisie.

[93] La SRC soutient en outre qu'il serait raisonnable d'appliquer la LPRPDE aux renseignements provenant de médias d'information que diffuse Google d'une manière qui protège la liberté d'expression garantie par la *Charte*.

[94] Or, il n'est pas nécessaire de recourir aux valeurs de la *Charte* à moins qu'il n'y ait « ambiguïté véritable » dans l'interprétation d'une loi (*Wilson c Colombie-Britannique (Superintendent of Motor Vehicles)*, 2015 CSC 47 au para 25). À mon avis, il n'y a aucune ambiguïté en l'espèce. Premièrement, le législateur a limité la LPRDPE à la seule protection de l'« activité journalistique » et non à la liberté d'expression en général. Comme l'a dit la Cour d'appel de l'Alberta au paragraphe 56 de l'arrêt *United Food ABCA*, [TRADUCTION] « [i]l est déraisonnable de croire que le législateur a voulu donner au terme “activité journalistique” un sens si large qu'il englobe tout ce qui se trouve dans l'expression “liberté d'opinion et d'expression” ». Deuxièmement, le législateur a limité la LPRDPE à la protection de la collecte, de la communication et de l'utilisation de renseignements personnels à des fins exclusivement journalistiques. Troisièmement, suivant une interprétation courante ou ordinaire, donnée par les journalistes eux-mêmes, le terme « activité journalistique » n'englobe pas le service de moteur de recherche de Google.

[95] Par conséquent, je conclus que les fins visées par Google, lorsqu'elle collecte, utilise et communique des renseignements personnels par l'entremise de son service de moteur de recherche, ne sont pas journalistiques et ne sont certainement pas exclusivement journalistiques.

[96] La Cour répond par la négative à la deuxième question du renvoi.

V. Conclusion

[97] Pour tous ces motifs, la Cour répond par l'affirmative à la première question et par la négative à la deuxième question. Toutefois, ces réponses ne sont pas déterminantes quant à l'issue de la plainte du plaignant, au pouvoir du commissaire de recommander la désindexation, à la constitutionnalité de la LPRPDE, ou à toute autre question non soumise par renvoi qu'il vaut mieux laisser au commissaire.

JUGEMENT dans le dossier T-1779-18

LA COUR ORDONNE :

1. Le présent renvoi est accueilli;
2. À la question :

Dans l'exploitation de son service de moteur de recherche, Google recueille-t-elle, utilise-t-elle ou communique-t-elle des renseignements personnels dans le cadre d'activités commerciales au sens de l'alinéa 4(1)a) de la LPRPDE lorsqu'elle procède à l'indexation de pages Web et affiche des résultats de recherche portant sur le nom d'une personne?

La réponse de la Cour est : Oui

3. À la question :

L'exploitation du service de moteur de recherche de Google est-elle exclue du champ d'application de la partie 1 de la LPRPDE par le jeu de l'alinéa 4(2)c) de cette loi, parce qu'elle implique la collecte, l'utilisation ou la communication de renseignements personnels à des fins journalistiques, artistiques ou littéraires et à aucune autre fin?

La réponse de la Cour est : Non

4. Les parties doivent présenter des observations sur les dépens, ne dépassant pas cinq pages, dans les 30 jours suivant le présent jugement.

« Jocelyne Gagné »
Juge en chef adjointe

COUR FÉDÉRALE

AVOCATS INSCRITS AU DOSSIER

DOSSIER : T-1779-18

INTITULÉ : **AFFAIRE INTÉRESSANT UN RENVOI SOUMIS AU TITRE DU PARAGRAPHE 18.3(1) DE LA *LOI SUR LES COURS FÉDÉRALES*, LRC 1985, C F-7 QUANT AUX QUESTIONS DE DROIT ET DE COMPÉTENCE CONCERNANT LA *LOI SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET LES DOCUMENTS ÉLECTRONIQUES*, LC 2000, C 5, QUI ONT ÉTÉ SOULEVÉES AU COURS D'UNE ENQUÊTE RELATIVE À UNE PLAINTÉ DÉPOSÉE AUPRÈS DU COMMISSAIRE À LA PROTECTION DE LA VIE PRIVÉE DU CANADA**

LIEU DE L'AUDIENCE : TENUE PAR VIDÉOCONFÉRENCE

DATE DE L'AUDIENCE : LE 26 JANVIER 2021

JUGEMENT ET MOTIFS : LA JUGE EN CHEF ADJOINTE GAGNÉ

DATE DES MOTIFS : LE 8 JUILLET 2021

COMPARUTIONS :

Peter Engelmann
Colleen Bauman

POUR LE DEMANDEUR

Regan Morris
Kelly Stephens

Mark Phillips

POUR LE PLAIGNANT

Michael Fenrick
Charlotte Calon

James D. Bunting
Anisah Hassan
Adam Soliman

POUR GOOGLE LLC

David TS Fraser

Christian Leblanc

POUR CBC/RADIO-CANADA

Sean Moreman

Christopher Rupar
Kirk Shannon
Fraser Harland

POUR LE PROCUREUR GÉNÉRAL DU CANADA

Alexandra (Lex) Gill

POUR LA CLINIQUE D'INTÉRÊT PUBLIC ET DE
POLITIQUE D'INTERNET DU CANADA
SAMUELSON-GLUSHKO

Tamir Israel

AVOCATS INSCRITS AU DOSSIER :

Goldblatt Partners
Ottawa (Ontario)

POUR LE DEMANDEUR

Commissariat à la protection de la
vie privée du Canada
Gatineau (Québec)

Paliare Roland Rosenberg
Rothstein LLP
Toronto (Ontario)

POUR LE PLAIGNANT

Tyr LLP
Toronto (Ontario)

POUR GOOGLE LLC

McInnes Cooper
Halifax (Nouvelle-Écosse)

Fasken Martineau Dumoulin,
S.E.N.C.R.L., s.r.l.
Montréal (Québec)

POUR CBC/RADIO-CANADA

Canadian Broadcasting
Corporation/Société
Radio-Canada
Toronto (Ontario)

Procureur général du Canada
Ottawa (Ontario)

POUR LE PROCUREUR GÉNÉRAL DU CANADA

Trudel Johnston & Lespérance
Montréal (Québec)

POUR LA CLINIQUE D'INTÉRÊT PUBLIC ET DE
POLITIQUE D'INTERNET DU CANADA
SAMUELSON-GLUSHKO

Clinique d'intérêt public et de
politique d'Internet du Canada
Samuelson-Glushko (CIPPIC)
Ottawa (Ontario)