

**CODE DE CONFIDENTIALITÉ
SUR LA PROTECTION DES
RENSEIGNEMENTS PERSONNELS**

2015



CODE DE CONFIDENTIALITÉ SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

PRÉAMBULE

La Banque et les Sociétés faisant partie de son Groupe incluant B2B Banque se sont toujours fait un point d'honneur de préserver l'exactitude, la confidentialité, la sécurité et le caractère privé des affaires des clients. Fidèle à cette tradition, un code de confidentialité sur la protection des renseignements personnels (le « Code » a été adopté, lequel précise ses objectifs et ses pratiques en matière de respect de la vie privée. Ce code s'inspire du modèle de code de confidentialité de l'Association Canadienne de Normalisation (ACNOR) (CAN/CSA-Q 830-96) et des principes établis à l'Annexe I de la *Loi sur la protection des renseignements personnels et des documents électroniques*, en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2001. Le Code dont se sont dotées les Sociétés du Groupe Banque Laurentienne (« le Groupe ») applique des règles régissant la collecte, la conservation, l'utilisation et la communication des renseignements personnels et ce, dans le respect du droit de la personne à la vie privée. Dès lors, ce Code régit les relations du Groupe avec les clients sur lesquels il possède des renseignements personnels.

Dans ce Code, l'expression « membres du Groupe » comprend : la Banque Laurentienne du Canada et chacune de ses filiales (ci-après désignés « Membres du groupe », « le Groupe » et individuellement « un Membre »).

CODE DE CONFIDENTIALITÉ SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

1. DÉFINITIONS

Client : Personne qui utilise ou a l'intention d'utiliser un produit ou un service d'un Membre.

Collecte : Action de recueillir, de recevoir ou d'enregistrer des renseignements personnels, de n'importe quelle source, par quelque moyen que ce soit.

Commissaire : Le Commissaire à la protection de la vie privée nommé en application de l'article 53 de La *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Consentement : Acquiescement libre. Le consentement peut être explicite, implicite ou fourni par un mandataire autorisé. Le client peut exprimer son consentement explicite de vive voix, par écrit ou électroniquement. Le consentement explicite est non équivoque et ne nécessite aucune influence de la part d'un Membre qui obtient le consentement. Il y a consentement implicite lorsque l'action ou l'inaction d'un client permet de déduire raisonnablement qu'il y a consentement.

Cour : La section de première instance de la Cour fédérale.

Divulgation : Fait de rendre des renseignements personnels accessibles à un tiers.

Document : Tous éléments d'information, quels que soient leur forme et leur support, notamment correspondance, note, livre, plan, carte, dessin, diagramme, illustration ou graphique, photographie, film, microforme, enregistrement sonore, magnétoscopique ou informatisé ou toute reproduction de ces éléments d'information.

Marketing direct : Promotions ciblant des clients dont les renseignements personnels révèlent qu'un produit est susceptible de les intéresser. Le marketing direct comprend les initiatives de télémarketing et d'envoi postal centralisées, mais exclut les relevés émis régulièrement, les encarts joints aux relevés, les messages des guichets automatiques bancaires, les annonces des babillards électroniques et les initiatives menées par le personnel auprès de particuliers ou dans le cadre de la gestion sur mesure des affaires du client.

Organisation : S'entend notamment des associations, sociétés de personnes, personnes et organisations syndicales.

Renseignements personnels : Tout renseignement sur un individu identifiable quel que soit le support sur lequel le renseignement est consigné (eg : papier, courriel, base de donnée). Il s'agit notamment, et non limitativement, des coordonnées suivantes : nom, adresse personnelle, âge, sexe, numéros d'identification, revenu, emploi, actif, passif, source de capitaux, antécédents de remboursement, références personnelles et dossier médical, la décision de crédit qui a été prise à son sujet et ses habitudes de paiement, à l'exclusion du nom et du titre d'un employé d'une organisation et des adresse et numéro de téléphone de son lieu de travail. Peuvent également être des renseignements personnels les noms de tiers à qui des renseignements personnels ont été divulgués et si un crédit a été ou non consenti.

Renseignements personnels sur la santé : En ce qui concerne un individu vivant ou décédé :

- a) Tout renseignement ayant trait à sa santé physique ou mentale ;
- b) Tout renseignement relatif aux services de santé fournis à celui-ci ;
- c) Tout renseignement relatif aux dons de partie du corps ou de substances corporelles faits par lui, ou tout renseignement provenant de résultats de tests ou d'examens effectués sur une partie du corps ou une substance corporelle de celui-ci ;
- d) Tout renseignement recueilli dans le cadre de la prestation de services de santé à celui-ci ;
- e) Tout renseignement recueilli fortuitement lors de la prestation de services de santé à celui-ci.

Tiers : Particulier ou organisation autre que le Groupe.

Utilisation : Gestion de renseignements personnels par un Membre et au sein de celui-ci.

2. PORTÉE DU CODE DE CONFIDENTIALITÉ SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Le Code ne vise que les renseignements personnels. Il ne s'applique pas dans le cas des renseignements sur les entreprises, ni sur les comptes commerciaux de personnes qui exercent une activité économique organisée, qu'elle soit ou non à caractère commercial, consistant dans la production ou la réalisation de biens, leur administration ou leur aliénation, ou dans la prestation de services.

3. PRINCIPES DE CONFIDENTIALITÉ

Les dix principes de confidentialité sont :

1. Responsabilité du groupe
2. Détermination des fins de la collecte des renseignements personnels
3. Consentement du client
4. Limites applicables à la collecte des renseignements personnels
5. Limites applicables à l'utilisation, à la divulgation et à la conservation des renseignements personnels
6. Mise à jour des renseignements personnels
7. Mesures de sécurité
8. Accessibilité du client aux normes et aux méthodes
9. Accessibilité du client aux renseignements personnels le concernant
10. Règlement des plaintes et traitement des demandes de renseignements

Principe 1 - Responsabilités du groupe

Chaque Membre est responsable de tous les renseignements personnels en sa possession, y compris les renseignements personnels divulgués à des tiers pour traitement. Il établit des normes et des méthodes et désigne une ou plusieurs personnes responsables de s'assurer du respect du Code.

1.1 La haute direction de chaque Membre a la responsabilité ultime de protéger les renseignements personnels du client. Toutefois, la haute direction peut déléguer l'application quotidienne des mécanismes de surveillance de la conformité à une ou à plusieurs personnes.

1.2 Chaque Membre désigne, à l'interne de même qu'à son client, la ou les personnes qui ont la responsabilité d'assurer la protection des renseignements personnels et la surveillance de la conformité.

1.3 Chaque Membre est responsable des renseignements personnels qui sont divulgués à un tiers pour traitement. Il protège ces renseignements personnels dans le cadre d'un contrat ou d'une entente avec le tiers considéré.

1.4 Afin de mettre en pratique les principes de ce Code, chaque Membre :

- établit des mécanismes pour protéger la confidentialité des renseignements personnels;
- établit des mécanismes pour recevoir les plaintes et les demandes de renseignements de la part du client et y répondre;
- informe le client et son personnel des mécanismes dont il s'est doté;
- forme son personnel de façon qu'il comprenne et applique les mécanismes établis.

Il assure aussi le respect des principes de confidentialité par des vérifications cycliques du risque en cause ou par des mécanismes de surveillance de la conformité. Au besoin, il rend compte au conseil d'administration ou à un de ses comités en ce qui a trait au respect du Code.

Principe 2 - Détermination des fins de la collecte des renseignements personnels

Chaque Membre précise les fins auxquelles doivent servir les renseignements personnels, avant ou au moment de leur collecte.

2.1 Lorsqu'un client demande un produit ou un service, il s'assure que le client sait :

- pourquoi il a besoin des renseignements personnels qu'il lui demande;
- comment les renseignements pourraient servir à d'autres fins si le client y consentait;
- qu'il peut refuser de l'autoriser à utiliser les renseignements personnels à ces autres fins.

Il se produit aussi d'autres cas où il n'explique pas ces autres fins ni n'obtient le consentement du client. Voir à ce sujet les paragraphes 3.4 et 5.1.

2.2 Il ne recueille de renseignements personnels que pour :

- comprendre les besoins du client;
- déterminer l'adéquation et l'accessibilité des produits et des services pour le client;
- établir et gérer les produits et les services qui répondent aux besoins du client;
- proposer les produits et les services qui répondent à ces besoins;
- fournir des services courants;
- satisfaire aux exigences des lois et règlements.

2.3 Il précise distinctement à quelles fins doit servir l'information par écrit, de vive voix (en personne ou au téléphone) ou par tout autre moyen qu'il utilise pour communiquer avec le client. Il emploie des mots que le client peut facilement comprendre.

Si l'information est demandée au client par téléphone, il lui précise les fins auxquelles servira l'information, séparément de la demande.

2.4 Ses employés qui recueillent des renseignements personnels auprès du client devraient être capables de lui expliquer l'utilisation qu'on leur réserve. Le client doit aussi pouvoir se faire expliquer pourquoi on a besoin de ces renseignements lorsqu'il téléphone, se rend dans une succursale ou écrit au service à la clientèle. Il peut également les obtenir auprès de sources externes, comme les autres prêteurs, les bureaux de crédit, les employeurs et autres sources de revenu, les autres institutions financières ainsi que les références personnelles.

2.5 Il s'efforce tout particulièrement d'expliquer au client les utilisations qui semblent moins évidentes. Par exemple, les raisons pour lesquelles on demande les coordonnées d'un client (nom, adresse, etc.) se passent généralement d'explications, alors que d'autres données méritent éventuellement des éclaircissements. Ainsi, il pourrait expliquer au client que :

- les références servent à vérifier la véracité des renseignements consignés sur une demande;
- il utilise le numéro d'assurance sociale parce que la *Loi de l'impôt sur le revenu* l'exige pour la déclaration de revenus du client;
- le dossier de crédit est communiqué aux agences d'évaluation du crédit, aux assureurs des produits de crédit et à d'autres prêteurs, afin de maintenir l'intégrité du processus d'octroi du crédit.
- l'information est requise pour l'ouverture du compte lors de l'acquisition de valeurs mobilières.
- l'information est requise pour déterminer les besoins du client.

Principe 3 - Consentement du client

Chaque Membre fait un effort raisonnable pour s'assurer que le client comprend dans quelles circonstances il utilise et divulgue des renseignements personnels. Il obtient son consentement avant ou au moment de recueillir, d'utiliser ou de divulguer les renseignements personnels le concernant. Le consentement du client n'est pas obtenu par un subterfuge.

Le consentement d'un client peut être explicite, implicite ou fourni par un mandataire autorisé. Le client peut retirer son consentement à n'importe quel moment, sauf exceptions prévues.

Toutefois, il peut recueillir, utiliser ou divulguer des renseignements personnels sans le consentement du client pour des motifs d'ordre juridique ou reliés à la sécurité ou, dans certains cas, pour des questions reliées à leur traitement.

3.1 Il s'assure de son mieux que le client comprend dans quelles circonstances il utilise et divulgue les renseignements personnels. Il obtient le consentement du client avant ou au moment de recueillir, d'utiliser ou de divulguer des renseignements personnels le concernant.

En général, il recueille le consentement du client au moment de la collecte des renseignements personnels. Il arrive, cependant, qu'il leur trouve de nouvelles utilisations après coup et demande le consentement a posteriori.

3.2 Il ne doit pas invoquer de faux prétextes pour qu'un client donne son consentement. Il doit lui expliquer comment il entend utiliser ces renseignements avant qu'il ne le donne.

3.3 Le client peut exprimer son consentement de vive voix, par écrit ou électroniquement. Le consentement est implicite de par l'action ou l'inaction du client. Le consentement peut aussi être fourni par un mandataire autorisé. Le consentement explicite reste la forme de prédilection.

Le client peut exprimer explicitement son consentement :

- de vive voix, par exemple, lorsque les renseignements sont obtenus au téléphone;
- par écrit, par exemple, lorsqu'il remplit et signe une demande de service;
- électroniquement, par exemple, lorsqu'il demande un service par l'entremise d'un ordinateur.

Le client peut exprimer implicitement son consentement :

- en utilisant un produit ou un service d'un Membre;
- en ne répondant pas à une offre d'un Membre visant à soustraire les renseignements personnels qui le concernent d'une liste de marketing direct. Dans ce cas, le membre est en droit de présumer que le client consent à ce qu'il utilise ces renseignements personnels.

Le client peut également donner son consentement par l'entremise d'un mandataire autorisé, comme un tuteur légal ou un fondé de pouvoir. Ce type de consentement se révèle nécessaire, par exemple, lorsqu'un Membre ne peut pas obtenir le consentement d'un client mineur, gravement malade ou souffrant d'une incapacité mentale.

Au moment de décider quelle forme de consentement convient aux circonstances, il prend en compte la nature des renseignements personnels dont il a besoin, les utilisations qu'il entend en tirer et la nature de ses relations avec le client.

3.4 Il peut recueillir, utiliser ou divulguer des renseignements personnels à l'insu et sans le consentement du client lorsque, pour des raisons d'ordre juridique, de sécurité ou, dans certains cas, de traitement, il est dans l'impossibilité ou l'incapacité d'obtenir ce consentement.

Par exemple :

- il n'obtient pas le consentement du client lorsqu'il recueille, utilise ou divulgue des renseignements personnels à des fins :
 - de détection et de répression de la fraude;
 - de recouvrement des créances;
 - d'application de la loi;
- il n'obtient pas le consentement du client lorsque les renseignements personnels sont transmis à des agents d'un Membre qui en ont besoin dans l'exercice de leurs fonctions comme pour le traitement de données ou l'impression de chèques et de cartes de crédit;
- lorsqu'il obtient une liste de clients d'un autre organisme, il présume que l'organisme qui lui procure les renseignements personnels a obtenu le consentement de chaque client avant de les lui divulguer.

3.5 Sous réserve d'obligations légales et contractuelles, le client peut refuser de donner son consentement à un Membre ou le lui retirer à n'importe quel moment, dans la mesure où :

- il en est avisé dans un délai raisonnable;
- le consentement ne s'applique pas à un produit de crédit à l'égard duquel il doit obtenir et divulguer de l'information après avoir octroyé un crédit. Cette mesure vise à préserver l'intégrité du système de crédit.

Il doit informer le client qui s'apprête à refuser ou à retirer son consentement des conséquences que son geste peut avoir. Par exemple, si le client refuse de donner son consentement ou le retire après l'avoir donné, certains produits, services ou renseignements importants pourraient lui être refusés.

Toutefois, il ne doit pas refuser sans motif valable des produits, des services ou des renseignements à un client qui a refusé de donner son consentement ou qui l'a retiré par la suite.

Par exemple, si un client n'autorise pas un Membre à obtenir un rapport de solvabilité, cette dernière pourrait ne pas être en mesure de lui consentir un prêt, notamment parce qu'il se doit d'observer la prudence en matière de crédit et de respecter les normes de la Société d'assurance-dépôts du Canada ou d'autres règlements.

3.6 Il peut demander au client son numéro d'assurance sociale (NAS) afin d'obtenir de l'information à son sujet auprès d'une agence d'évaluation du crédit. Le cas échéant, il doit :

- lui expliquer pourquoi;
- lui préciser qu'il n'est pas obligé de fournir son NAS à un Membre;
- lui demander son consentement pour utiliser et divulguer le NAS, si le client le lui fournit. Il ne peut refuser de faire crédit à un client pour la seule raison que le client ne lui fournit pas son NAS.

Principe 4 - Limites applicables à la collecte des renseignements personnels

Chaque Membre respecte certaines limites quant à la quantité et à la nature des renseignements personnels qu'il recueille. Il réunit les renseignements personnels pour les seules fins déjà précisées au client, et procède de façon équitable et légale.

4.1 Il ne recueille que la quantité et le type de renseignements nécessaires pour les fins documentées par lui et précisées au client.

4.2 Bien qu'il prélève surtout les renseignements personnels auprès du client, il arrive qu'il se renseigne aussi auprès de tiers, comme des agences d'évaluation du crédit, des employeurs et d'autres prêteurs.

Principe 5 - Limites applicables à l'utilisation, à la divulgation et à la conservation des renseignements personnels

Chaque Membre n'utilise ni ne divulgue de renseignements personnels qu'aux fins pour lesquelles ils ont été recueillis, à moins que le client ne consente à ce qu'ils soient utilisés ou divulgués à d'autres fins.

Dans certaines circonstances exceptionnelles, il a le devoir public ou le droit de divulguer des renseignements personnels sans le consentement du client pour protéger son propre intérêt ou l'intérêt public.

Il ne conserve les renseignements personnels que pour la durée d'utilité et les fins qu'il a précisées.

5.1 Il peut divulguer des renseignements personnels sans le consentement du client lorsque la loi l'exige. Par exemple, lorsque les informations sont transmises :

- au procureur du Membre;
- au procureur général;
- à un organisme d'enquête, une institution gouvernementale ou une subdivision de celle-ci et lorsqu'ils ont des motifs raisonnables de croire que le renseignement est relié à la violation

d'un accord ou en contravention au droit fédéral, provincial ou étranger laquelle a été commise ou est sur le point de l'être;

- à une institution gouvernementale ou une subdivision de celle-ci qui demande le renseignement et démontre son autorité légitime à l'obtenir et le fait qu'elle soupçonne que le renseignement est afférent à la sécurité nationale, à la défense du Canada ou à la conduite des affaires internationales et que la communication est demandée pour le contrôle d'application du droit canadien, provincial ou étranger ou pour l'administration du droit canadien ou provincial;
- à une personne ayant le pouvoir d'assigner, d'émettre un mandat ou une ordonnance du tribunal ou à un organisme ayant le pouvoir de contraindre à la production de renseignements (ex.: Ministère du Revenu, Aide Sociale...), sur réception d'une demande en la forme appropriée;
- à une personne engagée pour recouvrer une créance ou conduire des enquêtes visant à détecter la fraude;
- dans des situations d'urgence où la vie, la santé ou la sécurité d'une personne est concernée.

5.2 Dans ces circonstances, il protège les intérêts de son client en s'assurant que :

- les ordonnances ou les demandes respectent les lois en vertu desquelles elles sont délivrées;
- il ne divulgue que les renseignements personnels requis par la loi;
- il ne répond pas aux demandes de renseignements personnels qui ne sont pas présentées en bonne et due forme par des autorités gouvernementales ou judiciaires.

Chaque Membre peut indiquer au client qu'il a reçu une ordonnance, si la loi l'y permet ou l'exige. Il peut l'aviser par téléphone ou par courrier, à son adresse habituelle.

5.3 Il se peut qu'il désire utiliser les renseignements personnels (à l'exception de l'information tirée du dossier médical) en vue de commercialiser ses produits et ses services auprès de sa clientèle, directement ou par le biais de ses filiales ou de ses sociétés affiliées. Le cas échéant, il obtient le consentement du client avant d'utiliser les renseignements personnels à cette fin.

Lorsqu'un client demande un produit ou un service et fournit des renseignements personnels, il :

- l'informe que les renseignements personnels peuvent être utilisés par un Membre ou ses sociétés affiliées pour la commercialisation d'autres produits et services auprès du client;
- décrit le type de Membre ou de sociétés affiliées qui pourraient chercher à faire connaître leurs produits ou services;
- demande au client de fournir son consentement, en l'informant qu'il est libre de le faire ou non.

Lorsqu'un nouveau type de Membre ou de société affiliée diffuse de l'information à caractère promotionnel sur son produit ou service, le Membre ou la société affiliée :

- explique au client l'usage que l'on entend faire des renseignements personnels qu'on détient à son sujet;
- donne au client la possibilité de retirer son consentement quant à l'utilisation ultérieure de ses renseignements personnels.

5.4 Il ne tire des renseignements personnels du dossier médical qu'à des fins bien précises. Le cas échéant, il n'en divulgue pas la nature à ses filiales ni à ses sociétés affiliées, et vice versa. Par exemple, il ne peut pas utiliser les renseignements personnels tirés du dossier médical d'un client de l'une de ses filiales pour évaluer une demande de prêt.

5.5 Il précise, dans ses normes et ses méthodes, les délais de conservation minimaux et maximaux des renseignements d'ordre personnel. Certains délais peuvent être dictés par la loi. S'il s'appuie sur des renseignements personnels pour prendre une décision à l'égard d'un client, il doit les conserver suffisamment longtemps pour permettre au client d'y avoir accès après que la décision a été rendue.

5.6 Il détruit, efface ou dépersonnalise les renseignements personnels dont il n'a plus besoin pour les fins précisées ou pour assurer sa conformité aux exigences de la loi.

Les normes et les méthodes du Groupe expliquent comment il détruit les renseignements personnels pour éviter que des personnes ou des organismes non autorisés n'y aient accès.

Principe 6 - Mise à jour des renseignements personnels

Chaque Membre conserve des renseignements personnels aussi précis, complets, à jour et pertinents que l'exigent les fins précisées.

Le client peut contester l'exactitude et l'exhaustivité de ses renseignements personnels et les faire modifier, s'il y a lieu.

6.1 Il fait des efforts raisonnables pour réduire au minimum le risque de fonder une décision à l'égard d'un client sur des renseignements personnels inexacts, incomplets ou désuets.

6.2 Il ne met à jour les renseignements personnels que si cela se révèle nécessaire pour parvenir aux fins pour lesquelles ils ont été recueillis.

6.3 Il fait des efforts raisonnables pour s'assurer que les renseignements personnels qui servent en permanence, y compris les renseignements divulgués à des tiers pour traitement, sont exacts et à jour, à moins que des limites à cet égard n'aient clairement été établies par lui.

6.4 Il se fie aussi au client pour s'assurer que certains renseignements personnels (tels que les coordonnées du client) sont exacts, complets et à jour. Si un client lui indique que ses renseignements personnels sont inexacts, incomplets, désuets ou non pertinents, il procède à leur révision. Au besoin, il divulgue les renseignements personnels révisés à des tiers pour qu'ils actualisent leurs dossiers en conséquence.

6.5 Le client peut contester une décision refusant de modifier les renseignements personnels le concernant. Il devrait prendre note de cette contestation et, au besoin, la communiquer aux tiers qui possèdent également ces renseignements personnels à son sujet.

Principe 7 - Mesures de sécurité

Chaque Membre protège les renseignements personnels par des mesures de sécurité qui tiennent compte du risque en cause.

7.1 Il prend des mesures de sécurité pour protéger les renseignements personnels contre la perte ou le vol ainsi que contre la consultation, la divulgation, la copie, l'utilisation ou la modification non autorisées.

7.2 La nature des mesures de sécurité est fonction du degré de sensibilité, de la quantité, du degré de diffusion, du mode de présentation et des méthodes de conservation des renseignements personnels. Il accorde le plus haut niveau de protection aux renseignements personnels les plus sensibles.

7.3 Il assure la protection des renseignements personnels par l'application de mesures de sécurité, dont :

- des moyens matériels, tels que le verrouillage des classeurs et la restriction de l'accès aux bureaux;
- des mesures administratives, telles que la restriction de l'accès aux centres informatiques et aux renseignements pertinents;
- des mesures électroniques, telles que des mots de passe, des numéros d'identification personnels et des procédés de chiffrement.

7.4 Il informe régulièrement ses employés sur ses normes et ses méthodes en matière de protection des renseignements personnels des clients et les sensibilise à l'importance de les respecter. Le respect des normes fait partie des conditions d'emploi.

7.5 Il peut divulguer des renseignements personnels à un tiers pour impression de chèques, traitement des données ou recouvrement de créances, ou encore pour la fourniture d'autres biens et services. Il exige du tiers qu'il protège tous les renseignements personnels conformément à ses propres mesures de sécurité ou aux dispositions pertinentes de la réglementation.

7.6 Il peut divulguer des renseignements personnels à des entreprises, telles que des agences d'évaluation du crédit et des prêteurs, avec le consentement du client. Il utilise des méthodes ou des contrats pour protéger la confidentialité des renseignements personnels. Il se fie en outre à la législation régissant la protection des renseignements sur le crédit pour s'assurer que les agences d'évaluation du crédit protègent les renseignements personnels en leur possession.

7.7 Comme le mentionne le paragraphe 5.6, il doit s'assurer qu'aucune personne non autorisée n'a accès à des renseignements à caractère personnel au moment où on les détruit ou on en dispose.

Principe 8 - Accessibilité du client aux normes et aux méthodes

Chaque Membre fait preuve d'ouverture quant aux normes et aux méthodes qu'il utilise pour gérer les renseignements personnels. Le client a accès à ces normes et à ces méthodes, lesquelles sont faciles à comprendre.

8.1 Il met à la disposition du client l'information concernant les normes et les méthodes qu'il utilise pour gérer les renseignements personnels, et rend disponible des exemplaires de ce Code.

8.2 Le Code est facile à comprendre et aisément accessible. De plus, par le biais de brochures ou d'autres documents, le client peut :

- obtenir le titre de fonction et l'adresse au travail de la personne responsable d'assurer la protection de la confidentialité des renseignements personnels des clients, de manière à ce

- que le client sache à qui acheminer les plaintes et les demandes de renseignements;
- savoir comment avoir accès aux renseignements personnels qu'il a en sa possession;
- déterminer le type de renseignements personnels qu'il possède et l'usage auquel ils sont destinés;
- connaître les renseignements personnels divulgués au sein du Groupe ou sociétés affiliées.

8.3 Il peut rendre l'information concernant les méthodes de gestion des renseignements personnels accessible de diverses façons, selon la nature des services utilisés par les clients et le degré de sensibilité des renseignements personnels. Par exemple, il peut offrir des brochures dans ses succursales, envoyer des renseignements à ses clients par la poste, établir une ligne téléphonique sans frais ou offrir un accès électronique en direct.

Principe 9 - Accessibilité du client aux renseignements personnels le concernant

Lorsque le client en fait la demande, chaque Membre lui fait part des renseignements personnels dont il dispose à son sujet, de l'usage qu'il en fait et des personnes auxquelles il divulgue cette information.

Lorsque le client en fait la demande, il lui donne accès aux renseignements personnels dont il dispose à son sujet. Toutefois, dans certains cas, il se peut que le client n'ait pas accès à la totalité des renseignements personnels le concernant. Le cas échéant, il indique au client pourquoi il ne peut y avoir accès.

9.1 Le client a le droit de savoir, lorsqu'il en fait la demande, quels renseignements personnels le Membre possède à son sujet. Le Code énonce que le client a le droit d'avoir accès aux renseignements personnels le concernant et de savoir à quels tiers il les a divulgués.

9.2 Il établit des mécanismes pour répondre aux demandes du client qui désire avoir accès aux renseignements personnels le concernant et communique ces mécanismes au client. Le client doit préciser le type de renseignements personnels que le Membre est susceptible de posséder.

9.3 Le Membre identifie où il a recueilli les renseignements personnels, à qui et comment il les a divulgués ainsi que le moment où il les a divulgués. Il extrait cette information de ses dossiers et la fournit au client sous une forme facile à comprendre, en lui expliquant les abréviations et les codes, s'il y en a. Il fournit les renseignements personnels au client dans un délai raisonnable et à un coût minime ou nul.

9.4 Il arrive que, dans certains cas, il ne puisse pas fournir les renseignements personnels qu'il a en sa possession. Ces exceptions doivent être les moins nombreuses possible et stipulées en toutes lettres dans les normes et les méthodes. Par exemple, certains renseignements personnels peuvent :

- se révéler trop coûteux à extraire;
- faire allusion à d'autres personnes;
- être assujettis au secret professionnel ou à une procédure de nature judiciaire;
- contenir des «renseignements exclusifs»; par exemple, il pourrait faire emploi d'une formule de pointage ou émettre une recommandation dont il désire garder le secret;
- ne pas être divulgués pour des raisons d'ordre juridique; par exemple, dans certaines provinces, les banques ne sont pas autorisées à divulguer au client l'information fournie par les agences d'évaluation du crédit.

9.5 Il n'inscrit pas dans le dossier du client les cas où les renseignements personnels sont divulgués à des tiers dans le cadre d'activités courantes. Par exemple :

- impression des chèques et autres services pour le compte;
- émission de déclarations à Revenu Canada (T5 et autres);
- actualisation des données auprès des agences d'évaluation du crédit;
- communication avec des tiers pour chèques sans provision.

9.6 Lorsqu'il refuse d'accéder à la demande d'un client qui désire avoir accès à ses renseignements personnels, il doit lui indiquer les motifs de son refus. Le client peut alors contester la décision. Voir le principe 10.

9.7 Un client peut contester le caractère éventuellement déraisonnable du coût de divulgation des renseignements personnels.

Principe 10 - Règlement des plaintes et traitement des demandes de renseignements

Le client peut faire valoir qu'un Membre ne respecte pas ce Code. Le Membre dispose de normes et de méthodes régissant la réception des plaintes et les demandes de renseignements, l'enquête à leur sujet et la réponse au client.

10.1 Il établit des normes et des méthodes régissant la réception et l'examen des plaintes et des demandes de renseignements de la part du client touchant la confidentialité et la réponse à celles-ci. Il informe le client de ses mécanismes, lesquels sont faciles à comprendre et simples à utiliser. Ces méthodes précisent le mécanisme de règlement des plaintes et l'interlocuteur avec lequel le client devrait communiquer.

10.2 Il fait enquête sur toutes les plaintes. Si une plainte est motivée, il tentera d'y remédier. Au besoin, il modifiera ses normes et ses méthodes afin d'éviter les récidives ou répétitions du problème.

10.3 Si le client n'est pas satisfait de la manière dont on a répondu à sa plainte, il peut communiquer avec l'ombudsman du secteur bancaire ou auprès du Commissaire à la protection de la vie privée ou à la Commission d'accès à l'information. La brochure intitulée *À votre satisfaction* permettra au client de connaître les procédures à suivre.