

La protection des consommateurs à l'ère de l'intelligence artificielle Consumer protection considerations in the era of artificial intelligence

11 JUIN 2024 8 MIN DE LECTURE



Expertises Connexes

- [Commerce de détail et biens de consommation](#)
- [Intelligence artificielle](#)
- [Opérations commerciales technologiques](#)
- [Services de distribution et de la chaîne d'approvisionnement](#)
- [Technologie](#)

Auteurs(trice): [Sam Ip](#), [Christine Jackson](#), [Lucas Versteegh](#)

Introduction

Grâce aux progrès technologiques, les entreprises proposant des produits et services d'intelligence artificielle (IA) façonnent le quotidien des consommateurs dans de multiples domaines.

De manière générale, l'IA est la capacité des ordinateurs à effectuer des tâches normalement associées au comportement humain. Il s'agit d'un terme générique qui englobe de nombreuses technologies différentes, notamment l'apprentissage automatique et le traitement du langage naturel. L'IA générative utilise une technologie d'IA qui apprend des modèles à partir de données existantes et utilise ces connaissances pour créer un contenu nouveau et complexe. Ce contenu, qui imite la créativité humaine, peut inclure des images, des vidéos, du son, du texte et des modèles 3D.

L'IA générative sur les marchés de consommation

Le lancement de ChatGPT en 2022 témoigne de la rapidité de l'innovation en matière d'IA. En atteignant 100 millions d'utilisateurs actifs mensuels deux mois seulement après son lancement, ChatGPT est devenue l'application grand public à la croissance la plus rapide de l'histoire. Parmi les autres exemples d'applications d'IA générative, citons GitHub Copilot (un outil de programmation et de développement d'IA) et Synthesia (un générateur de vidéos d'IA). L'étendue et la sophistication des applications d'IA peuvent grandement se répercuter sur le marché de la consommation en automatisant ou en simplifiant une variété de tâches ou de services. Toutefois, les entreprises qui fournissent des produits ou des services d'IA générative aux consommateurs doivent être conscientes des lois canadiennes sur la protection des consommateurs. Bien que ces lois ne suivent pas toujours la cadence des progrès technologiques, elles restent applicables aux produits et services destinés aux consommateurs et entraînent des conséquences importantes en cas de non-respect.

Lois sur la protection des consommateurs en général

Au Canada, la conduite des fournisseurs dans le cadre de la vente de biens ou de services aux consommateurs est régie par des lois provinciales sur la protection des consommateurs. Toutes les lois provinciales distinguent différents types de contrats de consommation, chacun étant soumis à des exigences particulières en matière de contenu et d'information et, dans certains cas, à des droits d'annulation et à une période de réflexion. Avec la prolifération des offres en ligne, les fournisseurs mettent couramment des produits ou des services à la disposition des consommateurs par le biais de plans d'abonnement. Par exemple, ChatGPT Plus, un plan d'abonnement pilote pour ChatGPT, a été lancé début 2023. Les contrats de consommation en ligne, les plans d'abonnement et les renouvellements automatiques placent les entreprises d'IA dans la ligne de mire des lois provinciales sur la protection des consommateurs.

Aspects des lois sur la protection des consommateurs que les entreprises d'IA tournées vers le consommateur doivent prendre en compte

De manière générale, les aspects suivants des lois sur la protection des consommateurs présenteront un intérêt particulier pour les entreprises d'IA tournées vers le consommateur :

- **Exigences relative à la vente en ligne :** Au Canada, les lois provinciales sur la protection des consommateurs régissent les contrats conclus en ligne. Elles prescrivent certaines exigences en matière de contenu et réglementent la passation de contrats en ligne, y compris la divulgation obligatoire de certains renseignements au consommateur avant qu'il ne conclue le contrat. Elles exigent également que certains renseignements soient inclus dans le contrat (par exemple, une confirmation par courriel) et remis au consommateur dans les 15 jours suivant l'achat. Le non-respect des lois confère au consommateur des droits d'annulation et peut entraîner des amendes et des pénalités.
- **Plans d'abonnement et renouvellements automatiques :** Bien que les plans d'abonnement et les renouvellements automatiques soient autorisés au Canada, on doit s'assurer de structurer le processus de renouvellement comme il se doit si l'on veut que les renouvellements entrent en vigueur. Pour obtenir les dernières actualités sur cette question, consultez notre bulletin intitulé « [Les renouvellements automatiques et les lois canadiennes sur la protection des consommateurs](#) », publié le 31 août 2023.
- **Modifications unilatérales apportées aux contrats de consommation :** Les modifications unilatérales sont strictement réglementées au Canada dans plusieurs provinces et dans le cadre de plusieurs types de contrats de consommation. Selon le contexte et le contrat, un fournisseur peut avoir à obtenir le consentement exprès du consommateur pour apporter une modification au contrat de consommation (par exemple, les conditions d'utilisation d'un site Web). Le fournisseur peut également être tenu de respecter certains processus et certaines procédures concernant la communication des renseignements, l'obtention du consentement et les avis (y compris le contenu des avis, les délais de préavis et les délais de réponse).

- **Pratiques interdites** : Les lois provinciales sur la protection des consommateurs interdisent également certaines pratiques. Par conséquent, certaines dispositions d'un contrat de consommation peuvent être inapplicables. Selon la province, il peut s'agir de dispositions exigeant qu'un consommateur renonce à l'un de ses droits, exigeant l'arbitrage des différends ou limitant la responsabilité du fournisseur. Cela peut poser des problèmes particuliers lors de la rédaction d'un ensemble de clauses censées être utilisées dans tout le pays (ou sur tout le continent).
- **Conséquences en cas de non-respect** : Les conséquences en cas de non-respect, qui dépendent des faits en cause, peuvent inclure des amendes, des pénalités, des ordonnances de mise en conformité, des droits d'annulation pour les consommateurs et, le plus préoccupant, des actions collectives.

Projet de règlement régissant les entreprises d'IA au Canada

En plus des considérations touchant les lois sur la protection des consommateurs, une nouvelle réglementation propre à l'IA est en train de voir le jour au Canada, en particulier le projet de Loi sur l'intelligence artificielle et les données (LIAD), qui, s'il est adopté par le Parlement, deviendra la première loi au Canada visant à réglementer l'utilisation des systèmes d'IA. La LIAD établit des exigences applicables à l'échelle du Canada régissant la conception, le développement et le déploiement des systèmes d'IA en vue d'atténuer les préjudices causés aux particuliers – un objectif et une portée qui concerneront, bien sûr, les entreprises qui utilisent l'IA pour offrir des produits et des services aux consommateurs.

Entre-temps, le gouvernement fédéral a également annoncé le Code de conduite volontaire en matière d'IA (le Code), qui, selon le gouvernement, doit fournir un encadrement jusqu'à l'entrée en vigueur de la LIAD. Le Code est propre aux systèmes génératifs avancés et prescrit des mesures qui s'inscrivent dans les six domaines clés suivants : responsabilité, sécurité, justice et équité, transparence, surveillance humaine, validité et fiabilité. Il convient de noter que le Code établit une distinction précise entre les systèmes d'IA générative en général et ceux qui sont accessibles au public, en attribuant souvent une plus grande responsabilité à ces derniers (par exemple, en prescrivant des exigences particulières en matière de transparence, telles que la publication des capacités et des limites du système sous-jacent). Les produits et services accessibles au public sont nécessairement tournés vers le consommateur, de sorte que les exigences volontaires fournissent un cadre utile aux entreprises qui veulent adopter des pratiques d'IA responsables d'ici à l'entrée en vigueur de la LIAD. Pour plus de détails sur le Code, consultez notre bulletin intitulé « Code de conduite volontaire visant un développement et une gestion responsables des systèmes d'IA générative avancés d'ISDE », publié le 2 octobre 2023.

Conclusion

Si la réglementation propre à l'IA reste pendante ou volontaire, les entreprises tournées vers le consommateur doivent être conscientes que les lois sur la protection des consommateurs continueront de s'appliquer, qu'elles visent strictement l'IA ou d'autres technologies.

Note particulière pour les entreprises qui comptent des clients dans la province la plus peuplée du Canada : Le gouvernement de l'Ontario a récemment proposé d'apporter des modifications de fond à sa *Loi de 2002 sur la protection du consommateur* (LPC) au moyen du projet de loi 142, qui abrogerait la LPC actuelle de l'Ontario et la remplacerait par une toute nouvelle loi. Bien que le projet de *Loi de 2023 sur la protection du consommateur* reste neutre sur le plan technologique, plusieurs catégories de modifications concerneront probablement

les secteurs de la vente en ligne et des technologies, y compris de nouvelles dispositions concernant les renouvellements automatiques, les modifications unilatérales et le désabonnement des services d'abonnement.

La nouvelle LPC prévoirait également la possibilité de prendre des ordonnances d'observation contre des entités qui « aident » (*facilitate*) des entités tournées vers le consommateur à contrevenir à la LPC. Bien que le terme « facilitateur » (*facilitator*) ne soit toujours pas défini, le gouvernement, dans un document de consultation qu'il a publié en février 2023 sur le projet de modification, a suggéré que les « intermédiaires, comme les plateformes en ligne et les services de facturation » étaient les cibles. Le projet de loi 142 a déjà franchi l'étape de la deuxième lecture et été renvoyé au comité permanent, mais il n'a pas encore force de loi. Sa portée ne sera véritablement connue que lorsque les règlements connexes auront été rédigés et soumis à consultation. Quoi qu'il en soit, l'objectif déclaré du projet de loi 142 est de mieux tenir compte du marché numérique, de sorte que les entreprises tournées vers le consommateur en Ontario ont intérêt à suivre l'évolution de la situation.

Avec la popularité croissante des applications d'IA générative sur les marchés de consommation, les entreprises devront s'assurer de respecter non seulement la nouvelle réglementation propre à l'IA, mais aussi les lois sur la protection des consommateurs actuellement en vigueur.