

Quand la loi 25 met en péril la rentabilité d'entreprises

La loi 25 stipule que tout site web d'organisme public, d'entreprise et de parti politique provincial devra recourir à une bannière de consentement pour accepter ou refuser le recours aux données personnelles.

PHOTO : RADIO-CANADA / ANNE-SOPHIE ROY

[Anne-Sophie Roy](#)

La synthèse vocale, basée sur l'intelligence artificielle, permet de générer un texte parlé à partir d'un texte écrit.

Les entreprises québécoises ont encore quelques mois pour se conformer à la loi 25 qui vise à renforcer la protection des données personnelles numériques. Le propriétaire du site *Jardinier paresseux*, qui attire plus d'un million de clics par mois en période estivale, voit cette loi comme un défi ardu à surmonter.

En une semaine ou deux, j'ai vu nos revenus publicitaires fondre de moitié. C'est assez majeur, c'est presque l'entièreté de nos revenus, déplore Mathieu Hodgson, concepteur du blogue.

Le 28 mai dernier, ce dernier a lancé un cri du cœur sur son site web. Le billet de blogue, intitulé « Les temps sont durs pour le jardinier paresseux », exprime son désarroi face à la nouvelle législation entourant la protection des renseignements personnels. Une loi « nécessaire », mais « qui fait mal aux petites entreprises », pour reprendre les termes exacts.

Après la perte de mon père, Larry Hodgson, le créateur de ce blogue, j'ai mis en place une équipe pour continuer à publier des articles chaque jour, pour continuer à démystifier le monde végétal et rendre le jardinage plus facile. Je suis très fier et heureux d'être si bien entouré. Cependant, un autre défi de taille se pointe pour notre équipe et la communauté qui l'entoure. Les @#\$%?! de cookies!

Une citation de l'Extrait du billet de blogue rédigé par Mathieu Hodgson sur le site Jardinier paresseux

La loi 25 a été adoptée au Québec en 2021 et a considérablement modifié les lois existantes sur la protection des renseignements personnels. Cette mise à jour impose désormais aux entreprises d'obtenir le consentement explicite des utilisateurs avant de récolter des données à l'aide de *cookies*. Ce faisant, le Québec s'inspire largement du Règlement général sur la protection des données (RGPD) qui s'applique à toutes les entreprises de l'Union européenne. La Commission d'accès à l'information aura pour mandat de surveiller l'application de la législation.

Si un utilisateur refuse que ses données personnelles soient utilisées sur le site d'une entreprise, cette dernière ne pourra les utiliser pour créer de la publicité ciblée, ce qui engendrera des pertes de revenus publicitaires. Or, ces revenus sont essentiels pour garder le site *Jardinier paresseux* en vie.

Avant, je n'avais pas de problème. Je réussissais à payer tous mes collaborateurs et je pouvais même me verser un petit salaire. Entre septembre et mai dernier, j'ai dû utiliser mes revenus d'emploi en tant que concepteur en aménagement paysager pour combler le déficit du site web, indique Mathieu Hodgson. Ce n'est pas juste un travail. C'est une manière de garder le legs de mon père vivant puisqu'il a écrit près de 3000 articles sur ce site, fait-il valoir.

Des formalités administratives qui pèsent lourd

L'application de la législation se déploie entre septembre 2023 et septembre 2024. Depuis le 22 septembre dernier, les entreprises ont dû se doter d'une bannière de consentement clair sur leur site web. Dès septembre prochain, un utilisateur pourra formuler une requête pour savoir quelles données personnelles elle a communiquées à une entreprise précise.

Toutes ces nouveautés s'ajoutent aux nouvelles législations qui ont touché récemment les entreprises, comme la réforme en matière de Santé et sécurité au travail.

Ce sont des lois qui exigent beaucoup des entrepreneurs en termes de temps, indique Francis Bérubé, directeur des affaires provinciales pour le Québec à la Fédération canadienne des entreprises indépendantes (FCEI).