Dans les coulisses du sport : là où les données ne prennent jamais de pause

18 mars 2026

Auteurs

Eric Lavallée

Associé, Agent de marques de commerce Associé, et Avocat

Ghiles Helli

Avocat

L'Agence mondiale antidopage en sait quelque chose. Victime d'une fuite de données en 2016, elle a illustré de manière éclatante que même les institutions sportives les plus en vue ne sont pas à l'abri des cyber incidents. Ce constat est désormais repris noir sur blanc par les autorités : dans un bulletin publié en 2024, le Centre canadien pour la cybersécurité prévient que l'ensemble de l'écosystème sportif, (spectateurs, athlètes, organisations et représentants gouvernementaux liés aux événements sportifs) fait l'objet de campagnes de cyberattaques ciblées.

Au programme, notamment :

extorsion par compromission de courriels professionnels;
rançongiciels;
hameçonnage;
sites malveillants;
empoisonnement des moteurs de recherche.

Or, lorsque survient un incident et qu'une déclaration aux autorités s'impose, il est bien souvent trop tard pour instaurer une gouvernance solide et faire preuve de diligence raisonnable.

À l'heure actuelle, les compétitions sportives produisent un torrent de données. La quantité est effarante, leur nature quasi orwellienne. Les partisans et athlètes peuvent le constater dans les tableaux qui suivent

Collecte sur les athlètes

Ligues	Types de renseignements recueillis
	Données de performance et de suivi (statistiques, position/mouvement,

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

	vitesse, statistiques liées aux passes, courses et réceptions)
NFL	Données médicales/santé (examens, blessures, protocoles commotions) Données de dépistage (substances) Données disciplinaires/enquêtes Données professionnelles/contractuelles Déplacements/logistique/sécurité
	Données de performance/suivi
LNH	Données médicales/santé (examens, blessures, protocoles commotions) Données de dépistage (substances) Données disciplinaires/enquêtes Données professionnelles/contractuelles Déplacements/logistique/sécurité
	Données de performance et de suivi
MLB	Données médicales/santé (examens, blessures, protocoles commotions) Données de dépistage (substances) Données disciplinaires/enquêtes Données professionnelles/contractuelles Déplacements/logistique/sécurité

Collecte de renseignements sur les clients (en ligne)

Ligues	Types de renseignements recueillis
NFL	**Renseignements fournis par la personne** Identifiants: nom, courriel, adresse postale, téléphone, date de naissance; identifiants uniques (nom d'utilisateur, mot de passe, SSN et autres identifiants gouvernementaux si requis, p. ex. pour des prix). Données démographiques et autres catégories protégées: genre, race, ethnicité, orientation sexuelle. Informations financières et commerciales: données de paiement, historique d'achats. Géolocalisation en temps réel (y compris précise). Préférences de communication et de marketing. Équipe favorite et inférences sur vos préférences. Informations audio/électroniques/visuelles (p. ex., photos fournies). Données biométriques (si vous optez pour l'authentification biométrique au stade; avec consentement et avis supplémentaire si requis). Informations sur vos contacts (nom, courriel) que vous partagez; si autorisé, accès à vos contacts, calendriers et photos. Requêtes de recherche. Contenus publiés (commentaires, forums). Informations professionnelles et d'emploi. Informations d'éducation. Informations pouvant être de santé (p. ex., sièges accessibles). Correspondance, renonciations/acceptations et autres informations envoyées. **Collecte automatique**

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

Identifiants et techniques d’appareil/réseau: IP, MAC, identifiants publicitaires, type d’appareil, navigateur/OS.
Activités d’utilisation: pages vues, liens cliqués, parcours, données d’usage de l’application.
Suivi et courriels: témoins/pixels/ balises, interactions avec courriels (ouvertures/clics).
Médias sociaux (si liés): données reçues selon vos paramètres et la politique de la plateforme.
Journaux et trafic: logs serveur, trafic sur le WiFi des stades
Captation visuelle/sonore: CCTV et prises d’images/vidéos lors d’événements.

LNH Renseignements fournis par la personne

Identifiants et coordonnées (nom, courriel, téléphone, adresse, date de naissance),
Informations commerciales (paiement, achats/services),
Données démographiques (langue, âge, genre, race/ethnicité, composition et revenu du ménage),
Préférences (club/joueurs favoris),
Photos/vidéos,
Contenus/retours (commentaires, sondages),
Coordonnées d’amis
Données de candidature (CV, références, vérifications permises).

Collecte automatique

Activité et interactions (contenus vus, enchères/achats, temps passé, témoins/balises), modalités d’accès (navigateur, OS, adresse IP, historique de navigation avant/après),
Informations et identifiants d’appareil (type, identifiants uniques, contenus locaux si autorisés),
Localisation (*GPS/Bluetooth/*WiFi, cellules),
Inférences sur les préférences;
Éléments commerciaux liés aux transactions (p. ex., horodatage).

Collecte auprès de tiers

Clubs membres (billetterie, identifiants, journaux d’usage);
Fanatics/NHL Shop & Auctions (nom, courriel, articles achetés; statistiques d’engagement marketing);
Autres partenaires commerciaux, sources publiques/commerciales (courtiers de données);
Réseaux sociaux connectés (selon les paramètres et la politique de la plateforme).

Club de la LNH *

Coordonnées : nom, courriel, adresse postale, sexe, date de naissance, téléphone (p. ex., achat/transfert de billet, création de compte, demandes, concours/promo).
Données démographiques et préférences (groupe d’âge, race, genre; événements/produits préférés, p. ex., sondages).

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

Données de santé liées à des besoins d'accessibilité.
Vidéo surveillance dans les salles (sécurité; partage limité selon la loi).
Analyses anonymes d'achalandage et comptage d'appareils (caméras/technos; WiFi); statistiques pouvant être partagées avec des partenaires.
Analytique Web (Google Analytics) dépersonnalisée; option de désactivation.
Publicité/remarketing en ligne (Google, Facebook, LinkedIn, etc.) via témoins; mécanismes de retrait (paramètres plateformes; DAAC).
Géolocalisation via applications (si activée).
Médias sociaux : données de profil et interactions autorisées;
Données techniques (IP, navigateur, OS, résolution, localisation, langue, provenance, mots-clés, pages vues, données saisies, annonces vues), identifiants (IDFA, AAID), infos de connexion (opérateur, FAI, WiFi); possibilité de reconnaître un appareil).

MLB Renseignements fournis par la personne

Identifiants et coordonnées: nom complet, adresse courriel, adresse postale, numéros de téléphone, date de naissance.
Sécurité et authentification: mot de passe.
Paiements : données de paiement.
Données démographiques: caractéristiques démographiques.
Contenus et enregistrements: enregistrements vocaux, enregistrements audiovisuels.
Préférences et intérêts: informations sur vos intérêts et préférences.
Données liées à des activités/événements : renseignements demandés pour une activité ou un événement (p. ex., contact d'urgence).
Renseignements personnels sensibles: au sens des lois applicables (p. ex., origine raciale ou ethnique; informations de santé comme handicap ou allergies).

Collecte automatique

Données techniques et d'utilisation: adresses IP, données d'appareil, données d'utilisation.
Localisation et contacts : données de localisation; contacts enregistrés sur votre appareil mobile.

Collecte auprès de tiers

Données provenant de tiers/intégrations : informations fournies par d'autres entreprises si la personne connecte leurs services.

***Cette collecte se fait sur les utilisateurs du site Web, les personnes qui visitent les salles, les personnes qui postulent à un emploi ou participent à un concours, les personnes qui soumettent des projets.**

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

Structure des ligues

Pour comprendre qui fait quoi en matière de protection des renseignements personnels, il faut d'abord regarder comment les ligues sportives sont organisées. Dans la plupart des cas, elles prennent la forme d'organismes sans but lucratif ou de sociétés par actions. Autour de cette structure se construit tout un cadre de règles qui définit à la fois la gouvernance et le modèle d'affaires. On y retrouve :

> D'abord les statuts et règlements généraux, qui encadrent la gouvernance, l'admission des clubs, le droit de vote, les pouvoirs du commissaire ou du conseil;
> S'ajoutent les règlements sportifs et de compétition, qui traitent notamment de l'éligibilité, du calendrier, des transferts, du repêchage, des plafonds salariaux ou des mécanismes de contrôle des coûts;
> Les ligues adoptent également des politiques d'intégrité et de sécurité contre le dopage, les paris et la manipulation, le harcèlement et les abus, ainsi que des conventions commerciales portant, entre autres, sur la diffusion, les commandites, la billetterie et l'exploitation des données. Dans certains cas, ce cadre est complété par des conventions collectives avec les associations de joueurs et des mécanismes formels de règlement des différends.

Dans cet environnement, la ligue joue un rôle central. Elle dispose généralement du pouvoir :

> d'adopter, d'interpréter et de modifier ses règles; d'admettre de nouveaux clubs;
> de gérer les projets d'expansion et de relocalisation et les changements de contrôle;
> et d'imposer des sanctions comme des amendes, des retraits de points, des suspensions ou des exclusions.

Elle centralise aussi les droits commerciaux stratégiques, les droits médias, les marques de commerce et les données et met en place des politiques de partage des revenus destinées à maintenir un certain équilibre concurrentiel entre les équipes.

Rôles en matière de renseignements personnels

Le club

Dans la relation quotidienne avec l'athlète ou le client, le club est généralement le point de contact principal. C'est lui qui signe les contrats avec les joueurs, vend les billets, gère les abonnements, exploite la boutique en ligne et les programmes de fidélité. Concrètement, c'est souvent le club qui recueille les renseignements personnels, qui explique à quoi ils servent, qui décide des renseignements qu'il est nécessaire de recueillir et qui met en place les mesures de sécurité et de gestion des incidents.

Le club doit donc être en mesure d'informer clairement l'athlète ou le client au moment de la collecte sur les finalités de la collecte, les moyens par lesquels s'effectue la collecte, les catégories de renseignements recueillis, les destinataires de ces renseignements et les droits dont ils bénéficient. Il doit **limiter la collecte à ce qui est nécessaire** et s'assurer de l'exactitude des renseignements, obtenir un **consentement** valide, manifeste, libre, éclairé et explicite pour les renseignements sensibles comme les données de santé ou biométriques, mettre en place des mesures de sécurité adaptées aux risques, gérer et déclarer les incidents de confidentialité susceptibles de causer un préjudice sérieux, répondre aux demandes d'accès et de rectification et encadrer rigoureusement la communication de renseignements à ses prestataires de services ou ses mandataires.

Aux yeux des athlètes et des clients, le club est souvent perçu comme le véritable « détenteur » de leurs données.

La Ligue

Le rôle de la ligue en matière de renseignements personnels est plus difficile à saisir parce qu'il varie selon les activités. Lorsque la ligue collecte directement des renseignements auprès des

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.

personnes, par exemple via une application officielle, une plateforme de diffusion ou un site transactionnel pour ses propres fins, elle doit assumer des **responsabilités comparables à celles d'un club**. C'est ce que fait, par exemple, MLB Advanced Media, qui se définit comme « responsable de traitement » à l'égard des données de ses clients.

Mais dans bien des cas, la ligue agit plutôt en coulisse. À certains égards, elle joue un rôle de mandataire des clubs, en négociant et en signant des contrats technologiques, des conventions de télédiffusion ou d'autres ententes commerciales qui seront déployés au niveau des clubs. À d'autres égards, elle agit comme prestataire de services, en offrant des plateformes technologiques centralisées, des systèmes de billetterie, des infrastructures de données ou des services administratifs partagés.

En droit québécois, ces deux rôles – mandataire et prestataire de services – sont traités sous la même logique : le club peut transmettre à la ligue les renseignements nécessaires à l'exécution du mandat ou du contrat de service, sans avoir à redemander le consentement de chaque personne, à condition qu'une entente écrite impose des mesures claires de protection de la confidentialité, limite l'utilisation aux seules fins du mandat ou du service et encadre la conservation des données.

La ligue doit aussi aviser rapidement le responsable de la protection des renseignements personnels du club de toute violation ou tentative de violation de la confidentialité et lui permettre d'effectuer des vérifications.

Par ailleurs, les clubs et la ligue peuvent toujours choisir de fonder certains échanges d'information sur le consentement explicite des athlètes ou des clients. Encore faut-il que ce consentement soit réellement manifeste, libre, éclairé, donné pour des fins spécifiques et présenté de manière distincte lorsqu'il est demandé par écrit.

Conclusion

Même si l'analyse porte souvent sur les ligues professionnelles, la même logique s'applique aux organisations sportives amateurs ou non professionnelles. Dans tous les cas, la relation entre la ligue, le club et l'athlète ou le client doit être clairement encadrée sous l'angle de la vie privée.

Les organisations sportives ont intérêt à cartographier les flux de renseignements personnels, à harmoniser les messages d'information donnés aux personnes concernées, à se doter d'une entente type encadrant la communication de renseignements entre les clubs et la ligue, à prévoir des mécanismes simples d'accès et de rectification, et à former les intervenants clés.

Intégrer ces éléments dans les statuts, règlements et ententes des clubs et de la ligue permet à la fois de réduire les risques et de renforcer la confiance des athlètes, des parents, des partisans et des partenaires commerciaux. Reste une question de fond, toutefois : compte tenu du critère légal de nécessité pour des fins sérieuses et légitimes, la masse de renseignements aujourd'hui collectés dans l'écosystème sportif est-elle vraiment justifiée ? C'est là un débat stratégique que les organisations sportives ne pourront pas éviter.

Copyright (c) Lavery, de Billy, S.E.N.C.R.L. - L.L.P.