



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie

INDU • NUMÉRO 035 • 2^e SESSION • 40^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mercredi 30 septembre 2009

—
Président

L'honorable Michael Chong

Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie

Le mercredi 30 septembre 2009

• (1535)

[Traduction]

La greffière du comité (Mme Michelle Tittley): Mesdames et messieurs, je constate que nous avons le quorum.

Nous pouvons maintenant procéder à l'élection du président.

Je suis prête à recevoir les motions à cet effet.

Monsieur Masse.

M. Brian Masse (Windsor-Ouest, NPD): Je propose que Michael Chong soit élu président.

La greffière: M. Masse propose que M. Chong soit élu président du comité.

Y a-t-il d'autres motions?

Plaît-il au comité d'adopter la motion?

(La motion est adoptée.)

La greffière: Je déclare la motion adoptée et M. Chong dût être élu président du comité.

Des voix: Bravo!

La greffière: Avant d'inviter M. Chong à occuper le fauteuil, nous allons procéder à l'élection des vice-présidents.

Je suis maintenant prête à recevoir les motions pour l'élection du premier vice-président.

Monsieur Lake.

M. Mike Lake (Edmonton—Mill Woods—Beaumont, PCC): Je propose Anthony Rota.

La greffière: M. Lake propose que M. Rota soit nommé premier vice-président du comité.

Y a-t-il d'autres motions?

Plaît-il au comité d'adopter la motion?

(La motion est adoptée.)

La greffière: Je déclare M. Rota élu au poste de premier vice-président du comité.

Des voix: Bravo!

La greffière: Je suis maintenant prête à recevoir les motions pour l'élection du second vice-président.

Monsieur Lake.

M. Mike Lake: Je propose M. Bouchard.

La greffière: M. Lake propose que M. Bouchard soit élu au poste de second vice-président du comité.

Y a-t-il d'autres motions?

Plaît-il au comité d'adopter la motion?

[Français]

(La motion est adoptée.)

La greffière: Je déclare M. Bouchard élu deuxième vice-président du comité.

Des députés: Bravo!

La greffière: Monsieur Chong, je vous invite à occuper le fauteuil.

[Traduction]

Le président (L'hon. Michael Chong (Wellington—Halton Hills, PCC)): Merci beaucoup, chers collègues, pour la confiance que vous me témoignez en m'élisant président.

J'aimerais maintenant demander aux membres du comité s'ils acceptent que nous poursuivions la séance d'aujourd'hui et que nous entendions les témoins ici présents. Je vais avoir besoin de l'unanimité.

En supposant qu'aucun des membres du comité ne s'y opposera, je vais demander aux témoins qui doivent comparaître aujourd'hui de s'approcher et de prendre place. Nous allons suspendre les travaux quelques minutes pour leur laisser le temps de s'installer.

Mais je vois que M. Rota aimerait dire quelque chose avant qu'on s'interrompe. Allez-y.

M. Anthony Rota (Nipissing—Timiskaming, Lib.): Je propose que l'on s'occupe des questions d'intérêt courant pendant que les témoins s'installent.

Le président: Bonne idée, nous ne suspendrons donc pas les travaux.

Nous vous écoutons, monsieur Rota.

M. Anthony Rota: J'aimerais d'abord parler de la prochaine séance, pendant laquelle nous recevons des gens du ministère. Je me demande si la séance ne devrait pas se tenir à huis clos, si personne n'y voit d'inconvénient, car nous aborderons quantité de questions confidentielles. Je le demande, à tout hasard.

Le président: Il n'y a certainement pas de mal à le demander.

M. Rota propose donc que la prochaine séance, qui aura lieu lundi et pendant laquelle nous entendrons

[Français]

les fonctionnaires d'Industrie Canada, la réunion se tient à huis clos.

[Traduction]

Est-ce que tout le monde est d'accord? La réunion de lundi aura lieu à huis clos?

Des voix: D'accord.

Le président: Vous pouvez continuer, monsieur Rota.

M. Anthony Rota: J'aimerais aborder deux autres points.

Le premier porte sur la nature des amendements que les témoins proposent d'apporter. Pourrions-nous les connaître d'avance? Disons jeudi après-midi ou vendredi matin?

Enfin, je signale à mes collègues que nous entendrons les gens du ministère lundi et que l'étude article par article devrait avoir lieu dès mercredi. C'est un peu serré. Ne pourrions-nous pas attendre jusqu'à l'autre séance, le lundi suivant? Nous aurions ainsi le temps de mieux nous préparer, et notre travail n'en serait que plus efficace.

• (1540)

Le président: Pour le premier point, pouvons-nous demander aux représentants d'Industrie Canada de nous faire parvenir les amendements qu'ils suggèrent d'ici jeudi...

M. Anthony Rota: Jeudi après-midi ou vendredi matin. Cela nous laisserait au moins le week-end...

Le président: Avant leur comparution de lundi.

Pourriez-vous leur communiquer notre requête?

M. Rota propose ensuite que l'étude article par article soit reportée au lundi suivant.

M. Anthony Rota: On parle bien du lundi après la semaine de relâche.

Le président: Après la semaine de relâche, oui.

M. Anthony Rota: Nous pourrions donc commencer par ça dès notre retour.

Le président: Quelqu'un veut dire quelque chose?

Allez-y, monsieur Lake.

M. Mike Lake: J'aimerais seulement faire une suggestion. Si nous attendons jusque-là pour faire l'étude article par article, pourquoi ne pas remettre la comparution des représentants du ministère à mercredi? Il me semble que ce serait plus sensé, car ils auraient plus de temps pour se préparer, non? Nous pourrions alors leur demander de nous fournir leurs recommandations d'ici lundi, ce qui leur laisserait le week-end pour les peaufiner.

Le président: Avant d'aller plus loin, je récapitule: on nous propose d'accueillir les représentants d'Industrie Canada mercredi prochain, le 7 octobre et d'attendre au lundi 19 octobre pour procéder à l'étude article par article.

Monsieur Vincent.

[Français]

M. Robert Vincent (Shefford, BQ): Il ne faut pas oublier qu'ils doivent nous donner leurs recommandations et les modifications aux articles de loi avant jeudi ou vendredi.

Le président: Oui.

M. Robert Bouchard (Chicoutimi—Le Fjord, BQ): Quand on parle du jeudi ou du vendredi, de quelle date s'agit-il?

M. Anthony Rota: Je suggère qu'on change cela au lundi, parce qu'on va avoir les questions mercredi.

M. Robert Vincent: Mais ils vont venir témoigner mercredi.

M. Anthony Rota: Exactement.

M. Robert Vincent: Il faudrait qu'on obtienne les documents jeudi ou vendredi de cette semaine, pour être prêts mercredi de la semaine suivante. Lundi prochain, il n'y aurait pas de réunion.

[Traduction]

Le président: Monsieur Wallace.

M. Mike Wallace (Burlington, PCC): Je n'y vois absolument aucun inconvénient, mais j'aimerais qu'on me confirme que, si la séance doit avoir lieu à huis clos, les renseignements qu'on nous fournira seront eux aussi tenus confidentiels et ne seront communiqués qu'aux membres du comité. C'est bien cela?

Le président: En effet.

M. Mike Wallace: Je vous remercie.

M. Mike Lake: Juste pour être sûr de bien comprendre... les renseignements en question nous seront remis par l'entremise de la greffière, c'est bien cela?

Le président: C'est exact. J'ai demandé à l'analyste et je vais demander à la greffière de communiquer avec les gens d'Industrie Canada pour qu'on nous fournisse les renseignements demandés avant la réunion de mercredi, de préférence d'ici la fin de la semaine, mais avant lundi matin au plus tard. Les membres du comité auront ainsi amplement le temps de prendre connaissance des amendements proposés et des commentaires connexes avant la séance de mercredi. Nous tiendrons alors une séance à huis clos, le mercredi 7 octobre, pendant laquelle nous pourrions discuter des changements et des amendements proposés. L'étude article par article du projet de loi se fera le lundi 19 octobre.

Monsieur Masse.

M. Brian Masse: J'aurais une question, monsieur le président. Pourquoi discuter des amendements à huis clos? Il me semble que ce type de discussion devrait se faire en séance publique, puisque c'est à cela que sert l'étude article par article: à soumettre les amendements proposés au vote. Je ne vois pas pourquoi ce type de discussion aurait lieu à huis clos, parce que je ne vois vraiment pas ce qu'il peut y avoir d'assez confidentiel pour ne pas figurer sur le compte rendu.

Le président: Je suis à vos ordres et me soumettrai à la volonté du comité. Messieurs Rota et Lake ont proposé que la séance pendant laquelle nous entendrons les témoignages des représentants d'Industrie Canada ait lieu à huis clos. Alors à moins que l'ensemble des membres ne s'entendent pour qu'il n'y ait pas de huis clos, c'est ce que nous allons faire.

Monsieur Vincent.

[Français]

M. Robert Vincent: Je suis un peu confus face à toutes ces recommandations. On a demandé que les fonctionnaires d'Industrie Canada nous transmettent le document contenant les modifications jeudi ou vendredi, afin de le préparer pour le mercredi suivant. Je ne vois pas la pertinence d'entendre les témoignages des fonctionnaires d'Industrie Canada à huis clos, puisque ce sont eux qui nous amènent ces choses-là. Ainsi, le mercredi 7 octobre, on va entendre les fonctionnaires d'Industrie Canada dans le cadre d'une séance publique.

• (1545)

[Traduction]

Le président: Monsieur Rota, souhaitez-vous ajouter quelque chose?

M. Anthony Rota: En fait, quand M. Lake est venu me voir et m'a fait part de sa recommandation, sur le coup, j'étais d'accord, car il me semblait que la discussion serait plus franche et plus ouverte si personne ne s'inquiétait de ce qui risquait d'en transpirer, bref qu'elle coulerait mieux. Ça me semblait logique, et c'est pour cette raison que j'ai donné mon appui à M. Lake.

Le président: Très bien.

Monsieur Lake.

M. Mike Lake: J'imagine que tout ceci devient une question de procédure. En fait, en proposant que l'on convoque les représentants d'Industrie Canada avant l'étude article par article, c'est un peu comme si on avait proposé de prolonger l'étude en tant que telle, laquelle se tient normalement à huis clos. Nous aurions ainsi pu avoir des précisions sur les amendements à propos desquels nous aurions voté pendant la séance à huis clos, et comme ces précisions nous auraient été données d'avance, nous aurions pu y réfléchir avec du recul.

Le président: Je tiens seulement à préciser, pour le bénéfice des membres, que l'étude article par article se fait normalement en séance publique, et non à huis clos.

M. Mike Lake: L'étude du projet de loi? Ah bon, d'accord.

Le président: La séance de mercredi prochain sera donc publique.

Sans plus tarder, nous allons passer à l'ordre du jour et, conformément à l'ordre de renvoi du vendredi 8 mai 2009, étudier le projet de loi C-27, Loi visant à promouvoir l'efficacité et la capacité d'adaptation de l'économie canadienne par la réglementation de certaines pratiques qui découragent l'exercice des activités commerciales par voie électronique et modifiant la Loi sur le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, la Loi sur la concurrence, la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques et la Loi sur les télécommunications.

Comparaissent aujourd'hui devant nous plusieurs témoins provenant de divers organismes, et j'ai nommé: Paul Misener, d'Amazon.ca; Tom Copeland, de l'Association canadienne des fournisseurs Internet; Chris Gray et Jason Kee, du Conseil de la propriété intellectuelle du Canada; Geneviève Reed et Anu Bose, d'Options consommateurs; et Nathalie Clark et William Randle, de l'Association des banquiers canadiens.

Bienvenue à tous et à toutes.

Nous allons commencer par les exposés préliminaires de chacun des organismes présents. Vous aurez tous cinq minutes pour faire votre exposé. Nous commencerons par Amazon.ca.

M. Paul Misener (vice-président, Global Public Policy, Amazon.com): Merci infiniment, monsieur le président.

Je vous remercie de m'avoir invité à témoigner aujourd'hui et à exprimer le point de vue de mon organisation sur un sujet aussi important et sur un aussi remarquable projet de loi.

Au nom d'Amazon.ca permettez-moi d'ajouter ma voix au concert d'éloges, de félicitations et de support pour votre travail dans ce dossier et pour le projet de loi C-27.

Je pourrais facilement utiliser mes cinq minutes à complimenter les diverses caractéristiques du projet de loi, mais je crois que ma

présence ici vous serait plus profitable si je pouvais vous suggérer deux domaines à améliorer et de modestes changements.

Mon premier point porte sur les conséquences des erreurs de bonne foi. Nous disons depuis longtemps que les erreurs de bonne foi commises par courrier électronique ne devraient pas être punies, que les polluposteurs polluent délibérément et intentionnellement et que les compagnies réputées devraient être capables d'envoyer des courriels à leurs clients sans crainte de représailles juridiques pour des erreurs de bonne foi. Le marché fournit déjà de fortes dissuasions. Les erreurs de bonne foi ne sont également pas la source du problème réel des pourriels; nos boîtes de courriels ne sont pas inondées de messages provenant d'entreprises qui les ont envoyés *accidentellement*. Je le répète: les polluposteurs polluent délibérément et intentionnellement.

Cela est déjà implicitement reconnu dans le projet de loi C-27, dont le but est de « non pas punir, mais plutôt [de] favoriser le respect de la présente loi ». Ce que reconnaissent encore plus explicitement les dispositions prévoyant les défenses du projet de loi, soit les paragraphes 33(1) et 54(1).

Aussi, à votre audience du 18 juin, le président du CRTC, M. von Finckenstein, a dit que l'on saurait si quelqu'un devait être condamné à une amende en déterminant s'il y a eu « violation délibérée » de la loi. Afin que le projet de loi indique clairement la compréhension de M. von Finckenstein, avec lequel je suis d'accord, je suggère que les paragraphes 20(1) et 51(1) soient amendés afin que seuls ceux qui ont « délibérément violé » la loi soient passibles d'une amende ou de dommages. À tout le moins, le projet de loi devrait être clarifié dans les articles prévoyant les défenses en utilisant les mots figurant à l'article 22 du projet de loi du Sénat S-202, du sénateur Goldstein: « Nul ne peut être tenu responsable d'une violation [...] s'il prouve que la violation résulte de l'inadvertance ou d'une véritable erreur de fait. »

Ces simples changements, grâce au sénateur Goldstein et à sa sage rédaction, clarifieraient le projet de loi C-27 face aux conséquences des erreurs de bonne foi.

Mon second point a trait à la durée du consentement tacite basé sur un achat. Dans le projet de loi C-27, le consentement tacite sur un achat expirerait après seulement 18 mois. Nous croyons que, dans l'intérêt des consommateurs, cette période est beaucoup trop courte. Premièrement, et il ne s'agit pas ici d'une critique, 18 mois, c'est arbitraire, comme cela a déjà été mentionné devant ce comité. En soi, il ne s'agit pas d'un nombre magique et il ne se distingue en rien de 17, 20 ou 36 mois. Mais plus important, 18 mois, c'est beaucoup trop court. Cela n'est pas compatible avec les attentes des consommateurs et des pratiques favorables à la clientèle. Deux évidences s'imposent: premièrement, les cycles de production (particulièrement pour les créateurs, tels les auteurs et les groupes musicaux) peuvent dépasser de beaucoup 18 mois. Joan Thomas vient tout juste de remporter le prix Amazon.ca pour un premier roman pour son livre *Reading by Lightning*. Ne pensez-vous pas que les consommateurs qui ont acheté son livre devraient être avertis de la parution de son prochain livre, même si ça lui prend des années à l'écrire?

De même, le cycle de vie d'un projet (tels que les automobiles, écouteurs, ordinateurs) est souvent beaucoup plus long que 18 mois. Les consommateurs s'attendent à recevoir des avis au sujet des nouvelles publications et des produits de remplacement au moment approprié, et non à 17 mois et demi. Alors, de la perspective du consommateur, une durée indéfinie serait la meilleure. En réalité, une durée limitée pourrait faire augmenter les courriels commerciaux: les vendeurs pourraient en effet se ruier afin de se conformer à une date limite artificielle, causant une inondation de courriels à 17 mois et demi.

Il est aussi difficile de croire qu'un consentement tacite d'une durée limitée ferait une très grosse différence: nos boîtes de réception ne sont pas remplies de courriels faisant suite aux achats faits loin dans le passé; et, pour les rares exceptions, les consommateurs peuvent choisir de ne pas participer ou de bloquer. Si nous devons avoir une durée limitée sur le consentement tacite basé sur un achat, 5 à 7 ans serait mieux pour les consommateurs, car on tiendrait ainsi compte des cycles de production et des cycles de vie des produits.

Je répondrai maintenant avec plaisir à vos questions.

Merci encore, monsieur le président.

• (1550)

Le président: Je vous remercie, monsieur Misener.

Les cinq prochaines minutes seront maintenant consacrées à l'exposé préliminaire de l'Association canadienne des fournisseurs Internet.

M. Tom Copeland (président, Association canadienne des fournisseurs Internet): Je vous remercie, monsieur le président. Je sais gré aux membres du comité de me permettre de traiter aujourd'hui du projet de loi C-27.

En plus d'assumer la présidence de l'Association canadienne des fournisseurs Internet depuis neuf ans, je suis télécommunicateur depuis près de 15 ans à Cobourg, en Ontario. Je m'intéresse au problème des courriels commerciaux non sollicités — aussi appelés pourriels — dès qu'il est apparu que ces messages pouvaient être préjudiciables et coûter des millions de dollars chaque année aux entreprises et aux particuliers.

En 2004, j'ai été invité à faire partie du groupe de travail ministériel sur les pourriels. En 12 mois à peine, nous avons élaboré une approche fondée sur une boîte à outils pour lutter contre le pollupostage et formulé des recommandations que nous avons présentées au ministre de l'Industrie en mai 2005, lesquelles ont été adoptées par de nombreux pays.

Même si le pollupostage est de loin le problème que les internautes rencontrent le plus fréquemment, la LPCE indique également qu'un courriel apparemment inoffensif est souvent annonciateur d'un problème plus grave, comme un cheval de Troie, un vol d'identité, une fraude et d'autres actes criminels.

L'ACFI a de nombreuses préoccupations, dont j'aimerais vous faire part aujourd'hui. La plupart concernent l'exécution de la loi. Nous nous réjouissons qu'Industrie Canada soit chargé de superviser la LPCE. Selon moi, c'est le ministère fédéral qui s'y connaît le plus en matière de communications électroniques. Le premier point qui nous préoccupe, cependant, ce sont les organismes d'exécution figurant dans le projet de loi C-27. Même si ces organismes ont eu une certaine influence sur les communications électroniques par le passé, leur volonté ou leur capacité de mener à bien leur mandat n'a pas toujours porté fruit. Dans certains cas, ils manquaient d'outils, de mandats ou de ressources, alors qu'à d'autres moments, ils n'ont tout simplement pas réussi à appliquer les moyens dont ils disposaient.

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes nous préoccupe particulièrement. Nous comprenons qu'on y intègre actuellement une nouvelle fonction pour exécuter ce nouveau mandat. Mais comme le CRTC est peu enclin à mettre en oeuvre les décisions et les ordonnances rendues dans le cadre de son mandat traditionnel en matière de télécommunications, nous avons certaines réserves concernant sa volonté d'exercer les nouveaux pouvoirs que prévoit le projet de loi C-27. J'espère malgré tout que mes craintes s'avéreront non fondées et que le CRTC fera un meilleur usage des pouvoirs qui lui sont impartis.

Le rôle que jouent le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada et le Bureau de la concurrence est moins préoccupant. En fait, nous nous réjouissons que le projet de loi C-27 et d'autres mesures législatives renforcent leur mandat en leur offrant des éclaircissements, des outils et des ressources. La Commissaire à la protection de la vie privée a certainement fait preuve d'un leadership considérable dans la lutte contre les pourriels jusqu'à maintenant, et le Bureau de la concurrence est depuis longtemps le chien de garde vers lequel les consommateurs peuvent se tourner concernant le marketing trompeur et la vérité dans la publicité. Grâce au projet de loi C-27, qui cible expressément les pourriels, nous espérons que ces organismes continueront sur leur lancée.

Cependant, tous ces organismes d'exécution peuvent avoir des approches différentes. Si l'on veut que le projet de loi C-27 atteigne ses objectifs, il ne peut y avoir de guerre de clocher. Le projet de loi a rapidement pris forme parce que les parlementaires de toute appartenance ont considéré que le jeu en valait la chandelle et que les résultats seraient bénéfiques. Nos organismes d'exécution doivent garder cet exemple en tête en assumant leurs nouvelles fonctions afin de protéger la population canadienne en ligne.

L'ACFI proposerait que les trois organismes envisagent d'établir un groupe de travail trilatéral pour mettre en oeuvre et gérer leurs nouvelles responsabilités plutôt que de travailler séparément. Ils éviteraient ainsi de déployer des efforts en double, gèreraient plus rapidement et plus efficacement les plaintes, coordonneraient mieux l'échange d'information entre eux et utiliseraient plus efficacement les outils d'enquête et les ressources financières.

Le deuxième point qui nous préoccupe sur le plan de l'exécution de la loi concerne la coordination des efforts internationaux. Pour qu'elle soit efficace, cette coordination doit s'étendre au-delà de ces vénérables murs et du pays. Le crime électronique est partout, et les contrevenants se moquent des frontières. Les cyber-criminels ne travaillent pas de 9 à 5 dans un fuseau horaire quelconque; ils agissent à l'échelle internationale, 24 heures sur 24, 365 jours par année. Heureusement, de l'avis de plusieurs, il n'existe que quelques groupes qui s'adonnent intensément au pollupostage. Ils agissent malheureusement dans de nombreux pays de presque tous les continents en exploitant des internautes à leur insu.

Même si nous sommes l'un des premiers pays à constituer une boîte à outils pour lutter contre les pourriels, nous sommes l'une des dernières grandes économies à mettre en oeuvre intégralement une stratégie anti-pourriel fondée sur les recommandations du groupe de travail. Les pays qui ont adopté ces recommandations ont renforcé leur expertise et développé des ressources dont le Canada pourrait profiter.

La LPCE permet aux organismes canadiens d'exécution d'échanger des renseignements avec leurs équivalents étrangers. Ils devraient en profiter pour tirer parti du savoir-faire international afin d'exécuter leur mandat. Comme il y a relativement peu de pourriels qui viennent du Canada, ce n'est qu'en collaborant de manière ouverte et coordonnée avec d'autres organismes internationaux que nous pourrions réaliser des progrès dans la lutte contre les pourriels.

• (1555)

Notre troisième objet de préoccupation est l'imposition de sanctions appropriées et raisonnables aux contrevenants. Nous espérons que les propriétaires d'entreprises canadiennes légitimes qui commettent involontairement des erreurs en déployant leur stratégie de marketing électronique ne deviendront pas les victimes d'un excès de zèle simplement parce qu'on peut facilement leur mettre la main au collet. Ceux que nous voulons mettre hors d'état de nuire, ce sont les polluposteurs malintentionnés.

Plutôt que d'obtenir rapidement des chiffres concluants et de clamer leur belle réussite sur les toits en poursuivant des PME, les trois organismes et Industrie Canada devraient entreprendre une campagne concertée afin d'informer les entreprises et les consommateurs canadiens au sujet de la LPCE. L'éducation est beaucoup plus efficace et moins chère que l'exécution de la loi.

Enfin, il y a plusieurs choses simples dont il faut se rappeler et qui, croyons-nous, faciliteront l'élaboration du règlement qui permettra d'appliquer efficacement la LPCE. Tout d'abord, il faut cibler ceux qui commettent les infractions les plus graves. Ensuite, il faut s'intéresser à l'intention plutôt qu'à l'acte en soi. Il faut aussi cibler des activités bien définies et jugées dangereuses, tout en se ménageant la possibilité d'élargir la définition de ces activités à mesure que la technologie évolue. Il faut ensuite faire connaître l'étiquette qui s'applique au marketing en ligne. Il faut en outre garder à l'esprit que la loi est appliquée de manière judicieuse et ciblée en fonction du préjudice subi et non de l'inconvénient perçu. On doit également adopter les pratiques exemplaires d'autres pays sur le plan de la loi, du règlement et de leur mise en oeuvre. Il importe aussi d'intervenir pour protéger les Canadiens sans leur imposer un surcroît de bureaucratie et de confusion dans le cadre de poursuites judiciaires. Finalement, il ne faut pas voir des criminels et créer un fardeau financier là où personne n'avait l'intention de commettre de fraude ou de tort.

Merci.

Le président: Je vous remercie beaucoup, monsieur Copeland.

Place maintenant au Conseil de la propriété intellectuelle du Canada.

M. Chris Gray (directeur, Conseil de la propriété intellectuelle du Canada): Merci, monsieur le président.

Je m'appelle Chris Gray et suis directeur du Conseil de la propriété intellectuelle du Canada.

Je suis accompagné aujourd'hui de Jason Kee, membre du comité directeur du CPIC. Il est également directeur, politiques et affaires juridiques, Association canadienne du logiciel de divertissement.

C'est un plaisir pour moi d'avoir l'occasion de vous présenter le point de vue du Conseil de la propriété intellectuelle du Canada et de ses membres sur le projet de loi C-27.

Le CPIC a été fondé en 2008 à l'instigation de la Chambre de commerce du Canada afin d'unir des entreprises et d'exercer des pressions pour améliorer le régime de droits de propriété intellectuelle au pays. Même si dernièrement, nous avons surtout

mené des consultations sur le droit d'auteur et réclamé une lutte plus efficace contre les contrefaçons aux frontières, nous devons également nous intéresser aux autres mesures législatives qui pourraient avoir une incidence sur les entreprises, comme celle qui nous intéresse aujourd'hui.

Le CPIC et le monde des affaires en général voient d'un bon oeil l'élimination des pourriels. Comme nous le savons tous, ils embêtent presque tout le monde. Dans le cas d'une entreprise, surtout de petite taille, ces courriels, qui sont longs à éliminer, peuvent ralentir les activités légitimes. Cependant, il faut régler certains points au sujet du projet de loi C-27, et nous sommes heureux que le comité prenne le temps de corriger la situation et d'envisager de modifier la mesure législative pour la rendre acceptable pour tous.

En collaboration avec la Chambre de commerce du Canada et d'autres associations d'affaires, nous avons soumis des modifications à l'examen des membres du comité. Même si nous appuyons l'objectif du projet de loi, qui consiste à décourager les formes les plus dangereuses de pollupostage, comme l'hameçonnage et les maliciels, qui découragent les entrepreneurs de mener leurs activités commerciales par voie électronique, nous ne pouvons accepter le projet de loi dans sa forme actuelle.

La nouvelle LPCE pourrait rendre illégales des milliers d'applications informatiques courantes et exposer des entreprises canadiennes à des amendes pouvant aller jusqu'à 10 millions de dollars et à des poursuites civiles. Ce nouveau projet de loi modifierait également la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques, modifications en vertu desquelles des entreprises canadiennes pourraient faire l'objet de poursuites civiles en cas de violation de la loi. Le projet de loi pourrait également empêcher la formation de nouvelles relations d'affaires par Internet ou par courrier électronique et limiterait énormément l'utilisation d'Internet pour la diffusion de logiciels et de mises à jour.

Je laisserai Jason vous expliquer en détail nos préoccupations à cet égard.

• (1600)

M. Jason Kee (directeur, Politiques et affaires juridiques, Association canadienne du logiciel de divertissement, Conseil de la propriété intellectuelle du Canada): Merci beaucoup, Chris. Je vous remercie, monsieur le président.

J'aimerais réitérer que le CPIC appuie l'objectif du projet de loi. Le ministre de l'Industrie a clairement indiqué que le renforcement de l'économie numérique du Canada figure parmi les grandes priorités du pays et qu'il faut encourager le recours au commerce électronique en s'attaquant aux problèmes comme les pourriels, l'hameçonnage et les maliciels. Cependant, en raison de sa large portée, l'absence d'exception pour un grand nombre de pratiques commerciales importantes sur les plans social et commercial et des exigences complexes en matière de consentement, le projet de loi vise une multitude d'activités légitimes. Si on ajoute à cela les sanctions administratives pécuniaires substantielles et les dispositions en matière de dommage, qui exposent les entreprises à de graves risques de poursuite à la moindre violation du projet de loi, ce dernier pourrait avoir un effet contraire à celui désiré et décourager activement le commerce électronique et ralentir le développement de l'économie numérique au Canada.

Pendant l'examen du projet de loi C-27, le comité a dégagé un consensus général au sein du milieu des affaires et du secteur juridique, qui considèrent que la mesure législative devrait être amendée pour lutter efficacement contre les formes graves et nuisibles de pourriels, d'hameçonnage et de maliciels, tout en limitant les répercussions sur les activités légitimes. Pour ce faire, comme Chris l'a indiqué, nous vous avons recommandé une série d'amendements. Comme tenu du temps dont je dispose, toutefois, je m'en tiendrai à deux grandes questions, soit la collecte d'adresses et la lutte aux maliciels.

Sur le plan de la collecte d'adresses, la LPCE vise à interdire la collecte ou l'utilisation d'une adresse électronique obtenue par des programmes conçus à cette fin, ainsi que la collecte et l'utilisation de renseignements personnels obtenus par l'entremise des télécommunications. Cependant, cette nouvelle interdiction est si large qu'elle empêche la collecte et l'utilisation d'adresses électroniques et d'autres renseignements, comme les adresses IP, à des fins légitimes comme l'exécution de la loi, ce qui aura certainement des conséquences très graves sur la capacité de lutter contre des crimes informatiques comme la pornographie infantile et le vol d'identité. Le projet de loi interdirait également la collecte et l'utilisation de renseignements à des fins privées et légitimes, comme la collecte de renseignements en ligne en cas de diffamation ou de violation potentielle de marque de commerce ou de droit d'auteur, ou l'envoi de messages ayant un lien avec la protection de ces droits.

Par conséquent, il faudrait limiter ces dispositions à la collecte d'adresses ou de renseignements personnels pour l'envoi de messages commerciaux non sollicités. Il faudrait, à tout le moins, que les exceptions figurant dans la LPRPDE s'appliquent également en l'espèce.

En ce qui concerne la lutte contre les espionciels, les dispositions du projet de loi interdisent à quiconque d'installer un programme informatique sur l'ordinateur d'une autre personne sans le consentement explicite de cette dernière. Même si l'objectif visé consiste à empêcher l'installation de logiciels nuisibles comme les virus, les vers et les chevaux de Troie, la définition de « programme informatique » est si large qu'elle couvre toute forme de données, qu'il s'agisse de textes, de logiciels ou de codes, qui font accomplir une tâche à un ordinateur.

Les dispositions s'appliquent donc à toute une gamme d'applications, de l'installation d'un système d'exploitation au complet à l'ajout d'une simple fonction logicielle, qu'il s'agisse de mises à jour, de correctifs, de mises à niveau ou d'ajouts. Elles s'appliquent sans égard aux circonstances de l'installation — qu'elle soit faite par un technicien professionnel, un utilisateur final ou une fonction automatique —, au mode de livraison du programme — qu'il s'agisse d'une fonction préinstallée, d'un achat ou d'une transmission électronique —, ou du fait que l'acte est mal ou bien intentionné.

De plus, la mesure législative s'applique à n'importe quel système informatique, ce qui englobe non seulement les ordinateurs personnels, mais également toute forme de produit de consommation électronique, comme les téléphones cellulaires, les enregistreurs audio et vidéo numériques, les consoles de jeu vidéo et même les tout derniers accessoires automobiles. Si le but est d'interdire les formes de maliciels qui minent la confiance à l'égard des moyens de communication électronique dans le cadre d'activités commerciales...

Le président: Monsieur Kee, je suis désolé de vous interrompre. Les traducteurs ont de la difficulté à vous suivre en raison de votre débit rapide. Nous vous saurions gré de leur permettre de vous suivre. Merci.

• (1605)

M. Jason Kee: Si le but du projet de loi est d'interdire les formes de maliciels qui minent la confiance à l'égard des moyens de communication électronique dans le cadre d'activités commerciales, cette interdiction générale va beaucoup plus loin qu'il ne le faut et pourrait nuire énormément à l'élaboration, à la vente et à la distribution de logiciels commerciaux au Canada, et ainsi décourager davantage le commerce électronique et le développement de notre économie numérique au Canada que les maliciels qu'il vise à éliminer.

Enfin, tous les programmeurs informatiques doivent obtenir le consentement explicite de l'utilisateur avant d'installer un programme et doivent en énoncer la fonction, l'objet et les conséquences pour que ce consentement soit valide. Par conséquent, à chaque installation, il faut indiquer de quel programme informatique il s'agit et en préciser la fonction, l'objet et les conséquences avant que le programmeur puisse obtenir le consentement. Or, la plupart des logiciels installent et exécutent de manière routinière une multitude de petits programmes — il y en a peut-être des centaines et même des milliers — au cours de leurs opérations afin de pouvoir fonctionner. Il est techniquement impossible d'obtenir le consentement explicite de l'utilisateur et d'énoncer la fonction, l'objet et les conséquences pour chaque installation et exécution. De plus, cela pourrait nuire considérablement à l'utilisation et même au fonctionnement du logiciel.

Plutôt que d'imposer une interdiction par trop générale, les dispositions anti-maliciels de la LPCE devraient cibler expressément les cas où on a clairement utilisé des maliciels ou des espionciels pour causer des préjudices à l'utilisateur final, et fournir une liste précise et exclusive des fonctions informatiques qui sont considérées comme étant des espionciels, comme c'est le cas de nombreuses lois de lutte aux espionciels adoptées dans divers États américains. Il faudrait également réduire la portée des dispositions de la loi pour qu'elles ne s'appliquent qu'aux programmes informatiques installés à des fins malveillantes sur un autre système.

J'aimerais remercier le comité de nous avoir donné l'occasion d'exprimer notre opinion aujourd'hui. C'est avec plaisir que je répondrai aux questions que vous pourriez avoir et travaillerai avec vous pour améliorer cette importante mesure législative.

Le président: Merci, monsieur Kee.

[Français]

Je cède maintenant la parole à Option consommateurs.

Mme Geneviève Reed (responsable, Service de recherche et de représentation, Option consommateurs): Monsieur le président, messieurs les vice-présidents, madame et messieurs membres du comité, permettez-moi de vous remercier de nous donner l'occasion de vous faire part de nos observations sur le projet de loi C-27 sur la protection du commerce électronique.

Option consommateurs existe depuis 1983. Nous sommes une association à but non lucratif qui a pour mission de promouvoir et de défendre les intérêts des consommateurs et de veiller à ce qu'ils soient respectés. Notre siège social se situe à Montréal et nous avons aussi un bureau à Ottawa.

Il y a plus de quatre ans maintenant, le Groupe de travail sur le pourriel remettait son rapport au ministre de l'Industrie du Canada. Aux 10 membres officiels du Groupe de travail qui provenaient de l'entreprise privée, du gouvernement et de la société civile, dont moi-même, se sont ajoutés près d'une centaine d'intervenants fortement intéressés par la question. Le rapport, unanime, du groupe de travail recommandait entre autres l'élaboration d'une loi autonome traitant clairement du pourriel, des infractions liées au pourriel et des nouvelles menaces au commerce électronique telles que les logiciels espions et les réseaux d'ordinateurs zombies.

Nous saluons donc le dépôt du projet de loi C-27, qui constitue un premier pas pour améliorer la confiance des consommateurs canadiens dans le commerce électronique.

L'envoi massif de courriels à caractère commercial fait supporter les coûts par les destinataires — fournisseurs de services Internet, entreprises et consommateurs — plutôt que par l'expéditeur. Ces coûts directs — capacité de bande passante, technologies de filtrage, embauche de personnel supplémentaire — et indirects — perte de productivité, perte de messages légitimes, corruption des infrastructures des technologies de l'information et vols d'identité — sont multiples, bien que difficiles à chiffrer.

Dans une relation de confiance nécessaire à la survie du commerce électronique, l'utilisation frauduleuse de l'adresse de courriel est néfaste. Les pourriels défient deux types de règles relatives à la protection des renseignements personnels: celle ayant trait à la collecte et à l'utilisation des données et celle respectant la capacité de l'internaute à s'opposer à une telle collecte. De plus, le pourriel est devenu un vecteur important pour mener des attaques d'hameçonnage permettant aux cybercriminels de perpétrer le vol d'identité. Selon l'OCDE, la quantité de pourriels a atteint un point tel qu'ils minent la confiance des utilisateurs de courriels et des autres médias électroniques, et qu'ils ont un impact négatif sur la performance des réseaux de communication globaux.

Il est donc urgent que le Parlement adopte une législation claire et précise interdisant: l'envoi de messages électroniques commerciaux non sollicités et non consentis — comme stipulé au paragraphe 6.1; la modification des données de transmission — article 7; l'installation ou l'utilisation de programmes dans l'ordinateur d'une autre personne sans son consentement — article 8; les représentations électroniques trompeuses et frauduleuses — article 71; l'utilisation d'un programme d'ordinateur pour la collecte de l'adresse électronique d'un individu et l'utilisation de l'adresse ainsi recueillie — article 78; ainsi que l'utilisation non autorisée d'un ordinateur pour les fins de collecte de renseignements personnels — article 78. Il est aussi important que cette législation permette les communications commerciales seulement si le consommateur consent à les recevoir.

Tant dans les groupes de discussion que dans le cadre d'un sondage pancanadien que nous avons mené en 2004, les consommateurs canadiens se sont prononcés en faveur d'un régime qui exige le consentement préalable explicite du consommateur avant toute sollicitation par courriel. Nous aurions préféré un régime strict de consentement explicite, mais nous estimons que le libellé des articles 10 à 13 du projet de loi constituent un compromis raisonnable entre le consentement explicite et le consentement tacite, lorsqu'une relation d'affaires préexiste. Afin de clarifier la situation de consentement tacite, nous recommandons l'ajout du paragraphe suivant après le paragraphe 10(4):

Dans le cadre des « relations d'affaires en cours », le consentement tacite n'est valable que si les coordonnées du destinataire proviennent directement de lui et

que les produits et services proposés sont similaires ou analogues à ceux vendus antérieurement.

Le projet de loi répond aux recommandations du Groupe de travail sur le pourriel, qui souhaitait que les nouvelles infractions établies par la loi soient d'ordre civil et que la législation offre un droit d'action privé aux individus et aux entreprises. Les sanctions pécuniaires importantes prévues par le projet de loi nous semblent suffisamment sévères pour décourager les polluposteurs.

Le projet de loi apporte également de nombreuses modifications à la Loi sur la concurrence et à la Loi sur la protection des renseignements personnels qui permettront de contrer plus efficacement les méthodes et les moyens des polluposteurs.

Bref, l'élaboration du projet de loi C-27 semble avoir été inspirée des meilleures pratiques réglementaires des nombreux partenaires commerciaux du Canada ayant adopté une législation pour contrer le pourriel et ses conséquences néfastes.

• (1610)

Comme vous le savez certainement, l'efficacité de toute législation réside dans son application, et l'application des nouvelles dispositions législatives doit absolument être accompagnée de ressources additionnelles. En outre, cette législation appelle à une plus grande coordination entre les agences existantes, identifiées dans la loi, et nécessite la création d'un centre national de coordination afin de surveiller et faire rapport sur l'efficacité de la loi, de soutenir la coopération nationale et internationale, de travailler conjointement avec l'industrie, d'analyser les tendances en matière de menaces électroniques et d'élaborer des programmes de sensibilisation et d'éducation.

Enfin, un élément nécessite l'attention des parlementaires et du gouvernement canadien afin que le projet de loi soit complet: les consommateurs canadiens ont besoin d'un mécanisme de traitement des plaintes efficace et simple.

La nouvelle législation ainsi que les mécanismes de surveillance et d'analyse des nouvelles menaces électroniques qui seront mis sur pied permettront de maintenir la confiance des consommateurs canadiens dans le commerce électronique et de prévenir des maux potentiellement plus dangereux.

Je vous remercie beaucoup.

[Traduction]

Le président: Merci beaucoup. Merci. Et maintenant, l'Association des banquiers canadiens.

Mme Nathalie Clark (avocate et secrétaire générale, Association des banquiers canadiens): Merci, monsieur le président. Je remercie également les membres du comité de nous avoir invités à prendre part à l'examen du projet de loi C-27 sur la protection du commerce électronique, également appelé LPCE.

[Français]

Nous sommes ravis de pouvoir fournir les commentaires de nos membres au sujet de cet important projet de loi.

[Traduction]

Je m'appelle Nathalie Clark et suis avocate et secrétaire générale de l'Association des banquiers canadiens. Je suis accompagnée aujourd'hui par Bill Randle, chef adjoint du contentieux.

Le mémoire que nous vous avons remis contient des commentaires détaillés sur le projet de loi C-27. Mais dans mon exposé, je passerai rapidement en revue nos principales préoccupations à ce sujet.

Ces dernières années, les criminels se sont servis du courrier électronique pour envoyer des espionciels, qui permettent de voler les renseignements personnels de la victime, ainsi que des messages frauduleux qui poussent les destinataires à dévoiler leurs renseignements personnels grâce auxquels on peut voler leur identité.

[Français]

Il est largement reconnu que ces types de pourriels représentent une grande menace pour les individus, les entreprises et l'économie canadienne. Voilà plusieurs années que l'ABC encourage le gouvernement à introduire un projet de loi visant les formes de pourriels les plus nocives.

Le Canada est le seul pays du G8 qui n'a toujours pas adopté une loi spécifique antipourriel. Le secteur bancaire est d'avis qu'une telle loi est nécessaire pour protéger les consommateurs et les entreprises contre ce type de pourriels dangereux et dévastateurs.

[Traduction]

C'est pourquoi nous accueillons avec plaisir la décision du gouvernement d'aller de l'avant avec un projet de loi antipourriel et nous appuyons l'objectif énoncé du projet de loi C-27 de promouvoir l'efficacité et la capacité d'adaptation de l'économie canadienne par la réglementation des pratiques commerciales qui découragent l'exercice des activités commerciales par voie électronique. Nous remarquons néanmoins que le projet de loi C-27 est nettement plus vaste et restrictif que les lois similaires d'autres pays, y compris les États-Unis.

Nous nous inquiétons de l'ampleur de la portée du projet de loi et de l'effet négatif potentiel que pourraient avoir certaines de ses dispositions sur les activités légitimes des entreprises. Plus précisément, nous estimons que le cadre de consentement que propose le projet de loi, conjugué à la nécessité — avec certaines exceptions limitées — d'obtenir le consentement exprès d'une personne pour pouvoir lui envoyer un message électronique dans le cadre d'activités commerciales, portera tort à la capacité des entreprises légitimes de commercialiser leurs biens et services par voie électronique. Plus important encore, le consentement exprès ne peut être obtenu en envoyant un courriel ou d'autres communications électroniques à une personne dont on veut obtenir le consentement. Il ne peut être obtenu que par d'autres moyens, grâce à un contact antérieur avec la personne, autrement dit une entreprise ne peut envoyer un message électronique non sollicité demandant au destinataire l'autorisation de lui envoyer d'autres messages.

Nous recommandons par conséquent que le projet de loi C-27 soit modifié pour permettre l'envoi d'un message initial de prise de contact sans consentement, dont le contenu serait assujéti à des exigences strictes, conformes aux principes de la loi régissant la liste de numéros exclus et des lois antipourriel en vigueur dans d'autres pays.

Nous reconnaissons que le consentement peut être implicite quand il y a déjà « relations d'affaires et en cours ». Nous recommandons aussi une modification pour élargir l'exception aux filiales des entreprises avec lesquelles une personne entretient une relation d'affaires.

● (1615)

[Français]

Nous remarquons que le consentement exprès est requis chaque fois qu'un « programme d'ordinateur » doit être installé, même lorsqu'une relation d'affaires en cours existe. Nous aimerions recevoir clarification que des outils tels que les témoins — *cookies*

— ne sont pas visés par la définition de « programme d'ordinateur » dans le projet de loi.

[Traduction]

Le projet de loi comporte en outre un barème détaillé des sanctions administratives pécuniaires. Bien que nous convenons de la nécessité d'un régime d'application de la loi qui comprenne des sanctions envers les contrevenants, nous sommes d'avis que certains aspects du régime, et particulièrement les sanctions que propose le projet de loi, sont excessifs et pourraient dissuader les entreprises de s'engager dans des activités de marketing tout à fait légitimes. Celles-ci pourraient avoir pour effet d'étouffer le développement d'un secteur de marketing électronique légitime valable et avoir des répercussions négatives sur la capacité des entreprises de rejoindre leurs consommateurs.

Le projet de loi prétend que l'imposition d'une sanction administrative pécuniaire considérable ne vise pas à punir mais plutôt à favoriser le respect de la loi. Si c'est vraiment l'objectif principal de la disposition sur la sanction administrative pécuniaire prévue par le projet de loi C-27, nous recommandons que le CRTC ait l'autorité le suspendre le paiement d'une telle sanction durant une période de temps suffisante pour que la personne visée prouve au CRTC qu'elle a apporté les changements nécessaires afin de se conformer pleinement à la loi, dans lequel cas la sanction sera retirée.

Le projet de loi contient également une disposition de droit privé d'action qui permet l'obtention de dommages-intérêts préétablis sans preuve de dommages. Nous sommes d'avis qu'un régime d'application de la loi adéquat doit être géré par le gouvernement. Nous n'appuyons nullement le droit privé d'action car nous croyons que ces actions sont motivées par des facteurs monétaires privés plutôt que par un souci de dissuasion général et qu'un droit privé d'action aura un effet paralysant sur les entreprises qui désirent effectuer des activités de marketing légitimes. Même si le projet de loi prévoit l'examen de divers facteurs pour l'évaluation des dommages dans le droit privé d'action, ceci n'empêche pas que les entreprises qui agissent de façon légitime subissent des coûts considérables et aient à se défendre dans ce contexte. Plus particulièrement, le droit privé d'action encouragera les recours collectifs qui conduiront à des frais juridiques considérables et mettront la réputation des entreprises en jeu.

● (1620)

[Français]

Pour conclure, permettez-moi de rappeler le solide appui du secteur bancaire canadien à une loi qui protège les individus, les entreprises et l'économie canadienne contre la grande menace que représentent les formes malveillantes de pourriels. Nous sommes ravis d'avoir eu cette occasion de travailler en étroite collaboration avec le gouvernement et les parlementaires afin que le Canada ne soit plus le dernier pays du G8 à ne pas avoir adopté une loi antipourriel.

[Traduction]

Je vous remercie encore d'offrir à l'ABC l'occasion de présenter ses points de vue sur le projet de loi C-27. Nous répondrons avec plaisir à vos questions.

[Français]

Le président: Merci, madame Clark.

[Traduction]

Nous aurons environ une heure et 10 minutes pour les questions et commentaires des membres du comité, et nous commençons avec M. Rota.

M. Anthony Rota: Merci, monsieur le président.

J'aimerais dire d'abord que si j'ai bien compris, c'est aujourd'hui la journée internationale de la traduction, et je sais, rien qu'à la façon dont on passe ici très rapidement d'une langue à l'autre, que les traducteurs ont certainement mérité qu'on souligne leur travail aujourd'hui. C'est ce que je souhaite faire maintenant.

Des voix: Bravo, bravo!

M. Anthony Rota: Et je tiens à remercier les témoins d'être venus jusqu'à nous aujourd'hui, bien sûr.

Ma première question s'adresse à MM. Misener et Gray.

L'un des problèmes que pose ce projet de loi, c'est qu'il est très vaste et englobe absolument tout. L'une des préoccupations soulevées, c'est que quelque chose d'aussi vaste risque de faire vraiment du tort à bien des compagnies canadiennes. En vérité, à l'échelle internationale, une grande part des logiciels malveillants et des pourriels qu'on reçoit sans le vouloir proviennent de l'extérieur du pays. Quel effet cela a-t-il sur les entreprises canadiennes? Est-ce que cela nous fait du tort? Est-ce que cela nous lie les mains dans le dos et nous oblige injustement à faire du marketing juste de l'extérieur du pays? J'apprécierais que vous m'en parliez, monsieur Misener, et ensuite monsieur Gray.

M. Paul Misener: Je vous remercie.

Il faudrait que je réponde très simplement non, je ne crois pas que cela compromette la capacité des entreprises canadiennes de faire face à la compétition et de prospérer. Amazon.ca est généralement satisfait des dispositions de ce projet de loi. Nous avons recensé plusieurs aspects favorables aux consommateurs que des dispositions du projet de lois supprimeraient, mais les très légères modifications que j'ai proposées suffiraient, je crois, pour qu'Amazon.ca n'ait aucune difficulté à compétitionner dans cet environnement.

Nous convenons tout à fait de la nécessité d'une coopération internationale, et je crois que ce principe jouit d'un appui général. L'idée que nous cherchions en quelque sorte à nous isoler et nous couper du reste du monde est un peu naïve, parce qu'il en vient tellement de l'étranger. Alors la coopération internationale est indispensable.

Lors d'une allocution que j'ai prononcée, en qualité de membre de la délégation canadienne, dans le cadre de la réunion de l'OCDE à Séoul l'année dernière, j'ai parlé de cette nécessité de coopération internationale. Nous en convenons tout à fait.

M. Anthony Rota: C'est très bien. Je vous remercie.

Monsieur Gray?

M. Chris Gray: Je vous remercie pour cette question.

Je dirais seulement, très brièvement, que nous, à l'ACFI, pensons que ce concept nuirait à notre capacité de compétitionner. Il nous ferait du tort.

Je laisse la parole à Jason, qui vous donnera un peu plus de détails.

M. Jason Kee: En deux mots, nous sommes tout à fait d'accord avec ce concept. Il pose un argument très valide. Cela confirme aussi ce que disait M. Copeland au sujet du nombre de pourriels qui émanent de l'étranger, en pourcentage de l'ensemble des pourriels.

Il est clair que tout le monde reconnaît les importants problèmes que cause le volume de pourriels que nous recevons généralement.

Mais dans la mesure où ce projet de loi va nettement s'appliquer principalement au Canada et aux expéditeurs de pourriels du Canada, quand on y réfléchit bien, et aussi à la mesure dans laquelle ce projet de loi mettra vraiment fin à cette pratique, ou du moins jugulera le flux de pourriels que nous recevons, en regard des coûts que cela peut entraîner pour les compagnies canadiennes en restreignant grandement leur capacité de mener des activités commerciales en ligne, c'est quelque chose à quoi le comité devrait réfléchir très sérieusement en étudiant le projet de loi.

M. Anthony Rota: Très bien.

La question suivante s'adresse à Mme Clark et M. Randle.

Je m'inquiète un peu du droit privé d'action. Quand quelqu'un fait quelque chose de mal, généralement c'est un organisme du gouvernement qui porte les accusations, et des sanctions sont imposées.

Si on permet à des particuliers de chercher à se faire indemniser pour quelque chose qu'ils perçoivent comme leur étant préjudiciable, comment se passent les choses pour la compagnie, à votre avis? Pensez-vous qu'il y aurait des recours collectifs? Il me semble que ce pourrait être une activité très lucrative pour certains professionnels du droit.

● (1625)

Mme Nathalie Clark: Comme je le disais dans mes observations préliminaires, nous estimons que le droit privé d'action n'a pas sa place dans ce contexte. Nous pensons qu'il fait naître un risque de hausse du nombre de poursuites privées, qui engendreraient beaucoup de pressions et de coûts pour notre industrie. Il y a toujours un risque de recours collectif quand il y a droit d'action au civil. Nous estimons que c'est au gouvernement qu'il incombe de composer avec les infractions à la loi et que ce serait la voie appropriée.

M. Anthony Rota: Alors, est-ce que vous suggérez de supprimer le droit d'une personne de poursuivre quelqu'un qui lui envoie un courriel ou un maliciel?

Mme Nathalie Clark: Je pense que je répondrais à cette question en disant que ce qui inquiète vraiment l'industrie, c'est le fait qu'avec ce droit privé d'action vient la possibilité d'obtention de dommages-intérêts sans qu'il soit nécessaire de présenter des preuves de perte réelle. C'est vraiment là le problème que nous pose ce régime. Nous pensons qu'il n'est pas approprié de pouvoir allouer des dommages-intérêts sans preuve de perte réelle. C'est pourquoi nous n'appuyons pas le droit privé d'action sous sa forme actuelle dans le projet de loi.

M. Anthony Rota: J'essaie seulement de bien comprendre. Je suis à mon ordinateur et je travaille sur un programme ou, disons, sur une offre à un client potentiel. Un logiciel malveillant entre par l'entremise d'un courriel. Je l'ouvre et il prend le contrôle de mon ordinateur et l'éteint. Avec ce que vous suggérez, je n'aurais aucun recours contre la personne qui a causé le problème.

Mme Nathalie Clark: Eh bien, je pense que si on concède à l'instance de réglementation le pouvoir de surveiller l'observation de la loi, vous auriez la possibilité de la saisir de votre problème, et ce serait à elle d'appliquer la loi de façon appropriée après une enquête formelle.

Alors c'est pourquoi je ne pense pas qu'il soit vrai que vous n'auriez aucun recours. Ce que nous soutenons, c'est que c'est au gouvernement qu'il appartient de composer avec les infractions à cette loi, et c'est ainsi que ce devrait être.

Avez-vous quelque chose à ajouter, Bill?

M. William Randle (chef adjoint du contentieux et Secrétaire aux banques étrangères, Association des banquiers canadiens): Je dirais aussi que le problème que cela nous pose vraiment, c'est que le droit privé d'action pourrait ouvrir la porte au droit d'action et aux recours collectifs. Si on met tous ces éléments dans le lancement de recours collectifs de la province et le coût que cela représente pour les entreprises, particulièrement les petites et moyennes entreprises, il pourrait être très onéreux de se défendre contre ces poursuites.

C'est sur cet aspect que nous nous sommes concentrés et l'impact qu'il pourrait avoir, particulièrement s'il n'y a pas vraiment besoin de démontrer la preuve d'une perte réelle. Je pense que dans l'exemple que vous avez donné, il y avait perte potentielle, et cela pourrait être un élément de réflexion pour le comité, mais ce qui nous préoccupe, c'est cette espèce de droit d'action intégral, rien que parce que quelque chose est arrivé qui était en contravention avec la loi.

M. Anthony Rota: J'ai perdu du temps, et mon temps est précieux; par conséquent, je peux tenter des poursuites. C'est le genre de chose que nous essayons d'éviter.

M. William Randle: Et comme vous le dites, monsieur Rota, nous avons tous connu des gens qui ont leur façon de composer avec certaines choses, et je pense qu'il est injuste pour les compagnies que... En fait, comme l'ont déjà dit plusieurs autres témoins, une erreur peut être commise de bonne foi, qui pourrait déclencher des poursuites fondées sur le droit d'action stipulé dans cette loi.

L'hon. Michael Chong: Merci beaucoup, monsieur Randle.

Monsieur Bouchard.

[Français]

M. Robert Bouchard: Merci, monsieur le président.

À mon tour, je veux souligner la Journée mondiale de la traduction. Je veux dire merci aux interprètes parce que je suis un grand utilisateur de leurs services.

Merci également à chacune et à chacun d'entre vous d'être venus témoigner cet après-midi.

Ma première question s'adresse à M. Paul Misener. Vous me direz si je résume bien votre exposé. Vous avez dit qu'entre entreprises, il ne devrait pas y avoir de contraintes ou de limites en matière de courriels, et qu'entre une entreprise et un consommateur ou un client, la période devrait être d'une durée de cinq ans pour pouvoir établir la communication. J'aimerais obtenir des précisions sur cette durée de cinq ans. Est-ce au moment où le dossier est ouvert ou lors du dernier courriel, de la dernière communication?

Vous êtes-vous penchés sur le délai d'application? Est-ce que la période de cinq ans que vous proposez commence à s'appliquer immédiatement, ou avez-vous un délai de transition pour l'application?

• (1630)

[Traduction]

M. Paul Misener: Merci, monsieur.

Ce que je proposais ici, c'était de reconnaître que dans le contexte d'un consommateur qui va, de lui-même, acheter quelque chose à un vendeur, il y a consentement implicite pour que ce vendeur continue de communiquer avec ce consommateur et lui offre de nouveaux

produits — peut-être la suite du livre qu'il a acheté — et qu'un consentement implicite de 18 mois seulement ne suffit tout simplement pas et ne correspond pas aux attentes des consommateurs, surtout quand on sait que les livres ne sont pas publiés aux 17 mois, les nouvelles voitures ne sont pas à changer au bout de 17 mois, etc. Il y aurait vraiment avantage pour les consommateurs à fixer une période beaucoup plus longue. Je pencherais en faveur d'une période indéfinie, mais peut-être que cinq ans pourraient suffire.

Excusez-moi, quelle était l'autre question?

[Français]

M. Robert Bouchard: Ma deuxième question portait sur cette transition. À partir de quand ce délai, qu'il soit tel que prescrit dans la loi ou d'une durée de cinq ans, s'applique-t-il? Comment établissez-vous cette date de départ?

[Traduction]

M. Paul Misener: C'est une excellente question monsieur.

Je ne suis pas expert en matière de lois. Je pense que c'est probablement la date à laquelle la loi entrerait en vigueur. On peut supposer que c'est là que tout commencerait, parce que si vous vous en souvenez, les vendeurs sont tenus de faire un suivi des dates d'achats des consommateurs. Tout d'un coup, un compte à rebours sera associé à chaque client, et l'on peut supposer que ce sera à partir de l'entrée en vigueur de la loi, simplement pour qu'on puisse faire ce genre de suivi et ne pas devoir essayer de remonter trop loin pour déterminer quand le compte à rebours a commencé.

[Français]

M. Robert Bouchard: Je vous remercie.

Je m'adresse maintenant à Mme Clark de l'Association des banquiers canadiens. Vous avez parlé de la possibilité, pour une entreprise ou un commerçant, je présume, d'entrer en contact avec une personne pour obtenir son consentement au préalable, d'avoir la possibilité de communiquer une fois avec elle et, par la suite, d'obtenir son consentement.

Est-ce bien exact? Pourriez-vous justifier cette démarche?

Mme Nathalie Clark: Oui, c'est exact. Nous voulons avoir la possibilité d'entrer en communication une première fois avec un client ou un consommateur potentiel afin d'établir un premier contact et de lui demander, à ce moment-là, son consentement. Évidemment, nous ne proposons pas que cette démarche initiale soit faite sans paramètres rigoureux, que la loi devrait prévoir, afin de nous assurer de respecter l'intention de la loi. C'est ce que nous proposons. Nous sommes d'avis qu'une telle modification nous permettrait d'entreprendre des activités d'affaires, par ailleurs légitimes, sans compromettre l'intention et les objectifs de la législation.

• (1635)

M. Robert Bouchard: J'ai une sous-question. Parlez-vous de la clientèle existante d'une entreprise ou parlez-vous de démarches pour attirer de nouveaux clients?

Mme Nathalie Clark: Il s'agit de démarches auprès de nouveaux clients ou de clients potentiels.

M. Robert Bouchard: C'est bien. Cela veut donc dire que, pour les clients existants, vous ne suggérez pas de durée relative à cette fidélité entre l'entreprise et ce client.

Vous êtes-vous penchés sur la question du délai qui pourrait être mis en vigueur? Un peu plus tôt, on a parlé de cinq ans. Est-ce plus court? Est-ce sans limite?

Mme Nathalie Clark: Nous ne nous sommes pas penchés sur cette question. J'aimerais d'abord réitérer que nous appuyons ce projet de loi, mais que nous croyons que certains amendements simples pourraient répondre à certaines de nos préoccupations relatives aux activités d'affaires légitimes. Évidemment, il est important pour nous de pouvoir avoir ce contact initial avec un consommateur éventuel.

En ce qui a trait à nos préoccupations relatives à la clientèle existante, je dois mentionner l'interdiction de référer ce client actuel à d'autres filiales de la banque. Nous voulons avoir cette possibilité. Nous suggérons également que nous puissions offrir à un client actuel de la banque d'être référé aux filiales de la banque ou à d'autres services de la banque. C'est le seul commentaire que nous avons fait pour les clients existants.

M. Robert Bouchard: J'aimerais entendre l'opinion de la représentante d'Option consommateurs. On peut voir qu'il y a une assez grande ouverture quant aux possibilités de communication. Vous semblez dire que pour qu'il y ait une communication entre une entreprise et un consommateur, il doit y avoir consentement préalable. Est-ce exact?

Mme Geneviève Reed: Tout à fait. C'est ce qu'on a recommandé dans le cadre d'un projet de recherche qu'on a réalisé en 2004. C'est la position qu'on a toujours eue. Nous souhaitons, comme une bonne partie des Canadiens que nous avons interrogés à ce moment-là, qu'un *opt-in* doive être fait, c'est-à-dire devoir consentir à obtenir l'information, ne serait-ce que pour respecter le fait qu'une adresse de courriel est un renseignement personnel.

Je me demande comment les entreprises vont entrer en relation initialement avec un consommateur s'il n'y a pas de relation préalable. Comment vont-elles avoir accès à ces adresses de courriel? C'est ma question.

Le président: Merci, monsieur Bouchard et madame Reed.

Monsieur Lake.

[Traduction]

M. Mike Lake: Je vous remercie, monsieur le président.

J'ai une question à poser rapidement à MM. Gray et Kee.

L'un de vous a parlé de problèmes d'installation que vous avez eus, et nous avons entendu d'autres groupes exprimer des préoccupations similaires, quand le logiciel qui est sur l'ordinateur a besoin de mises à jour périodiques pour assurer son bon fonctionnement. Je sais que c'est un aspect que nous allons examiner avec les amendements. Nous avons reconnu que cela pourrait poser problème.

Monsieur Misener, pour revenir à vos commentaires sur l'article 10 et la période de 18 mois, j'aimerais préciser quelque chose, rapidement. Cette période de 18 mois s'applique seulement dans le cas du consentement implicite, alors le concept de cette relation d'affaires en cours... Si vous, dans le cadre de cette relation d'affaires en cours, demandez simplement au client qui achète le livre ou quoi que ce soit d'autre de vous donner son consentement exprès, vous avez ce consentement à perpétuité.

Est-il déraisonnable de s'attendre à ce qu'une compagnie puisse tout simplement demander ce consentement exprès et l'obtienne, de telle sorte que si un nouveau livre est publié quatre ans plus tard, elle

n'a pas à le demander à nouveau parce que le consentement exprès a été obtenu au moment de l'achat initial?

M. Paul Misener: Merci, monsieur Lake.

Ce pourrait être raisonnable, mais ici, nous avons déjà reconnu que le consommateur, en faisant son achat, a des attentes. C'est une transaction. Ce n'est pas simplement une affaire de consulter un site Web ou de recevoir un courriel; c'est quelqu'un qui se rend quelque part faire un achat. On s'attend maintenant à ce que le consommateur veuille entretenir une espèce de relation. On pourrait soutenir que ceci devrait être entièrement un projet de loi sur l'acceptation, mais ce n'est pas le cas, et ce n'est pas ce qu'il devrait être. Je pense que les consommateurs s'attendraient à ne pas devoir passer par les aléas du consentement exprès au moment de leur premier achat. Autrement, cet article sur le consentement tacite n'aurait pas de raison d'être.

Tout ce que je propose, c'est que si nous devons avoir un régime de consentement tacite, qui à mon avis est tout à fait raisonnable et répond aux attentes des consommateurs, il faut répondre à leurs attentes à l'autre extrême aussi, c'est-à-dire qu'au bout de 17 mois et demi, ils ne soient pas submergés de courriels émanant de vendeurs qui essaient de garder leurs acheteurs, mais plutôt que la période corresponde de plus près au cycle des produits et au cycle de vie des produits.

● (1640)

M. Mike Lake: D'accord. Je comprends la problématique.

Étant moi-même un consommateur, lorsque j'achète quelque chose, que ce soit en ligne ou non, je ne m'attends pas à recevoir des courriels du vendeur pour le restant de mes jours parce que j'ai fait cet achat. Il me semble que ce ne serait pas très difficile de me demander mon consentement explicite à ce moment-là. Alors, si c'est ce que je veux, je n'ai qu'à cocher la case appropriée et je m'attends alors à recevoir des courriels. C'est seulement une observation personnelle que je fais.

Madame Clark, j'aimerais clarifier une chose. Tout d'abord, vous avez parlé de la loi américaine, en la citant en exemple, et vous avez dit qu'elle traite les choses différemment des autres lois et qu'elle est plus sévère que d'autres à certains égards.

Or, David Fewer, qui assistait à notre dernière réunion à titre de représentant de la Clinique d'intérêt public et de politique d'Internet du Canada a dit — et je le cite — que « le projet de loi représente une amélioration considérable par rapport à la loi dite CAN-SPAM qu'ont adoptée les États-Unis et qui, à franchement parler, encourage sans retenue le pollupostage ».

Des voix: Oh, oh!

M. Mike Lake: Il a dit que si nous prenions cette direction, nous ferions une erreur.

Êtes-vous d'accord avec M. Fewer pour dire que la loi américaine ne va pas assez loin, que nous devons tirer des leçons des autres lois qui ont été adoptées et peut-être des erreurs qui ont été commises, au moment de rédiger ce projet de loi?

Mme Nathalie Clark: Je vais laisser mon collègue répondre à cette question.

M. William Randle: Merci, monsieur Lake.

Comme nous l'avons dit, nous sommes très en faveur du projet de loi en général. Nous avons fait référence à d'autres lois par rapport à certaines dispositions bien précises, et non par rapport à l'ensemble du projet de loi. Je conviens que les fonctionnaires et le ministère ont examiné longtemps les lois des autres pays pour en arriver à un projet de loi détaillé qui, je crois, reçoit beaucoup d'appui. Les comparaisons que nous avons faites avec d'autres lois, en particulier celle des États-Unis, visaient certaines dispositions du projet de loi et non le projet de loi dans son ensemble. Je crois que d'autres témoins diraient aussi que même si ce projet de loi doit susciter l'admiration à bien des égards, cela ne signifie pas que nous ne pouvons le rendre encore meilleur avec certains amendements.

M. Mike Lake: On suggère toutefois d'apporter des précisions. Est-ce que vous proposez qu'une entreprise puisse m'envoyer un courriel, sans que nous n'ayons aucune relation, pour me demander si je souhaite avoir une relation d'affaires avec elle?

M. William Randle: Parlez-vous du message initial de prise de contact?

M. Mike Lake: Oui. Est-ce bien ce que vous proposez, le message initial de prise de contact?

M. William Randle: À l'époque où nous vivons, où de plus en plus d'entreprises font des affaires par des moyens électroniques — et il s'agit en fait d'une pratique qu'on encourage parce qu'elle permet évidemment de réduire les coûts à la fois pour les entreprises et les consommateurs — nous disons qu'il faudrait essayer de trouver un juste équilibre entre le besoin d'éviter des pourriels nocifs et le fait de permettre aux entreprises de continuer de mener des activités commerciales légitimes par des moyens électroniques. Nous croyons que ce juste équilibre peut être atteint si on permet d'envoyer un message initial de prise de contact à des clients potentiels, avec des protections convenables, comme nous l'avons indiqué, ce qui serait conforme à l'intention et aux principes du projet de loi.

M. Mike Lake: Alors, théoriquement, si mon adresse électronique se retrouvait sur une liste d'adresses qui serait vendue, si c'était là la manière dont les entreprises pouvaient prospecter les clients potentiels, mon nom pourrait être vendu à 100 000 entreprises et chacune d'entre elles pourrait m'envoyer un courriel pour voir si je suis intéressé à leur donner mon consentement explicite pour qu'elles me vendent leurs produits.

• (1645)

M. William Randle: Eh bien, c'est une idée intéressante, mais franchement, je ne crois pas que bien des gens recevraient 100 000 courriels. C'est toujours possible d'extrapoler à l'extrême, mais je crois qu'en pratique, c'est un nombre très limité d'entreprises qui s'adonnent à ce type d'activité, surtout quand on sait qu'un certain nombre de restrictions s'appliqueraient à l'envoi du message initial.

Avec tout le respect que je vous dois, je ne crois pas que 100 000 entreprises prendraient le temps et la peine de préparer ce type de message initial.

M. Mike Lake: Mais le fait que vous le proposez laisse penser que vous feriez valoir qu'il s'agit d'une bonne stratégie pour une entreprise que d'obtenir des adresses électroniques et d'envoyer un courriel par la suite, n'est-ce pas? Donc, ne serait-il pas logique qu'une entreprise qui souhaite se promouvoir suive cette bonne stratégie et envoie un courriel? Il y aurait alors des dizaines de milliers ou des centaines de milliers d'entreprises qui auraient recours à cette stratégie.

M. William Randle: Encore une fois, avec tout le respect que je vous dois, je ne crois pas qu'il y en aurait des dizaines ou des

centaines de milliers. Compte tenu des restrictions que nous proposons d'adopter, ce ne serait qu'un petit nombre d'entreprises, et beaucoup n'ont pas les moyens, les ressources ou les effectifs nécessaires pour contacter des clients potentiels.

Le président: Juste une question brève.

M. Mike Lake: En fait, pourrais-je entendre les commentaires de Mme Reed à ce sujet? Je suis curieux de savoir ce qu'elle en pense.

[Français]

Le président: Madame Reed.

Mme Geneviève Reed: Merci.

Je réitère ma question à toute entreprise qui veut faire un envoi initial. Où va-t-elle prendre l'adresse de courriel de la personne qu'elle veut contacter? C'est ma seule question.

Le président: Merci, madame Reed.

[Traduction]

Merci, monsieur Lake.

Monsieur Masse.

M. Brian Masse: Merci, monsieur le président.

Ma première question s'adresse à M. Misener. Selon votre définition, un consommateur est une personne qui achète quelque chose d'une autre personne. Ce qui est malheureux, c'est que cela pourrait s'appliquer à n'importe quoi n'importe où, puisque nous sommes une société de consommation. Cela pourrait s'appliquer à tout, que ce soit aux aliments, aux magasins, aux boutiques, etc. Il se trouve que votre entreprise a connu beaucoup de succès sur le plan du marketing et de l'utilisation d'Internet, surtout à ses débuts et avec la convergence des médias et les produits que vous vendez.

Vous demandez que la période de consentement implicite de 18 mois soit changée et j'aimerais vous poser une question. Il est possible, bien sûr, que j'aie acheté un livre que j'ai bien aimé, mais j'aurais pu acheter un livre que j'ai détesté. Alors pourquoi auriez-vous le droit de m'envoyer le suivant?

Des voix: Oh, oh!

M. Paul Misener: C'est un bon point, mais le suivant pourrait être meilleur!

Il y a de nombreuses façons d'inscrire nos commentaires sur des produits précis dans Amazon.ca. Nos clients présentent leurs recommandations avec véhémence, à la fois pour et contre. Ces recommandations sont donc très utiles aux consommateurs qui font des achats sur le site.

Je dis simplement que si vous devez avoir un consentement implicite basé sur un achat, une période de 18 mois est insensée. Il faut une période beaucoup plus longue pour que ce soit utile aux consommateurs. J'ai songé non seulement à des produits semblables, mais aussi à des produits de remplacement, comme des rasoirs électriques ou des écouteurs, qui ont une durée de vie limitée. Vous ne voulez pas recevoir un courriel sur la possibilité de remplacer ce produit dans une période de 17 mois et demi, parce qu'il est à espérer que le produit fonctionne toujours à ce moment-là, mais après quatre ans, cette offre pourrait être utile.

M. Brian Masse: Eh bien, ce pourrait être une façon d'inciter les entreprises à offrir une période de garantie correspondant à la période où elles peuvent communiquer de nouveau avec vous. Du point de vue du consommateur, c'est ce que je ferais valoir.

J'aimerais m'adresser maintenant à Mme Clark et à M. Randle, parce que je crois qu'il y a un aspect qu'on n'a pas abordé. Par exemple, j'achète mon propre ordinateur, je paie le service Internet et je vais à la banque en ligne et je finis par payer des frais de service pour cela. Puis une fenêtre flash apparaît pour un sondage auquel je dois répondre avant de pouvoir même accéder à mon propre compte bancaire.

N'est-ce pas un privilège de pouvoir m'envoyer un courriel par le biais d'un service que je paie, sur un équipement que j'ai acheté, par un médium que je contrôle et lors d'une transaction que j'ai avec une institution et pour laquelle je paie des frais? Est-ce que ce ne devrait pas être l'inverse? N'est-ce pas simplement un privilège de pouvoir envoyer à quelqu'un une information au sujet d'un nouveau produit ou service?

• (1650)

Mme Nathalie Clark: Je crois que votre question a trait aux services bancaires en ligne.

M. Brian Masse: Non, même de façon générale. Je crois qu'on ne reconnaît pas assez que ce sont les consommateurs qui paient pour cette infrastructure avec leurs taxes — et, en fait, bien souvent avec les subventions issues des programmes gouvernementaux qui permettent d'offrir Internet à la vitesse et pour la durée que l'on connaît maintenant. Encore plus d'argent sera investi dans cela. Personnellement, à titre de consommateur, vous payez pour toute l'infrastructure ou les coûts de fonctionnement, et vous donnez un portail ou une entrée là où vous avez investi.

Mme Nathalie Clark: Les transactions bancaires en ligne se font dans un site Web d'une banque auquel, des consommateurs comme vous, accèdent proactivement pour s'occuper de leurs finances personnelles. Ces portails de banque électronique ont été mis au point pour répondre à un besoin des consommateurs, qui voulaient utiliser des moyens électroniques pour s'occuper de leurs finances personnelles.

C'est aussi un moyen que peuvent utiliser les institutions financières pour entrer en contact avec leurs clients, parce que bien souvent ces consommateurs n'iront pas à la succursale ou n'appelleront pas la banque. C'est donc aussi une façon d'avoir une conversation avec les clients.

Je crois que vous faites référence au fait que la banque a la possibilité d'envoyer des messages à ses clients. Certains de nos sites Web de banque électronique utilisent ces fenêtres pour vous envoyer des renseignements, très souvent après avoir identifié un besoin. Ce type de message est parfois utilisé pour répondre à des questions précises, selon ce qui est disponible sur le site Web.

Mais c'est une démarche proactive que fait le consommateur pour entrer sur un site Web et qui permet à la banque de répondre à un besoin du client. Par conséquent...

M. Brian Masse: Pour dire franchement, ce besoin est né en partie parce qu'un grand nombre de banques dans ma circonscription ont fermé leurs portes, pour que vos options soient plus limitées. C'est un milieu changeant qui a aussi fait naître certains des besoins que nous avons maintenant.

Le problème, c'est que je considère qu'il s'agit d'un pourriel lorsque je dois répondre à un sondage sur mon comportement — ce qui est acheminé dans un autre dossier — pour pouvoir accéder à

mon compte. Je trouve que c'est une insulte, parce que je paie pour ce compte. Je crois que les Canadiens méritent beaucoup plus de considération. Ils peuvent consulter votre site Internet et voir ce qui leur est offert et décider quand et comment ils ont besoin de l'utiliser. Je crois que nous avons mis les choses sens dessus dessous.

Ai-je le temps pour une dernière question rapide? Merci, monsieur le président.

C'est une question que j'aimerais poser à tout le monde ici, parce que je crois que c'est important lorsqu'on parle de la mise à jour des logiciels. J'ai une PlayStation 3. J'ai grandi à l'ère des jeux. On m'envoie un message pour mettre à jour mon ordinateur ou mon jeu, et je dois accepter, lire une longue déclaration et l'accepter, puis le téléchargement se fait automatiquement. Je crois comprendre qu'on demande de suivre le même processus pour d'autres choses. Cela inciterait peut-être Microsoft à mettre sur le marché un produit qui serait définitif. J'aimerais savoir si ce n'est pas une façon raisonnable d'aborder la question des mises à jour de logiciels, de votre information. Je lance la question ici.

[Français]

Mme Geneviève Reed: Je crois effectivement que c'est une façon assez sensée de continuer cette relation commerciale. Si cela peut rassurer M. Misener, je dirais qu'au moment de l'envoi d'un premier courriel, il est très facile de demander au consommateur de cocher une case s'il veut recevoir d'autres courriels. Ensuite, la relation peut se poursuivre pour l'éternité. Ce projet de loi est assez ouvert pour permettre aux entreprises de faire des affaires.

[Traduction]

M. Brian Masse: Quelqu'un d'autre voudrait faire un commentaire?

M. Jason Kee: Je vais répondre, parce que l'Association canadienne du logiciel de divertissement est en fait le groupe commercial de la Video Game Association.

Merci de votre appui, monsieur Masse.

• (1655)

M. Brian Masse: J'ai aussi une PSP.

M. Jason Kee: Pour revenir à votre question — et c'est en fait l'essentiel de notre préoccupation —, ce que le projet de loi propose va beaucoup plus loin que cela. Non seulement vous devrez obtenir une forme de consentement, ce qui n'est pas déraisonnable en soi, comme vous l'avez mentionné, mais vous devrez aussi décrire la fonction, l'objectif et l'impact de chaque programme d'ordinateur qui est installé durant ce processus et identifier clairement... Dans la mesure où vous trouvez que le processus de mise à jour est peu pratique maintenant, pouvez-vous imaginer ce que ce serait si vous aviez littéralement des centaines de pages pour chaque mise à jour individuelle qui se produit et quel serait l'impact de tout cela sur le système?

De plus, certaines de ces mises à jour doivent identifier les failles de sécurité qui se sont présentées, ce qui entraîne un autre problème. Essentiellement, Sony indiquerait au monde entier: « En passant, nous avons identifié une faille de sécurité qui vous permet de mettre à jour le réseau PlayStation gratuitement, et vous pouvez télécharger autant de jeux que vous le souhaitez. Nous allons corriger cela. Acceptez-vous? »

Certains consommateurs pourraient être...

M. Brian Masse: Cela ne me fait rien, mais je comprends ce que vous dites. Ce ne peut pas être un ajustement mineur. En même temps, comment trouver un juste équilibre? Ce sera là le véritable défi — c'est probablement ce que le ministère nous dira.

M. Jason Kee: Je suis d'accord.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Masse et monsieur Kee. Madame Coady.

Mme Siobhan Coady (St. John's-Sud—Mount Pearl, Lib.): Merci beaucoup.

Merci à tous les témoins d'être ici aujourd'hui et de prendre le temps d'examiner ce projet de loi et de nous donner certaines suggestions précises sur la façon dont nous pouvons l'améliorer.

J'aimerais poser quelques questions à M. Copeland, si vous me le permettez, au sujet de l'application de la loi, parce que votre exposé a porté principalement sur cet aspect, et nous n'avons pas vraiment creusé cette question.

Je suis intriguée par votre proposition trilatérale. Pouvez-vous nous en dire davantage? Si l'on songe à l'application de la loi, en particulier aux responsabilités civiles et aux infractions, le CRTC et les tribunaux entrent en jeu. Pouvez-vous nous parler un peu de ce que vous appelez, je crois, le « groupe de travail trilatéral »?

M. Tom Copeland: J'estime que c'est une approche qui pourrait s'avérer très pratique. Si trois organismes différents tentent de faire appliquer une même loi, il est fort probable qu'il y ait parfois des chevauchements. Si je me souviens bien, le Commissaire à la protection de la vie privée aura le pouvoir de refuser une enquête, ce qui signifie que la plainte devrait être dirigée ailleurs pour être réintroduite si c'était le cas, ou si de nouvelles informations pouvant changer l'issue de l'enquête étaient présentées. Il pourrait sembler quelque peu laborieux de jouer à la marelle dans le processus d'application de la loi. Ce serait trop compliqué pour rien d'essayer de s'y retrouver, les gens ne sachant pas où présenter leurs plaintes ni comment y donner suite. Si on pouvait faire appel à un centre d'expertise...

Mme Siobhan Coady: Existe-t-il un autre moyen que de tenter de simplifier ce que nous faisons ou d'étoffer les règlements? Avez-vous envisagé une autre solution, mis à part le groupe de travail trilatéral?

M. Tom Copeland: Je tente simplement de me mettre dans la peau d'un consommateur: Où commencer? À qui peut-on présenter une plainte? Dois-je m'adresser au CRTC? Au Commissaire à la protection de la vie privée? Au Bureau de la concurrence? Je reçois un message portant un en-tête contrefait, on veut me vendre des médicaments bidons, je suis la cible d'envois massifs, mais je n'ai jamais consenti, même de façon tacite, à recevoir ces messages... Par quoi dois-je commencer?

Si les consommateurs doivent jouer aux devinettes pour pouvoir initier une plainte, j'ai l'impression que cela va en décourager plusieurs.

Mme Siobhan Coady: Avez-vous un commentaire à formuler à propos du droit de poursuite au civil? Nous en avons discuté un peu plus tôt aujourd'hui.

M. Tom Copeland: Certainement. Je peux comprendre que l'Association des banquiers canadiens aie des réserves à cet égard. Ailleurs dans le monde, notamment aux États-Unis, où on a déjà vu des cas de poursuites au civil de ce genre, les grands fournisseurs de services de télécommunications semblent se prévaloir de ce droit lorsqu'ils veulent faire un coup d'éclat. Ils veulent que des sanctions exemplaires soient imposées à un distributeur notoire de pourriels.

Ils veulent saisir leurs manoirs, leurs bateaux et leurs voitures, et les faire tirer parmi leurs clients pour faire les grands titres.

J'espère que cela ne paverait pas la voie à des poursuites frivoles. L'absence de conséquences n'est pas souhaitable non plus. Il est plus facile pour les grands télécommunicateurs de chiffrer les dommages causés, parce qu'ils doivent traiter l'information qui est diffusée par l'entremise de leur système. On pourrait dire que chaque pourriel vaut tant de sous, alors on pourrait en arriver à calculer les coûts. Je crois qu'il est important d'évaluer les coûts liés aux dommages causés.

Mme Siobhan Coady: Merci.

J'aimerais maintenant poser une question à MM. Misener et Gray au sujet des dispositions concernant le consentement. Je parle des cas graves pour lesquels aucun consentement n'a été obtenu. Certains disent que les dispositions en question sont trop restreintes et qu'elles ne cadrent pas avec ce qui se fait ailleurs dans le monde. Si on prend, par exemple, la Loi antipourriel de la Nouvelle-Zélande, les notions de consentement tacite et de consentement explicite sont probablement interprétées un peu différemment. La définition de consentement adoptée pour la LPRPDE, que le Groupe de travail sur le pourriel a citée, a une portée beaucoup plus vaste que celle de la loi proposée. On le définit comme suit: « ... le consentement implicite survient lorsque les actes ou l'inaction de la personne permettent raisonnablement de déduire qu'il y a consentement ».

Croyez-vous que les dispositions relatives au consentement dans la loi proposée sont trop restreintes? Je crois que vous avez demandé des modifications quant au délai, mais avez-vous examiné les dispositions relatives au consentement?

Monsieur Gray, pourriez-vous nous faire part de vos commentaires à cet égard par la suite?

• (1700)

M. Paul Misener: Merci, madame.

Nous sommes tout à fait à l'aise avec le principe des relations d'affaires en cours. Dans ce cas-ci, le consommateur vient acheter un produit sur un site Web, comme le nôtre ou celui d'un autre vendeur commercial, alors nous n'avons aucune réserve à l'égard de cette notion de consentement tacite. Je crois que c'est plus une question de délai. Si on parle de consentement tacite, celui-ci ne devrait pas expirer aussi rapidement.

Le président: Monsieur Gray.

M. Chris Gray: Monsieur le président, je me contenterai de commenter brièvement avant de céder la parole à Jason.

Les dispositions sont sans contredit trop restreintes dans leur forme actuelle, et elles doivent être révisées.

Le président: Brièvement, monsieur Kee.

M. Jason Kee: Essentiellement, un des problèmes que pose le régime actuel de consentement tacite, c'est qu'il est défini par les notions restreintes de « relations d'affaires en cours » et « relations privées en cours ». Bien qu'avoire une ligne de démarcation très nette nous donne une certaine assurance, puisqu'elle nous permet de savoir sans équivoque où l'on se situe, elle ne cadre pas nécessairement avec la foule de contextes dans lesquels on peut déduire raisonnablement qu'il y a eu consentement. Quelqu'un a donné le site Facebook en exemple à la dernière réunion. Il est raisonnable de déduire que les utilisateurs s'attendent à recevoir des messages de l'administrateur (comme des annonces pour des campagnes de charité); il n'est pas nécessaire d'exprimer son consentement. La notion de consentement tacite, telle qu'elle est définie dans le projet de loi actuel, ne s'appliquerait pas à ce genre de situation.

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Wallace.

M. Mike Wallace: Merci, monsieur le président.

Je veux souhaiter la bienvenue à tout le monde cet après-midi. Vos commentaires sont très intéressants. Nous en sommes à la fin des séances avec témoins, et nous devons peaufiner les derniers détails au cours des deux prochaines semaines.

Monsieur Copeland, j'aimerais obtenir quelques précisions pour être certain de bien comprendre. Un groupe de travail du ministre s'était penché sur la question. Vous faisiez partie de ce groupe de travail, n'est-ce pas?

M. Tom Copeland: C'est exact. J'étais l'un des 10 membres.

M. Mike Wallace: J'ai deux questions à vous poser, mais commençons par la première. J'ai participé à un examen de la LPRPDE et à d'autres projets semblables. Certaines lois sont soumises à un examen obligatoire dans un temps donné. Comme il s'agit d'une nouvelle loi, est-ce que le groupe de travail a envisagé la possibilité de la soumettre à un examen dans cinq ans pour vérifier quelles sont ses répercussions réelles? En a-t-il été question? Quelle est votre opinion personnelle à ce sujet? Nous reconnaissons que votre opinion ne représente pas nécessairement celle du groupe de travail. Pensez-vous que nous devrions prévoir un examen obligatoire de la loi dans un temps donné?

M. Tom Copeland: Si je me souviens bien, car cela remonte quand même à quelques années, nous n'en avons pas discuté. Toutefois, la technologie évolue. C'est un domaine qui bouge beaucoup, et nous ne nous attendons certainement pas à ce que les définitions actuelles des cyberactivités illégales, par exemple, ne changent jamais. Je crois qu'il serait souhaitable de prévoir un examen provisoire aux deux ans et un examen complet aux cinq ans, et qu'il ne faudrait pas trop tarder pour le faire — entre deux et cinq ans.

M. Mike Wallace: Je présume que les problèmes que le Conseil de la propriété intellectuelle du Canada a soulevés aujourd'hui, ou des points semblables, ont fait l'objet de discussions au sein du groupe de travail en ce qui a trait à la portée du projet de loi. Est-ce le cas?

M. Tom Copeland: Dans une certaine mesure, oui.

M. Mike Wallace: Je prendrai une minute pour poser une question au sujet du droit de poursuite au civil aux représentants de l'Association des banquiers canadiens, que je suis heureux de voir ici aujourd'hui. Je vais vous donner un exemple personnel. Je suis un client de la Banque TD, et je dois vous avouer que je suis souvent la cible de tentatives d'hameçonnage. Je reçois des courriels qui ressemblent en tous points à un courriel qu'aurait pu envoyer la

Banque TD. Ils portent leur logo, mais il n'est pas vert... quelqu'un essaie d'accéder à mon compte. On me demande mon numéro d'identification personnelle, ou peu importe le terme qu'on utilise, sous prétexte de vouloir faire des vérifications. Évidemment, ce ne sont que des mensonges. Ces courriels ne proviennent pas de la banque; c'est quelqu'un d'autre qui tente de me soutirer de l'information.

Supposons que je fais l'erreur de leur donner cette information et qu'ils vident ensuite mon compte bancaire. Ai-je le droit de poursuivre ces gens-là?

•(1705)

Mme Nathalie Clark: Je peux vous affirmer que les banques ont toujours indemnisé les clients qui avaient subi des pertes à la suite d'un vol d'identité. C'est la pratique courante.

M. Mike Wallace: Alors votre solution consiste à ce que la banque couvre mes pertes et qu'elle me remette mon argent, et je devrais en rester là.

Mme Nathalie Clark: Oui, nous avons toujours procédé de cette façon.

M. Mike Wallace: Très bien.

J'ai une autre question à vous poser. Malheureusement, ou heureusement, je fais partie de ce comité ainsi que du Comité des finances, et nous examinons bien sûr la Loi sur les banques, ce que nous avons fait il y a quelques années d'ailleurs. Les banques n'ont pas le droit d'utiliser les informations détenues par leurs filiales pour nous vendre des produits d'assurance. Ce ne sont pas toutes les banques qui offrent des produits d'assurance, mais certaines le font. Si ma banque détient mon adresse électronique, que j'aurais fournie pour mes versements d'hypothèque ou autres, a-t-elle le droit de l'utiliser pour m'envoyer de l'information en vue de me vendre des assurances? Est-ce que l'Association des banquiers canadiens a une position à cet égard?

M. William Randle: Tout ce que je peux vous dire, monsieur Wallace, c'est que, et vous vous en doutez sûrement, tous nos membres suivent à la lettre les exigences de la Loi sur les banques et des règlements pertinents, y compris les règlements sur les assurances.

M. Mike Wallace: Ce n'est pas vraiment une réponse.

Des voix: Oh, oh!

M. Mike Wallace: C'est une bonne réponse, mais cela ne répond pas...

M. William Randle: Je suis heureux d'entendre que c'est une bonne réponse.

Des voix: Oh, oh!

M. Mike Wallace: Nous avons entamé une discussion intéressante à savoir si les banques peuvent utiliser Internet pour vendre de l'assurance, alors qu'elles ne peuvent pas le faire par l'entremise de leurs filiales. J'ai peur qu'elles n'utilisent nos informations personnelles pour nous vendre de l'assurance. Peut-être faudrait-il changer la loi.

Nous avons déjà parlé du délai de 18 mois, monsieur Misener, et celui-ci cadre avec la loi concernant la liste des numéros de télécommunication exclus que nous avons ici au Canada. Si je ne m'abuse, tout est conforme. Vous n'en avez pas parlé, et peut-être que vous n'êtes pas en mesure de commenter non plus, mais on a proposé qu'une personne désirant être retirée de la liste devrait en informer son fournisseur, qui aurait 10 jours pour s'exécuter en vertu de cette loi. Certaines personnes sont venues nous dire que ce délai était trop court, et qu'il faudrait le prolonger à 31 jours. Est-ce que votre organisation croit que 10 jours seraient suffisants?

M. Paul Misener: Un délai de 31 jours nous donnerait certainement une plus grande marge de manoeuvre, mais je crois que nous pouvons vivre avec un délai de 10 jours. Nous offrons à nos clients la possibilité de se désabonner dans chaque courriel que nous leur envoyons, de même que sur notre site Web. Les clients peuvent demander de ne recevoir aucun courriel, pas même les annonces légales. Différents mécanismes leur sont offerts pour se désinscrire ou s'inscrire à nos listes de diffusion. Nous offrons divers services à nos clients qui leur permettent de préciser le genre de courriel qu'ils aimeraient recevoir de nous. Nous croyons que c'est un système tout à fait juste pour nos clients.

M. Mike Wallace: Merci.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Wallace.

Merci, monsieur Misener.

Monsieur Vincent.

[Français]

M. Robert Vincent: Merci, monsieur le président.

Bienvenue. J'aimerais poursuivre avec Mme Clark.

Plus tôt, vous avez dit quelque chose qui m'a fait un peu sursauter. Vous avez parlé de partager la liste des adresses Internet avec d'autres filiales de la banque. Comme le disait M. Wallace, ce sont des renseignements personnels. On parle ici d'hypothèques.

Pour quelle raison voulez-vous transmettre ces renseignements personnels à d'autres filiales de la banque? Quelles sont ces autres filiales et pourquoi est-il important pour vous de transmettre ces renseignements personnels à des personnes autres que celle à qui on les a remis et en qui on avait confiance?

Mme Nathalie Clark: Nous suggérons d'amender le projet de loi afin de permettre à la banque, qui a déjà une relation d'affaires avec son client, de partager des informations avec certaines de ses filiales afin d'offrir à son client un service dont l'approche est un peu plus holistique, si je peux dire. Très souvent, l'objectif de la banque est de servir son client le mieux possible et de lui offrir par conséquent un service ou des conseils financiers plus globaux. L'objectif que nous visons est de donner la possibilité à la banque d'offrir à son client ces services lorsqu'un besoin est identifié. Ça nous apparaît comme une pratique tout à fait légitime en affaires.

En ce qui a trait aux autres filiales auxquelles la banque pourrait confier ces renseignements, on peut penser à des possibilités d'investissement et à des conseils pouvant être offerts par certains planificateurs financiers pour bonifier la situation des consommateurs. Évidemment, nous le faisons toujours dans l'intérêt de nos clients et dans le but de leur offrir un service global leur permettant d'être informés sur leur situation financière personnelle, et d'optimiser le plus possible leur relation avec la banque et ses services financiers.

●(1710)

M. Robert Vincent: Par exemple, si je fais affaire avec vous, ça ne veut pas dire que j'ai besoin d'un conseiller financier qui va vouloir me vendre un REER ou quelque chose du genre. Si j'ai un lien avec vous, c'est dans un but spécifique et non pour entretenir cinq ou dix relations commerciales avec des filiales de la banque qui veulent me vendre leurs produits. C'est, entre autres, pour ces raisons qu'on aimerait réduire cette possibilité. Je pense que c'est la façon dont Option consommateurs voit les choses.

Je suis d'accord avec vous pour qu'un marketing légitime rejoigne le consommateur de façon à continuer d'entretenir un lien avec lui. En effet, il ne faut pas en venir à cesser de faire des affaires. Si j'ai un lien direct avec vous et que je suis d'accord pour le maintenir, ça ne me cause pas de problème. Comme le disaient MM. Gray et Kee, il faut quand même continuer à faire des affaires avec les consommateurs. Je pense que le commerce électronique est la façon la plus simple de le faire, de nos jours. Si on s'impose des limites aujourd'hui, certaines compagnies de l'étranger ne s'empêcheront pas de faire du commerce, d'autant plus que la porte sera grande ouverte.

Monsieur Gray ou monsieur Kee, j'aimerais entendre vos commentaires à ce sujet.

[Traduction]

M. Jason Kee: Pourriez-vous répéter la question? Je suis désolé, j'en ai manqué une partie.

[Français]

M. Robert Vincent: Il a été question des liens d'affaires avec les consommateurs, de la mise en pratique d'un marketing légitime, du fait que les gens de l'extérieur du Canada pouvaient faire du commerce et que ce projet de loi limiterait les possibilités des Québécois et des Canadiens en matière de commerce électronique. J'aimerais entendre votre version.

[Traduction]

M. Jason Kee: Je crois en effet qu'il pourrait avoir des répercussions négatives. Essentiellement, le point que je tentais de faire valoir plus tôt, c'est de savoir dans quelle mesure les problèmes de pourriels et autres proviennent du Canada par rapport au reste du monde. Il nous faut aussi déterminer jusqu'à quel point nous pouvons prendre des mesures efficaces sans toutefois imposer des coûts exagérés.

Par conséquent, il est tout à fait possible que des activités menées totalement en dehors du Canada, comme l'envoi massif de pourriels à partir de la Russie, aillent au-delà de la portée des mesures que nous pouvons prendre pour remédier efficacement au problème.

[Français]

Le président: Merci, monsieur Vincent.

[Traduction]

Merci, monsieur Kee.

Monsieur Warkentin.

M. Chris Warkentin (Peace River, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Merci à vous tous de vous être déplacés cet après-midi. Nous apprécions vos témoignages. Nous tentons toujours de mettre en place une loi qui protégera efficacement les consommateurs, sans pour autant pénaliser les entreprises. Merci de votre participation.

J'aimerais revenir à la période pendant laquelle un consentement tacite pourrait demeurer en vigueur. Monsieur Misener, vous nous avez dit que 18 mois était un chiffre arbitraire. Vous parlez plutôt d'une période de cinq à sept ans. Vous ne nous avez toutefois pas expliqué pourquoi vous privilégiez une période de cinq à sept ans. Est-ce en rapport au temps qu'il faudrait pour qu'un client revienne faire une deuxième transaction dans votre industrie? Savez-vous combien de mois il s'écoule entre le moment où le client établit un premier contact et le moment où il fait un deuxième achat auprès de votre entreprise?

• (1715)

M. Paul Misener: Merci de me poser la question, monsieur.

Ma proposition s'appuie sur les cycles de production et la durée de vie des produits. En tant que producteurs, nous vendons les produits d'auteurs canadiens et nous faisons la promotion de groupes musicaux canadiens sur notre site Web. Nous aimerions que les nouveaux albums de ces groupes puissent être offerts aux gens qui ont acheté les albums précédents et que les consommateurs puissent être informés de leur parution sans avoir à consulter le site Web.

M. Chris Warkentin: Je suis très curieux d'en savoir plus à ce sujet. Je me demande ce que penseraient les consommateurs de toute cette question de consentement implicite. Avez-vous constaté que le deuxième achat d'un consommateur est souvent un autre album du même artiste?

M. Paul Misener: Absolument, les gens s'en tiennent généralement aux mêmes catégories. On remarque par exemple qu'ils peuvent aimer un auteur en particulier. Si un client découvre un auteur et qu'il achète trois ou quatre des livres que ce dernier a écrits au cours des quinze dernières années, et si cet auteur lance un nouveau livre 24 ou 19 mois plus tard, nous ne serions pas autorisés, selon le projet de loi actuel, à informer le client par courriel de la nouvelle parution. Par contre, si le livre était lancé 17 mois après le dernier achat, nous pourrions le faire. C'est pourquoi je pense que c'est très arbitraire.

Le cycle de production d'un auteur peut très bien s'échelonner sur quatre ou cinq ans. La durée de vie des produits comme les ordinateurs, les écouteurs et les articles de ce genre que nous vendons sur Amazon.ca n'est pas de 18 mois; elle est plutôt de 24, 36 ou 48 mois.

M. Chris Warkentin: Je reconnais que la situation ne sera pas la même pour les différentes industries qui existent. Les agents immobiliers nous diront que le délai devrait être de 20 ans, puisqu'il est fort probable qu'un client n'ait pas à s'acheter une nouvelle maison avant 20 ans.

Pouvez-vous me dire, Mme Reed ou Mme Bose, si vous avez pris le temps d'examiner la question du consentement tacite? Selon vous, quel délai le consommateur serait-il prêt à accepter? Avez-vous consulté de vastes groupes de consommateurs à ce sujet?

[Français]

Mme Geneviève Reed: Je vous remercie.

Je répète ce que j'ai dit plus tôt, à savoir que rien n'empêche M. Misener ou qui ce soit d'autre d'envoyer un courriel à son client au cours des 18 premiers mois pour lui demander s'il est intéressé à recevoir régulièrement de ses nouvelles. Absolument rien ne l'en empêche. C'est facile. On en reçoit régulièrement. En tant que représentante des consommateurs, je ne vois pas où est le problème. Que ce soit à l'achat ou dans le cadre du respect de la garantie, les entreprises peuvent demander l'adresse de courriel du client. Ça se fait déjà. On achète toutes sortes de choses, des cartes de crédit et

ainsi de suite, et à cette occasion, on nous demande si on veut continuer à recevoir des communications. Je ne vois pas, dans le cadre de ce projet de loi, pourquoi les choses seraient différentes et en quoi les coûts seraient un problème.

[Traduction]

M. Chris Warkentin: Vous parlez du renouvellement du consentement tacite pour 18 mois. Et si la situation était inversée? Dans le cas d'une relation d'affaires en cours, le consommateur pourrait cocher une case pour signifier qu'il ne souhaite plus recevoir d'information. Il se peut qu'aucun message ne lui soit envoyé pendant deux ans, mais s'il décide qu'il en a assez de recevoir des offres, il peut retirer ses coordonnées de la liste. Je me demande si le consommateur ne préférerait pas plutôt cette approche. Qu'en pensez-vous?

• (1720)

[Français]

Mme Geneviève Reed: Généralement, les consommateurs préfèrent pouvoir dire « oui, je le veux » plutôt que « non, je ne le veux pas ». C'est vraiment la façon de faire qu'on préconise.

[Traduction]

Le président: Merci, madame Reed et monsieur Warkentin.

Monsieur Masse.

M. Brian Masse: Merci, monsieur le président.

Monsieur Misener, dans votre lettre, vous préconisez une formulation qui réserverait les peines légales à des actions telles que l'utilisation de faux en-têtes. Peut-être pourriez-vous expliciter. Pour ce qui est des erreurs répétées, vous semblez penser qu'elles devraient être absolument passibles de poursuites. Pourriez-vous développer votre pensée à ce sujet? Nous n'en avons qu'un aperçu superficiel.

M. Paul Misener: La loi dont je parle interdirait certaines actions manifestement délibérées. Personne ne falsifie accidentellement un en-tête, n'est-ce pas? Ainsi, si nous recevons des courriels d'une source qui ressemble à la Banque Royale du Canada, ce n'est pas un accident, c'est délibéré. Nous estimons que, dans ce cas, il ne serait pas logique de demander à la poursuite ou au plaignant de prouver le propos délibéré. D'autres actions pourraient être dues à des erreurs de bonne foi. Si on envoie accidentellement un courriel à un client qui a demandé de ne plus en recevoir, les forces impitoyables du marché veillent à ce que ce genre d'erreur ne se répète pas. Personne ne veut indisposer d'éventuels clients. C'est pourquoi nous avons proposé la formulation du sénateur Goldstein, selon laquelle on fermerait les yeux sur les infractions dues à une erreur de bonne foi. Cette mise au point contribuerait beaucoup à apaiser les craintes.

M. Brian Masse: Je veux m'assurer d'avoir bien compris. Vous dites que, dans l'en-tête falsifié ou trompeur, l'intention de tromper est plus grande que dans le courriel envoyé par erreur à quelqu'un. Vous craignez qu'on ne se retrouve dans un monde à l'envers dans lequel les amendes n'atteindraient pas la cible qu'il faudrait.

M. Paul Misener: Effectivement. Les idées que je propose humblement seraient un bon remède à la situation. Ne seraient punies que les actions délibérées et non les erreurs de bonne foi.

M. Brian Masse: Quelqu'un a-t-il des observations sur cette situation?

Je ne voudrais pas avoir l'air de m'en prendre aux banques, mais votre mémoire compte une dizaine de pages. L'autre jour, nous avons recueilli le témoignage des Caisses populaires Desjardins. Font-elles partie de votre association?

Mme Nathalie Clark: Non, elles sont assujetties aux lois provinciales.

M. Brian Masse: Vous avez proposé un délai de 31 jours pour l'exclusion. J'ai de la difficulté à croire, plus particulièrement quand il s'agit de banques, que l'opération prendrait tant de temps. On parle ici, dans la plupart des cas, d'organisations modernes, dont les sites Web sont très performants. Expliquez-moi ces 31 jours pour obtenir une exclusion de nom. Lorsque, au contraire, je donne mon nom, j'ai des nouvelles en moins de 24 heures. Je possède une carte de crédit de la Banque Canadienne Impériale de Commerce. Croyez-moi, la banque me rejoint très rapidement.

Mme Nathalie Clark: Comme vous le dites, les systèmes des banques sont très perfectionnés. C'est pourquoi nous craignons que 10 jours ne suffiraient pas pour effectuer de façon efficace une exclusion. Nous estimons qu'un peu plus de temps nous permettrait d'éviter erreurs, retards et infractions.

Les banques disposent de systèmes de technologies de l'information parmi les plus perfectionnés au pays. Dans le même temps, quand une modification s'impose, elles veulent s'assurer qu'elle sera bien faite, avec le moins d'erreurs possible. Un système complexe a besoin de plus de temps pour s'ajuster. Plus de 10 jours pourraient devoir être nécessaires pour faire les choses convenablement.

M. Brian Masse: Mais je m'attendrais à deux semaines, facilement, si je m'adressais à ma banque par la poste ordinaire pour faire biffer mon nom de la liste de distribution. Je trouve simplement difficile de me faire à l'idée que si les programmes sont si sophistiqués, il serait plus difficile — certains de ces systèmes sont maintenant automatisés — de rayer un nom de la liste de distribution.

Ça me tracasse que vous ayez un système en place qui exige 31 jours. Peut-être qu'un délai de 10 jours ouvrables serait plus raisonnable, mais 31 jours? On parle d'un mois.

Et j'ignore s'il s'agit de 31 jours civils ou de 31 jours ouvrables. Pouvez-vous me le dire?

• (1725)

Mme Nathalie Clark: Il s'agit de jours civils.

M. Brian Masse: D'accord. On parle donc d'un mois complet.

Ce qui empêche les banques d'exclure les noms en 10 jours, est-ce dû à des causes techniques? Ou bien, est-ce parce que vous ne voulez pas consacrer les ressources qui permettraient de mettre sur pied le programme nécessaire ou d'embaucher le personnel nécessaire?

Mme Nathalie Clark: Non. La seule raison, encore une fois, pourquoi nous avons fait des observations sur ce point précis...

Je ne veux pas aller trop loin, si vous voulez. En effet, les banques se conformeront à tout ce que le législateur décidera. L'observation concernait vraiment la complexité du système. Parfois, il faut plus de temps que prévu pour effectuer un changement et pour bien le faire, en évitant les erreurs autant que possible.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Masse.

Monsieur Lake.

M. Mike Lake: Merci, monsieur le président.

Comme c'est probablement la dernière fois que je m'adresse aux témoins, je veux prendre le temps de les remercier; et non seulement

eux, mais, également, vu le sujet, tous ceux qui nous observent en ligne.

Je veux remercier tous les témoins qui se sont présentés devant nous depuis que nous avons commencé l'étude du projet de loi, parce qu'il est extrêmement important qu'il soit bien fait. Pendant les audiences, j'ai entendu des propositions qui inspireront assurément des amendements, quand viendra le temps. Je les remercie de leurs bonnes idées.

Dans le contexte des conversations que nous avons tenues aujourd'hui, je pense qu'il importe de se souvenir que nous ne voulons pas opposer consommateurs et entreprises. De fait, beaucoup de consommateurs, peut-être même la plupart, sont des entreprises en ce qui concerne Internet.

Quelqu'un a dit que le problème que nous essayons de résoudre coûte au Canada plus de 3 milliards de dollars par année, du fait des pourriels et de certaines autres choses auxquelles nous essayons de mettre un terme grâce au projet de loi. Dans de nombreux cas, ce problème grave vide presque les communications électroniques de leur signification, tant les canaux de transport de l'information sont obstrués.

J'aimerais que MM. Copeland et Misener fassent des observations sur le potentiel économique d'Internet. Je pense qu'il convient de terminer sur une image panoramique du potentiel économique d'Internet et sur la façon dont le projet de loi sur la protection du commerce électronique rendra les Canadiens plus aptes à l'utiliser à leur propre avantage économique à long terme.

M. Tom Copeland: En général, ce que nous espérons du projet de loi, c'est qu'il renouvelle la confiance dans Internet et dans les communications par Internet pour le marketing et le commerce électronique.

Beaucoup de mes clients internautes, dont je suis un fournisseur d'accès, craignent d'aller en ligne et d'utiliser les moyens qui y sont mis à leur disposition. Ils ne veulent rien acheter. Ils ne veulent pas fréquenter les guichets de banque en ligne. Ils ont reçu des courriels qui sont censés provenir de la Banque TD ou de la Banque Scotia. Ils sont littéralement morts de peur à l'idée d'aller en ligne et d'y faire quoi que ce soit.

Je ne suis pas certain de savoir comment chiffrer le potentiel d'Internet, mais il est certain que, actuellement, des personnes l'évitent à cause de problèmes que le projet de loi peut aider à résoudre.

M. Paul Misener: Merci, monsieur Lake.

J'ajouterai rapidement qu'Amazon.com a créé Amazon.ca il y a environ sept ans, pour mieux servir nos clients canadiens et mettre en vedette un contenu canadien, particulièrement des auteurs, des musiciens et des films canadiens.

Nous voulons pouvoir communiquer efficacement avec eux. Le projet de loi, d'après nous, contribuerait beaucoup à supprimer les problèmes pour que les communications soient meilleures entre les entreprises et nos clients.

Nous admirons vraiment vos efforts, auxquels nous applaudissons. Mes idées ne constituent pas une critique générale de la démarche du projet de loi, qui est déjà excellent, elles visent à lui apporter quelques retouches.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Misener.

Avant de clore la réunion d'aujourd'hui, nous aurons une brève question, une demande d'éclaircissement de M. Rota.

• (1730)

[Français]

M. Anthony Rota: Merci beaucoup, monsieur le président.

Ma question s'adresse à Mme Reed.

Quand vous dites qu'un individu ou une compagnie peut contacter des individus pour leur demander la permission de les contacter, il me semble qu'on invente un nouveau système de pourriels. Or, on aura des problèmes à cet égard.

Quel est votre modèle? Pouvez-vous clarifier cela?

Mme Geneviève Reed: Je vous remercie de votre question, qui me permettra de clarifier les choses. Ce que j'ai dit, c'est qu'en vertu de la notion de consentement implicite, tacite, rien n'empêche une compagnie qui a déjà une relation d'affaires, et ce à l'intérieur des 18 mois permis, d'envoyer un courriel à son client pour lui demander s'il veut recevoir davantage d'information au cours des prochaines années. À ce moment-là, la relation sera à l'infini ou presque, soit jusqu'à ce que le consommateur ou l'entreprise ne désire plus la poursuivre. C'était donc dans le cadre d'un consentement tacite, pour éviter qu'on ait un débat sur 18 mois, deux ans, cinq ans, huit ans, vingt ans. Je pense que c'est très clair que n'importe quelle entreprise peut envoyer un courriel, dès qu'il y a une relation d'affaires, et demander si elle peut continuer à en envoyer.

M. Anthony Rota: C'est donc une relation qui est renouvelée, ce n'est pas quelque chose de nouveau.

Mme Geneviève Reed: Exactement.

Le président: Merci.

[Traduction]

Je voudrais remercier nos témoins d'être venus aujourd'hui.

Nous devons lever la séance: il est 17 h 30. Auparavant, j'ai cependant j'ai deux éléments d'information à communiquer aux membres du comité.

Premièrement, la greffière a distribué aux membres les coordonnées de personnes ressources à l'intention du personnel ou des membres qui souhaiteraient apporter des amendements au projet de loi C-27, celui que nous étudions aujourd'hui. Avant de présenter vos amendements à la greffière, pour que les membres puissent les obtenir dans les deux langues officielles, nous vous conseillons vivement de consulter le greffier législatif et le conseiller législatif pour bien en formuler et présenter le libellé.

Deuxièmement, nous avons reçu une invitation de la Fédération internationale d'astronautique, pour une manifestation parlementaire qui aura lieu à Taejon, en Corée, sur la question des changements climatiques. Si des membres, individuellement ou en groupe, sont intéressés à s'y rendre, parlez-en à la greffière, qui vous mettra en contact avec cette organisation internationale.

Sans plus de cérémonie, je lève la séance.

POSTE  MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

Poste-lettre

Lettermail

**1782711
Ottawa**

*En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :*
Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

If undelivered, return COVER ONLY to:
Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5

Publié en conformité de l'autorité
du Président de la Chambre des communes

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à : Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

Published under the authority of the Speaker of
the House of Commons

SPEAKER'S PERMISSION

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>