



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

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

INDU • NUMÉRO 066 • 1^{re} SESSION • 41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 30 avril 2013

Président

M. David Sweet

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

Le mardi 30 avril 2013

• (1530)

[Traduction]

Le président (M. David Sweet (Ancaster—Dundas—Flamborough—Westdale, PCC)): Bonjour, mesdames et messieurs.

Bienvenue à la séance n° 66 du Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie.

Nous effectuons l'étude de l'adoption des technologies numériques par les petites et moyennes entreprises au Canada.

Il y a d'abord un ou deux éléments d'intérêt courant que je tiens à soumettre.

En premier, j'aimerais qu'on mette aux voix une motion sur le budget de l'étude. Nous nous assurons toujours d'avoir une marge de manoeuvre de manière à avoir suffisamment d'argent pour mener à bonne fin nos travaux et, pour cette étude en particulier, la somme est de 6 300 \$.

Quelqu'un peut-il proposer une motion à cet effet?

M. Carmichael propose cette motion.

Que ceux qui sont en faveur s'expriment?

(La motion est adoptée.)

Et puis, j'ai une mauvaise nouvelle: deux horloges rythment le temps encore une fois et, bien sûr, chacune affiche une heure légèrement différente. Je vais suivre l'heure indiquée par mon BlackBerry et il est, précisément, 3 h 32.

Enfin, en ce qui concerne la réunion de jeudi, le greffier et moi-même avons été informés que le ministre Paradis, le ministre Bernier et les fonctionnaires ne seront disponibles pour le Budget principal des dépenses que de 16 h 15 à 17 h 15, ce qui veut dire que notre réunion commencera à 16 h 15.

Mme Hélène LeBlanc (LaSalle—Émard, NPD): Pouvons-nous rencontrer les fonctionnaires de 15 h 30 à 16 h 15?

Le président: Nous pourrions voir cela avec eux, mais pour le moment, on nous dit que le ministre Paradis, le ministre Bernier et les fonctionnaires d'Industrie seront disponibles de 16 h 15 à 17 h 15 pour comparaître lors de notre deuxième séance concernant le Budget principal des dépenses.

Mme Hélène LeBlanc: Donc, on ne nous fournit aucune raison, ce qui est regrettable. Je sais que les ministres ont un horaire chargé, mais cette rencontre est prévue depuis longtemps. Je trouve cela très fâcheux. Il est aussi dommage que les fonctionnaires soient là en même temps que les ministres durant une heure, alors que nous avons demandé que chaque ministre nous consacre une heure. Les fonctionnaires sont toujours les bienvenus et nous avons beaucoup de questions à leur poser, mais on nous prive de ce qui nous revient en tant que membres de l'opposition officielle, soit de poser des questions sur des sujets qui intéressent les Canadiens.

Je demande que les fonctionnaires soient là de 15 h 30 à 16 h 15 et que les ministres ensuite fassent leur exposé dès qu'ils arrivent. Après, nous poserons des questions, ce qui est de notre devoir.

• (1535)

Le président: Je vais faire part de cette requête, madame LeBlanc, et je communiquerai la réponse aux membres du comité. J'espère qu'elle sera positive.

M. Reagan et ensuite M. Harris.

L'hon. Geoff Regan (Halifax-Ouest, Lib.): Nous avons souvent entendu des députés ainsi que des membres des universités ou d'ailleurs affirmer l'importance d'étudier le budget en détail et de consacrer du temps à le faire. Je suis d'accord avec ma collègue sur le fait que ce soit décevant.

L'hon. Mike Lake (Edmonton—Mill Woods—Beaumont, PCC): J'invoque le Règlement.

L'hon. Geoff Regan: Une objection a déjà été formulée, non?

À mon avis, monsieur le président, nous sommes déjà en train de débattre d'une objection formulée.

Le président: Je ne l'admettrai pas avant de l'avoir entendue, monsieur Regan.

L'hon. Geoff Regan: Est-ce que la remarque de Mme LeBlanc n'est pas une objection? Est-ce que je ne commente pas déjà un rappel au Règlement?

Le président: Non, j'ai simplement autorisé l'échange de vues, monsieur Regan.

Attendez une seconde.

L'hon. Mike Lake: Des invités attendent. Ce serait peut-être mieux de réserver 15 minutes à la fin de cette séance pour parler des travaux du comité, car nous pourrions entendre les personnes qui sont venues ici pour témoigner.

Le président: C'est ce que je ferai si ça continue encore longtemps, monsieur Lake.

Monsieur Regan?

L'hon. Geoff Regan: Si vous vous rappelez, nous voulions aussi inviter la ministre responsable de l'APECA. Avez-vous de ses nouvelles et savez-vous si elle se présentera? Avez-vous reçu une réponse de sa part?

Le greffier du comité (M. Jean Michel Roy): Si je peux me permettre, j'ai demandé à la ministre de venir et je lui ai suggéré trois jours, soit les trois séances du comité après la période de suspension des travaux, c'est-à-dire mardi dans deux semaines, le jeudi ou le dernier mardi avant le budget.

L'hon. Geoff Regan: Vous n'avez pas reçu de réponse?

Le greffier: Non, aucune. J'ai communiqué la demande il y a une semaine environ.

Le président: Monsieur Regan, quand on aura des nouvelles, on veillera à vous en informer le plus tôt possible.

Monsieur Harris?

M. Dan Harris (Scarborough-Sud-Ouest, NPD): Pour simplement appuyer la remarque, je trouve franchement inacceptable que l'opposition n'ait droit qu'à 12 minutes en tout pour ses questions sur les prévisions, sur le nouveau budget, au ministre de l'Industrie, au ministre responsable de la petite entreprise et aux fonctionnaires. C'est loin d'être suffisant. C'est déjà déplorable que les deux ministres soient là en même temps, alors d'avoir en plus les fonctionnaires inscrits pour la même période... Il faut les séparer.

Le président: Nous ferons notre possible, monsieur Harris.

M. Dan Harris: Merci, monsieur le président.

Le président: Je vais maintenant vous présenter les témoins qui sont avec nous en ce qui concerne notre étude.

Pour la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, nous entendrons Corinne Pohlmann, vice-présidente, Affaires nationales, et Monique Moreau, analyste principale de la politique. Pour Pelmorex Media Inc., ce sera Paul Temple, vice-président directeur aux Affaires réglementaires et stratégiques. Enfin, de la Chambre de commerce du Canada, nous entendrons M. Scott Smith, directeur, Propriété intellectuelle et politique d'innovation, qui nous rend une autre visite.

Qui prendra la parole au nom de la FCEI?

Une voix: Corinne.

Le président: Alors, la parole est à vous, pour six minutes.

Mme Corinne Pohlmann (vice-présidente, Affaires nationales, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante): Merci de l'occasion offerte. À mes côtés, Monique Moreau, qui aidera à répondre aux questions.

La FCEI est une organisation sans but lucratif et apolitique qui représente plus de 109 000 petites et moyennes entreprises partout au Canada. Nos membres sont présents dans tous les secteurs de l'économie et dans toutes les régions du pays.

Il n'y a pas de doute que la technologie numérique revêt une importance croissante pour les petites entreprises partout au Canada. Le boom d'Internet a été l'un des principaux avantages, car Internet permet aux petites entreprises de promouvoir leurs produits ou leurs services aussi bien que la grande entreprise et attire une clientèle partout dans le monde. Des obstacles les empêchent pourtant d'adopter efficacement les technologies numériques et c'est ce dont nous souhaitons vous parler aujourd'hui.

Chacun d'entre vous devrait avoir en main un jeu de diapos et j'aimerais parcourir cette présentation avec vous pendant les quelques prochaines minutes.

Je considère que l'adoption des technologies numériques comporte deux volets. Le premier concerne la facilité avec laquelle les petites entreprises sont en mesure d'avoir accès à l'infrastructure nécessaire à l'utilisation efficace des technologies numériques, puis, une fois l'infrastructure en place, la mesure dans laquelle elles sont capables d'utiliser cette technologie pour favoriser la croissance de leur marché.

Comme le montre la diapo 2, l'Internet à haute vitesse est la technologie de télécommunications la plus largement utilisée par les petites entreprises, et nous axerons notre exposé là-dessus.

À la diapo 3, on voit que près des deux tiers des petites entreprises utilisent Internet pour faire des achats en ligne et près d'un tiers

d'entre elles ont recours aux répertoires électroniques et aux médias sociaux pour faire connaître leur entreprise. En fait, tous les modes d'utilisation d'Internet, selon notre sondage de 2012, ont énormément progressé depuis 2009.

Par ailleurs, la croissance la plus impressionnante se situe au niveau du nombre de petites entreprises qui ont leur propre site Web. En 2009, environ la moitié des petites entreprises avait un site Web. En 2012, le pourcentage a grimpé à plus de 70 p. 100, soit une hausse de 40 p. 100 en trois ans seulement. Il est normal que plus l'entreprise est grande, plus on s'attend à ce qu'elle ait son site Web, ce que montre la diapo 4. Donc, alors que pratiquement toutes les entreprises de plus de 100 employés ont maintenant leur site, presque 60 p. 100 de celles de moins de cinq employés en ont un, ce qui représente une augmentation de 50 p. 100 par rapport à 2009.

Comme vous le constaterez à la diapo 5, outre qu'elles utilisent leur site Web pour donner des renseignements sur leur entreprise, près de la moitié des PME mettent régulièrement leur site à jour et 21 p. 100 vendent en ligne, soit plus du double que les 8 p. 100 de 2009. Pourtant, aux yeux de beaucoup, cette croissance n'est toujours pas assez rapide.

Nous croyons que les petites entreprises veulent vraiment adopter les technologies numériques, mais que des obstacles majeurs surtout liés aux coûts les en empêchent.

Premièrement, les petites entreprises veulent être en mesure d'avoir accès à des services Internet haute vitesse de grande qualité, mais en même temps, il leur importe que ces services soient offerts à un prix raisonnable. Le meilleur moyen de maintenir ce genre de coûts à un niveau raisonnable consiste à assurer une saine concurrence sur le marché.

Interrogées sur leur fournisseur de services Internet, les petites entreprises ont fourni une réponse qui permet de croire qu'il y a un nombre plutôt salubre de fournisseurs de ces services au Canada, comme le montre la diapo 6.

Par contre, quand on examine l'utilisation des fournisseurs de services Internet filaires par province, on se rend vite compte que l'accès à Internet haute vitesse, pour les petites entreprises, est dominé par un ou deux joueurs par province, habituellement le fournisseur en titre des services téléphoniques ou de câble dans la province en question. Mis à part le Québec et l'Ontario, dans les provinces, la présence d'autres fournisseurs n'est pas chose courante, comme le montre la diapo 7.

De plus, beaucoup de ces entreprises facturent un montant plus élevé aux petites entreprises qu'à leurs clients résidentiels pour essentiellement les mêmes services Internet haute vitesse, même si les seconds ont tendance à utiliser plus ces services que la petite entreprise. En fait, près de la moitié des sondés en 2012 se sont dits insatisfaits du degré de concurrence disponible dans leur région, comme le montre la diapo 9. Ce qui est encore plus inquiétant, c'est que 55 p. 100 des petites entreprises situées en milieu rural sont insatisfaites de la concurrence offerte dans leur région.

Quand on étudie les données en fonction de l'emplacement rural ou urbain de la petite entreprise concernée, on se rend compte que 42 p. 100 des PME situées en région rurale ont déclaré n'avoir qu'un seul fournisseur de services, comme l'indique la diapo 9. Il est évident que les options concurrentielles pour les services Internet filaires demeurent très limitées dans beaucoup de régions rurales au Canada.

Un autre obstacle est lié à l'utilisation faite de la technologie numérique pour accroître le chiffre d'affaires. Beaucoup ont déclaré que les petites entreprises prennent du temps à vendre leurs produits en ligne. Cette situation s'explique en partie du fait que la vente en ligne suppose une remise en question du mode de gestion de l'entreprise, par exemple, comment réguler les stocks, quel mode de paiement accepter et les relations avec la clientèle. Cependant, nous croyons également que c'est dû en grande partie aux coûts qu'entraîne l'acceptation d'un paiement par voie électronique.

Dans le cadre d'une étude réalisée aux fins de l'examen des paiements en 2011, nous avons découvert que le principal obstacle à la réception des paiements par voie électronique tient au coût trop élevé de la mise en œuvre du système par rapport à l'investissement nécessaire, comme l'indique la diapo 10. Pour être plus précis, c'est le coût lié au traitement des paiements électroniques qui en décourage plusieurs. Avec l'introduction récente du paiement par téléphone mobile au Canada, ce qui augmentera le nombre de joueurs sur le marché des paiements, on craint encore plus que ce coût n'augmente.

Un autre facteur qui entre en jeu pour plusieurs, c'est la sécurité Internet, car ils ont l'impression qu'il y a un risque de perte ou de vol des données personnelles, financières ou d'affaires de leurs clients, auquel cas ils sont tenus responsables. Cela préoccupe particulièrement les petites entreprises qui n'ont pas toujours les moyens de protéger leurs systèmes à l'aide de logiciels plus sophistiqués.

• (1540)

Finalement, un autre coût qui n'incite pas beaucoup de petites entreprises à adopter la technologie numérique, c'est le prix du matériel et du logiciel nécessaires pour tirer profit des dernières avancées. En 2009 et en 2010, le gouvernement fédéral a mis en place une déduction pour amortissement accéléré temporaire qui permettait aux entreprises de déduire le coût en entier du matériel et des logiciels l'année même de l'achat. Comme le montre la diapo 11, ce fut la forme d'aide gouvernementale visant l'innovation qui a été la plus utilisée. Dans une autre enquête, nous avons constaté que plus de 60 p. 100 ont considéré cette mesure comme étant avantageuse pour leur entreprise. Nous pensons qu'une telle mesure devrait être envisagée de nouveau pour encourager l'adoption de nouvelles technologies par les petites entreprises en particulier.

Pour terminer, les petites entreprises souhaitent adopter les technologies numériques dans une plus large mesure, mais elles font face à des obstacles financiers qui concourent à les décourager d'adopter la technologie aussi rapidement qu'on aimerait, au Canada.

Nous énonçons des idées à la diapo 12, pour leur permettre de surmonter quelques-uns de ces obstacles financiers. Mentionnons l'incitation à une plus large concurrence dans le secteur des services Internet haute vitesse, la mise à jour du code de conduite destiné à l'industrie des cartes de crédit, l'appui en faveur de méthodes de paiement plus abordables et sécuritaires et le rétablissement de la DPA à 100 p. 100 applicable aux ordinateurs et aux logiciels pour favoriser l'investissement chez la petite entreprise.

Merci beaucoup.

Le président: Merci beaucoup, madame Pohlmann.

Monsieur Temple, vous avez six minutes.

M. Paul Temple (vice-président directeur, Affaires réglementaires et stratégiques, Pelmorex Media inc.): Bonjour, mon nom est Paul Temple et je suis le vice-président directeur aux Affaires réglementaires et stratégiques de Pelmorex Media Inc.

La première fois que l'on m'a invité ici, il s'agissait plutôt d'une étude de cas, alors je vais simplement vous raconter l'histoire de notre entreprise.

Pelmorex est un leader multimédia multiplateforme pour les services météorologiques et produits liés aux conditions météorologiques, mieux connu par les Canadiens grâce à nos marques Weather Network et MétéoMédia. Nous sommes une entreprise canadienne privée, avec des bureaux et des installations de diffusion à Montréal et à Oakville. Nous employons actuellement un peu moins de 500 employés au Canada.

Outre une équipe de radiodiffusion créative et talentueuse, Pelmorex emploie un éventail de professionnels qualifiés, dont des météorologistes, des développeurs de logiciels, des spécialistes de systèmes d'information géographique, ou SIG, et de géolocalisation. Tous ces emplois sont localisés au Canada et axés sur le service aux Canadiens.

Au cours de la dernière année, nous nous sommes étendus aussi bien sur le plan national qu'à l'international. Au Canada, nous avons lancé le Réseau Voyageurs, un service Internet, afin d'aider les utilisateurs à se rendre du point A au point B rapidement et efficacement. Au niveau international, nous avons acheté El Tiempo, leader multiplateforme en Espagne des services d'information liés aux conditions météorologiques, ainsi que le service Beat the Traffic, qui fournit des informations sur le trafic routier local et en banlieue.

Bien que nos racines aient été dans le milieu classique de la télévision analogique, Pelmorex a très rapidement adopté la technologie numérique et la croissance de notre entreprise au cours des dernières années en témoigne.

En 1995, au tout début d'Internet, nous avons lancé nos sites Web meteomedia.com et theweathernetwork.com, l'une des premières entreprises canadiennes à le faire. Dans les 10 ans qui ont suivi, nous avons lancé d'autres sites Web spécifiquement conçus pour être accessibles par des appareils mobiles, ainsi que des applications de bureau pour permettre un accès instantané à l'information météorologique sur les PC et les ordinateurs Apple.

Nous avons été parmi les premiers à lancer une application Smartphone spécialement pour BlackBerry en 2006. Par la suite, rapidement, d'autres applications ont été successivement développées et lancées sur iPhone, Android et les Smartphone Microsoft. En l'espace de sept ans, nous avons conçu et lancé plus de 40 différentes applications ou mises à jour pour Smartphone ou tablette.

Aujourd'hui, nous travaillons sur plusieurs applications conçues pour les téléviseurs connectés à Internet. La quasi-totalité de ce travail est effectuée en interne au sein de Pelmorex. Chacun de nos produits a été conçu pour offrir aux consommateurs canadiens nos services en anglais ou en français, selon leur choix.

En 2010, nous avons construit et lancé le Système d'agrégation et de dissémination national d'alertes, le système ADNA, qui sert de système pivot au Canada pour accéder et distribuer les messages de sécurité publique et d'alerte aux risques de menaces à la vie aussi bien d'Environnement Canada que des représentants provinciaux et territoriaux de gestion des urgences. Au cours des 10 derniers mois, nous avons reçu, authentifié et distribué à l'échelle canadienne près de 31 000 messages de sécurité publique.

Parce que nous avons été des adeptes de la première heure et misé sur la technologie numérique, nous sommes aujourd'hui un chef de file au Canada et en expansion au-delà de nos frontières. Nous servirons plus de 2,4 milliards de pages Web pour les Canadiens cette année.

En 2012, nos applications populaires pour iPhone et iPad ont régulièrement occupé l'une des trois premières places au classement des applications, dominant des sociétés comme Facebook, Skype, Twitter, Shazam et Pinterest.

Dans le monde numérique, il n'y a aucune frontière. Aujourd'hui, les sociétés météorologiques de l'étranger, à Atlanta ou Stockholm, peuvent aussi facilement servir les Canadiens avec leurs sites Web et des applications pour Smartphones et tablettes. Pour cette raison, nous devons être les meilleurs dans ce que nous faisons, attirer des employés qualifiés et investir pour profiter pleinement de la technologie numérique.

Un exemple pourrait aider. Sur notre site Internet, nous avons pu tirer parti de nos modèles et prévisions météorologiques, des systèmes d'information géographique et des compétences de développement Web pour générer et fournir des prévisions météorologiques pour plus de 20 000 collectivités canadiennes, en plus de 50 000 emplacements à l'extérieur du Canada, une augmentation décuplée par rapport à là où nous en étions il y a quelques années. Ensuite, nous sommes allés un peu plus loin et aujourd'hui, nous offrons aux Canadiens des prévisions météo personnalisées, à la demande, pour n'importe quel code postal à travers le Canada. Nous avons l'intention d'utiliser ces mêmes compétences pour nos nouvelles acquisitions en Espagne et aux États-Unis.

Outre le défi évident de rivaliser avec toutes les autres entreprises de la météo dans le monde, nous sommes confrontés aux défis permanents de fortes demandes de réinvestissement continu dans la technologie. Nous devons être sur toutes les plateformes avec les dernières et meilleures fonctionnalités.

• (1545)

Pour ce faire, nous devons également attirer des professionnels qualifiés: des météorologistes, des développeurs Web et d'applications, des spécialistes des TI et des SIG. Renforcer les programmes gouvernementaux tels que les avantages fiscaux pour la recherche scientifique et le développement expérimental ainsi que les programmes ciblés pour aider les petites et moyennes entreprises à attirer des travailleurs qualifiés seraient bénéfiques.

J'espère que ces observations sont utiles et je serai heureux de répondre à vos questions.

Le président: Nous vous remercions beaucoup, monsieur Temple.

Nous allons maintenant entendre M. Smith; vous avez six minutes.

M. Scott Smith (directeur, Propriété intellectuelle et politique d'innovation, Chambre de commerce du Canada): Bonjour, je vous remercie de l'occasion offerte de prendre la parole devant le comité encore une fois.

Je m'appelle Scott Smith. J'occupe le poste de directeur, Propriété intellectuelle et politique d'innovation, à la Chambre de commerce du Canada, une organisation que vous connaissez tous, je crois.

Lors de ma dernière comparution, le 7 mars, où il a été question d'Internet et de large bande au Canada, j'ai laissé entendre que l'entreprise canadienne n'est pas branchée. Bien que je considère que tel est toujours le cas, en réponse à une question alors posée quant au nombre d'entreprises ayant leur site Web, j'avais sorti un chiffre et, comme moi aujourd'hui, vous avez appris que ce chiffre était sans doute erroné. C'est une donnée que je n'aurais pas dû utiliser car elle était quelque peu désuète, et je m'en excuse. Le chiffre le plus récent que j'ai obtenu correspond à celui mentionné

par la FCEI, soit 70 p. 100, et il s'applique particulièrement aux PME, mais je continue de trouver ce résultat étonnamment faible.

La bonne nouvelle, c'est que les Canadiens ont accès à Internet, comme j'y ai fait allusion à notre dernière rencontre, et qu'ils en profitent. Une enquête de la Chambre de commerce indique que 96 p. 100 des entreprises interrogées utilisent Internet pour affaires et que 98 p. 100 de la population canadienne a accès à l'Internet à très large bande. Nous avons une étude qui prévoit qu'en 2050, 86 p. 100 de la population habitera en zone urbaine, là où le gros des investissements en infrastructures numériques est effectué. Il est évident que les consommateurs canadiens sont en grande majorité des adeptes du numérique. Un bon indice de ce virage des consommateurs vers le numérique, c'est la croissance des médias sociaux. Dans son édition du 29 avril dernier, le *Calgary Herald* faisait remarquer qu'un Canadien anglais sur trois affirme ne pas passer une journée sans vérifier les fils de nouvelles dans les médias sociaux. À l'instar des moteurs de recherche sur Internet, les médias sociaux font désormais partie de nos vies.

Là où le Canada tire de l'arrière, c'est dans le secteur du commerce électronique et de la technologie des applications pour téléphone mobile. Les entreprises canadiennes y sont absentes. Pour ce qui est de l'utilisation faite de leur site Web, 27 p. 100 des entreprises acceptent les paiements en ligne et 31 p. 100 offrent la commande de marchandises et le suivi de l'état d'avancement de leur livraison. Pour ce qui est de l'adoption de progiciels de commerce électronique pour les transactions interentreprises en ligne, les résultats sont mitigés: 42 p. 100 des entreprises sondées ont affirmé utiliser un système automatique d'échange de données électroniques pour expédier leurs commandes, 51 p. 100 reçoivent et envoient des factures électroniques, 46 p. 100 sont capables de recevoir les commandes de leurs clients, 65 p. 100 envoient ou reçoivent de l'information sur des produits, 46 p. 100 transmettent des ordres de paiement aux institutions financières et 45 p. 100 envoient des données aux administrations gouvernementales et en reçoivent de leur part, par exemple, elles font leur déclaration de revenus en ligne.

Une récente étude du Boston Consulting Group portant sur les pays du G20 indique que le Canada est en retard en ce qui a trait à l'adoption de la technologie par les entreprises et à la taille de l'économie Internet. Cette étude conclut que cet écart va se creuser au cours des prochaines années et que le Canada accusera un plus grand retard par rapport à ses concurrents internationaux. Les auteurs prévoient que le marché mondial d'Internet en 2016 atteindra 4,2 billions de dollars et que le Canada n'en tirera pas parti. Ainsi, les ventes au détail en ligne, au Canada, en 2010, ne représentaient que 3,4 p. 100 de toutes les ventes au détail. On s'attend à ce que ce pourcentage atteigne seulement 5,4 p. 100, soit 33 milliards de dollars, en 2016.

Tout le monde sait que la productivité est directement liée à l'innovation et à l'adoption de technologies. Des pays tels que les États-Unis, la Grande-Bretagne, l'Australie et le Danemark investissent en masse dans le secteur numérique et vont même, dans certains cas, jusqu'à créer des ministères nationaux chargés de répondre aux défis et de faciliter les débouchés. L'écart entre la productivité du Canada et celle des États-Unis continue de poser un problème. Bien que la communauté des affaires comprenne les contraintes financières actuelles du gouvernement, il n'en demeure pas moins qu'il existe des modes novateurs de travail en commun en vue de la promotion de la stratégie favorisant le secteur numérique. On peut faire davantage pour encourager l'adoption des technologies de l'information et des communications. De nombreux pays ont reconnu que les investissements dans les affaires électroniques et les TIC stimulent la productivité et la croissance dans l'ensemble de l'économie et le Canada se doit d'être un meneur dans ce domaine. La prise en compte de l'écart qui se creuse entre la grande et la petite entreprise en ce qui concerne la maîtrise du numérique serait l'occasion pour le gouvernement du Canada, par exemple, d'offrir un service essentiel de formation en ligne à l'intention de la petite entreprise grâce à ses portails de services.

Pour que les Canadiens continuent à jouir d'une excellente qualité de vie et d'un niveau de vie élevé, nous devons améliorer notre productivité et notre compétitivité en innovant. Le Conference Board du Canada a mentionné que l'innovation est la capacité de transformer le savoir en biens et services nouveaux et améliorés et que le rendement du Canada en matière d'innovation au cours des trois dernières décennies a constamment mérité un « D ». Ce n'est pas suffisant. Selon le rapport « Connectivity Scorecard », établi sous la direction du doyen d'alors de la Faculté d'administration des affaires de l'Université de Calgary, Leonard Waverman, le Canada se classe huitième sur le plan de la « connectivité utile », ce qui reflète les réseaux de classe mondiale offerts aux Canadiens, mais également le manque d'adoption et d'utilisation de la large bande et d'investissement en TIC en général dans tous les secteurs de l'économie.

Manifestement, l'entreprise canadienne requiert les encouragements appropriés, notamment des améliorations continues au programme RS-DE, pour continuer d'investir dans l'infrastructure de la prochaine génération, afin que le Canada puisse se hisser en tête des classements internationaux et tirer parti de la large bande pour améliorer son avantage concurrentiel. En outre, la question de la disponibilité de la large bande doit s'inscrire dans le cadre de l'adoption et de l'utilisation des TIC.

•(1550)

Dans l'ensemble de l'économie, en qualité de grand utilisateur de la technologie de l'information, le gouvernement peut jouer un rôle important en rendant les interactions en ligne obligatoires pour ses partenaires, ses citoyens et ses fournisseurs. Les déclarations de revenus peuvent déjà être remplies en ligne et, à l'instar des autres grands utilisateurs, en s'engageant à l'égard du commerce électronique et de la technologie connexe, les gouvernements peuvent assumer les frais des fournisseurs et fournir un encouragement valable à l'adoption de la technologie. À cette fin, le gouvernement devrait élaborer des initiatives visant à stimuler la demande et l'adoption parmi les groupes d'utilisateurs clés, notamment les petites et moyennes entreprises, et fixer des jalons permettant de mesurer le succès ainsi remporté.

Nous croyons que le Canada peut devenir un meneur mondial de l'innovation. Avec le bon plan en main, le Canada peut se hisser au premier rang du secteur du numérique. En s'appuyant sur ses points

forts et en travaillant avec le gouvernement fédéral, les entreprises canadiennes seront en position de tirer profit des technologies numériques et d'acquiescer un avantage concurrentiel à l'échelle mondiale.

•(1555)

Le président: Merci beaucoup, monsieur Smith. Nous vous remercions ainsi que tous les autres témoins pour vos observations préliminaires.

Nous allons maintenant passer à la première série de questions; chacun a sept minutes.

Monsieur Braid, c'est à vous.

M. Peter Braid (Kitchener—Waterloo, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je remercie tous les témoins de leur présence cet après-midi et de leur participation à cette étude.

Je vais débiter avec Mme Pohlmann, de la FCEI. La Chambre de commerce nous a informés du nombre de PME qui ont leur propre site Web, soit 70 p. 100, je crois. Est-ce que vos propres chiffres corroborent cette donnée? À la page 4 de votre document, je vois une répartition, mais est-ce que ça revient à cela, 70 p. 100?

Mme Corinne Pohlmann: Oui. Dans notre sondage de 2012, 70 p. 100 de nos membres ont répondu qu'ils avaient un site Web. Ici, on peut voir la répartition par taille d'entreprise. On a donc une idée de la différence entre les petites et les grandes.

M. Peter Braid: D'accord.

À quel rythme ces proportions ont-elles augmenté dans les dernières années? Y a-t-il au moins du progrès?

Mme Corinne Pohlmann: Oui. Notre dernier sondage remonte à 2009, et, à cette époque, environ 50 p. 100 des entreprises avaient un site Web. La proportion est donc passée de 50 à 70 p. 100 en trois ans. Nous trouvons que c'est une hausse considérable.

M. Peter Braid: Il y a très certainement une belle progression.

Mais qu'est-ce qui explique cet écart persistant? Plus de 90 p. 100 des PME disent utiliser Internet, mais seulement 70 p. 100 d'entre elles ont leur propre site Web. Pourquoi?

Mme Corinne Pohlmann: Encore une fois, l'explication se trouve chez les petites entreprises, celles où il n'y a qu'un propriétaire et deux ou trois employés. Il peut s'agir d'entreprises en démarrage qui n'ont pas encore vraiment eu le temps d'investir dans un site Web. Il se peut aussi que ces gens ne soient tout simplement pas à l'aise avec cette technologie.

Il y a une multitude de raisons, mais nous encourageons certainement le plus grand nombre d'entreprises possible à se connecter et à faire plus de commerce électronique. Je crois que la tendance est à la hausse. La plus claire et la plus importante statistique indique que le nombre d'entreprises de moins de cinq employés à avoir créé un site Web au cours des trois dernières années a augmenté de 50 p. 100. C'est là que la croissance est la plus marquée; chez les très petites entreprises. Et c'est ce que nous voulons voir. Je crois donc que la tendance va dans la bonne direction.

M. Peter Braid: Très bien.

Je sais que votre exposé comportait des recommandations générales, mais sur cette question en particulier, celle qui consiste à faire en sorte que davantage de PME aient un site Web, qu'elles se tournent volontairement vers les technologies numériques et qu'elles envisagent de faire des affaires sur Internet, avez-vous des idées ou des recommandations par rapport à ce que nous tous pourrions faire pour que cela se concrétise?

Mme Corinne Pohlmann: Oui. Nous croyons qu'au Canada, beaucoup de barrières sont d'ordre financier. Les frais liés au commerce sont une réalité et pour passer au numérique, il y a parfois des dépenses à réaliser. Il peut s'agir du prix des technologies elles-mêmes, de celui des logiciels qui y sont liés ou encore du prix à payer pour accéder à des réseaux fiables ou à haute vitesse. Il y a également les frais liés aux paiements électroniques des clients, qui sont aussi très élevés au Canada.

Voilà autant d'éléments qui continuent de dissuader les entreprises — surtout celles en démarrage — d'adopter rapidement ces méthodes. La première étape consiste donc à leur assurer une présence sur le Web en utilisant les médias sociaux. Ensuite, en se développant, on peut espérer qu'elles vont prendre de l'importance et intensifier leur présence dans beaucoup de ces milieux numériques.

M. Peter Braid: À la page 11 de votre exposé, vous soulignez très clairement le succès de l'initiative gouvernementale concernant la déduction pour amortissement accéléré pour les ordinateurs et les logiciels. Elle a eu un effet très marqué. Juste après, vous recommandez qu'elle soit maintenue.

Voici l'occasion de faire valoir cette recommandation. Pourquoi cette initiative était-elle si importante et si utile? Qu'est-ce que vous nous recommandez de faire à l'avenir?

Mme Corinne Pohlmann: Certainement.

Bien sûr, il s'agissait d'une mesure incitative offerte en 2009 et en 2010. Nous nous sommes efforcés de savoir ce que nos membres trouvaient efficace ou non pendant cette période. Outre le gel du taux de cotisation à l'AE, qui était de loin la mesure la plus populaire, l'initiative a été l'une des mesures les mieux reçues par les petites entreprises, car elle réduisait leurs dépenses par rapport à ce genre d'investissements.

En fait, nous calculons un indicateur économique mensuel que nous appelons le Baromètre des affaires. Pendant cette période, surtout à la fin de 2010, il nous a permis d'observer une hausse marquée des achats d'ordinateurs et des dépenses en technologies. Nous croyons que la mesure a directement encouragé certaines entreprises à réaliser ces investissements. Faire tout cela d'un seul coup n'est pas une mince affaire pour une petite entreprise.

Nous croyons que cette mesure devrait être élargie et réintroduite. Je sais qu'elle coûte cher; je pense qu'elle se chiffrait à environ 350 millions de dollars dans le budget. Elle pourrait être davantage orientée vers les petites entreprises — car je crois qu'elle était offerte à toutes —, si nous voulons réellement miser sur leur investissement dans ce genre d'équipements.

•(1600)

M. Peter Braid: Monsieur Temple, je vous félicite pour le succès de votre entreprise. Je suis heureux d'avoir l'occasion d'en apprendre plus à ce sujet aujourd'hui.

Votre entreprise s'est clairement ouverte aux technologies numériques. Vous avez vos propres développeurs d'applications et de contenu Web. Quels seraient vos conseils aux petites entreprises

canadiennes pour ce qui est de recourir aux technologies numériques, comme vous l'avez si clairement fait?

M. Paul Temple: Il y a quelque chose que j'aimerais souligner. Je sais que cela aura probablement l'air d'une publicité pour le Weather Network et MétéoMédia, mais mon idée est que la création d'un site Web n'est que le début. Après, c'est une suite constante de changements et d'investissements. Le site de la veille doit être révisé, mis à jour. Beaucoup d'outils peuvent être utilisés pour informer les consommateurs. Les téléphones intelligents évoluent constamment et viennent en différents formats. Vous croyez y être enfin parvenu puis Apple sort un nouveau produit et les dimensions de son écran sont différentes. Vous devez donc revenir en arrière et tout recommencer.

Avoir son site Web n'est pas une fin en soi. Il faut constamment investir. Je crois que c'est un aspect important et je voulais le souligner.

M. Peter Braid: Merci.

Le président: Merci, monsieur Braid et monsieur Temple.

Je visite fréquemment votre site quand je fais de la moto. Je voulais simplement vous féliciter moi aussi.

J'ai trouvé très innovateur que vous refassiez tout votre site en laissant un bouton pour permettre aux utilisateurs de revenir à l'ancienne version s'ils le préfèrent. C'est une très bonne idée.

Je suis sûr que M. Thibeault aussi aime la possibilité...

M. Glenn Thibeault (Sudbury, NPD): Je le consulte en permanence.

Le président: ... d'avoir accès à la météo et de rester au sec.

[Français]

Madame LeBlanc, vous disposez de sept minutes.

Mme Hélène LeBlanc: Merci beaucoup, monsieur le président.

Je remercie les témoins car leurs témoignages étaient très intéressants.

Ma première question s'adresse à Mme Pohlmann.

Pourriez-vous, s'il vous plaît, me rappeler quel est le nombre de membres de la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante?

[Traduction]

Mme Corinne Pohlmann: Nous avons 109 000 membres.

[Français]

Mme Hélène LeBlanc: Vous couvrez donc un large spectre de la petite et moyenne entreprise canadienne.

Je vous félicite aussi pour les sondages que vous faites.

Par ailleurs, Statistique Canada faisait également des sondages assez approfondis en 2007. Cet organisme a produit un portrait de l'adoption des technologies et de la petite et moyenne entreprise en 2007. On est en 2013. Il semble qu'on s'attend à avoir des choses à ce sujet. Aimerez-vous que Statistique Canada, qui est une agence gouvernementale, aide à tracer des portraits approfondis de la petite et moyenne entreprise en ce qui concerne l'adoption des technologies? Selon vous, est-ce que ce serait quelque chose qui serait vraiment utile?

[Traduction]

Mme Corinne Pohlmann: Le problème avec Statistique Canada, c'est que le ministère met habituellement des années à publier ses données. Ce sont des données de qualité — nous les utilisons nous-mêmes dans beaucoup de situations —, mais il faut souvent attendre deux ou trois ans pour les obtenir. Je crois que pour ce genre d'informations, c'est presque trop long.

Nous sommes fiers du travail que nous effectuons. Nous essayons d'être très crédibles et de publier les informations rapidement. Je ne veux pas dire que Statistique Canada ne devrait pas faire ce genre de travail, je veux simplement souligner que cette contrainte s'impose si l'on se fie exclusivement à eux.

[Français]

Mme Hélène LeBlanc: Je dois vous avouer que je ne voudrais pas que vous cessiez le travail que vous faites. Statistique Canada est au service de tous les Canadiens et vous êtes au service des petites et moyennes entreprises. Il serait utile d'avoir ces données, qui sont traitées en profondeur et qui sont caractérisées de plusieurs façons. On peut les analyser. Elles peuvent vous servir, mais elles peuvent également être utiles à tous les Canadiens, notamment aux parlementaires qui doivent prendre des décisions à ce sujet.

Je suis également intéressée par autre chose. À la page 11 de votre présentation, il est question du premier programme qui, si j'ai bien compris, n'existe plus. Il portait sur les déductions pour amortissement accéléré pour les ordinateurs et les logiciels. Vous avez eu une excellente suggestion et j'en prends bien note. Il semblerait que le programme, qui était de 350 millions de dollars, s'adressait en définitive à toute la vaste gamme d'entreprises. Évidemment, les entreprises et les firmes qui sont un peu plus grandes s'en sont prévaluées. Trouvez-vous qu'il y a une bonne communication de la part du gouvernement quand il y a des programmes qui sont vraiment intéressants?

Sentez-vous que la communication est bonne et que l'information sur les programmes gouvernementaux se rend aux plus petites entreprises? Sont-elles au courant et est-ce bien diffusé? Que se passe-t-il à ce sujet?

•(1605)

[Traduction]

Mme Corinne Pohlmann: Beaucoup de nos membres ont eu recours à ce programme de déduction pour amortissement accéléré. Je ne dirais pas que le gouvernement est un modèle en ce qui concerne la promotion de ses programmes, mais nous essayons de faire de notre mieux — et je suis certaine que les autres organisations, comme la chambre de commerce, font aussi de leur mieux — pour voir à ce que nos membres soient au courant des programmes en vigueur et de ce qui peut être intéressant pour eux. Nous faisons notre part à cet égard.

Le programme de déduction pour amortissement accéléré pour les ordinateurs et les logiciels a été une mesure, comme je l'ai dit, très populaire, du moins auprès de nos membres. Dans nos statistiques, nous avons observé une légère hausse de ce type d'investissements pendant la période où il était en vigueur.

Cela avait lieu, comme vous vous en souvenez peut-être, pendant un ralentissement de l'économie plutôt marqué, et les entreprises investissaient pourtant davantage. Nous croyons qu'il y avait derrière ce programme un désir de voir ces investissements se poursuivre.

[Français]

Mme Hélène LeBlanc: Je trouve que c'est un peu déplorable. Avant qu'un programme prenne son envol et alors que tout le monde s'organise, tout à coup, on dit que c'est fini, on n'en parle plus et on passe à autre chose.

J'ai remarqué une chose dans votre présentation. Quand nous avons reçu les gens d'Industrie Canada, on nous a vanté justement le programme de financement des innovations de la BDC. Je pense que c'est un bon programme. D'après ce que je vois, s'en est-on prévalu? La ligne où c'est écrit « non » est assez importante. Il y a aussi le Programme d'aide à la recherche industrielle, ou le PARI.

Pourriez-vous me donner des explications à ce sujet? Comment se fait-il que ces programmes, qui semblent promus par le gouvernement présentement comme étant la panacée, ne semblent pas se concrétiser du côté des entrepreneurs?

[Traduction]

Mme Corinne Pohlmann: Oui, c'est vrai. Il y a la BDC, par exemple, mais c'est plutôt un organisme de prêt de dernier recours. Relativement peu de nos membres vont s'adresser à la BDC; ils se tournent plutôt vers des sources traditionnelles de financement pour ce genre de choses. Ce n'est donc pas inhabituel.

L'autre programme que vous avez mentionné, le PARI, est très efficace pour ceux qui y ont accès, mais c'est un programme très ciblé et seulement certains types d'entreprises peuvent s'en prévaloir ou souhaitent le faire.

Le programme de déduction pour amortissement accéléré est très inclusif, ce qui fait que beaucoup plus d'entreprises peuvent en profiter. C'est exactement pour cela que de telles choses se produisent. Le PARI a un objectif bien précis. Pour ceux qui peuvent s'en prévaloir, nous dirons qu'il est très convenable. Mais une très petite minorité d'entreprises y ont accès.

[Français]

Mme Hélène LeBlanc: En tout cas, je trouve que cette diapositive de votre présentation parle d'elle-même.

[Traduction]

Ça en dit long.

[Français]

J'aimerais maintenant m'adresser à M. Smith.

Vous avez mentionné qu'il semblerait qu'il y ait de grands écarts entre les petites et les moyennes entreprises en ce qui a trait à l'adoption des technologies et que ce serait un frein à notre compétitivité et à notre capacité d'augmenter la productivité. Il y a des écarts entre les petites et les moyennes entreprises et entre les milieux urbains et les régions plus éloignées. Il semblerait que, présentement, nous n'ayons pas de plans à long terme et pas de plans à court terme pour réduire ces écarts et favoriser l'émergence et l'adoption de stratégies numériques pour les petites et les moyennes entreprises. Ai-je bien compris ce que vous disiez?

•(1610)

[Traduction]

Le président: Soyez aussi concis que possible, s'il vous plaît.

M. Scott Smith: Nous devons souligner deux ou trois choses ici. Nous parlons du nombre d'entreprises ayant un site Web. Je crois que nous devrions plutôt chercher à savoir combien elles sont à utiliser réellement leur site pour accéder à la chaîne de valeur mondiale. Ce qui pose problème à une majorité de PME, c'est l'accès limité à la chaîne de valeur mondiale. Elles doivent être en mesure d'y être actives.

Le programme de déduction pour amortissement accéléré est l'un des avantages dont il a été question dans les dernières minutes. Je reconnais sans réserve qu'il constitue un très bon incitatif pour l'adoption des TIC, en bonne partie parce que la technologie évolue rapidement. Si le programme était mis en place à long terme, il permettrait aux entreprises de renouveler plus fréquemment leurs technologies.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Smith et madame LeBlanc.

Passons maintenant à Mme Gallant pour sept minutes.

Mme Cheryl Gallant (Renfrew—Nipissing—Pembroke, PCC): Merci, monsieur le président.

Je connais très bien la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante. Je trouve ses sondages et les réponses très utiles pour me tenir informée sur les intérêts des petites entreprises de ma collectivité. Mon seul souhait est qu'un plus grand nombre d'entre elles inscrivent leur nom sur la carte-réponse pour que je puisse les appeler et parler davantage avec elles des questions qu'elles veulent soulever.

Lors de la dernière journée de témoignages, Industrie Canada était ici. Comme on l'a mentionné, nous avons un certain nombre de programmes: le PARI aide les entreprises à adopter les technologies numériques, et FedDev offre aussi des programmes. On dit que pour amener les affaires à un autre niveau, il n'y a pas que le gouvernement, mais différents organismes.

Vous avez dit plus tôt que vous les promouvez. Y a-t-il toutefois des moyens pratiques par lesquels vous encouragez vos membres à passer à cet autre niveau et à adopter les technologies numériques?

Mme Corinne Pohlmann: Certainement. Nous cherchons actuellement des moyens d'offrir à nos membres des services en ligne pour qu'ils puissent créer leur propre site Web et leur propre espace de commerce électronique. En ce moment, nous évaluons des possibilités de partenariats qui nous permettraient d'offrir ces services à nos membres à un coût inférieur aux prix du marché. Nous envisageons également de créer une base de données en ligne où nos membres pourraient promouvoir leur entreprise par voie électronique, et nous encourageons d'ailleurs ceux-ci à intensifier leurs activités sur les médias sociaux pour promouvoir leur entreprise et la base de données que nous essayons de constituer. Nous faisons cela en partenariat avec Interac.

Nous déployons des efforts pour encourager nos membres à utiliser davantage les médias sociaux, les outils en ligne et ce genre de choses. Nous commençons à peine à explorer cette avenue en tant qu'organisme. Ce ne sont là que quelques mesures encore au stade du développement, mais elles font néanmoins partie de notre initiative visant à amener nos membres à réfléchir activement aux moyens d'utiliser les outils en ligne pour promouvoir et faire fructifier leur commerce.

Mme Cheryl Gallant: Vous avez parlé d'Interac. Offrez-vous à vos membres un taux à rabais pour Interac, PayPal ou quelque autre service du genre?

Mme Corinne Pohlmann: Non, nous ne le faisons pas. Comme la majorité des organismes, nous offrons un service particulier à certains membres pour qu'ils obtiennent un rabais chez un exploitant. Ce n'est pas la nature de notre partenariat avec Interac; nous travaillons plutôt avec cet organisme pour aider à promouvoir les petites entreprises au Canada et faire connaître l'importance des entreprises indépendantes canadiennes sur Internet. Interac s'est joint à nous pour nous aider à faire cela.

Mme Cheryl Gallant: Dans le cas de Pelmorex, d'où MétéoMédia et Pinterest tirent-ils leurs profits?

M. Paul Temple: Nos médias numériques — c'est-à-dire nos sites Web et nos applications — tirent la totalité de leurs revenus de la publicité. Nous dépendons beaucoup de notre capacité à amener le plus de gens possible à regarder les sites Web le plus souvent possible. Nous tentons d'en tirer des revenus en vendant de l'espace publicitaire. Dans le cas du service de télévision conventionnelle, des frais d'inscription, que nous payons nous aussi, apparaissent sur la facture du câblodistributeur, mais il n'y en a pas pour les médias numériques.

Mme Cheryl Gallant: Presque tout le monde a MétéoMédia dans ses favoris.

M. Paul Temple: Je l'espère.

Des voix: Oh, oh!

Mme Cheryl Gallant: C'est très important pour planifier ses bagages.

Vous disiez avoir transmis plusieurs centaines ou plusieurs milliers de messages de sécurité publique dans les dernières années. Comment reçoit-on l'un de ces messages de sécurité publique? Je n'en ai certainement pas reçu par le biais de MétéoMédia, à moins qu'ils aient été affichés pendant des journées où je ne suis pas allée sur le site.

● (1615)

M. Paul Temple: Nous avons une entente avec Environnement Canada et toutes les provinces et les territoires. Ils peuvent accéder à notre système et diffuser leur message de sécurité publique. Dans une journée normale, nous recevons une centaine de messages de sécurité publique d'Environnement Canada seulement. Certains ne sont que des avertissements de gel. Il ne s'agit pas toujours de menaces pour la vie. Si vous avez notre application sur votre téléphone intelligent et qu'il y a un avertissement concernant Kitchener et vous êtes sur la page de Kitchener de notre site Web, ou si vous regardez la météo de Kitchener, vous allez voir l'avertissement apparaître en évidence sur l'écran de votre ordinateur ou de votre téléphone intelligent. Nous transmettons tous les messages de sécurité publique d'Environnement Canada. La particularité de ce système de diffusion est que nous l'offrons à tous les gens qui se trouvent au Canada. N'importe quel diffuseur peut donc accéder à ces messages et les diffuser à son tour. C'est gratuit. Nous offrons gratuitement le service au gouvernement, et nous l'offrons également sans frais à quiconque veut retransmettre ces messages.

Mme Cheryl Gallant: C'est donc passif? Ce n'est pas un service auquel on peut s'inscrire pour recevoir les nouvelles de la semaine?

M. Paul Temple: Il est possible de s'inscrire à nos services de courriel ou de messagerie texte. Nous offrons le service par messagerie texte. Nous l'offrons aussi par courriel, et nous allons également le mettre sur Twitter. Les messages de sécurité publique sont compris dans tous nos produits. Malheureusement, les autres diffuseurs ne se sont pas empressés de l'utiliser, même s'ils n'ont pas à payer pour le service.

Je viens tout juste de recevoir — et ce n'était pas préparé — un avertissement de chutes de neige pour Dauphin, au Manitoba.

Mme Cheryl Gallant: Dommage pour eux.

Monsieur Smith, nous avons différents appareils ici. Je vois quelqu'un qui est avec un certain fournisseur; sa réception est très bonne et il a pu travailler. La mienne est médiocre et je n'ai rien pu faire en ligne de la journée.

Dans quelle mesure le manque de fiabilité des connexions empêche-t-il les petites entreprises de passer au numérique et de faire plus d'affaires sur Internet?

M. Scott Smith: Je doute que l'on puisse établir un lien entre la difficulté qu'ont les petites entreprises à passer au numérique et la qualité de la réception en fonction des endroits. Les fournisseurs ont des accès différents à l'espace, et c'est d'eux que dépend la qualité de votre réception. La concurrence est assez forte dans chaque marché pour que vous trouviez ce dont vous avez besoin.

Je ne comprends pas vraiment votre question.

Le président: Désolé, mais notre temps est écoulé.

Merci, madame Gallant et monsieur Smith.

Nous allons maintenant passer à M. Regan.

L'hon. Geoff Regan: Merci beaucoup, monsieur le président, et merci aux témoins d'être avec nous.

Monsieur Temple, il y a à peine plus d'une heure, je me trouvais justement sur le site de MétéoMédia et je regardais la tendance à 14 jours pour Ottawa. J'aime la nouvelle apparence de votre site, soit dit en passant. J'ai constaté sur la tendance à 14 jours que les quelques jours à venir seront beaucoup plus beaux que ce qui nous attend la semaine prochaine. Donc si vous pouviez faire quelque chose à propos de la semaine prochaine... Je dois admettre que la météo s'est beaucoup améliorée depuis que vous êtes ici, c'est du très beau travail.

Que devrait faire le gouvernement du Canada? Vous parlez de l'expérience de votre entreprise, mais que croyez-vous que le gouvernement du Canada pourrait faire pour que d'autres entreprises adoptent les technologies numériques et le commerce électronique?

M. Paul Temple: Des changements apportés au crédit d'impôt pour la recherche scientifique et le développement expérimental ont réduit la possibilité de réclamer certains incitatifs. Je veux notamment dire qu'il s'agit d'un processus constant et que la disponibilité de ce genre de crédits d'impôt compte pour beaucoup.

Nous sommes un bon cas d'étude sur certains aspects, et nous ne le sommes peut-être pas sur d'autres. Nous sommes une entreprise de médias, alors nous ne vendons pas au détail et nous ne rencontrons pas ce genre de situations. L'une des principales questions que je voudrais aborder concerne le constant besoin de réinvestir. Nous sommes maintenant en concurrence. Nous essayons d'attirer des gens. Mais c'est difficile, car nous avons pris assez d'importance pour que les gens trouvent prestigieux de travailler chez MétéoMédia. Nous faisons concurrence à Google et à Microsoft maintenant. Il est de plus en plus difficile d'engager des gens. Je sais que les journaux parlent beaucoup des travailleurs étrangers actuellement, mais nous allons embaucher tous les gens que nous pouvons pour nous aider à développer nos applications, à redessiner nos sites Web et à faire toute autre tâche qui doit être faite.

•(1620)

L'hon. Geoff Regan: Monsieur Smith, vous avez parlé du besoin d'améliorer le programme de recherche scientifique et de dévelop-

pement expérimental. Voudriez-vous nous dire quelles devraient être ces améliorations?

M. Scott Smith: Le programme de recherche scientifique et de développement expérimental a été principalement conçu pour faciliter l'innovation, la création de nouveaux produits, la recherche et le développement. Il a un rapport avec notre discussion en ce qu'il concerne l'adoption de TIC. C'est quelque chose d'important pour beaucoup d'entreprises fondées sur la recherche.

Les changements apportés au programme en 2011 ont considérablement réduit les montants déductibles pour les grandes entreprises. Or, ce sont ces grandes entreprises qui dépendent le plus en recherche et en développement au Canada. Les améliorations doivent donc leur offrir un moyen de poursuivre leurs activités de recherche et de développement en les appuyant au même titre que les petites entreprises, qui elles, ont toujours accès au programme.

L'hon. Geoff Regan: Madame Pohlmann, votre diapositive 8 illustre le mécontentement de beaucoup de vos membres par rapport à l'absence de concurrence dans l'offre de services Internet filaires dans leur région.

Je crois que vous n'aviez pas de diapositive sur les services Internet sans fil, mais j'aimerais que vous nous parliez des deux et que vous nous disiez en quoi vous croyez qu'ils devraient être améliorés.

Mme Corinne Pohlmann: Nous n'avons pas posé de question sur l'Internet sans fil dans notre sondage. Nous en avons posé sur les téléphones cellulaires, mais nous n'avons pas eu le temps d'inclure les résultats dans le bilan du sondage ou dans l'exposé que vous avez vu. Les entreprises sont un peu plus satisfaites de l'accès aux systèmes de téléphonie cellulaire en ce qui a trait à la concurrentialité des options disponibles, car elles sont habituellement uniformes à la grandeur du pays. Pour ce qui est de la téléphonie cellulaire au Canada, il y a Telus dans l'Est et Bell dans l'Ouest. Je n'ai toutefois aucune information sur l'accès à Internet sans fil.

L'amélioration de la concurrentialité de l'offre passe par quelques conditions. Nous croyons que le CRTC a fait certaines choses qui ont peut-être rendu la tâche plus difficile aux entreprises concurrentes qui tentent de prendre de l'expansion dans les nouveaux marchés et les régions rurales. Par exemple, certaines de ses décisions empêchent maintenant les entreprises concurrentes d'acheter un accès aux installations de l'entreprise en place à un tarif de gros plus un montant raisonnable. Nous croyons que cette décision qui date de deux ou trois ans a réduit le nombre d'entreprises concurrentes sur le marché, car elles ne peuvent plus obtenir un accès à ce réseau à un coût contrôlé. Les entreprises comme Bell et Telus peuvent maintenant demander à leurs concurrents de payer beaucoup plus cher pour accéder à leurs installations ou les louer. C'est ce que nous comprenons. Ma compréhension de ce genre de choses est très élémentaire, mais c'est ce que nous comprenons.

Nous avons soutenu certaines des entreprises concurrentes et essayons de peut-être revenir à cette ancienne façon de faire. Nous croyons que la concurrence est encore très limitée dans ce domaine, surtout pour les petites et moyennes entreprises, qui n'ont pas toujours accès aux réseaux par câble non plus, parce qu'elles se trouvent dans des parcs industriels et que les câblodistributeurs ne desservent pas les parcs industriels, par exemple. Ils le font dans les grandes villes, alors ce n'est pas trop mal, mais la situation peut être très difficile dans les petites collectivités.

Nous devons regarder ces décisions d'un peu plus près pour voir si elles favorisent vraiment la concurrence ou s'il est en fait possible qu'elle lui nuise dans le cas de ce segment du marché, à savoir celui des petites et moyennes entreprises.

L'hon. Geoff Regan: Par votre principale recommandation, dans laquelle vous demandez une offre concurrentielle accrue pour les services de télécommunications, surtout dans les régions rurales, dites-vous que c'est ainsi que nous allons y parvenir ou y a-t-il d'autres mesures à prendre pour favoriser la concurrence?

Mme Corinne Pohlmann: Il est difficile de demander à un petit fournisseur de services Internet de concevoir et de construire un réseau. Le Canada est un grand pays de plusieurs façons, alors nous devons nous assurer que les entreprises ont accès aux réseaux en place, parmi lesquels bon nombre ont été mis en place grâce à des programmes et des subventions du gouvernement accordées à de grandes entreprises par le passé.

Voilà certaines des questions qui à notre avis devraient être étudiées un peu plus attentivement pour encourager la croissance des petits fournisseurs de services Internet dans certains autres marchés peut-être un peu moins importants. Je crois que c'est un élément important pour nous.

L'hon. Geoff Regan: Les détaillants nous ont beaucoup parlé des frais de carte de crédit. On les fait payer pour pouvoir utiliser le paiement par carte de crédit — et vous connaissez évidemment très bien ce dossier. Vous parlez de la question du paiement électronique et du paiement mobile par rapport à cela. Voudriez-vous nous dire quelles sont les conséquences de cette réalité et en quoi elle rend les PME réticentes à adopter ces méthodes?

• (1625)

Mme Corinne Pohlmann: Le coût lié à la réception d'un paiement par carte de crédit est à la hausse depuis un moment et a encore augmenté le 1^{er} avril. Il s'agit sans aucun doute d'une barrière pour les petites entreprises qui considèrent l'adoption de cette méthode.

L'arrivée du paiement mobile sur le marché canadien inquiète beaucoup de propriétaires de petites entreprises, car la dernière fois que nous avons vu un nouveau produit de ce genre arriver au Canada, c'était lors de la création des cartes de crédit premières. Les taux se sont envolés à ce moment.

En ce moment, la situation est assez stable, mais nous craignons le moment où ce moyen de paiement prendra une place beaucoup plus grande dans notre quotidien. Le paiement mobile signifie habituellement qu'un autre joueur entre dans la chaîne de paiement, en l'occurrence les sociétés de télécommunications, en plus des banques, des exploitants et des sociétés émettrices de cartes de crédit.

Nous avons beaucoup de peine à croire que ce nouvel intervenant ne voudra pas lui aussi sa part du gâteau. La seule façon d'y arriver est de grossir le gâteau. Pour le moment, ils se le partagent, mais nous croyons que la situation pourrait évoluer. Nous nous inquiétons de cela et du fait qu'il est très important que le code de conduite concernant les cartes de crédit soit être élargi pour inclure des règles auxquelles ces sociétés de paiement mobile devront se soumettre.

Le président: Merci monsieur Regan.

Nous passerons maintenant à une série de questions de cinq minutes.

Monsieur Carmichael.

M. John Carmichael (Don Valley-Ouest, PCC): Merci monsieur le président.

Bonjour à tous nos témoins.

Monsieur Smith, j'aimerais revenir sur ce que vous avez dit tout à l'heure sur le pourcentage des ventes en ligne au Canada. Avez-vous les chiffres pour les États-Unis également, à titre de comparaison?

Vous avez dit qu'environ 3,4 p. 100 des ventes au détail se font maintenant en ligne et que ce taux augmentera à 5,4 p. 100 d'ici 2016. Qu'en serait-il si nous comparions ces chiffres à ceux des États-Unis? Les avez-vous sous la main?

M. Scott Smith: Je le crois, oui.

M. John Carmichael: Pour gagner du temps, nous poursuivrons pendant que vous cherchez.

Pourriez-vous nous parler de ce que font les petites entreprises canadiennes, par opposition aux américaines, pour ce qui est du recours à la technologie et de l'utilisation de sites Web. En sommes-nous au même point, oui ou non? Vous avez dit que le Canada accusait du retard. Il nous arrive d'entendre ce genre de commentaire à l'occasion. Ce que je n'ai pas entendu, ce sont des chiffres comparables qui pourraient m'apprendre à quel point nous sommes vraiment en retard, le cas échéant.

M. Scott Smith: Je n'ai pas de comparaison directe avec les États-Unis, alors je ne peux pas vous donner le classement. Je pourrais vérifier les données et vous revenir là-dessus. Elles ne me viennent pas spontanément à l'esprit.

M. John Carmichael: D'accord. Quelqu'un a parlé plus tôt des témoins d'Industrie Canada que nous avons accueillis l'autre jour. Ils ont dit qu'environ 41 p. 100 des entreprises au Canada avaient des sites Web en 2007. Ce chiffre a augmenté à 70 p. 100 en 2011. À ce que j'ai compris, il oscille autour des 90 p. 100 aujourd'hui. Je crois que c'est exact.

En ma qualité d'ancien homme d'affaires et ancien membre de la FCEI, je vais adresser ma prochaine question aux représentantes de la fédération. À l'époque, je comptais sur notre site Web pour renseigner nos clients sur nos activités, nos produits, leurs caractéristiques et avantages — toutes les bonnes choses. Ce n'était pas relié à la chaîne d'approvisionnement mondiale.

Pourriez-vous nous parler des entreprises locales. Vous avez dit que vous avez 109 000 membres. Je reçois vos sondages et je les aime beaucoup. Mais j'aimerais qu'ils soient un peu plus détaillés et approfondis et j'aimerais voir les noms aussi, car j'aimerais parler à certains de vos membres. Ce que vous avez en réalité, ce sont des franchisés, des distributeurs, des entreprises qui sont vraiment plus modestes dans le milieu des affaires. Ces entreprises ont des sites Web, mais ne font pas partie de la chaîne d'approvisionnement mondiale. En parlant des PME, comment faites-vous la distinction entre les deux niveaux d'activité, entre celles qui veulent faire des affaires à l'échelle mondiale et celles qui sont exclusivement des fournisseurs locaux?

Mme Corinne Pohlmann: Il est de plus en plus difficile de faire la distinction. Vous avez absolument raison, car la vaste majorité de nos membres se contentent de desservir les marchés locaux. C'est ce qui fait leur affaire. Il peut s'agir également d'entreprises du secteur des services, et alors c'est une question d'interaction avec les gens. Les entreprises tiennent tout simplement à utiliser leur site Web pour s'assurer que les gens sont au courant de leurs services et de leurs coordonnées.

Or, parmi ces mêmes collectivités locales, on retrouve également la petite entreprise qui vient à peine de démarrer avec quatre ou cinq employés, qui cherche à vendre à l'étranger ou à une autre province, suivant le cas. Pour moi, c'est justement cela qui est formidable de la révolution numérique, si vous voulez l'appeler ainsi, car elle permet à ces toutes petites entreprises d'atteindre des marchés qui leur auraient complètement échappé autrefois. Je ne crois pas que faire la distinction soit aussi facile que nous le pensions par le passé, et c'est peut-être une bonne chose. Mais j'estime que ce dont il s'agit, c'est de veiller à ce que ces entreprises aient les outils nécessaires tout en comprenant que les coûts vont être relativement élevés pour elles, par rapport à des entreprises de plus grande envergure, à l'heure d'aller chercher ces marchés. Alors, comment pouvons-nous veiller à réduire ces coûts autant que possible afin qu'elles puissent se lancer en quête de ces marchés mondiaux si tel est leur choix?

• (1630)

M. John Carmichael: Je suis d'accord avec vous. Il y a deux ou trois semaines, j'ai eu l'occasion de faire une annonce en compagnie d'un membre de votre équipe lors de la Semaine de la petite entreprise. C'était justement cela. Le petit producteur local avait annoncé son produit sur Internet et les clients le contactaient des quatre coins du monde — dans un domaine très spécialisé, très exclusif. Mais c'était assez intéressant de voir comment cela fonctionnait.

Alliez-vous dire quelque chose?

M. Scott Smith: J'étais pour vous donner la statistique que vous avez demandée. C'est 5 p. 100 en 2010 pour les États-Unis, et 7,1 p. 100. Il s'agit donc d'environ 2,5 p. 100 de plus dans chaque cas. Les Américains nous devancent sensiblement.

M. John Carmichael: Je ne suis pas sûr de savoir comment vous quantifiez le « sensiblement » si ce n'est qu'il s'agit d'un marché aussi vaste, peut-être.

M. Scott Smith: Uniquement si vous le considérez par habitant. Autrement dit, 5 p. 100 du marché de la vente au détail aux États-Unis se faisaient en ligne en 2010. Au Canada, en 2010, nous n'en étions qu'à 3,4 p. 100. En 2016, on prévoit que la proportion sera de 7,1 p. 100 aux États-Unis alors qu'au Canada, nous ne dépasserons pas les 5 p. 100.

Le président: Merci beaucoup, messieurs Smith et Carmichael.

Monsieur Lapointe, vous avez cinq minutes.

[Français]

M. François Lapointe (Montmagny—L'Islet—Kamouraska—Rivière-du-Loup, NPD): Merci, monsieur le président.

Monsieur Smith, une période de cinq minutes n'est pas suffisante pour toute l'expertise dont nous disposons. C'est un peu cruel, mais si je vous bouscule un peu, ce sera à cause du manque de temps.

La page 11 du document déposé par la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante me confronte par rapport à des choses essentielles. Les efforts récents du gouvernement en place se sont concentrés sur la baisse des taux d'imposition des très grandes entreprises et, dans une plus petite mesure, de ceux des petites entreprises. On voit que pour les PME, et ce n'est pas surprenant, l'aide directe est ce qui peut vraiment les aider. Les déductions pour l'amortissement ont vraiment aidé les PME. Par contre, les programmes qui demandent d'abandonner la production de pain ou de nettoyage de vestons pour s'asseoir avec des gens de la BDC et de trouver quels programmes pourraient aider et répondre aux critères sont moins faciles pour la petite entreprise. L'aide directe est ce qui aide les PME.

Avez-vous des données par rapport à la grande entreprise en comparaison à cela? M. Smith pourrait peut-être me répondre. Il me semble qu'il y a peu d'aide directe.

Par ailleurs, dans quelle proportion l'aide indirecte est-elle utilisée par la grande entreprise par rapport à la petite?

En ce qui a trait au programme de la RS&DE, plus de 75 % des petites entreprises qui y avaient accès grâce à certaines de leurs activités n'y ont plus accès depuis deux ans. Ce fait est confirmé par les chambres de commerce régionales. La moyenne entreprise ne s'en sort pas trop mal, mais les gens me disent tous la même chose: ils doivent investir jusqu'à 30 % du montant qu'ils vont chercher. Par exemple, s'il est question de 100 000 \$, ils doivent investir 30 000 \$ en administration pour justifier les 100 000 \$ qu'ils vont chercher. Sinon, ils n'obtiennent pas d'aide. Cette situation, qui est omniprésente dans l'Est du Québec, ressemble-t-elle à ce qu'on vous dit dans le cadre d'autres témoignages partout sur le territoire?

[Traduction]

M. Scott Smith: C'est une question assez alambiquée.

Le programme RS et DE n'est en principe pas offert aux grandes entreprises. Les changements dans ce programme ont pour ainsi dire éliminé la participation des grandes compagnies, du moins en grande partie. Il y a toujours certains incitatifs, mais ils sont malheureusement insuffisants pour les encourager à faire les investissements qu'il faut pour poursuivre les activités de recherche et de développement au Canada. Elles vont désormais investir pour d'autres raisons.

[Français]

M. François Lapointe: En ce qui a trait à cette tendance chez la petite entreprise, avez-vous entendu des témoignages et avez-vous des données qui vont dans ce sens? Chez moi, plus de 75 % des projets qui étaient acceptés habituellement ne le sont plus depuis 18 ou 24 mois. Ces données me sont fournies par toutes les chambres de commerce de l'Est du Québec et les fiscalistes de la région. C'est confirmé.

[Traduction]

M. Scott Smith: Je ne suis pas au courant de cet écart. Les petites entreprises ont toujours accès au programme RS et DE. Le défi, pour de nombreuses d'entre elles, c'est de satisfaire aux critères.

[Français]

M. François Lapointe: Vous avez mis le doigt, madame Pohlmann, sur un gros problème. Il s'agit du manque d'offres de services Internet, surtout dans les milieux ruraux. En effet, dans mon cas, quand on s'approche de la ville de Québec, par exemple, il n'y a aucun problème. Les prix sont concurrentiels. Toutefois, plus on va dans les montagnes et les petits chemins, moins il y a de services. Parfois, on trouve un seul fournisseur qui demande deux ou trois fois le prix de ce qu'on aurait dans un grand centre. On connaît le problème.

Y a-t-il des solutions potentielles à ce sujet? La réglementation ou l'approche du gouvernement fédéral pourraient-elles, selon vous, aider à réduire cette difficulté?

• (1635)

[Traduction]

Mme Corinne Pohlmann: Comme je l'ai déjà mentionné, je crois qu'il y a divers moyens d'y arriver. Nous pouvons peut-être encourager le recours aux nouvelles technologies dans ces domaines — je ne suis pas experte en la matière — par exemple les technologies par satellite et sans fil qui pourraient offrir des options concurrentielles dans les régions plus rurales.

Par ailleurs, comment pouvons-nous encourager la concurrence face aux grands qui dominent le marché et ont tendance à monopoliser les affaires dans ces régions rurales, afin que les petits osent dans ces régions? La seule manière de le faire c'est de s'arranger pour que leurs coûts demeurent raisonnables.

En ce moment, la seule manière pour eux d'entrer dans ces régions consiste à louer des lignes des grands titulaires et, à ce que j'ai compris — peut-être devriez-vous parler à certaines de ces personnes également — cela peut être extrêmement coûteux. Alors, ils ne sont pas en mesure d'offrir des prix concurrentiels à ces collectivités rurales. Par conséquent, il est pratiquement impossible pour eux de se tailler une part de ces marchés. Ce n'est même pas la peine d'essayer.

Je veux dire qu'il peut s'agir d'une combinaison de facteurs. De nouvelles technologies sont continuellement en train de surgir et, si tout va bien, leur usage pourrait éventuellement se répandre dans des marchés ruraux à un prix plus raisonnable. Mais nous sommes un pays très vaste et ce sont là certains des défis que nous devons relever.

Le président: Monsieur McColeman, vous avez cinq minutes.

M. Phil McColeman (Brant, PCC): Merci monsieur le président.

Merci aux témoins de leur présence parmi nous.

J'aimerais répondre à un commentaire de mon collègue de l'autre côté de la table, qui s'est dit partisan d'offrir une aide directe aux entreprises.

Ayant été un modeste homme d'affaires pendant près de 25 ans, propriétaire de ma propre petite entreprise, membre de la Chambre de commerce, siégeant à notre conseil d'administration, et dirigeant la Ontario Home Builders' Association vers le milieu des années 1990...

Compte tenu de ces références, de ce contexte, vos organisations sont-elle en faveur d'une intervention directe des gouvernements pour aider les entreprises à acquérir des technologies?

M. Scott Smith: Je présume que c'est à moi que vous adressez la question?

M. Phil McColeman: À vous et à la FCEI.

M. Scott Smith: Je peux vous donner deux réponses.

Premièrement, nos organisations appuient le principe de l'aide du gouvernement. Il y a un certain nombre d'entreprises qui en profitent énormément, ce qui fait rouler l'économie.

Cela dit, nous préconisons une application plus générale des incitatifs fiscaux qui sont probablement plus efficaces et plus accessibles, car ils présentent moins de critères à satisfaire et d'obstacles à surmonter. La plupart des entreprises s'adresseront à leurs propres comptables plutôt qu'à des bureaux gouvernementaux pour tenter de demander des subventions au lieu d'un incitatif fiscal, qu'il s'agisse d'une déduction d'impôt ou d'un crédit d'impôt.

Mme Monique Moreau (analyste principal de la politique, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante): Nous serions d'accord avec les propos de M. Smith. Pour la plupart de nos membres, plus il est facile d'avoir accès à l'aide, plus ils seront susceptibles d'en profiter.

À la FCEI, et c'est un peu notre devise, nous préférons que le gouvernement s'abstienne de choisir les gagnants et qu'il laisse les entreprises faire la tentative d'elles-mêmes. Elles demanderont un crédit d'impôt plutôt que d'avoir à passer par une série de formalités complexes, qui peuvent s'avérer très dispendieuses elles aussi — par

exemple dans le cas du programme RS et DE — et elles feront ce qu'elles pourront avec le crédit d'impôt pour améliorer les affaires.

M. François Lapointe: Si vous le permettez, monsieur le président, je voudrais invoquer le Règlement rapidement.

[Français]

Je crois qu'il y a eu une erreur au niveau de l'interprétation, mais je pense que les témoins m'ont bien compris. Je mentionnais le fait que les mesures fiscales de soutien étaient plus accessibles aux PME. En anglais, j'ai compris qu'on parlait de l'aide directe relative aux programmes. Lorsque j'ai mentionné « l'aide directe », je parlais de la fiscalité.

[Traduction]

Le président: Monsieur Lapointe, cela n'a rien à voir avec le Règlement et ce n'est pas une question de procédure non plus. Il s'agit vraiment de quelque chose qui fait partie du débat qui nous occupe.

[Français]

M. François Lapointe: Si quelque chose est mal traduit, on ne peut pas faire un recours au Règlement?

[Traduction]

Le président: Allez-y monsieur McColeman. Nous remettrons le chronomètre à zéro.

M. Phil McColeman: Merci.

J'aimerais parler de la question de la cybersécurité et de ce que les entreprises doivent rechercher à l'étape de l'adoption des technologies. Est-ce là un sujet de préoccupation pour vous en ce qui concerne vos membres? Vos membres vous questionnent-ils sur des aspects touchant la cybersécurité?

J'aimerais connaître votre avis là-dessus et savoir si les petites entreprises sont en train de communiquer avec vous à ce sujet.

• (1640)

M. Scott Smith: Nous entendons évidemment parler de cybersécurité. Cette question se présente sous diverses formes. Si nous sommes en train de parler d'une loi contre les pourriels, par exemple, il y a des questions de cybersécurité à envisager autour de ce qui pourrait arriver si cette loi était adoptée telle quelle. Des questions de cybersécurité se posent également autour du projet de loi récemment déposé à la Chambre qui vise à combattre la contrefaçon, par exemple.

Est-ce que j'en entends parler dans le contexte du fonctionnement des petites entreprises? Oui et non. Ce n'est pas un sujet de préoccupation majeure parmi nos membres. Cela dit, certaines associations qui font partie du réseau de la Chambre de commerce sont certainement aux prises avec la question et ont de sérieuses inquiétudes à cet égard.

M. Phil McColeman: Et à la FCEI?

Mme Corinne Pohlmann: Oui. Si vous regardez la diapositive numéro 10 du dossier que je vous ai distribué, là où nous examinons les obstacles à la réception de paiements électroniques, la quatrième entrée, à 26 p. 100, dit « Je me préoccupe de la sécurité en ligne ».

Nous nous sommes penchés plus profondément sur la question. Elle se rapporte à la crainte d'être tenu responsable, bien entendu, advenant que les renseignements du client ou autre sont volés ou traités de manière négligente. Je crois que cela en fait partie.

Il y a en outre ce que l'on appelle la conformité à l'assurance de protection des paiements. Les sociétés émettrices de cartes de crédit imposent à présent des exigences aux entreprises, de sorte que, quand elles acceptent des paiements par carte de crédit, elles doivent avoir un certain montant dans leur système à titre de garantie. Cela peut s'avérer très coûteux pour les entreprises, suivant le volume de leurs transactions.

Tous ces éléments se conjuguent pour faire partie de la question de la sécurité en ligne et ajoutent aux coûts de la petite entreprise. C'est un problème, je pense, pour les entreprises beaucoup plus petites, particulièrement une fois que le volet commerce électronique commence à prendre et le volume des ventes ne fait que se multiplier, augmentant par la même occasion la responsabilité des entreprises à l'égard des renseignements personnels récoltés dans ce contexte.

Il importe de se doter de systèmes haut de gamme pour s'assurer que tout soit bien protégé. Une fois de plus, les coûts feront partie de la donne. Comme je crois que M. Temple l'a fait remarquer, il s'agit d'un investissement permanent et toujours plus important qui va de paire avec l'expansion des affaires par voie électronique. Inutile d'ajouter qu'il faut absolument avoir les ressources pour pouvoir le faire.

M. Phil McColeman: Merci.

Le président: Merci monsieur McColeman.

Je cède maintenant la parole à M. Harris pour cinq minutes.

M. Dan Harris: Merci monsieur le président.

Pour revenir sur votre dernière remarque au sujet de la cybersécurité, c'est un aspect qui constitue à lui seul le plus grand obstacle que la plupart des entreprises doivent surmonter. C'est quelque chose qui fait très peur, quand on ne connaît pas très bien Internet ou les technologies numériques, et on n'ose même pas commencer à songer à toutes les répercussions. Bien entendu, les exigences liées à la protection des renseignements personnels et les exigences imposées par les compagnies de cartes de crédit et les banques pour ce type de sécurité — les certificats de sécurité et tous les obstacles de ce type — sont en fait beaucoup plus pénibles que de remplir des demandes en vue d'obtenir des subventions du gouvernement, ce qui peut être parfois pénible aussi.

Un peu plus tôt, monsieur Smith, vous parliez des principaux jalons et de la capacité de mesurer le succès. Si mon collègue, M. Kennedy Stewart, était là aujourd'hui, il aurait été ravi de vous entendre dire cela car il croit fermement qu'il est important pour nous de mesurer le succès, l'efficacité et l'efficience des programmes que nous mettons en place.

La FCEI a parlé des tarifs perçus par les compagnies de cartes de crédit. Ces tarifs toujours grimpants constituent un problème, car il y a bien entendu l'exigence d'accepter toutes les cartes, et quand on ajoute le volet paiement en ligne à tout cela... Avez-vous fait des recherches sur l'argent en sus qu'il en coûte aux petites entreprises?

Mme Corinne Pohlmann: Cela dépend, bien entendu, des tarifs qu'elles sont en mesure de négocier, mais en plus, il y a le coût d'installation des systèmes. Non, je ne sais pas exactement ce que ce montant pourrait représenter, mais nous savons très certainement que quand les cartes à primes ont été introduites en 2008, la plupart de ceux qui nous appelaient — et nous avons reçu des centaines d'appels — nous disaient que les coûts avaient augmenté pour les entreprises de 25 à 30 p. 100 en un seul mois. C'est donc une question importante pour les petites entreprises, dont les marges de profit sont assez faibles au départ. Voilà pourquoi elles s'inquiètent à

présent que l'arrivée d'une nouvelle forme de paiement pourrait encore causer de telles augmentations, qu'elles ont été en mesure de stabiliser tant bien que mal depuis les dernières années.

Cependant, une partie du problème découle du fait que ces tarifs ne sont souvent pas très transparents, alors on ne sait pas trop d'un mois à l'autre ce qu'il va falloir payer, compte tenu des divers types de tarifs, mais je vous en ferai grâce aujourd'hui. Ces sommes peuvent s'accumuler très rapidement pour les petites entreprises. Or, relativement parlant, les petites entreprises paient davantage pour ces types de transactions que les grandes entreprises, simplement à cause du volume. Une fois de plus, le coût est plus élevé pour les petites entreprises que pour les grandes.

• (1645)

M. Dan Harris: C'est un peu une arme à double tranchant pour les petites entreprises qui cherchent à avoir accès au marché mondial, car, si la formule leur permet d'avoir accès à beaucoup plus de clients, elle les oblige également à faire concurrence à des entreprises de vente au détail plus vastes qui sont en mesure de négocier de meilleurs tarifs; en mesure de négocier pour obtenir de meilleurs tarifs d'expédition; en mesure d'obtenir, par opposition aux petites entreprises, un taux préférentiel généralisé simplement à cause du volume de leurs transactions.

Dans une petite entreprise ayant pour règle d'accepter toutes les cartes de crédit, on ne sait pas nécessairement le type de tarif à payer en bout de ligne, et il y a beaucoup de tarifs différents que l'on ne pense même pas devoir payer. Si vous allez à un restaurant et payez par carte de crédit, il y aura un tarif ajouté au pourboire, ainsi que la TVH. Ainsi, pour les sommes qui doivent être légalement dévolues au gouvernement ou aux employés, par exemple les pourboires, le commerçant devra déboursier 2, 3 ou 4 p. 100 en sus du tarif applicable, ce qui est incroyable.

Vous avez parlé du code de conduite un peu plus tôt. Pensez-vous qu'il est efficace tel qu'il est rédigé en ce moment, ou croyez-vous qu'il a besoin d'améliorations?

Mme Corinne Pohlmann: Quand le code de conduite a été introduit en 2010, nous savions déjà que ce serait un document qui aurait besoin d'être constamment mis à jour. Nous croyons effectivement qu'il a besoin d'être actualisé aujourd'hui, notamment pour ajouter des clauses sur les paiements par téléphone mobile, aspect sur lequel il y a eu de bonnes consultations et d'excellentes idées; reste à savoir quand on a l'intention d'incorporer tout cela au code de conduite. Nous estimons par ailleurs que la règle voulant qu'il faille honorer toutes les cartes devrait être éliminée, comme vous l'avez si bien dit. Nous croyons également que les entreprises doivent pouvoir percevoir un supplément couvrant le montant du tarif à payer.

Voilà certains des ajouts que nous aimerions voir. Nous voudrions également avoir davantage de précisions sur certaines activités de quelques intervenants de l'industrie et la manière dont ils font pression auprès des propriétaires de petites entreprises pour les faire signer des contrats qui ne sont pas toujours très éthiques, d'après nous. Et nous croyons qu'il faut mettre en place un processus de règlement des différends.

Voilà certains des domaines dans lesquels nous aimerions constater quelques améliorations dans notre code de conduite.

Le président: Merci beaucoup, madame Pohlmann.

Merci beaucoup, monsieur Harris.

Monsieur Lake, vous avez cinq minutes.

L'hon. Mike Lake: Merci monsieur le président.

Je pourrais m'embarquer dans tout un tas de choses. Il y a eu les 350 millions annuels, je crois que du budget 2010, comme mesure de stimulation pour accélérer les coûts en capital des ordinateurs. Il s'agissait d'entreprendre une mesure ciblée dans un délai prescrit pour encourager les entreprises à faire des investissements qui leur seraient avantageux à long terme, à l'instar de ce qui s'est fait pour le financement du programme de stimulation, les programmes d'infrastructure du savoir et de nombreux autres encore, dont le programme ILC.

La mesure comportait un délai prescrit pour une raison et c'est que, en tant que gouvernement, nous avons dit que nous étions déterminés à rééquilibrer le budget d'ici 2015, et nous sommes sur la bonne voie pour y arriver dans les délais prévus. J'estime que nous allons être l'un des seuls pays industrialisés à avoir un budget équilibré d'ici 2015. À quel point cela est-il important pour vos membres?

Mme Corinne Pohlmann: Le fait d'avoir un budget équilibré?

L'hon. Mike Lake: Le fait que nous aurons un budget équilibré d'ici 2015.

Mme Corinne Pohlmann: C'est très important pour nos membres. C'est parmi les deux ou trois questions les plus importantes pour nos membres, que les gouvernements de tous les ordres cherchent à trouver les moyens de rééquilibrer le budget dès que possible.

L'hon. Mike Lake: Je trouve toujours intéressante la lignée des questions suivie par les partis de l'opposition lors de ces réunions, car ils n'ont pas hésité à cibler les 350 millions de dollars annuels. Or en fait, si vous examinez le document du NPD sur l'attribution des coûts de la dernière élection, le parti avait environ 70 milliards de dollars...

Mme Hélène LeBlanc: Monsieur le président, j'invoque le Règlement.

Le président: Il va s'agir d'une question de procédure, n'est-ce pas?

L'hon. Mike Lake: Je ne le pense pas.

Mme Hélène LeBlanc: Je regrette. J'estime que la lignée de nos questions est très efficace sur beaucoup de choses. Je vois que M. Lake se dirige vers une zone plus politique. Je crois que j'aimerais que les questions se limitent à l'étude qui nous occupe et à l'excellente déclaration à laquelle nous avons assisté.

J'estime que la lignée des questions n'est pas réglementaire.

• (1650)

Le président: Je comprends, madame LeBlanc, mais mon travail se limite à l'arbitrage des questions de procédure et non de celles qui concernent le débat proprement dit.

Mme Hélène LeBlanc: Mais nous ne sommes pas en train d'avoir un débat ici. Nous sommes en train de questionner des experts, non pas en train de questionner la position d'un autre parti.

Le président: Je comprends. Peu importe la manière dont vous vouliez l'appeler, le dialogue que nous avons ici, le fond de la chose, à moins qu'elle ne vire complètement de cap...

Mme Hélène LeBlanc: C'est déjà en train de virer de cap. Je suis désolée, monsieur le président, c'est en train de virer de cap dans un sens qui est contraire au professionnalisme de ce comité.

Nous avons des déclarations, des points qui ont été soulevés, et nous pouvons questionner nos experts sur leurs déclarations respectives. Nous respectons cela de ce côté de la table et nous continuerons à le faire.

Le président: Merci, madame LeBlanc.

Vous pouvez poursuivre, monsieur Lake.

L'hon. Mike Lake: Merci monsieur le président.

Il me semble avoir entendu l'expression « non pertinent » venir de l'autre côté. Je dirais que je me rapporte à un document réel du NPD, vérifié et imprimé, qui date de la dernière campagne électorale. Je ne sais pas, mais il me semble que c'est pertinent à la discussion. Il décrit clairement un plan en vue d'augmenter les dépenses du gouvernement de 70 milliards de dollars sur quatre ans. Une partie de cela, je tiens à le signaler, est une augmentation de 30 p. 100 du taux d'imposition des sociétés, qui passerait à 19,5 p. 100.

Quand nous parlons de prolonger indéfiniment des mesures qui faisaient partie du stimulus dans le budget — il ne s'agit pas d'une seule mesure mais de nombreuses mesures de stimulation qu'ils chercheraient à obtenir pour continuer — sommes-nous prêts à augmenter l'impôt sur les sociétés de 30 p. 100 pour y arriver, selon votre organisation?

Madame Pohlmann et monsieur Smith.

M. Scott Smith: Je crois qu'il y a un équilibre fragile entre être en mesure de trouver le stimulus qu'il faut pour les entreprises pour stimuler l'économie et augmenter les recettes du gouvernement sous forme d'impôts et de taxes de diverses sortes, et trouver les moyens d'équilibrer le budget. Du point de vue de la Chambre de commerce, oui, un budget équilibré est une chose très importante tout comme le fait de trouver les incitatifs fiscaux qu'il faut pour que les entreprises puissent être compétitives à l'échelle mondiale.

L'hon. Mike Lake: La réponse a été d'augmenter l'impôt sur les sociétés à 19,5 p. 100. La Chambre de commerce du Canada serait-elle en faveur de cela?

M. Scott Smith: Non.

M. François Lapointe: J'invoque le Règlement.

[Français]

Dans cette plateforme, on prévoyait une baisse d'impôt pour les PME.

Si vous voulez jouer ce genre de jeu, on va le jouer à deux. Je sais que ce n'est pas un recours au Règlement, mais puisqu'on se permet d'aller aussi loin, j'aimerais rappeler que cette même plateforme prévoyait une baisse d'impôt pour les PME.

Si on cesse ce petit jeu, j'arrêterai immédiatement.

[Traduction]

Le président: Écoutez bien, tous mes collègues, je sais qu'il y a des fois où les membres disent des choses peu agréables aux autres en ce qui a trait à invoquer le Règlement. Invoquer le Règlement pour des motifs de procédure, n'est pas vraiment pertinent. Si nous continuons à faire cela, je suspendrai la réunion jusqu'à ce que les choses se calment.

Allez-y monsieur Lake.

L'hon. Mike Lake: Merci.

Je ne crois pas contrevenir au Règlement en soulevant des questions pertinentes sur la lignée des questions formulées par l'opposition. L'opposition questionne les mesures du gouvernement dans certains domaines, comme il lui correspond. Comme nous évaluons deux options possibles, j'estime tout à fait juste d'envisager les deux et de chercher à nous entendre sur ce qu'elles supposent.

Vous ne pouvez pas me contredire, puisque je suis en train de lire votre propre document budgétaire. Alors si vous dites que c'est un mensonge, vous êtes en fait en train de dire que votre propre document n'est qu'un mensonge. C'est là en noir et blanc, à la page 3, sous la rubrique des Recettes, rétablissement du taux de l'impôt sur les sociétés à 19,5 p. 100. C'est clair. La mesure permettrait d'obtenir 5,9 milliards de dollars en 2011-2012, 8,6 milliards en 2012-2013, 9,3 milliards en 2013-2014 et 9,9 milliards en 2014-2015. Je suis en fait en train de citer ces chiffres à partir du document budgétaire du NDP. À la fin, vous invitez les gens à être de la partie. Vous savez, certains Canadiens ne veulent pas nécessairement être de la partie. Et je vous cite cela à partir de votre propre document, afin que...

En tout cas, en revenant à la lignée des questions, si je pouvais...

Combien de temps me reste-t-il, monsieur le président?

Le président: Trente secondes.

L'hon. Mike Lake: Trente secondes.

Vous savez quoi, je crois que je vais m'arrêter là. Tant pis pour les 30 secondes.

Le président: Merci monsieur Lake.

Monsieur Thibeault, vous avez cinq minutes.

M. Glenn Thibeault: Merci, monsieur le président.

J'espère avoir l'occasion de recueillir auprès des témoins certaines informations concrètes.

Parlons, si vous le voulez bien, du Groupe de travail spécial sur les paiements, qui a accompli un travail remarquable. Je sais que la FCEI en a fait partie, ainsi que l'Association canadienne des paiements, le CDIP, l'ACMFC ainsi que l'Association des consommateurs du Canada. Le groupe de travail spécial a soumis au ministre des Finances le rapport présenté à la Chambre en décembre 2011.

Le groupe de travail spécial a préconisé l'adoption de ce projet de loi, qui était de nature à faire économiser 32 milliards de dollars à l'économie canadienne sous forme de gains de productivité grâce à la modernisation du système des paiements à l'échelle nationale. Aujourd'hui, d'après ce que dit le groupe de travail spécial, le cadre réglementaire canadien en matière de paiements accuse du retard, même par rapport à des pays comme la Roumanie et le Pérou, alors que nous sommes membres du G8 et eux pas.

C'est ainsi que le Groupe de travail sur l'examen du système de paiements a pu déclarer que « à moins que le Canada ne mette sur pied un système de paiements numériques moderne, les Canadiens ne seront pas en mesure de participer pleinement à l'économie numérique du XXI^e siècle, et il en découlera une diminution du niveau de vie dans tout le pays et une perte sur le plan de la compétitivité internationale ». Or, depuis que le rapport a été déposé à la Chambre, le gouvernement n'a pas donné de suite concrète à ces observations.

Permettez-moi de vous citer un autre passage du rapport:

Les petites entreprises se sentent corsetées par l'absence d'alternatives numériques au carnet de chèques. (En effet, 80 p. 100 des paiements effectués par les petites entreprises le sont sous forme de chèques, étant donné qu'il n'existe pas de solution électronique qui soit accessible et à un prix raisonnable.)

Le secteur concerné a fait savoir qu'il n'avait « pas mis en oeuvre le changement en raison, notamment, de l'incertitude et du manque de coordination », alors qu'il incombe au gouvernement de donner l'exemple, aussi bien en adoptant de nouvelles méthodes qu'en coordonnant les démarches de rationalisation dans le secteur privé.

Je pose donc la question suivante à la FCEI et la Chambre de commerce: selon vous, quel rôle le gouvernement devrait-il adopter afin d'encourager les petites et moyennes entreprises à passer à des systèmes de paiements et de facturation numérisés? Le gouvernement doit-il se contenter de prêcher d'exemple ou doit-il intervenir activement pour aider les PME à moderniser leurs pratiques en matière de paiements et de facturation? C'est ma première question.

• (1655)

Mme Corinne Pohlmann: Les données que vous venez de citer proviennent de nos études, lesquelles indiquent que 80 p. 100 de nos adhérents continuent d'utiliser des chèques pour les transactions interentreprises. Ces paiements d'une entreprise à l'autre constituent le principal obstacle. S'agissant, en effet, des transactions entre consommateurs et entreprises, il existe le système de cartes de crédit et de cartes de débit, alors que pour ce qui est des transactions interentreprises, nous n'avons pas vraiment de système de paiements électroniques qui soit efficace, je veux dire abordable, sécurisé et accessible aux petites entreprises. C'est en partie au secteur bancaire lui-même qu'il appartient d'apporter une solution, même s'il n'est pas toujours facile de proposer des idées débouchant sur une véritable rationalisation.

Il existe aujourd'hui un système dénommé FinPay, qui regroupe ce genre d'entreprises, et la FCEI en fait partie. L'objectif est de se consulter afin d'essayer de faire avancer les choses, mais nous aimerions que les progrès soient plus rapides, que ce soit sous forme d'interventions gouvernementales ou d'initiatives du secteur privé, ou encore de collaborations entre les deux, mais que l'on mette sur pied de façon concrète un système de paiements électroniques au Canada. J'aurais du mal à dire à qui doit revenir le rôle principal, mais peut-être faut-il en laisser la primauté au secteur privé, afin de rendre la chose accessible aux petites entreprises.

En tout cas, le principal obstacle à surmonter aujourd'hui consiste à rendre les systèmes efficaces pour les transactions interentreprises, afin d'abandonner les paiements sur support papier et de passer à un système davantage basé sur le règlement numérique en ligne.

M. Glenn Thibeault: Avez-vous un commentaire à ajouter là-dessus?

M. Scott Smith: Oui, j'ajouterais simplement que l'on avait envisagé des incitatifs fiscaux pour encourager l'adoption de la TIC: voilà un domaine d'intervention gouvernemental potentiel.

Pour revenir à ce que disait Corinne, je pense que le secteur privé tend plutôt à préférer ses propres solutions, et je n'envisage pas vraiment un grand rôle pour le gouvernement dans ce domaine.

M. Glenn Thibeault: Combien de temps me reste-t-il, monsieur le président?

Le président: Il vous reste 50 secondes.

M. Glenn Thibeault: Je serai très bref, mais vous avez fait une remarque fort intéressante. Je suis sûr que, comme beaucoup de gens, vous savez que les néo-démocrates sillonnent le pays pour dialoguer avec les patrons de petites entreprises à propos des frais que doivent acquitter les détaillants. Ils décrivent les changements que nous préconisons, tout en consultant les parties prenantes, notamment les petites entreprises, sur leurs propres souhaits.

Vous avez parlé de la facturation de suppléments, qui est un sujet dont nous nous occupons. Les petits détaillants disent qu'ils ne veulent pas de facturation de supplément, car c'est une façon de répercuter les frais provenant de Visa et de MasterCard sur les consommateurs, sans régler le problème.

C'est pourquoi ils souhaitent que le gouvernement intervienne — ce qui n'est pas le cas — pour régler le problème. Si l'on ne fait rien, quelle incidence cela aura-t-il sur les petites entreprises? Nous pensons que cette inertie portera préjudice aux petites entreprises, alors que l'on évolue vers les paiements mobiles et que l'on voit apparaître des formules qui essaient de contourner le co-badgeage. Vous ne croyez pas?

• (1700)

Mme Corinne Pohlmann: Nous pensons qu'il faut se pencher sur des problèmes comme la facturation supplémentaire, à laquelle vous avez raison de dire que la plupart de nos adhérents sont opposés. Je note cependant que l'un des effets de cette surfacturation est la restitution d'un certain pouvoir aux détaillants. Ainsi, nous savons que lorsqu'elle a été autorisée dans d'autres pays, elle a donné aux détaillants un point d'appui supplémentaire pour résister aux pressions des sociétés de cartes de crédit.

Je crois aussi qu'il faut se débarrasser du principe selon lequel toutes les cartes doivent être acceptées, afin qu'ils puissent en refuser certaines.

Je crois que les consommateurs ont de plus en plus conscience de ce problème, notamment en ce qui a trait aux petites entreprises. On assiste à un mouvement de solidarité de la part des consommateurs, qui évitent par exemple de sortir leurs cartes de prestige.

M. Glenn Thibeault: Ne pensez-vous pas qu'une campagne de sensibilisation serait une bonne chose? Ainsi, les consommateurs comprendront que lorsqu'ils sont surfacturés, le problème reste entier.

Je vous remercie.

Le président: Nous avons largement dépassé le temps alloué, mais je tenais à laisser entendre la réponse.

Merci, madame Pohlmann.

Pourriez-vous, en quelques mots, parler des membres de FinPay, afin que tous mes collègues en soient bien informés?

Mme Corinne Pohlmann: FinPay regroupe les banques ainsi que les sociétés de cartes de crédit, et je crois que l'Association des consommateurs du Canada ainsi que le Conseil canadien du commerce de détail en font partie également, et je ne suis pas sûre que toutes les banques y soient inscrites. Pour ma part, je n'y siégerais pas mais notre président, Dan Kelly, en fait partie.

Je crois que l'on y trouve aussi bien des sociétés de cartes de crédit que des banques et des détaillants, à savoir le Conseil canadien du commerce de détail et nous-mêmes.

Le président: Que donnent les négociations?

Mme Corinne Pohlmann: Je crois qu'elles ont commencé au début de l'année, ou à la fin de l'an dernier, avec des réunions bimensuelles ou trimestrielles. D'ailleurs, ils ont une réunion cette semaine.

Le président: Chers collègues, pardon pour la digression, mais je tenais à ce que tous les collègues soient mis au courant.

M. Paul Temple: Je vous demande pardon, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Harris.

Monsieur Lake, vous disposez de cinq minutes.

L'hon. Mike Lake: Merci, mais je crois que M. Temple souhaite dire quelque chose.

Le président: Oh, c'est moi qui vous prie de m'excuser.

Monsieur Lake, si vous voulez bien patienter un instant.

Monsieur Temple, je vous en prie.

M. Paul Temple: Veuillez pardonner mon interruption, mais lorsque j'ai accepté l'invitation à comparaître, j'ai précisé que je serais obligé de partir à 17 heures. Je ne voulais donc pas m'éclipser et risquer de donner l'impression que je m'ennuyais ou que j'essayais d'échapper aux questions.

M. Dan Harris: Je comptais justement m'adresser à vous dans cinq minutes.

Le président: C'était au tour de M. Lake et c'est sans doute lui qui aurait été froissé, monsieur Temple. Quoi qu'il en soit, ne vous en faites pas.

M. Paul Temple: À nouveau toutes mes excuses, et merci de m'avoir invité.

Le président: Merci, monsieur Temple, de votre témoignage dont nous vous sommes reconnaissants.

M. Dan Harris: Puis-je faire appel à votre indulgence et demander à M. Temple s'il serait disposé à communiquer ultérieurement certaines informations au comité?

Le président: Certainement.

M. Dan Harris: À la page 11 de votre déclaration liminaire, vous dites qu'il conviendrait de renforcer les programmes gouvernementaux tels que la recherche scientifique et le développement expérimental. Pourriez-vous fournir au comité une justification de cette recommandation visant à renforcer le programme?

M. Paul Temple: Bien volontiers.

M. Dan Harris: Je vous en remercie.

Et toutes mes excuses à M. Lake.

Le président: Monsieur Temple, vous pourrez adresser cela à notre greffier. Merci d'avance.

Monsieur Lake, votre micro n'était pas allumé. Vos cinq minutes sont intactes.

L'hon. Mike Lake: Merci, monsieur le président.

M. Dan Harris: Vous pourrez défalquer 30 secondes du temps qui m'est alloué.

L'hon. Mike Lake: Je comprends qu'il ait eu envie de s'en aller, je suis parfois mal à l'aise, moi aussi, lorsque ces méchants NPD posent leurs questions acérées. Je précise que je plaisante, car ce sont mes amis.

Voilà que je me fais chahuter par les membres de mon propre parti.

J'ai bien apprécié les questions posées par M. Thibeault à propos des modes de paiement et j'aimerais poursuivre là-dessus. J'imagine que cela pourrait faire l'objet d'une discussion intéressante entre les membres de votre groupe, tant avec la Chambre qu'avec la FCEI. J'imagine que vos membres ne manqueraient pas de nous prier de ne pas marcher sur leurs plates-bandes et de les laisser opérer à leur manière, alors que le message est ici un peu différent.

Quelle est, selon vous, la manière de trouver le bon équilibre? Je pense que M. Thibeault et moi-même pourrions trouver un terrain d'entente dans ce domaine, sans forcément être d'accord sur tout mais en voyant d'un bon œil une position concertée afin de préserver les intérêts des consommateurs, mais aussi des petits entrepreneurs.

Pourriez-vous nous décrire un tel équilibre?

Mme Corinne Pohlmann: C'est un peu la quadrature du cercle, car le secteur des cartes de crédit est dominé, au Canada, par deux ou trois, et peut-être même quatre opérateurs de grande envergure puisque nous avons à présent Discover.

Compte tenu de la domination qu'ils exercent sur ce segment de marché, nous pensons qu'il serait bon de prévoir une certaine surveillance de leur interaction avec les détaillants. C'est pourquoi nous avons bien accueilli le code de conduite, justement en tant qu'élément de ce cadre de surveillance.

Comme je l'ai dit auparavant, nous savions qu'un tel document se devait d'être évolutif, compte tenu de la rapidité des changements observés dans ce secteur. Nous pouvons nous inspirer de ce qui se passe dans d'autres pays et, peut-être, tenter de l'adapter au Canada avant que nos détaillants et nos consommateurs ne soient submergés par la vague.

C'est donc une question d'équilibre. Nous ne sommes pas très favorables à une camisole de force réglementaire pour le secteur, mais nous savons qu'il faut trouver un équilibre qui tienne compte également des pratiques du marché les plus récentes, s'agissant des frais que l'on oblige les détaillants à percevoir et qui, bien évidemment, sont répercutés sur les consommateurs.

• (1705)

L'hon. Mike Lake: Pour prolonger la question concernant l'équilibre, je m'interroge aussi sur les débats qui nous animent lorsque nous sommes confrontés à des défis de cette sorte, auxquels, bien entendu, nous tentons de trouver des solutions. En tant que gouvernement, nous ne voulons épargner aucun effort pour bâtir des lendemains meilleurs, quelle que soit la sphère d'activité concernée. C'est pourquoi nous examinons les obstacles afin de trouver la meilleure manière de les surmonter.

Je crois que, bien souvent, lorsque nous nous penchons sur la question des modes de paiement, nous perdons de vue les perspectives absolument incroyables que nous ouvre cette nouvelle technologie. Nous voici donc, en tant que comité, en train d'examiner l'adoption de la technologie numérique par les entreprises alors que nous voyons s'ouvrir devant nous le monde insoupçonné que nous dévoile la nouvelle technologie, avec ses nouveaux modes de paiement, mais nous ne discutons pas vraiment des chances qui s'offrent à nous. Je pense par exemple à quelqu'un qui voudrait lancer une entreprise à travers l'Internet et qui pourrait, même dans le sous-sol de sa maison, recevoir le paiement des transactions.

C'est tout un monde nouveau qui s'ouvre à nous. Pourriez-vous nous décrire certaines des perspectives que ces nouvelles technologies offrent à vos membres?

Mme Corinne Pohlmann: Bien volontiers. Comme je l'ai dit, les technologies mobiles ainsi que les technologies numériques ont été une manne pour les petites entreprises, en leur ouvrant un large accès au monde et à de nouveaux clients et en les plaçant quasiment sur un pied d'égalité avec leurs concurrents plus importants. Je veux dire par là que, sur l'Internet, les inégalités s'atténuent considérablement.

On peut donc dire que les nouvelles technologies, notamment en ce qui a trait au mode de paiement, ont eu une incidence décisive; nous sommes convaincus qu'il faut continuer d'aller de l'avant dans ce domaine, tout particulièrement pour ce qui est des transactions électroniques interentreprises, qui n'existent pas encore dans notre pays, ou, lorsqu'elles existent, sont hors de prix.

C'est pourquoi je crois qu'il faut encourager les entreprises à poursuivre leur croissance et leur expansion dans les nouveaux

domaines technologiques, qui ne manqueront pas de profiter aux petites entreprises; mais il faut tenir compte d'une particularité, à savoir que les sociétés de cartes de crédit essaient surtout de cultiver la clientèle des banques, et à travers elles les consommateurs — puisque ce sont les banques qui distribuent les cartes de crédit à ces derniers. En définitive, ce sont les consommateurs qui sont visés beaucoup plus que les détaillants.

C'est pourquoi les détaillants deviennent une sorte d'excroissance d'importance secondaire, et se voient obligés d'accepter les conditions imposées par les sociétés de cartes de crédit, ce qui tend à fausser la dynamique du secteur. C'est aussi pourquoi nous souhaiterions voir apparaître de nouveaux modèles capables de rivaliser avec cet état de choses. Nous voulons encourager l'évolution dans ce sens, car nous espérons qu'en mettant à profit les nouvelles options potentielles, nous pourrions uniformiser quelque peu les règles du jeu en faveur des nouveaux venus. Cela permettra d'atténuer quelque peu la domination des MasterCard, Visa, American Express, Discover et autres.

J'espère avoir répondu à votre question.

L'hon. Mike Lake: Merci.

Le président: Merci, monsieur Lake. Nous en avons terminé avec notre deuxième tournée de questions.

Passons à présent à la troisième tournée de questions, avec M. Carmichael à qui j'alloue cinq minutes.

M. John Carmichael: Merci, monsieur le président.

Je voudrais poursuivre sur le thème des facturations supplémentaires qu'avait abordé mon ami M. Thibeault.

C'est une question qui me touche directement, car je viens moi-même du monde des affaires. Si, en tant qu'entrepreneur, détaillant ou fournisseur de services, par exemple, j'avais à facturer ce montant en sus à mes clients, il s'agirait tout simplement d'une taxe supplémentaire; or, notre gouvernement tient à toute force à réduire les impôts, et non pas à les augmenter. Je suis, pour ma part, convaincu que c'est entre les détaillants et les fournisseurs de prestations que doit s'instaurer le dialogue. Je n'ai rien contre une intervention éventuelle du gouvernement en cours de processus, mais je crois que c'est à travers les mécanismes de la concurrence qu'il faut rechercher la réponse à la question soulevée par ce débat.

J'aimerais savoir ce que vous en pensez, et j'ajoute que cet élément de facturation supplémentaire ne laisse pas de me préoccuper, car c'est le consommateur qui en fait les frais, et je ne prends pas la chose à la légère. Nous devons être extrêmement vigilants sur ce point, afin de ne pas pénaliser les personnes que nous essayons d'aider et de servir.

Mme Corinne Pohlmann: Je dois malheureusement vous annoncer que le consommateur est déjà affecté et que les droits perçus sur le détaillant sont déjà incorporés au prix du produit. En d'autres termes, aujourd'hui, lorsque quelqu'un règle son achat, qu'il le paie comptant ou qu'il utilise le système Interac, il subventionne les porteurs de cartes de crédit, car les détaillants majorent tout simplement le prix de leurs articles.

De la sorte, on...

• (1710)

M. John Carmichael: C'est donc une question de concurrence, n'est-ce pas?

Mme Corinne Pohlmann: En effet, mais selon le modèle que nous préconisons, la majoration ne touche que les utilisateurs de cartes de crédit de prestige. C'est cela que nous souhaitons.

Je pense que la majorité de nos membres censés facturer des frais supplémentaires n'y tiennent pas du tout, et que c'est une question de rapport de force. Par exemple, si quelqu'un sort de son portefeuille une carte qui va vous coûter 4 p. 100, et que vous savez pertinemment qu'il a une autre carte qui ne vous coûtera que 1,5 p. 100, vous pourriez lui dire: « Si vous tenez à utiliser cette carte, je vais vous facturer des frais à hauteur de 4 p. 100. » En fait, c'est une façon de restituer aux détaillants un peu de pouvoir dans la dynamique de la relation, et de leur permettre de mieux maîtriser leurs propres coûts.

À l'heure actuelle, ces coûts leur échappent. D'ailleurs, même le Bureau de la concurrence a reconnu qu'il y avait probablement des comportements anti-concurrence et a fait traduire en justice les entreprises concernées. On attend encore de savoir quelle va être la décision du tribunal, mais cette situation explique en partie pourquoi nous pensons que ces règles méritent d'être révisées.

M. John Carmichael: Voilà qui me paraît logique.

La dernière question que je voudrais poser, à propos du thème général des sites Web, de la TIC et de tout ce vaste sujet, est la suivante: quelle est, selon vous, le coût le plus important que doit affronter une petite entreprise face à la concurrence dans notre monde à forte technologie, et quel est son principal obstacle? Est-ce que ce sont des fournisseurs de prestations, ou simplement l'investissement initial de démarrage?

M. Scott Smith: Je crois que c'est avant tout une question de qualifications.

M. John Carmichael: De qualifications?

M. Scott Smith: Oui, c'est ce que l'on constate au vu des enquêtes, c'est ce que nous dit la CFEI et c'est ce que nous disent nos propres sondages, à savoir que l'une des principales barrières, pour les petites entreprises, consiste à comprendre en quoi va consister le prochain palier de progrès technologique et comment en tirer le meilleur parti.

Il faut dire qu'elles sont confrontées à un éventail d'options trop larges pour elles. Alors que les grandes sociétés disposent des ressources nécessaires pour engager des personnes présentant les qualifications voulues, il n'en va pas nécessairement de même avec les petites entreprises. Cela dépend des cas, mais l'une de nos études récentes donne à penser que le déficit de qualifications est l'un des gros problèmes.

M. John Carmichael: Est-ce que l'écart ne tend pas à se combler entre ce que j'appellerai les nantis et les démunis?

M. Scott Smith: En effet, l'écart est moins marqué parce que l'adoption de nouvelles méthodes s'améliore, mais il reste des difficultés.

M. John Carmichael: Très bien.

Souhaitez-vous faire une observation?

Mme Monique Moreau: Je voudrais simplement confirmer que c'est un problème, certes, mais que les coûts en sont un pour toutes les entreprises.

Aujourd'hui même, nous avons jeté un coup d'œil aux abonnements mensuels que versent les petits entrepreneurs pour obtenir l'accès à travers nos fournisseurs, et nous avons vu que les frais d'accès à l'Internet peuvent atteindre 150 \$ par mois. C'est là un coût substantiel, surtout pour un petit entrepreneur ou un propriétaire unique, et qui rogne la marge relativement étroite des petites entreprises.

Par conséquent, c'est en effet une question de qualifications, mais la question des coûts continue de se poser, pas seulement pour l'investissement initial mais également pour les frais mensuels, dont je vous rappelle qu'il s'agit de frais fixes, et qu'il faut payer l'accès à l'Internet que les affaires marchent ou pas.

M. John Carmichael: Je vous remercie infiniment.

J'en ai terminé.

Le président: Merci, monsieur Carmichael.

Nous passons à présent à M. Harris pour cinq minutes.

M. Dan Harris: Merci, monsieur le président.

Une fois de plus, monsieur Carmichael, vous m'avez devancé car votre question recoupe exactement celle que je comptais poser. J'ai fait partie de la visite consacrée à l'examen des frais imposés aux détaillants, et ils nous ont effectivement confirmé que les prix qu'ils facturent incorporent les montants qu'ils doivent verser aux sociétés de cartes de crédit.

Par conséquent, si quelqu'un paie un achat en espèces, par chèque ou par Interac, en réalité on lui impose un surcoût parce qu'il est obligé d'accepter toutes les cartes de crédit, y compris celles qui imposent des frais élevés; il y en a même dont les frais perçus auprès du détaillant atteignent 6 p. 100, soit une augmentation de coût considérable.

Permettez-moi à présent d'élargir le sujet pour parler de l'adoption des technologies numériques. Certaines villes de par le monde ont installé l'accès généralisé par liaison sans fil à large bande dans l'ensemble de l'agglomération. C'est là une mesure qui pourrait être très précieuse par les petites entreprises, car elles obtiendraient ainsi l'accès immédiat, quelle que soit leur localisation dans la municipalité, y compris pour les entreprises mobiles.

Est-ce que la FCEI s'est penchée sur la question? Avez-vous cherché à établir dans quelle mesure cela pourrait aider vos adhérents?

Mme Corinne Pohlmann: Nous n'avons pas vraiment consulté nos adhérents à propos de ce modèle en particulier, mais il conviendrait d'en calculer le coût pour la collectivité et voir d'où pourrait provenir le financement de ce genre de réseau sans fil. N'oublions pas que les municipalités tendent à taxer lourdement nos adhérents également, et c'est une chose que nous surveillons de près.

Cela dit, l'idée est sans aucun doute intéressante et nous savons en effet qu'un grand nombre de localités s'orientent dans ce sens. Je crois même que la Municipalité d'Ottawa l'avait envisagé à un certain moment. Cependant, il faudrait que nous consultations les membres de notre fédération, que nous déterminions le coût de l'opération pour la collectivité et la façon de le répartir entre ses membres.

● (1715)

M. Dan Harris: Pensez-vous que le gouvernement pourrait jouer un rôle dans ce genre d'initiative, afin d'aider les municipalités à mettre en place un tel système et devenir plus attrayantes pour les entreprises?

Mme Corinne Pohlmann: C'est essentiellement une question de hiérarchie de priorités au niveau municipal, et cela dépend du point de vue d'un petit entrepreneur sur les priorités en matière d'investissements municipaux.

C'est une excellente idée, mais de là à dire quel rang elle doit occuper...

M. Dan Harris: Il est vrai qu'il faut d'abord mettre en place le réseau routier et le tout-à-l'égout, sans parler de l'électricité et de bien d'autres choses.

Mme Corinne Pohlmann: Nous serions sans doute d'avis que les municipalités auront un besoin prioritaire d'assistance dans ces domaines-là.

M. Dan Harris: Je crois en effet que l'infrastructure est le plus gros morceau, et aussi que l'infrastructure numérique ne cessera de croître en importance au cours des prochaines années.

Monsieur Smith, souhaitez-vous ajouter quelque chose — rapidement, s'il vous plaît, car je voudrais partager mon temps avec M. Lapointe?

M. Scott Smith: Je voudrais simplement ajouter, s'agissant de l'infrastructure numérique que vous venez d'évoquer, que les municipalités peuvent contribuer puissamment à l'avènement de l'économie numérique en automatisant la majeure partie de leurs systèmes d'infrastructures.

M. Dan Harris: Très bien, je vous remercie.

Je voudrais à présent donner le temps qui me reste à M. Lapointe.

[Français]

M. François Lapointe: Plusieurs commerçants m'ont fait part d'une de leurs inquiétudes. Cela touche directement le sujet. Des fournisseurs par Internet invitent les consommateurs à se rendre dans de vrais commerces, à savoir ceux qui ne sont pas virtuels. Ils promettent que si un consommateur numérise l'étiquette, le fournisseur par Internet vendra l'article 5 % moins cher. On comprendra que cette concurrence peut faire peur aux gens qui prennent des risques, achètent des inventaires et paient des taxes municipales. Ils ne peuvent pas les concurrencer.

La semaine dernière, le gouvernement américain a lancé l'idée de taxer les échanges de biens sur Internet dans le but d'aider les marchands réels à être concurrentiels, eux qui ont des coûts plus élevés. Je n'ai pas encore terminé ma réflexion à cet égard, mais j'aimerais savoir comment on devrait se positionner par rapport à cette question.

[Traduction]

Mme Corinne Pohlmann: Nous sommes, pour notre part, fermement opposés à toute imposition supplémentaire... Je rappelle que si vous faites de la vente en ligne au Canada, vous êtes assujéti aux taxes en vigueur dans le lieu de fourniture, quel que soit votre lieu d'implantation ou celui de vos clients. Je crois qu'on peut dire qu'au Canada, la question est prise en compte jusqu'à un certain point, ce qui n'est peut-être pas le cas dans le contexte américain et pourrait expliquer pourquoi ils s'orientent dans ce sens.

En tout cas, je peux vous dire d'ores et déjà que nous sommes catégoriquement opposés à toute taxation supplémentaire des activités de vente en ligne simplement à des fins de compensation.

[Français]

M. François Lapointe: Comment peut-on aider le commerçant qui, dans la vie réelle, a un inventaire, paie des taxes municipales et doit faire face à des concurrents agressifs qui offrent de vendre un produit 5 % moins cher que ce que révèle l'étiquette numérisée? On peut comprendre l'inquiétude du commerçant qui ne peut pas se permettre de faire cela. Comment l'aide-t-on? On dit non à la taxation, mais que peut-on faire?

[Traduction]

Le président: Soyez très bref.

M. Scott Smith: Je serai bref. Je reconnais que l'idée de taxer les ventes en ligne n'est peut-être pas la solution. De nos jours, la plupart des entreprises ont pignon sur rue et font aussi du commerce électronique.

On oublie que la majorité des consommateurs font d'abord leurs recherches en ligne pour trouver les meilleurs prix avant d'aller acheter dans un magasin traditionnel. L'idée de taxer les transactions sur Internet... Personne parmi nos membres ne nous a dit que c'était un problème.

Le président: Merci, monsieur Lapointe.

Passons maintenant à M. Regan, pour cinq minutes.

L'hon. Geoff Regan: Merci beaucoup, monsieur le président.

Monsieur le président, il a beaucoup été question, ici et ailleurs, de promouvoir la culture numérique, qu'on juge nécessaire partout au Canada. Je crois que cela a un rapport très direct avec ce dont nous parlons aujourd'hui. La plupart d'entre nous, ici, s'intéressent au rôle du gouvernement fédéral en matière de promotion de la culture numérique.

Ma question s'adresse à vos deux organisations. Qu'envisagez-vous en termes de culture numérique et quel rôle entrevoyez-vous pour le gouvernement du Canada à cet égard? Quels liens voyez-vous sur ce plan?

M. Scott Smith: À la chambre, nous estimons que le gouvernement fédéral devrait... Il ne manque pas de programmes concernant la culture numérique. Les gens apprendront.

Il est toutefois difficile de les trouver et d'y accéder. Le gouvernement fédéral devrait créer un portail, un guichet unique, un point central où tout le monde pourrait trouver ce dont il a besoin.

• (1720)

Mme Corinne Pohlmann: Je suis tout à fait d'accord. Les outils grâce auxquels les gens peuvent apprendre à utiliser Internet ne manquent pas. Des groupes comme le nôtre — et comme la Chambre, j'en suis sûre — font leur part pour que les propriétaires d'entreprises comprennent cette réalité.

Je ne suis pas certaine que le gouvernement fédéral ait à jouer un rôle en matière de culture numérique. Je crois que ce sont plutôt les gouvernements provinciaux et les écoles qui doivent intervenir. Étant donné qu'il s'agit d'un environnement très vaste, qui est en constante évolution...

Je ne veux pas vous manquer de respect, mais les gouvernements ne sont pas forcément connus pour leur aptitude à réagir rapidement aux situations. J'avancerai même que les gouvernements ne sont pas forcément la meilleure source de culture numérique et qu'il faudrait s'en remettre aux nombreuses autres organisations qui font déjà ce genre de travail.

L'hon. Geoff Regan: Dans son budget, le gouvernement a annoncé un nouveau programme de formation consistant à verser 15 000 \$ par travailleur, soit 5 000 \$ du gouvernement fédéral et 5 000 \$ des gouvernements provinciaux, dans les provinces qui peuvent se le permettre — remarquons au passage que les quatre premiers ministres de l'Atlantique se sont demandé pourquoi le gouvernement ne les avait pas consultés avant d'annoncer ce programme — et bien sûr 5 000 \$ des petites entreprises. Maintenant, on parle de la nécessité pour les PME d'acquérir plus de connaissances dans ce domaine, mais combien de vos 109 000 membres auraient les moyens de participer à ce genre de programme?

Mme Corinne Pohlmann: J'ai cru comprendre que les 5 000 \$ sont un maximum. Comme il est important d'assurer la formation en milieu de travail, dans chaque entreprise, nous aimons l'idée sur laquelle est articulé ce programme. Nous aussi, nous attendons plus de précisions. Nous sommes évidemment préoccupés par la paperasserie et par la capacité des entreprises à trouver de telles sommes, mais nous savons, par ailleurs, que les PME investissent déjà des milliers de dollars par an en formation. Nous voulons donc nous assurer que la subvention canadienne pour l'emploi, c'est-à-dire ce dont vous parlez, je crois, soit accessible aux PME et qu'elle soit offerte pour des formations officielles qui sont la principale méthode de formation dans les PME.

Nous attendons de disposer davantage de renseignements pour mieux comprendre ce dont il retourne avant de savoir s'il s'agit de la bonne formule pour les petites entreprises.

L'hon. Geoff Regan: Si certaines provinces estiment ne pas avoir les moyens d'adhérer à ce programme, quelle incidence cela pourrait avoir sur les membres de votre organisation présents dans les provinces en question?

Mme Corinne Pohlmann: C'est dur à dire. Il est trop tôt pour savoir quel sera l'impact de ce processus de formation, mais il est certain qu'il faut améliorer les compétences. Il faut trouver une façon d'amener les Canadiens à acquérir plus de compétences dans différents secteurs et, à l'instar d'autres organisations sans doute, nous estimons que le mieux est de faire en sorte que la formation puisse être offerte en milieu de travail.

L'hon. Geoff Regan: Merci.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Regan.

Nous n'avons habituellement pas le luxe d'un excédent de temps et je me réjouis que ce soit le cas aujourd'hui. Je vous invite à conclure en quelques mots, à prendre deux minutes chacun pour résumer vos déclarations ou compléter une réponse si vous n'avez pas eu l'occasion de le faire tout à l'heure.

Commençons donc par vous, monsieur Smith, puis passons à Mme Pohlmann. J'ai l'impression que vous êtes prêt.

M. Scott Smith: Merci beaucoup, monsieur Sweet.

Nous avons passé beaucoup de temps à parler de tout ce qui fait obstacle à l'adoption des TIC, soit les coûts, surtout ceux associés aux transferts de paiements. J'espère que nous ne perdrons pas une chose de vue dans cette étude, soit que l'adoption des TIC peut faire beaucoup plus que les paiements de transfert ou le transfert de fonds. L'adoption de technologies permettant d'assurer le suivi des expéditions, d'effectuer les achats ou de réaliser d'autres transactions en ligne, ou même de permettre certains types de communications, peut présenter des avantages pour les entreprises et leur permettre de réaliser des gains d'efficacité. C'est incroyable l'efficacité que permet le fait de rencontrer ses homologues, ses collègues et ses concurrents en ligne, comme le permet la technologie actuelle. J'espère que nous ne perdrons pas cela de vue dans les débats.

Le président: Il y a un aspect, qui a révolutionné le rendement des travailleurs, c'est la possibilité d'offrir une formation.

Madame Pohlmann.

Mme Corinne Pohlmann: Je suis d'accord, je pense que les technologies numériques sont davantage... Nous nous sommes intéressés à cet aspect, parce que c'est celui pour lequel nous avons le plus de données et de renseignements, outre que ça concerne directement la plupart des PME. Nous comprenons les énormes avantages associés aux technologies numériques, surtout pour les petites entreprises. Il est donc important de les inciter à se tourner vers les technologies dont M. Smith vous a parlé.

Je n'ai pas grand-chose à ajouter. Je cherche des façons de nous affranchir de tous ces obstacles. Je pense que les petites entreprises canadiennes veulent se prévaloir des technologies numériques. Je crois que c'est évident. Je dirais qu'elles progressent et même assez rapidement. J'ai hâte de voir les résultats de notre prochain sondage pour voir si nous avons continué de progresser. Il est maintenant davantage question de les amener à passer à l'informatique en nuage et aux médias sociaux, de même que d'adopter toutes les nouvelles technologies qui pourraient être très intéressantes pour elles, étant entendu que les coûts pour les petites entreprises sont comparativement plus élevés à ceux des grandes entreprises. Ainsi, pour que les PME aient véritablement accès à ces technologies, il faudra trouver des moyens de réduire ces coûts au minimum.

● (1725)

Le président: Merci beaucoup. Nous avons été privilégiés de vous accueillir tous les deux qui, en tant que porte-parole de la chambre et de la FCEI, représentez la quasi-totalité des entreprises au pays. Ce fut un privilège de vous accueillir.

Oui, monsieur Thibeault.

M. Glenn Thibeault: Si M. Smith a quoi que ce soit à ajouter à ce qu'il nous a dit aujourd'hui, je l'inviterais à nous faire parvenir quelque chose au comité; nous en serions très heureux.

Une voix: Bien sûr.

M. Glenn Thibeault: C'est un aspect important que nous avons négligé aujourd'hui et j'aimerais que nous ayons quelque chose en main à ce sujet.

Merci.

Le président: N'hésitez pas à envoyer au greffier tout ce qui pourrait nous aider dans notre étude, une fois que vous aurez réfléchi après votre départ. Nous intégrerons ce que vous nous enverrez éventuellement dans votre témoignage.

Merci beaucoup.

Merci, chers collègues.

La séance est levée.

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.

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.

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