



Chambre des communes  
CANADA

**Comité permanent de l'accès à l'information, de  
la protection des renseignements personnels et de  
l'éthique**

---

ETHI • NUMÉRO 029 • 2<sup>e</sup> SESSION • 40<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le mercredi 17 juin 2009**

—  
**Président**

**M. Paul Szabo**

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :

**<http://www.parl.gc.ca>**

## Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des renseignements personnels et de l'éthique

Le mercredi 17 juin 2009

• (1545)

[Traduction]

**Le président (M. Paul Szabo (Mississauga-Sud, Lib.)):** La séance est ouverte.

Nous entamons cet après-midi la 29<sup>e</sup> réunion du Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des renseignements personnels et de l'éthique. Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, nous examinons aujourd'hui les répercussions des systèmes de caméras de surveillance sur la vie privée.

Nos témoins de cet après-midi représentent Google Inc. et Canpages Inc. Nous accueillons donc, de Google Inc., M. Jonathan Lister, directeur général et chef de Google Canada, ainsi que M. Olivier Vincent, président et chef de direction de Canpages Inc.

Messieurs, bonjour. Nous vous souhaitons la bienvenue au comité.

Une motion a récemment été adoptée par le comité pour que ce dernier examine les répercussions sur la vie privée des systèmes de caméras de surveillance, comme ceux employés par Google Street View et Canpages, ainsi que d'autres questions liées à la vidéosurveillance et prévoyant que les représentants de Google et de Canpages soient invités à témoigner devant le comité à ce sujet.

Nous vous remercions donc de votre présence parmi nous. Nous croyons savoir que vous avez de brèves remarques liminaires à faire ou éventuellement une démonstration à nous faire. Qui voudrait commencer?

Monsieur Lister, vous avez la parole.

**M. Jonathan Lister (directeur général et chef de Google Canada, Google inc.):** Je vous remercie.

Je voudrais tout d'abord remercier le comité de solliciter les vues de Google et de m'avoir invité à comparaître.

Chers membres du Comité permanent de l'accès à l'information, de la protection des renseignements personnels et de l'éthique de la Chambre des communes, je me présente: je m'appelle Jonathan Lister, et je suis le directeur général et chef de Google Canada. Je suis ravi d'avoir aujourd'hui l'occasion de vous fournir de plus amples renseignements au sujet de Street View, un outil novateur permettant de voir des images géographiques à l'échelle de la rue grâce à l'application Google Maps.

Je crois pouvoir affirmer, sans faire preuve d'orgueil excessif, que la plupart d'entre vous connaissez Google. Google est surtout connu pour son moteur de recherche très populaire. Des millions de Canadiens se servent de Google tous les jours pour faire des recherches sur Internet.

L'innovation, notre vision et surtout notre engagement vis-à-vis de la mission de l'entreprise — c'est-à-dire de faire en sorte que les

renseignements du monde entier soient universellement accessibles et utiles — sont autant de valeurs qui alimentent le moteur de recherche de Google. Ce sont ces mêmes caractéristiques qui ont conduit à la mise au point de Street View, qui est le sujet de la discussion d'aujourd'hui.

Google est résolu à favoriser l'innovation au Canada et dans le monde entier. À l'échelle mondiale, Google investit des milliards de dollars dans la R-D. En 2008, nous avons consacré plus de 2,5 milliards de dollars à la R-D. Nous tenons à accroître notre capacité d'innovation en créant des emplois hautement spécialisés qui sont axés sur le savoir ici-même au Canada. Ainsi nous avons établi des bureaux à Toronto, Waterloo, Ottawa et Montréal. Google a recours au Canada à des ingénieurs de renom mondial pour l'aider à créer les prochaines technologies de pointe, pas seulement pour le Canada, mais pour l'ensemble du monde.

Je suis donc ravi de pouvoir vous annoncer que le Great Place to Work Institute a nommé Google Canada le meilleur lieu de travail du Canada, nous plaçant donc au premier rang par rapport à d'autres grandes entreprises bien connues. Nous venons également de nous classer au premier rang au sondage annuel de Marketing/Léger de 2009 sur la réputation des entreprises, ce dont nous sommes très, très fiers.

Google s'investit activement dans les activités du milieu des affaires et de la société en général. Nous avons établi un partenariat avec une entreprise implantée à Halifax du nom d'Eco-Nova en vue de mettre au point la technologie qui permettra de voir les bâtiments naufragés à l'aide de l'outil d'exploration des océans qu'offre Google Earth. Nous avons également travaillé avec la Fondation David Suzuki pour trouver de nouveaux mécanismes que pourrait utiliser Google pour sensibiliser davantage la population à l'importance des questions environnementales. Notre personnel canadien participe régulièrement à des projets de service communautaire, tels qu'une retraite dans une ferme en vue de fournir de la nourriture aux personnes défavorisées, retraite à laquelle participe l'ensemble des employés.

Nous sommes donc fiers du travail que nous accomplissons au Canada et, en tant qu'entreprise, nous prenons très au sérieux nos responsabilités.

Le succès et la population de Street View ne devraient étonner personne. Nous sommes nombreux à avoir de la difficulté à consulter des cartes et à suivre des indications, alors que nous percevons mieux les renseignements géographiques visuels. Avec Street View, un outil qu'offre Google Maps, les utilisateurs profitent du meilleur des deux mondes: ils ont une carte conventionnelle et des images de la rue qui les aident à cerner les principaux points de repère. C'est cette innovation qui explique l'utilité et la popularité de cet outil.

Le lancement de Street View au Royaume-Uni, qui a eu lieu le 19 mars 2009, a connu un tel succès que, d'après Hitwise, les visites au site de Google Maps U.K. ont augmenté de 41 p. 100. Je suis convaincu que Street View suscitera une réponse tout aussi positive de la part de la population canadienne. En fait, nous savons que les Canadiens ont hâte de pouvoir utiliser ce produit. Au cours des six derniers mois seulement, les Canadiens ont regardé plus de 100 millions de panoramas d'autres pays grâce à Street View. Lorsque des images de leur propre pays seront disponibles, nous sommes persuadés que l'enthousiasme des Canadiens ne fera que croître.

Je suis d'accord avec M. Poilievre, qui s'est exprimé ainsi dans un article paru dans le *National Post*:

... l'arrivée de l'outil Street View de Google dans les villes canadiennes est une excellente nouvelle. Il permettra de mettre en évidence la vie urbaine du Canada et donc d'attirer des touristes. Il permettra aux parents de connaître d'avance les conditions de vie potentielles de leurs enfants, au moment où ils quittent la maison familiale pour aller à l'université. De plus, nous aurons ainsi la possibilité de suivre l'exemple des villes américaines, européennes et asiatiques qui ont accueilli ce service.

Nous sommes convaincus que les citoyens et les entreprises canadiens, surtout dans les secteurs du tourisme et de l'immobilier, comprendront les avantages de ce produit fort populaire. Les particuliers pourront également se servir de l'outil Street View pour explorer leur ville.

Au début 2008, nous avons établi un lien entre les images de l'outil Street View et les indications pour la conduite, de façon à permettre aux utilisateurs de se familiariser avec leur itinéraire et de le voir en mode virtuelle avant de partir. Ils peuvent imprimer les indications avec des photos. Par exemple, à Calgary, le Macleod Trail est une grande artère au cœur de la ville, qui compte trop peu de feux de circulation et de bretelles de sortie. Grâce à l'outil Street View, les gens qui ne connaissent pas bien cette route peuvent déterminer à l'avance la bretelle de sortie qu'ils voudraient prendre de façon à éviter des accidents de route potentiels, accidents qui sont bien trop fréquents.

L'outil Street View présente également un potentiel énorme en matière de tourisme et de marketing axés sur une localité particulière. Par exemple, en 2008, nous avons créé un partenariat avec les organisateurs du Tour de France pour que les amateurs puissent suivre la course du point de vue du coureur. Nous pourrions faire la même chose pour certaines activités touristiques qui se déroulent au Canada, telles que les marathons à Toronto, Ottawa et Montréal. Imaginez avec quelle facilité cet outil permettrait de mettre en vedette les Jeux olympiques de Vancouver en 2010 pour que les citoyens du monde en profitent.

• (1550)

À cette époque économique particulièrement difficile, les industries canadiennes du tourisme et de l'accueil ont du mal à s'adapter à l'évolution des comportements en matière de voyages et d'activités touristiques. Un service novateur comme Street View a le potentiel de modifier la façon dont ces industries font leur marketing et attirent de nouveaux visiteurs.

Et cela ne représente qu'une infime partie des avantages économiques qui pourraient éventuellement résulter d'un produit comme Street View. De même, le secteur de l'immobilier, qui a été durement touché par les difficultés économiques actuelles, pourrait également se servir de cet outil, et nous pourrions évidemment en discuter plus tard si vous le souhaitez.

Street View représente manifestement un produit qui change la façon dont les gens perçoivent les cartes. À bien des égards, Internet

change notre façon de nous acquitter de certaines tâches qui font partie de la vie de tous les jours, qu'il s'agisse d'opérations bancaires, de la planification des vacances ou de la recherche d'information sur des programmes auxquels pourraient participer nos enfants. Bien que tout changement suscite un certain inconfort au départ, nous sommes convaincus que les changements dont nous parlons dans ce contexte profiteront à terme à des millions de personnes. Il en va de même pour la cartographie numérique. Des millions de personnes profiteront de l'incorporation de photographies de rue dans les cartes se trouvant sur Internet.

La cartographie nous aide à mieux comprendre le monde qui nous entoure et à nous y retrouver plus facilement. Les données cartographiques font partie intégrante des données mondiales dont les innovations de Google visent à rendre universellement accessibles et utiles. De plus, depuis les débuts de la photographie, les cartographes utilisent et publient des images de rues pour aider à cartographier les paysages urbains. La grande innovation qu'offre l'outil Street View de Google est sa capacité de marier des images de la rue à des cartes numériques pour fournir un produit de qualité supérieure aux utilisateurs d'Internet.

Je sais que les membres du comité se posent des questions au sujet des conséquences de ce produit pour la protection de la vie privée. À ce chapitre, je peux vous affirmer que, chez Google, l'innovation qui a donné lieu à ce produit nous a également permis de prévoir, pour notre outil Street View, des mécanismes de protection de la vie privée qui sont les plus avancés du monde.

D'abord, Google respecte les lois de tous les pays dans lesquelles Street View est implanté. Les images que nous mettons à la disposition du public montrent simplement ce que n'importe qui pourrait voir en s'engageant dans une rue publique. Les images auxquelles on a accès grâce à Street View représentent un instantané et ont souvent été prises au cours de la dernière année. Il ne s'agit pas d'images en temps réel. Même si nous recueillons des images prises uniquement dans des lieux publics, nous savons depuis toujours que des passants peuvent être inclus dans nos images par inadvertance. Ainsi Google a investi d'importantes ressources dans la mise au point d'un procédé d'identification et de brouillage de certaines caractéristiques d'une image — par exemple, les visages et les plaques d'immatriculation — qui est le plus avancé du monde. Nos ingénieurs ont investi énormément de temps dans la mise au point de cette technologie automatique d'identification et de brouillage, qui est utilisée avant la publication des images. Sachez donc que l'identification et le brouillage des visages et des plaques d'immatriculation — surtout à l'échelle à laquelle Google mène ses activités — représentent un exploit extraordinaire en matière d'innovation technique.

Une autre composante clé des systèmes de protection de la vie privée que nous avons incorporés dans l'outil Street View est son système de demande de retrait d'images qui est facile à utiliser. Chaque image publiée dans Street View contient un lien « signaler un problème » qui renvoie les utilisateurs à une page où ils peuvent demander le retrait d'une image. Ainsi n'importe quel particulier peut demander à faire disparaître une image de lui-même, de membres de sa famille, de sa voiture ou de sa maison. Ce retrait est accordé même si ces éléments de l'image ont déjà été brouillés. Nous traitons des demandes de retrait tous les jours dans une multiplicité de langues différentes et le délai d'exécution de chaque demande est à la fois court et efficace.

Un autre aspect important des efforts que nous déployons afin de garantir la protection de la vie privée est notre engagement à travailler avec les intervenants clés dans chaque pays afin de recenser et de contacter des organismes locaux pertinents avant le lancement du service. Ainsi notre équipe peut travailler en collaboration avec les intervenants clés canadiens pour leur fournir tous les détails importants au sujet de l'outil Street View, y compris la procédure à suivre pour faire brouiller ou enlever l'image de leur organisme.

Nous sommes également en train de créer un système qui garantira que, le jour du lancement de Street View au Canada, nous aurons plus de personnel de disponible pour répondre aux demandes de retrait.

Permettez-moi donc de conclure en disant que, comme c'est le cas pour beaucoup de technologies de pointe, notre défi, en ce qui concerne Street View, consiste à établir le bon équilibre entre les fonctions d'un outil sophistiqué que nous voulons très utile et l'utilisation appropriée des données que nous réunissons pour nous permettre d'offrir de tels services.

De nombreux citoyens des États-Unis, d'Europe et d'ailleurs qui se servent déjà de Street View pour explorer leurs collectivités, des attractions touristiques ou des villes situées à l'autre bout du monde nous disent que nous avons réussi à créer un très bon produit d'une grande utilité, un produit qui a été conçu dès le départ pour protéger la vie privée des gens.

Avec l'ajout de villes canadiennes dans un proche avenir, nous espérons pouvoir offrir les avantages de cet outil à de nombreux autres utilisateurs de Google Maps dans les mois qui viennent.

Street View constitue un progrès très novateur dans le domaine de la cartographie numérique. Il a de nombreux amateurs dans tous les pays où nous l'avons lancé. Les protections que nous avons incorporées dans Street View sont les plus avancées du monde en ce qui concerne la protection de la vie privée, et nous allons continuer à travailler de pair avec tous les intervenants clés pour améliorer cette protection.

L'innovation est le moteur de tout ce que nous accomplissons chez Google, dans les autres pays du monde et au Canada. Nous avons hâte de pouvoir un jour partager avec tous les Canadiens les atouts de l'outil Street View, la plus récente innovation de Google.

Je vous remercie.

• (1555)

**Le président:** Merci beaucoup, monsieur Lister.

Monsieur Vincent, vous avez la parole.

**M. Olivier Vincent (président et chef de direction, Canpages inc.):** Bon après-midi à vous tous.

Je m'appelle Olivier Vincent et je suis président-directeur général de Canpages Inc.

Canpages est une entreprise de recherche locale et un éditeur d'annuaires qui mène ses activités majoritairement au Canada. Avec ses produits en ligne, imprimés et mobiles, Canpages offre à ses utilisateurs plusieurs options de recherche qui génèrent des résultats locaux pertinents. Plus de 3,5 millions de visiteurs uniques visitent le site Canpages.ca chaque mois avec leurs demandes de recherche locale.

En 2008, nous avons été très fiers d'être reconnus comme la compagnie Web ayant connu la plus forte croissance au Canada. Un contenu local riche et pertinent qui comprend des photos, des vidéos et d'autres médias émergents permettent à Canpages.ca de se

démarrer avantageusement des autres firmes de recherche locales et éditeurs d'annuaires. Notre plate-forme robuste offre à la fois une base de données complète et une expérience utilisateur unique avec plusieurs fonctions enrichies, telles que l'utilisation de cartes géographiques et d'images satellites fournies par divers partenaires, y compris Google.

Avec plus de 80 publications en Ontario, en Colombie-Britannique, au Québec, en Alberta, au Yukon et dans les Territoires du Nord-Ouest, et avec plus de 80 000 clients, Canpages rejoint plus de 8 millions de foyers et d'entreprises dans tout le Canada avec ses annuaires imprimés. Au cours des deux dernières années, nous avons triplé notre effectif, passant de 200 à plus de 650 employés au Canada.

Nous offrons également des outils de recherche mobile avancés permettant, entre autres, la recherche avec l'envoi gratuit des résultats aux téléphones mobiles, le lien aux cartes géographiques, la recherche directe par messagerie texte et les interfaces avancées de furetage sans fil pour protocole WAP et les applications mobiles pour BlackBerry et iPhone.

En mars 2009, en témoignage de son engagement permanent à fournir la meilleure expérience de recherche locale à ses utilisateurs, Canpages a lancé son application Scènes de rue, qui permet aux utilisateurs de voir des photos panoramiques des rues des villes de Vancouver, Squamish et Whistler, soit les villes des Jeux olympiques d'hier de 2010, puisque nous n'en sommes qu'à l'étape initiale du projet.

Pleinement intégrée avec sa plate-forme de recherche Canpages.ca, l'application Scènes de rue permet aux utilisateurs de consulter des photos panoramiques prises au niveau de la rue afin qu'ils puissent non seulement repérer les résultats de leur recherche sur une carte géographique, mais aussi voir les résultats de leur recherche à haute résolution dans un environnement local. Par exemple, les utilisateurs peuvent « marcher virtuellement » à travers les rues d'une ville et se rendre jusqu'à un restaurant local ou un hôtel particulier. Ils peuvent ainsi voir l'extérieur du restaurant recherché avant de faire la réservation, ou encore vérifier s'il est possible de stationner dans la rue ou dans un parc de stationnement disponible à proximité.

Quant à nous, nous nous concentrons sur les zones commerciales. Vous allez pouvoir constater que Canpages ne souhaite pas concentrer ses efforts sur les zones résidentielles.

Notre application Scènes de rue a été extrêmement bien accueillie, autant par les consommateurs que par les touristes. Nous avons reçu des millions de visiteurs sur le site depuis le lancement de Scènes de rue en mars de cette année et, jusqu'ici, nous n'avons reçu aucune plainte au sujet de ce service. Au contraire, Canpages a reçu de nombreux éloges de la part d'utilisateurs, d'annonceurs et d'entreprises.

En même temps, Canpages est d'avis que le respect de la vie privée est une priorité essentielle. Ainsi nous sommes sensibles aux préoccupations de certains concernant la possibilité que la vie privée de personnes photographiées pendant la préparation des données requises pour le service Scènes de rue pourrait être atteinte. Canpages est résolu à garantir à tous que leur vie privée sera respectée et a d'ailleurs annoncé publiquement son engagement en ce sens par la publication de sa politique de protection de la vie privée relative au service Scènes de rue.

Nous nous engageons donc à prévenir le public avant tout prochain tournage. Les visages des personnes et d'autres éléments reconnaissables, tels que les plaques d'immatriculation, seront brouillés sur les images originales avant qu'elles ne soient mises en ligne. Le procédé de brouillage que nous employons est une technologie que nous-mêmes avons mis au point et elle est irréversible par les utilisateurs. Les images originales sont détruites après avoir été brouillées et avant d'être mises en ligne. Il n'est donc pas possible de récupérer les images originales après coup.

Les utilisateurs peuvent aussi communiquer à tout moment leurs inquiétudes au sujet des images en cliquant sur le lien « signaler une préoccupation » qui se trouve sur toute image de l'application Scènes de rue. À la demande d'un utilisateur, Canpages offrira de brouiller l'image d'une personne, d'un véhicule, d'une fenêtre, d'un édifice, d'un animal — il suffit d'en faire la demande. Bien que les lois visant à protéger la vie privée ne soient pas nécessairement adaptées aux nouvelles technologies, qui évoluent rapidement, Canpages désire adopter une approche proactive afin de répondre positivement à toute préoccupation qui pourrait être soulevée au sujet de ce service.

L'application Scènes de rue est un produit extrêmement innovateur qui témoigne de l'évolution rapide des produits de recherche locale au Canada. Nous sommes convaincus que ce produit comporte des avantages importants, tant pour les utilisateurs et les entreprises que pour l'industrie du tourisme au Canada.

Canpages a ouvert un dialogue avec le public, les divers commissariats à la protection de la vie privée et avec M. Pierre Poilievre, le député qui a déposé une motion devant ce comité pour que ce dernier examine la question de la protection de la vie privée.

En conclusion, Canpages s'engage à collaborer immédiatement et en permanence avec les différents acteurs afin de régler tout problème potentiel lié à la protection de la vie privée qui pourrait résulter de ses innovations dans le domaine de la recherche locale.

• (1600)

Et, si vous permettez, j'aimerais vous donner une petite démonstration du système, qui dure deux minutes, pour que vous voyiez vous-mêmes comment fonctionne cette application, avec des données canadiennes. Si vous voulez bien regarder l'écran, vous allez voir que je viens de faire une recherche de restaurants à Vancouver. Même si j'obtiens beaucoup de résultats, j'en ai préchoisi un certain nombre qui m'intéressent et qui vont apparaître à l'écran.

Le premier est un restaurant indien. Si je clique sur Scènes de rue, je vais le voir. Canpages m'amène directement à une image visuelle du restaurant en question. Je peux même me déplacer dans l'image et regarder la zone autour. Je peux aussi choisir le plein écran pour mieux le voir. Comme vous pouvez le constater, je peux même me déplacer dans l'image, et tous ces petits points par terre correspondent à une image panoramique. À chaque position, vous avez la possibilité de voir en détail la zone autour.

Maintenant, nous sommes en train de regarder un magasin de meubles intéressant à Vancouver. Vous constatez que les visages des personnes sont brouillés. Il est impossible de les reconnaître.

De cette façon, je peux faire une visite complète des villes de Vancouver, de Whistler et de Squamish. De plus, il est même possible d'ouvrir la porte de ces restaurants et de toutes ces entreprises. Maintenant je suis en train d'ouvrir la porte virtuelle d'une entreprise et j'entre dans les locaux. Maintenant je suis en train de regarder et de visiter le restaurant. Nous faisons la même chose pour chaque entreprise, qu'il s'agisse de salons de coiffure, de magasins de détail ou d'autres types de commerce, pour que ce soit une expérience totalement immersive pour l'utilisateur, et il est

certain que toute cette série d'expériences qu'offre Scènes de rue en constitue un élément très important.

Allons maintenant à Whistler. Ces images ont été prises avant l'hiver, et donc, il n'y a pas de neige sur la montagne; mais là, je suis en train de marcher à Whistler. Je peux monter et descendre toutes les rues de la ville de Whistler. Vous pouvez également voir la route *Sea to Sky*, et explorer toutes sortes d'autres régions intéressantes du Canada.

Toutes ces belles images sont disponibles par l'entremise de Scènes de rue. J'espère que cette petite démonstration vous aura donné une idée de la façon dont fonctionne cette application et la puissance qu'elle fournit dans le contexte d'une recherche locale.

Merci beaucoup.

• (1605)

**Le président:** Merci à vous deux pour vos exposés fort intéressants. Selon moi, le côté commercial est déjà bien compris. Ce sont surtout les questions liées à la protection de la vie privée qui nous intéressent.

Par exemple, nous croyons savoir qu'en Grèce, au Japon, en Allemagne, au Royaume-Uni, aux États-Unis, en Australie, et maintenant au Canada, les autorités appropriées ont été informées des réserves de certains concernant la possibilité d'atteinte à la vie privée. Il serait intéressant de savoir si des services tels que Street View ou Canpages ont eu des contacts avec les autorités responsables de la protection de la vie privée, si, au Canada, c'est le Commissariat fédéral ou celui des trois provinces ayant leur propre loi sur la protection de la vie privée qui a préséance et dans quelle mesure de telles préoccupations ont été examinées avant que les compagnies concernées aient commencé à photographier les rues du pays.

Dans un premier temps, je vous invite à nous parler des mesures que vous avez prises dans vos compagnies respectives en vue de répondre aux préoccupations qui ont été exprimées concernant la possibilité que ces images constituent une atteinte à la vie privée.

**M. Jonathan Lister:** Google prend très au sérieux de telles préoccupations. Nous sommes résolu à travailler de près avec le Commissariat à la vie privée et à nous assurer de respecter toutes les lois locales, fédérales et provinciales touchant la protection de la vie privée avant de lancer un nouveau produit. D'ailleurs, nous collaborons d'ores et déjà avec le Commissariat à la vie privée, et ce depuis un certain temps. Nous nous présentons aussi devant vous aujourd'hui afin de répondre à vos questions.

Nous avons incorporé dans notre produit des protections de la vie privée qui sont les plus avancées du monde. À mon avis, d'autres produits du même genre ne fournissent pas toutes ces protections. Comme beaucoup d'entreprises, nous essayons d'établir un juste équilibre entre nos innovations et les avantages économiques qui en découlent et la nécessité de protéger la vie privée des gens et de prévoir les protections nécessaires à cet égard. Google est d'avis que cet équilibre est atteint et fait l'impossible pour respecter ses obligations en matière de protection de la vie privée.

**Le président:** Monsieur Vincent.

**M. Olivier Vincent:** Comme nos amis de Google, pour Canpages, la protection de la vie privée est la plus grande priorité à l'heure actuelle, comme l'indiquent les sondages que nous avons menés. Depuis un mois, je suis en communication active avec tous les commissariats à la protection de la vie privée au Canada, aux niveaux tant fédéral que provincial. Nous avons eu énormément d'échanges avec eux jusqu'ici, et nous avons répondu à toutes les questions qu'ils nous ont posées.

D'ailleurs, je faisais un exposé ce matin au forum des leaders de l'ACEG, en compagnie de la Commissaire adjointe à la protection de la vie privée, Elizabeth Denham. Nous avons eu un excellent débat au sujet de nos règles avec les représentants de l'industrie qui étaient présents.

De plus, nous avons examiné en profondeur les lois concernées afin de nous assurer de ne pas les enfreindre, et je dois dire que, pour le moment, nous sommes d'avis que la législation est assez efficace et bien rédigée pour ce qui est de décrire ce qui peut ou ne peut pas se faire. Nous avons également constaté que notre interaction avec les commissariats à la protection de la vie privée est fort efficace. Tout le monde nous semble raisonnable et en mesure de comprendre que oui, les nouvelles technologies ouvrent de nouveaux horizons, ce qui peut susciter certaines préoccupations, mais qu'en même temps, il ne convient pas d'empêcher les progrès technologiques en imposant aux entreprises des exigences trop rigoureuses.

Il me semble que nous avons justement établi le bon équilibre, et la rétroaction que nous avons obtenue jusqu'ici de la part de tous les commissariats à la protection de la vie privée nous permet de conclure que les mesures que nous avons prises sont tout à fait appropriées.

**Le président:** Je vous remercie.

Madame Simson, vous avez la parole.

**Mme Michelle Simson (Scarborough-Sud-Ouest, Lib.):** Je voudrais vous remercier, monsieur Lister et monsieur Vincent, de votre présence parmi nous cet après-midi, car je voudrais justement vous entretenir des réserves dont m'ont fait part mes électeurs et d'autres collègues au sujet de vos activités.

D'abord, monsieur Vincent — et c'est tout à votre honneur — vous m'avez un peu rassurée en faisant votre exposé sur les activités de Canpages. Je voudrais donc adresser ma première question à M. Lister.

Vous dites que Google identifie et brouille les visages et les plaques d'immatriculation dans son application Street View. Mais ce qui a toujours préoccupé les gens, c'est l'entreposage sécuritaire des versions non brouillées des images. Donc, même si vous pouvez nous donner certaines assurances concernant le stockage sécuritaire de ces images, je me demande pourquoi vous devez conserver les versions non brouillées au départ? C'est la question qui a été soulevée par notre Commissaire à la protection de la vie privée, Jennifer Stoddart, et elle me semble tout à fait justifiée.

J'aime bien la démarche de Canpages, qui consiste à détruire la version non brouillée avant même que l'image ne soit mise en ligne. Pourquoi Google ne pourrait-il pas faire la même chose?

•(1610)

**M. Jonathan Lister:** Pour moi, la meilleure façon de répondre à cette question consiste à prendre un peu de recul pour vous expliquer le contexte dans lequel Google, une compagnie axée sur l'innovation, mène ses activités: nous sommes constamment en train d'innover et de mettre au point de nouveaux produits. Nous sommes convaincus que ces innovations comportent de grands avantages

économiques et profitent grandement aux consommateurs, comme cela a été prouvé à maintes reprises, à notre avis.

Cela dit, si Google désire retenir les images non brouillées, c'est pour lui permettre d'améliorer ses produits. Pour y parvenir, les ingénieurs en logiciel de Google conservent les photos pendant un certain temps en vue d'apporter des améliorations au produit, et pour plusieurs autres raisons également. D'ailleurs, je pourrais vous décrire le genre d'améliorations que nous apportons à notre produit. Il faut comprendre que ce produit est utilisé à une très grande échelle. Donc, comme vous pouvez l'imaginer, Google prend des millions de photos et, ce faisant, capte par inadvertance et accessoirement des images de personnes. Les opérations de gros brouillage des images se font également à une échelle très considérable et, même si notre logiciel est excellent, il n'est pas toujours parfait, ce qui veut dire qu'il génère par moments un faux positif. Ainsi, à l'occasion, le logiciel se trompe en prenant un panneau rond pour le visage de quelqu'un. Donc, en vue d'améliorer notre logiciel, nous conservons les images.

Mais, Google a récemment modifié sa politique de conservation des données, puisqu'il a décidé de conserver les images pendant une période suffisante mais non excessive, après quoi ces images non brouillées seront brouillées en permanence de façon à les rendre complètement anonymes.

**Mme Michelle Simson:** Mais, vous devez vous en servir pour autres choses. Je comprends ce que vous dites à propos de votre technologie, mais pourquoi serait-il nécessaire de garder toutes les images? Vous devez avoir d'autres raisons de vouloir les garder. Je vous invite donc à m'en faire part, si possible.

**M. Jonathan Lister:** Avec plaisir. L'élément important, à mon avis, est notre décision de modifier notre politique de conservation, et en vertu de notre nouvelle politique, les images non brouillées seront après un certain temps. Nous n'allons donc pas conserver d'images non brouillées.

**Mme Michelle Simson:** Vous allez les détruire; c'est bien cela que vous nous dites?

**M. Jonathan Lister:** Nous allons les brouiller.

**Mme Michelle Simson:** Mais, comment faites-vous pour les brouiller en permanence? Pourquoi ne pas faire ce que fait Canpages, qui brouille les images originales pour les détruire ensuite? Vous n'êtes pas obligés de garder toutes les images afin d'améliorer votre technologie. Vous n'avez qu'à les détruire avant de les mettre en ligne où le public peut les voir.

**M. Jonathan Lister:** L'échelle à laquelle Google mène ses activités signifie qu'il est très difficile pour quiconque, et surtout moi ou une autre personne qui n'est pas un expert en technologie au sein de l'organisation, de décrire le moment où il ne faut plus les garder ou la quantité qu'il convient de conserver. Donc, au lieu de prendre un engagement qui serait impossible de respecter, Google a pris la décision de brouiller les images non brouillées au terme d'une période suffisante mais non excessive.

**Mme Michelle Simson:** C'est peut-être cela la raison, ce qui m'amène à vous poser une autre question.

À la fois vous et M. Vincent avez déclaré que vous respectez les lois sur la protection de la vie privée dans les pays où vous êtes actifs. En tant que Canadienne, je m'inquiète du fait que notre Loi sur la protection de la vie privée a maintenant plus de 25 ans, n'a presque jamais été modifiée et n'a pas suivi les progrès technologiques — loin de là. À mon avis, c'est cela qui suscite les craintes des uns et des autres. Et, de toute évidence, les mêmes craintes existent dans toutes les régions du monde. Pour en revenir à ce que disait le président, la Grèce, le Japon et l'Allemagne n'étaient pas ravis de l'implantation de cette nouvelle application. C'est d'autant plus clair lorsqu'on entend parler de gens qui ne veulent pas qu'on photographie leur ville ou leurs rues. C'est peut-être justement parce que la protection qu'offrent les lois dans les différents pays n'est pas suffisante.

J'aimerais savoir ce que vous croyez pouvoir faire pour dissiper ces craintes.

• (1615)

**M. Jonathan Lister:** Si vous me permettez, j'aimerais profiter d'un élément de votre question pour rassurer les gens, de façon à éviter de donner une impression de la réalité qui n'est pas tout à fait juste, puisqu'il faut aussi comprendre que beaucoup de villes du monde ont été ravies de l'implantation chez elles de produits comme Street View. Il y a des villes qui nous ont dit qu'elles seraient très heureuses — surtout pour des raisons commerciales — de profiter d'un produit comme Street View.

**Le président:** Merci beaucoup.

[Français]

Madame Thi Lac, c'est à vous.

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac (Saint-Hyacinthe—Bagot, BQ):** Bonjour, messieurs Lister et Vincent.

Tout d'abord, les photos que vous prenez proviennent souvent de secteurs industriels et commerciaux. Prenez-vous également des photos de secteurs résidentiels?

**M. Olivier Vincent:** Je peux répondre le premier, si vous le voulez bien. Canpages inc. se concentre vraiment sur les rues commerçantes, puisque nous mettons en contact des utilisateurs et des commerçants. Nous ne sommes pas intéressés par les secteurs résidentiels.

Il s'avère parfois que des gens habitent également dans ces rues commerçantes. Il est donc possible qu'il y ait des images d'éléments privés. Je ne veux pas dire que le problème est ainsi totalement éliminé, mais nous ne sortons pas, en général, des régions commerçantes.

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac:** D'autre part, vous dites que Canpages s'engage à prévenir le public avant tout prochain tournage. Comment entrez-vous en contact avec ce public?

**M. Olivier Vincent:** C'est une bonne question. En effet, ce n'est pas facile. Idéalement, il faudrait faire de la publicité partout, tous les jours, pendant des mois. Ce n'est pas raisonnable et ce n'est pas physiquement faisable. Notre plan prévoit de la publicité dans les médias imprimés locaux et beaucoup sur Internet, là où beaucoup de gens naviguent. Nous pensons que c'est suffisant, non seulement pour être totalement certains de respecter la loi, mais, de façon plus importante, pour pouvoir alerter les gens et leur dire qu'il est possible qu'un véhicule de Canpages traverse leur rue pour prendre des photos.

J'aimerais déborder du sujet un instant pour faire écho à ce que disait Jonathan il y a un moment. J'ai été moi-même dans un de ces

véhicules à plusieurs reprises. Vous n'imaginez pas l'enthousiasme des gens dans la rue pour ce genre de service. Les gens nous suivent, font de grands signes. Ils vont tout faire pour être dans la photo. Quand on s'arrête à un feu rouge, les fenêtres descendent et les gens nous demandent si nous sommes de Google. On leur explique que non. La très grande majorité de la population est ravie et essaie de se trouver dans les photos. Cela nous cause des problèmes parce que, de nouveau, nous ne sommes pas intéressés par les gens, nous sommes intéressés uniquement par les commerces.

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac:** Vous avez parlé de brouiller les images des plaques d'immatriculation et des visages, mais vous n'avez pas parlé des numéros « civiques » qui pourraient apparaître et qui ne sont pas des numéros de commerçants. Y a-t-il un procédé pour brouiller également les numéros de maisons privées ou d'habitations résidentielles qui pourraient se trouver dans vos vidéos?

**M. Olivier Vincent:** Que veut dire l'expression « numéro civique »?

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac:** Il s'agit du numéro qui apparaît sur une maison, c'est l'adresse d'une maison.

**M. Olivier Vincent:** Nous pensons que ce numéro n'est pas une information confidentielle, que ce n'est pas une information privée. Au contraire, c'est une information publique qui permet de trouver un domicile.

L'essentiel des numéros d'immeubles que l'on voit sont ceux d'entreprises dans des rues commerçantes, mais il est possible qu'un dentiste, des médecins ou d'autres habitent à une adresse particulière. Le numéro d'immeuble est important pour trouver un endroit précis.

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac:** Ma dernière question porte sur les images que vous brouillez. Je voudrais savoir si vous retirez systématiquement les images de jeunes enfants, par exemple d'un jeune enfant à vélo qui vivrait dans le secteur visé. Afin de ne pas rendre ce secteur vulnérable à des criminels ou à des groupes criminalisés, faites-vous quelque chose de particulier pour brouiller l'image des enfants sur vos systèmes d'exploitation?

• (1620)

**M. Olivier Vincent:** C'est une bonne question. Je répondrai en disant que notre système de brouillage est tellement efficace qu'il n'y a aucune possibilité de reconnaître un enfant. Tout cela, je pense, est totalement couvert par le principe général de brouillage. Je ne pense pas qu'il y ait une moitié de brouillage et un plein brouillage. Le brouillage est entier et complet. Par conséquent, que ce soit un enfant, une personne ou une région particulière, il n'est pas nécessaire d'en faire plus parce que nous avons totalement brouillé la possibilité de reconnaître cette personne.

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac:** J'aimerais que M. Lister réponde à cette question également.

[Traduction]

**M. Jonathan Lister:** Oui, avec plaisir.

Si vous me permettez, je voudrais réagir à la première partie de votre question. Vous avez employé le mot « vidéos », et je voudrais apporter un éclaircissement pour que les membres du comité comprennent bien que nous ne tournons pas de vidéos; nous prenons des photographies. Il s'agit donc d'images statiques, et non pas dynamiques; ce ne sont pas des images sur vidéo. Je voulais simplement m'assurer que les membres du comité comprennent bien qu'il s'agit de simples photographies.

S'agissant de votre dernière question, je suis tout à fait d'accord avec M. Vincent. Nous brouillons toutes les images de personnes identifiables, et nous n'établissons pas de distinction entre les adultes et les enfants. Nous brouillons toutes les images. De plus, les gens peuvent facilement demander à faire retirer une image. Donc, s'ils tombent sur une image qui les dérange ou les préoccupe pour une raison ou une autre, ils peuvent très facilement et très simplement la faire disparaître. Dans chaque image qu'on peut voir avec Street View, nous avons un lien « signaler un problème » qui vous amène à une page très simple et, bien souvent, nous réagissons aux demandes de retrait d'images dans les 24 heures qui suivent. Donc, nous prenons ces questions très, très au sérieux.

[Français]

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac:** Vous avez parlé, monsieur Vincent, d'annonces dans les journaux ou sur Internet. Si vous allez faire un tournage dans une rue commerciale, comment pouvez-vous vous assurer que des dépliants ont été distribués afin d'informer les gens que leur rue serait filmée?

Quand vous parlez de retirer les images, expliquez-vous aux gens qu'il est possible de retirer ces images, et leur dites-vous comment faire la demande?

**M. Olivier Vincent:** C'est une bonne question à laquelle je répondrai en deux parties.

Tout d'abord, il faut que le processus ait une dimension raisonnable. Même si nous n'opérons pas à l'échelle planétaire, c'est quand même plus qu'à l'échelle nationale. Il serait très difficile d'imaginer qu'un autre véhicule précède le véhicule d'où sont prises les photos et donne des dépliants à tout le monde. Je pense que ce n'est pas nécessaire, étant donné qu'on va brouiller les images de tout le monde. Il y a une certaine limite à partir de laquelle cela devient déraisonnable. Il faut que vous le sachiez, et je pense que vous vous en doutez, le coût est très élevé pour ce genre de chose.

Ensuite, lorsque nous faisons ces communications, nous insistons sur le fait que les gens peuvent aller en ligne et faire tous les commentaires qu'ils veulent pour faire retirer leurs images ou même une autre image qu'ils considéreraient inappropriée sur le site. La communication inclut le fait qu'il est possible d'aller faire des modifications ultérieurement.

[Traduction]

**Le président:** Merci.

Monsieur Siksay, vous avez la parole.

**M. Bill Siksay (Burnaby—Douglas, NPD):** Merci, monsieur le président.

Monsieur Lister, monsieur Vincent, merci infiniment de votre présence aujourd'hui.

Je suis ravi d'accueillir parmi nous un représentant du monde des affaires de Burnaby — ma circonscription électorale — et surtout d'une entreprise novatrice qui est en pleine croissance à Burnaby. Je suis ravi de vous voir.

Je voudrais en revenir à la question des plaintes et la rapidité avec laquelle on peut faire retirer les images.

Si je ne m'abuse, monsieur Lister, vous avez dit que vous arrivez à retirer les images qui font l'objet d'une plainte « souvent dans les 24 heures qui suivent ». Est-ce un résultat assez uniforme? Combien de plaintes recevez-vous? Combien de temps vous faut-il pour retirer les images?

**M. Jonathan Lister:** La procédure à suivre pour déposer une plainte est très rapide et nous y réagissons aussi rapidement que possible. Tout dépend du volume.

D'ailleurs, nous avons pris une autre mesure afin d'améliorer la protection de la vie privée et donner une autre preuve de notre engagement à cet égard, puisque le jour du lancement, nous augmentons l'effectif disponible. Nous nous attendons évidemment à recevoir un plus grand nombre de demandes de retrait ou d'information ce jour-là.

Voilà le genre de mesures que nous avons prises afin de prouver encore notre engagement à protéger la vie privée des gens.

• (1625)

**M. Bill Siksay:** Dans le cas des deux applications, me semble-t-il, il y a un lien sur l'écran sur lequel on peut cliquer pour avoir accès à la procédure de plainte.

Monsieur Vincent, pourriez-vous nous indiquer où se trouve ce lien dans votre application?

**M. Olivier Vincent:** Avez plaisir.

Pendant que je suis en train de faire cela, permettez-moi d'ajouter que notre procédure prévoit le retrait de l'image dans les 24 heures qui suivent, ou même plus rapidement. Nous ne souhaitons pas que cela prenne plus de 24 heures.

Nous permettons également aux utilisateurs de demander le brouillage de tout un bâtiment, s'ils le désirent ou d'autres choses qui ne seraient pas nécessairement un visage. En même temps, nous voulons pouvoir faire une vérification. Nous n'aimerions pas, par exemple, qu'une entreprise demande à faire brouiller l'image de la fenêtre d'un commerce qui constitue un concurrent; c'est un monde très concurrentiel. Donc, il nous faut avoir le moyen de nous assurer que rien n'est fait avant que nous n'ayons eu le temps de faire les vérifications nécessaires.

Sur chaque écran — ici vous pouvez le voir en bas à droite — vous avez la possibilité de nous signaler un problème. Vous pouvez joindre au message la photo qui vous dérange. Si votre préoccupation concerne la protection de la vie privée, si vous estimez que le contenu de l'image n'est pas approprié ou si vous avez une autre raison de demander le retrait d'une image, vous pouvez décrire vos raisons et inscrire votre adresse électronique. Nous y avons incorporé un élément de sécurité qui garantit que ce n'est pas un ordinateur qui fait cela. Ensuite, vous transmettez votre demande. C'est envoyé tout de suite.

Permettez-moi de conclure en disant que, malgré des millions de pages d'images, nous n'avons reçu jusqu'ici aucune plainte.

**M. Bill Siksay:** Très bien.

Vous avez dit que vous faites des vérifications. Votre processus de vérification s'applique-t-il uniquement aux plaintes d'ordre commercial? Est-ce que vous nous dites qu'il ne s'applique pas aux plaintes d'ordre personnel, si bien que vous n'essaieriez pas de vérifier la légitimité de la plainte qui a été déposée?

**M. Olivier Vincent:** Si la plainte concerne l'image d'une personne, nous allons tout de suite brouiller l'image. Pour nous, ces images ne sont pas importantes; nous ne nous intéressons pas aux gens.

**M. Bill Siksay:** Je comprends.

Monsieur Lister, est-ce la même chose que Google? Cherchez-vous à vérifier le bien-fondé des préoccupations qui sont exprimées?

**M. Jonathan Lister:** S'agissant du retrait d'images, encore une fois, afin de prouver notre engagement vis-à-vis de la protection de la vie privée, nous préférons toujours, quand il s'agit de la vie privée de quelqu'un, pêcher par excès de protection, pour ainsi dire. Donc, nous éliminons les images.

Je pense que, si nous décidions de refuser d'enlever une image, ce serait parce que nous sommes convaincus que la demande n'est pas faite de bonne foi. À notre service à la clientèle, nos représentants examinent les demandes qui sont faites. À moins que ces derniers ne soient convaincus que la demande est frauduleuse — par exemple, si quelqu'un veut faire enlever l'image de la Tour du CN, nous n'allons probablement pas accepter de le faire — nous acceptons de les enlever. Quand les gens nous font part de préoccupations légitimes à propos d'images qui représentent leur maison, eux-mêmes, des membres de leur famille ou leurs voitures, nous y réagissons de façon positive en retirant les images en question.

**M. Bill Siksay:** Monsieur Lister, à l'heure actuelle, où Google conserve-t-elle les images non brouillées? Sont-elles conservées ici au Canada ou quelque part à l'étranger?

**M. Jonathan Lister:** Il est fort probable qu'elles soient conservées aux États-Unis mais, de toute façon, elles sont toutes stockées dans des fermes de serveurs que possède Google, et ce sont parmi les lieux de stockage de données les plus sûrs qui existent.

Google prend très au sérieux non seulement la question de la protection de la vie privée, mais celle de la sécurité. Les protocoles et les mécanismes novateurs que nous employons pour assurer la sécurité de nos locaux physiques ainsi que de nos données numériques sont parmi les plus avancés du monde, comme vous pouvez vous en douter. Qu'on parle de l'accès autorisé aux données, du matériel de stockage des données ou de notre processus de contrôle du flux et du trafic des données, je peux vous affirmer que toutes ces opérations sont hautement structurées et réglementées et que nous sommes un chef de file dans ce domaine au sein de l'industrie.

**M. Bill Siksay:** Vous avez parlé de « fermes de serveurs » et j'avoue que, étant un péquenot techno, je n'ai jamais entendu ce terme imagé, mais je le trouve intéressant.

Monsieur Vincent, je crois savoir que vous travaillez avec MapJack, n'est-ce pas? Vous nous avez dit que toutes les images que vous recueillez sont détruites. MapJack conserve-t-il des copies de ces images ou toutes ces images sont-elles détruites avant même d'être mises sur Internet?

**M. Olivier Vincent:** Oui, toutes les images sont détruites par la suite.

**M. Bill Siksay:** Avez-vous recours à un procédé de brouillage électronique, ou mettez-vous le disque...? J'imagine que je n'utilise pas la bonne terminologie...

**M. Olivier Vincent:** Il s'agit d'un procédé technique bien précis qui consiste à effacer les fichiers et à s'assurer qu'il est impossible de les récupérer. Ce procédé est clairement décrit dans le contrat que nous avons signé avec notre partenaire.

**M. Bill Siksay:** Monsieur Lister, vous parlez d'une période « suffisante mais non excessive »; pourriez-vous nous définir ce terme, car c'est tout de même assez vague.

**M. Jonathan Lister:** Nous essayons à l'heure actuelle de déterminer quel délai serait le plus approprié et, au lieu de vous citer un chiffre arbitraire, je préfère vous donner une réponse précise. Mais, il va sans dire que c'est dans l'intérêt de Google de s'en tenir au délai le plus court possible.

Nous sommes résolu à répondre aux préoccupations des gens en ce qui concerne la protection de leur vie privée. Nous avons besoin de ces données pour les fins pour lesquelles elles doivent servir — à savoir améliorer le produit. Dès que nous n'en avons plus besoin, nous souhaitons que les images soient brouillées en permanence.

• (1630)

**M. Bill Siksay:** À votre connaissance, un autre pays où Google offre ce service aurait-il imposé un délai particulier?

**M. Jonathan Lister:** À ma connaissance, non.

**M. Bill Siksay:** Je crois savoir qu'il n'y a pas que les applications Street View et Scènes de rue qui emploient ce procédé; en fait, la cartographie en général repose sur un procédé semblable consistant à prendre des photos qui sont ensuite employées pour créer des cartes. Savez-vous si d'autres compagnies emploient une technologie semblable, et dans quelle mesure est-ce pratique courante?

**M. Jonathan Lister:** Là nous parlons d'une innovation dans le domaine de la cartographie numérique. Chez Google, nous estimons que notre technologie permet d'améliorer les cartes et de faciliter la recherche. Mais, il est vrai que de nombreuses compagnies prennent des photos de rues. Il existe de nombreuses entreprises de cartographie d'infrastructures qui prennent des photos semblables. Des compagnies comme Maptech et Tele Atlas ont aussi des activités semblables en matière de collecte de données et de capture d'images. Je ne peux pas vous parler de leur technologie de brouillage ou de retrait d'images, mais la grande innovation apportée par Google est le mariage de ces images à des cartes topographiques qui permettent de suivre plus facilement les indications d'un itinéraire.

**Le président:** Merci beaucoup.

Monsieur Poilievre, vous avez la parole.

**M. Pierre Poilievre (Nepean—Carleton, PCC):** Merci de votre présence.

Je continue à penser que le potentiel que présente cette technologie est très considérable, à condition que son utilisation respecte quatre conditions clés. Premièrement, les visages et les plaques d'immatriculation doivent être brouillés. Deuxièmement, il faut protéger les lieux sensibles, comme les cliniques et les refuges pour femmes. Troisièmement, le public doit être préalablement informé, c'est-à-dire avant que l'on commence à prendre des photos. Et, quatrièmement, il faut que le stockage des images ne soit pas contraire aux lois sur la protection des renseignements personnels détenus par les entreprises pour ce qui est de la conservation de renseignements sans obtenir au préalable le consentement des intéressés.

Je vais commencer par le premier élément, c'est-à-dire le brouillage et, à cet égard, j'aimerais vous raconter l'histoire que m'a racontée un de mes électeurs. Il m'a raconté cela le jour même où j'ai vu le véhicule de Google avec les caméras dans une rue du quartier qu'on appelle Riverside South, c'est-à-dire une banlieue d'Ottawa située dans ma circonscription électorale. Il m'a dit ceci, et je le cite textuellement:

Je suis en train de vendre la vieille maison de mon père — c'est-à-dire de mon père et de ma mère — et j'ai donc tout enlevé des pièces qui donnent sur la rue, y compris les rideaux, mais personne ne peut voir à l'intérieur. Aucun de mes voisins ne peut voir dans la maison à cette hauteur, et je ne pensais donc pas que quelqu'un pourrait me voir. En tout cas, ce matin, je me suis levé, j'ai pris ma douche et je suis sorti nu de la salle de bain. En tournant la tête, j'ai aperçu la caméra Google qui passait devant le deuxième étage de la maison, comme un périscope qui était utilisé pour voir dans les pièces situées à l'étage de ma maison.

Il a poursuivi en disant: « Je ne sais pas si cet appareil permet de voir au travers des fenêtres, mais je suis sûr que c'est possible; donc, une image de moi nu est maintenant affichée pour ma rue sur Google. C'est une catastrophe. »

Ce monsieur m'a donné l'autorisation de le nommer. Il s'appelle Robert White, et la maison en question se trouve au 835 chemin Stanstead.

Quelles assurances pouvez-vous donner à M. White qu'il ne va pas devenir un symbole sexuel international?

**M. Jonathan Lister:** La meilleure façon de vous répondre serait de vous dire que les appareils que nous employons ne sont pas conçus de façon à voir à l'intérieur des bâtiments. La technologie photographique n'est pas à ce point avancée. Donc, Google ne peut pas voir à l'intérieur des bâtiments.

Je rappelle aux membres du comité que, de façon générale, cette application vise à améliorer la cartographie et à capter des images de bâtiments et de points de repère qui sont accessibles au public. Donc, il n'est pas nécessaire de voir l'intérieur; la définition même du produit n'inclut pas cet élément, et Google ne fait pas ce genre de choses.

**M. Pierre Poilievre:** Très bien. La photo en question a été prise le 30 avril, et nous pourrions peut-être travailler avec vous pour nous assurer qu'il n'y a pas d'erreurs et qu'aucune image de ce genre n'est mise en ligne.

D'ailleurs, je suis allé en ligne et j'ai trouvé un site Web qui existe exclusivement pour faire retirer des images de Google Street View et qui permet de voir les détails que renferment de telles images. Ce site s'appelle weburbanist.com. Ils ont justement trouvé de nombreuses images dans Street View où les visages et autres éléments sont suffisamment nets pour qu'on puisse bien les voir. Je vais vous les donner à la fin de la réunion.

Dans quelle mesure votre technologie est-elle réellement à toute épreuve?

• (1635)

**M. Jonathan Lister:** Je ne peux pas me prononcer sur le site en question; je ne l'ai pas vu. Je ne peux non plus me prononcer sur l'exactitude ou la qualité des photos en question. Cependant, ayant implanté cette application dans neuf pays différents jusqu'à présent, nous sommes vraiment convaincus que notre technologie est d'une très grande qualité et capacité. Donc, dans presque tous les cas, ce produit fait exactement ce qu'il est censé faire et, dans les rares cas où il ne donne pas le résultat escompté, les citoyens peuvent avoir recours à notre procédure de retrait qui est à la fois rapide et facile à utiliser.

**M. Pierre Poilievre:** Je tiens à vous en féliciter. Le problème, toutefois, c'est que certaines personnes peuvent ne pas savoir qu'elles figurent dans ces images et ne vont donc pas être en mesure de les faire enlever.

Qu'avez-vous à dire à cela, étant donné que, selon les lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels détenus par les entreprises notamment, aucune entreprise ne peut posséder des renseignements sur une personne sans que cette dernière ait donné son consentement?

**M. Jonathan Lister:** Encore une fois, je pense qu'il faut prendre un peu de recul et se rappeler la notification que nous avons fournie de même que l'annonce faite le 24 mars 2009 au sujet de notre parcours dans les villes du Canada pour recueillir des photographies pour Street View. Cette annonce a été largement diffusée dans l'ensemble du Canada. Je pense qu'on peut dire, sans risquer de se

tromper, qu'il s'agit sans doute de la collection d'images cartographiques les plus diffusées dans toute l'histoire du Canada.

Lors de cette annonce, nous avons prévenu le public de notre présence dans les villes. De plus, nous suivons une politique de retrait des images qui fait de nous un chef de file au sein de l'industrie. Si une photo de moi prise par inadvertance se retrouve à la une des journaux, comme cela pourrait arriver par inadvertance avec l'application Street View, je n'ai pas le type de recours qu'offre Google si je vois mon visage dans une prise de vue panoramique diffusée aux informations. Là mon image n'est pas brouillée, et je n'ai pas la possibilité de faire enlever cette image. Donc, pour moi, Google s'efforce vraiment de donner l'exemple et d'établir une norme que suivra l'ensemble de l'industrie en ce qui concerne les pratiques de protection de la vie privée.

**M. Pierre Poilievre:** Vous avez mentionné les images journalistiques. Elles sont expressément exclues aux termes des lois canadiennes sur la protection de la vie privée des entreprises, comme c'est le cas également pour les images créées pour des fins artistiques et littéraires. À votre avis, votre application de cartographie devrait-elle être expressément exclue de l'application des lois canadiennes sur la protection de la vie privée des entreprises?

**M. Jonathan Lister:** Je ne suis pas juriste, et je ne peux donc pas porter un jugement sur ce qui devrait se faire; d'ailleurs, il ne m'appartient pas non plus de me livrer à des conjectures. Je pense que c'est une supposition raisonnable, vu l'histoire de la cartographie en tant qu'activité artistique. Le précédent existe déjà: les cartes sont considérées correspondre à une forme d'expression artistique, et cet argument me semble donc fondé.

**Le président:** Je vous remercie.

S'agissant de la notification du public, je pense que bon nombre des membres du comité n'étaient même pas au courant de l'existence du produit Street View jusqu'à la parution de cet article dans le journal. Quel genre d'avis public avez-vous été tenus de fournir par suite de vos discussions avec la Commissaire à la protection de la vie privée?

**M. Jonathan Lister:** Cet avis a été donné par le biais de l'annonce faite le 24 mars 2009. Par la suite, grâce à un site Web que nous avons récemment créé, nous avons annoncé les villes où passeraient nos véhicules. Donc, à notre avis, l'exigence en matière de notification a été satisfaite. Pour moi, nous avons bien réussi à établir un juste équilibre entre l'avis à donner au public et la mise au point des produits.

• (1640)

**Le président:** Quand avez-vous commencé à prendre des photos?

**M. Jonathan Lister:** Je pense que nous avons commencé à prendre des photos en 2007. Mais, il serait sans doute important que le comité sache que nous n'avons pas l'intention d'utiliser des images prises avant le 24 mars dans notre produit. Donc, toute image prise avant le 24 mars, date à laquelle nous avons fait l'annonce publique à grande échelle dans l'ensemble du pays, ne sera pas utilisée.

**Le président:** Merci.

Madame Zarac, vous avez la parole.

[Français]

**Mme Lise Zarac (LaSalle—Émard, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Vous parlez d'innovation dans la cartographie, monsieur Lister, mais peut-on vraiment appeler ça de la cartographie? Ce sont des images, des endroits, des lieux qui sont montrés. Comment pouvez-vous définir ça comme de la cartographie, même si on parle d'innovation?

[Traduction]

**M. Jonathan Lister:** Il s'agit en réalité d'une innovation extrêmement importante dans le domaine de la cartographie numérique. Google a effectivement réussi à marier des images de la rue à des cartes topographiques. Cette technologie permet aux gens de naviguer d'une façon tout à fait différente.

[Français]

**Mme Lise Zarac:** C'est un « alliage » d'une image et d'une carte. Or, pour parler d'innovation dans la cartographie, je ne suis pas certaine qu'on puisse appeler ça une carte ou une *map*.

Vous avez dit tous les deux que vous vous conformez aux lois sur la vie privée actuellement en vigueur. Demandez-vous l'approbation des municipalités où vous allez pour vous assurer que vous vous conformez aux lois en vigueur?

**M. Olivier Vincent:** Je vais peut-être répondre à cette question en premier.

Si vous me le permettez, je vais revenir à votre question précédente. Je pense que vous avez raison: le mot « cartographie » a quand même beaucoup vieilli. On parle maintenant d'une expérience immersive totale, qui est beaucoup plus puissante que le simple fait de montrer des cartes.

**Mme Lise Zarac:** On parle des lois, si ça ne vous dérange pas, monsieur Vincent. J'aimerais mieux qu'on parle des lois.

**M. Olivier Vincent:** Absolument. En ce qui concerne les lois, nous avons examiné ça à plusieurs niveaux, en commençant par tous les appuis juridiques des grands cabinets canadiens, pour être certains que nous nous conformions à la loi.

On a parlé plus tôt de la communication active avec tous les *privacy commissioners*. En ce moment, ils nous disent tous avec certitude que nous n'avons pas fait quelque chose d'illégal, et il me semble qu'ils nous soutiennent également dans notre démarche proactive.

En ce qui concerne les municipalités, nous n'avons pas spécifiquement demandé leur permission, mais nous les informons de la disponibilité de cette information.

**Mme Lise Zarac:** Vous n'avez pas l'approbation des municipalités.

**M. Olivier Vincent:** En fait, j'ai maintenant clairement leur approbation à cet égard, puisqu'on sait qu'elles utilisent ces informations à leurs propres fins également.

**Mme Lise Zarac:** Mais vous n'avez pas obtenu leur permission. Avez-vous pris connaissance des lois des municipalités?

**M. Olivier Vincent:** Je pense que oui.

**Mme Lise Zarac:** Oui, mais il n'y a pas eu de permission.

**M. Olivier Vincent:** Je ne suis pas un juriste, mais je pense que oui.

**Mme Lise Zarac:** Est-ce facile de se conformer aux lois actuelles, qui ont effectivement été écrites avant que n'arrive toute cette innovation, cette nouvelle technologie? Est-ce facile de se conformer aux lois, lorsqu'il est question de nouvelle technologie?

**M. Olivier Vincent:** Clairement, le monde de la technologie va très vite et les lois ne suivent pas toujours. En ce moment, on parle de lois qui ont été créées bien avant que n'existent les « *streeting* » et Internet.

**Mme Lise Zarac:** Il faudrait peut-être les revoir.

**M. Olivier Vincent:** Par conséquent, il y a quelques imitations. Je trouve néanmoins que ces lois ont été créées avec beaucoup de sens commun, et ce *common sense*, on l'essaie de l'appliquer aujourd'hui dans notre activité. Je pense que c'est assez raisonnable.

J'ai l'impression que ce que font Google et Canpages aujourd'hui assure un niveau de *privacy* extrêmement élevé.

**Mme Lise Zarac:** Ne croyez-vous pas qu'il serait prudent de revoir ces lois, en raison de la nouvelle technologie?

**M. Olivier Vincent:** C'est probablement à vous d'en parler, puisque je sais que dans notre cas, ça ne nous a pas ralentis.

**Mme Lise Zarac:** Vous avez dit quelque chose plus tôt qui m'inquiète beaucoup. Vous avez dit que seulement chez vous, on fait 3,5 millions de recherches par mois.

**M. Olivier Vincent:** C'est plus que ça.

**Mme Lise Zarac:** C'est plus que ça?

**M. Olivier Vincent:** Ce sont les visiteurs.

**Mme Lise Zarac:** Vous étiez fier de le dire parce que, avez-vous dit, il n'y avait pas de plaintes. Cela m'inquiète beaucoup, car l'Internet ne sert pas toujours à des fins positives ou adéquates. Il y a beaucoup d'exploitation sur l'Internet.

Vous avez dit ne pas aller dans les secteurs résidentiels. Or, on sait que dans les municipalités, les commerces sont mêlés aux résidences. Si les gens font 3,5 millions de recherche par mois, ils peuvent trouver sur vos sites les secteurs où on voit plusieurs enfants. Même si on ne peut pas distinguer un enfant en particulier, on peut voir s'il y en a plusieurs dans un secteur donné.

Cela ne vous inquiète-t-il pas? Vous avez parlé des municipalités. Si on questionne les citoyens, ils nous diront que la chose la plus importante pour eux est la sécurité de leurs enfants.

● (1645)

[Traduction]

**M. Jonathan Lister:** Google prend la sécurité très au sérieux. Tout ce que je peux dire, en réponse à votre question, est que les images en question ont été captées dans des lieux publics. Ces images ne présentent rien que vous ou n'importe qui d'autre ne pourriez pas voir en déambulant dans la rue à un moment donné. Ce sont des images statiques qui ont plusieurs mois et peut-être même plusieurs années...

**Mme Lise Zarac:** Mais il suffit de cliquer...

**M. Jonathan Lister:** ... auxquelles aurait accès n'importe qui. Ce qu'il faut surtout retenir, c'est que nous permettons aux gens de demander que les images soient retirées. La protection de la vie privée et la sécurité sont des questions que nous prenons très au sérieux.

**Le président:** Merci.

Madame Block, vous avez la parole.

**Mme Kelly Block (Saskatoon—Rosetown—Biggar, PCC):** Merci, monsieur le président.

Bienvenue à vous deux.

M. Poilievre a déjà établi que les Canadiens n'ont pas à s'inquiéter de la possibilité qu'on les photographie dans des situations compromettantes mais, pour ma part, je voudrais parler plutôt des membres vulnérables de la société. De telles personnes doivent être protégées. Google et Canpages doivent donc garantir les Canadiens que les prédateurs ne pourront pas se servir de cette technologie pour profiter des membres vulnérables de notre société.

Vous avez dit que les visages et les plaques d'immatriculation seront brouillés. Mais, il existe de nombreux refuges dans ma circonscription électorale de Saskatoon—Rosetown—Biggar, et je constate que Saskatoon est l'une des villes dont les rues seront photographiées par Google Street View. Je veux être sûre de bien comprendre. Comptez-vous brouiller également les images de lieux sensibles, comme ces refuges? Bon nombre d'entre eux constituent des lieux publics ou se trouvent dans les zones commerciales de ma circonscription. Pouvez-vous me garantir que la vie privée des personnes vulnérables sera protégée?

**M. Jonathan Lister:** En plus de travailler avec le Commissariat à la protection de la vie privée, le comité et les représentants des forces policières locales, nous comptons ouvrir un dialogue avec des organismes-cadres, avant le lancement, pour les informer de notre technologie de brouillage et de la procédure de retrait d'images, de sorte qu'un organisme qui estime, pour une raison ou une autre, qu'une image de ces locaux est trop sensible aura certainement la possibilité de la faire retirer.

Nous serons aussi proactifs que possible en travaillant de concert avec les organismes qui représentent les intervenants clés. Encore une fois, je rappelle aux membres du comité qu'il s'agit, encore une fois, d'images que n'importe qui pourrait obtenir en ayant recours à différentes sources, qu'il s'agisse de livres, de cartes, ou d'images locales.

**Mme Kelly Block:** Je vous remercie.

**M. Olivier Vincent:** Je suis entièrement d'accord avec M. Lister. J'ajouterais simplement que, s'agissant des refuges, qui représentent effectivement des lieux très sensibles, nous avons beaucoup réfléchi aux mesures que nous pourrions prendre pour aller encore plus loin. Nous nous sommes rendu compte, premièrement, que notre procédé permet de brouiller la totalité de l'image, ce qui garantit la protection de la vie privée, mais qu'il serait finalement dangereux d'offrir des services supplémentaires pour les images de refuges. Nous avons pensé que cela risquerait d'attirer l'attention des gens, et que certains se demanderaient pourquoi l'image de tel bâtiment avait été brouillée. En conséquence, nous estimons que la meilleure solution consiste à s'assurer que personne ne sait où se trouvent les refuges, et nous voulons faire en sorte que cela continue d'être le cas.

**Mme Kelly Block:** Je vous remercie.

Je vais céder le reste de mon temps de parole à M. Poilievre.

**M. Pierre Poilievre:** Je crois comprendre que les responsables de la protection de la vie privée en Grèce ont exprimé certaines inquiétudes à propos de Google Street View et ont même demandé que vous cessiez de photographier les rues tant qu'il n'y aura pas d'ententes conclues au sujet de ce produit. C'est bien ça?

**M. Jonathan Lister:** Je ne peux pas me prononcer sur la situation précise en Grèce.

**M. Pierre Poilievre:** C'est ce qui a été reporté par les médias ici. Le *Ottawa Citizen* a publié un article à ce sujet le 12 mai.

Je crois également comprendre qu'une de leurs préoccupations concerne la conservation des images non brouillées que possède Google. Comme je vous le disais tout à l'heure, les lois canadiennes

sur la protection des renseignements personnels détenus par les entreprises — il s'agit plus précisément de la Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques — prévoient qu'aucune entreprise ne peut détenir les renseignements personnels d'un citoyen à l'insu et sans le consentement de l'intéressé.

La notification permet, me semble-t-il, d'informer les citoyens. Par contre, la question du consentement est beaucoup plus épineuse. Vous ne pouvez pas vous arrêter à tout moment, chaque fois que vous prenez la photo de quelqu'un, pour lui demander sa permission mais en même temps, du moins dans le cas de Google, vous conservez ces images sans en obtenir au préalable leur permission. Voilà qui suscite d'importantes inquiétudes en ce qui concerne la protection de la vie privée. Quelles mesures allez-vous prendre pour répondre à ces inquiétudes? Êtes-vous prêts à vous engager à fixer un délai de conservation fixe au-delà duquel toute image non brouillée que vous possédez sera supprimée?

• (1650)

**M. Jonathan Lister:** Le travail que nous réalisons avec le Commissariat à la protection de la vie privée et notre engagement à ne pas lancer ce produit — je vous rappelle qu'il n'a pas encore été lancé — tant que nous n'aurons pas respecté nos obligations en matière de protection de la vie privée et juridiques constituent les premiers éléments me permettant d'assurer le comité de notre engagement vis-à-vis de la protection de la vie privée.

S'agissant d'un délai particulier, toutefois, je vous ai dit tout à l'heure que, chez Google, nous avons décidé que Google ne conservera pas les images non brouillées au-delà d'une période suffisante mais non excessive, et il va sans dire que Google a intérêt à s'assurer que ce délai est aussi court que possible. Donc, la meilleure réponse que je puisse vous donner consiste à vous dire que nous allons déterminer progressivement quelle devrait être la durée de ce délai, en fonction de ce qui est nécessaire, sans pour autant être excessif, et communiquer cette information en temps et lieu.

**M. Pierre Poilievre:** Je sais que, comme entreprise, vous vous êtes montrée socialement responsable en décidant de collaborer avec le Commissariat à la protection de la vie privée, mais il n'en reste pas moins que certains trouvent inquiétants que vous puissiez conserver ces données. Nous parlons d'un volume très considérable de données qui concernent des milliers de personnes — entre autres, leurs allées et venues — et les personnes qu'elles fréquentent. Cela vous donne énormément de pouvoir en tant qu'entreprise, et je suis sûr que vous pouvez comprendre que, de notre côté, nous souhaitons obtenir une définition claire du terme « période suffisante » avant de donner notre appui inconditionnel à cette pratique. Me comprenez-vous?

**M. Jonathan Lister:** Il me semble que la meilleure réponse que je puisse vous donner consiste, encore une fois, à rappeler aux membres du comité qu'il s'agit d'images de lieux qui sont accessibles au public. Il s'agit d'images de personnes et de lieux qui sont facilement accessibles. Le fait que Google va beaucoup plus loin que bon nombre d'autres entreprises qui saisissent des données en dit long sur notre engagement à respecter et à protéger la vie privée des gens, tout comme notre engagement à brouiller ces images en permanence et à ne pas conserver les images non brouillées.

**Le président:** Je me permets de préciser que, dans votre cas, ces images ont une utilisation commerciale. Dans les autres cas, nous ne parlons pas d'une utilisation commerciale. Nuance. C'est pour cela que nous avons justement la LPRPDE, c'est-à-dire la loi.

Monsieur Nadeau, vous avez la parole.

[Français]

**M. Richard Nadeau (Gatineau, BQ):** Merci, monsieur le président.

Bonjour, messieurs Vincent et Lister.

D'entrée de jeu, je dirai que je comprends qu'on ne peut pas arrêter le progrès. L'informatique et la distribution d'images ou d'informations sur des moteurs de recherche représentent une grande révolution technologique.

Je vais vous dire l'image que j'ai en tête et j'espère que je ne vous blesserai pas. Je pense à la phrase « Big Brother vous regarde » du livre de notre ami George Orwell. Les images qui sont obtenues grâce à vos moteurs de recherche peuvent être utilisées par d'autres. Dans un article paru en mars dernier dans *The Independent*, un journal britannique, on pouvait lire que c'était un cadeau offert aux criminels.

Je ne dis pas que vous ne respectez pas la loi, mais selon votre approche et votre perspective, y a-t-il des façons de s'assurer que les personnes, les entreprises ou les lieux que vous filmez ne deviennent pas des appâts pour des gens malveillants? C'est toute la question de la protection de la vie privée et de la sécurité qui est en jeu.

• (1655)

**M. Olivier Vincent:** Je peux peut-être donner une partie de la réponse.

[Traduction]

Si cela ne vous dérange pas, je vais passer à l'anglais, pour pouvoir mieux me retrouver dans ma terminologie.

Lorsqu'on innove, on entre nécessairement en terrain inconnu, ce qui suscite des questions et, parfois, des craintes. Malgré la présence dans tous les coins de la planète de l'application Street View de Google depuis plusieurs années, je ne suis au courant d'aucun incident grave, ni même moyennement grave, qui aurait pu causer du tort à quelqu'un. Il y a un certain nombre de mythes qui circulent, mais rien de concret jusqu'à présent.

Quand j'entends des journalistes qui disent que c'est comme si on donnait un instrument de plus aux criminels, pour moi, c'est un peu l'équivalent de dire que les voitures permettent aux voleurs de banques de fuir rapidement la scène du crime et qu'il faut donc renoncer aux voitures. Pour moi, c'est aller trop loin.

J'y vois plutôt des milliers de possibilités d'utilisation de ces cartes et de ces scènes de rue pour améliorer la vie de tout le monde, établir des liens entre les gens, et leur permettre de mieux se connaître, ce qui est la mission centrale d'une collectivité. Voilà ce que nous faisons, à mon avis. Voilà la finalité de notre activité.

S'agissant des risques potentiels en matière de protection de la vie privée, nous savons effectivement qu'il existe certaines inquiétudes, mais je ne vois vraiment pas, pour le moment, étant donné que les images sont brouillées, que les fichiers sont éliminés et que des mécanismes sont fournis aux utilisateurs pour leur permettre de signaler un problème, comment la vie privée des gens pourrait être atteinte.

**M. Jonathan Lister:** Je suis généralement d'accord avec M. Vincent. Pour moi, nous traversons actuellement une période de transformation radicale, transformation qui en très grande partie profite à la société. À mon avis, Google essaie d'être un chef de file et d'être aussi innovateur, sinon plus innovateur, que toute autre entreprise. L'un des atouts de Google, c'est qu'il se considère comme un participant à l'écosystème numérique et un facilitateur d'innovation. Je veux dire par là qu'il y a de petites entreprises et de petits

organismes au Canada et autour du Canada, et dans toutes les circonscriptions électorales du pays, qui se servent des produits de Google — entre autres, les produits de cartographie — et qui les intègrent dans leurs propres produits en vue de multiplier les avantages économiques. Je pense que nous avons déjà que Canpages est justement un de ces organismes qui profitent de la plateforme de Google pour multiplier ses propres avantages économiques. Voilà donc quelques-uns des nombreux avantages qui découlent du travail de Google.

Et, encore une fois, M. Vincent a raison. Nous avons reçu beaucoup de rétroaction, qui est très largement positive, dans tous les pays où nous menons nos activités. Nous avons reçu énormément d'échos positifs, entre autres la déclaration du maire de Londres, qui a encensé publiquement l'application Street View... Nous avons reçu de nombreuses accolades à propos de Street View après son lancement.

Donc, même si le changement fait parfois peur, nous sommes déjà en pleine transformation et il s'agit maintenant de continuer à progresser afin de générer autant d'avantages économiques que possible.

**Le président:** Je vous remercie.

Monsieur Hiebert, vous avez la parole.

**M. Russ Hiebert (Surrey-Sud—White Rock—Cloverdale, PCC):** Merci à vous deux de votre présence aujourd'hui. Je suis ravi d'avoir l'occasion de discuter de cette question avec vous. J'ai plusieurs questions à poser, et je vous invite donc à donner de brèves réponses.

D'abord, un petit préambule, si vous me permettez. Monsieur Lister, vous avez parlé à plusieurs reprises de l'utilisation de cette technologie qui est « prévue » — vous avez employé ce terme plus d'une fois — en énumérant les avantages qu'elle offre. Mais, il me semble que les personnes assises autour de cette table sont davantage préoccupées par les conséquences involontaires de l'utilisation de cette technologie — c'est-à-dire des éléments qui n'étaient peut-être pas envisagés lorsque ce produit a été mis en marché au début.

Ma première question concerne le préavis à donner au public. Vous dites que vous avez fait une annonce le 24 mars au sujet de la mise en application de cette technologie au Canada, sans pour autant nommer les villes qui seraient concernées, ni les dates, ni même les semaines pendant lesquelles cela allait se faire. Je me demande quelles sont les attentes de Google en ce qui concerne le degré de pénétration de cette information. Avez-vous l'intention de faire autre chose que cette simple annonce du 24 mars?

Comment comptez-vous communiquer avec les collectivités touchées, ou même les quartiers que vous visez, pour que les gens s'attendent à ce qu'une voiture arrive dans leur rue tel jour ou telle semaine ou telle heure de la journée pour prendre des photos? Il s'agit de permettre aux gens qui ne veulent pas que leur voiture soit visible, même si la plaque d'immatriculation est brouillée... Peut-être ont-ils une très belle voiture et préfèrent que le monde ne sache pas qu'ils ont ce genre de voiture. Peut-être veulent-ils cacher les jouets des enfants. Peut-être ont-ils envie de tondre le gazon ou de fermer les rideaux, sachant que leur maison sera visible au monde entier. Jusqu'à quel point comptez-vous prévenir les gens dans les quartiers de votre calendrier d'activités pour qu'ils puissent prendre les mesures qui leur semblent appropriées?

•(1700)

**M. Jonathan Lister:** Grâce au préavis donné par Google le 24 mars et le site Web dont je vous ai déjà parlé, où nous avons publié le nombre des villes dans lesquelles nous passons actuellement, ainsi que les informations qui continuent de paraître dans la presse à propos de Google... D'ailleurs, nous avons fait des interviews avec les journalistes aujourd'hui. Nous continuons de le faire. La présence des conducteurs de Street View continuera d'être de plus en plus connue, à mon avis, par le public. Nous estimons que c'est une façon efficace et crédible de faire savoir à la population que nous allons passer dans leurs rues.

Pour ce qui est des gens qui souhaitent que leur image ait un certain aspect, ayant déjà fait cela dans neuf autres pays, où les voitures se déplacent un peu partout, Google est d'avis qu'il n'est pas possible, dans la pratique, de donner des indications très précises au sujet des rues où se trouveront les voitures qui prennent des photos, et ce pour des raisons de conditions météorologiques et de circulation, et aussi parce que nous ne souhaitons pas encourager l'exhibitionnisme.

Donc, pour certaines raisons, nous estimons ne pas pouvoir donner des indications très précises, mais en même temps, nous croyons avoir respecté nos obligations et répondu aux besoins des consommateurs en publiant sur le site le nom des localités dans lesquelles nous passerons.

**M. Russ Hiebert:** Ma prochaine question porte sur le retrait des images. Vous dites que cette possibilité existe. C'est en rapport avec la dernière question qu'on vous a posée, en ce sens que je me demande dans quelle mesure vous informez les gens de la possibilité de faire retirer leurs images. Est-ce qu'il faut fournir une justification? Ou peut-on simplement vous dire que telle image est en ligne et qu'on voudrait la faire enlever, même si on n'a pas de motif particulier?

**M. Jonathan Lister:** La protection de la vie privée est extrêmement importante. Comme nous préférons toujours pêcher par excès de protection, Google acceptera de retirer les images en question. Comme je l'ai expliqué tout à l'heure, nous ne refuserions d'enlever une image que si nous étions tout à fait convaincus que la demande est frauduleuse. Sinon, nous préférons faire primer le droit des citoyens de protéger leur vie privée, si bien que nous allons retirer les images si on nous le demande.

**M. Russ Hiebert:** Très bien.

J'ai l'impression que cette technologie existe depuis plusieurs années. Je voudrais donc savoir si un plaignant aurait déjà soutenu devant un tribunal civil ou pénal que, en raison de cette technologie, il était plus susceptible d'être victime d'une infraction contre les biens ou de lésions corporelles? Est-il déjà arrivé que Google soit, non pas un plaignant, mais qu'on fasse référence à cette technologie dans le cadre de poursuites, parce que la présence de cette technologie aurait rendu le plaignant plus vulnérable?

**M. Jonathan Lister:** À ma connaissance, non et, à mon avis, quand les gens se servent du produit, ils se rendent compte de ses capacités et de ses limites. Si vous permettez, j'aimerais vous donner un petit exemple d'une utilisation extrêmement avantageuse.

Il y a quelques semaines — je ne me rappelle pas exactement quand, mais on pourrait vous obtenir ce renseignement — la police au Massachusetts s'est servie de Street View, conformément à l'utilisation qui est prévue, afin de retrouver une petite fille qui avait été enlevée au Massachusetts. Ils l'ont trouvée dans une partie rurale de l'État de Virginie. Après avoir localisé la zone générale grâce au système de GPS du téléphone cellulaire, ils ont eu recours à Street

View pour voir quel type de bâtiments se trouvaient dans la zone en question. Ils ont constaté qu'il y avait, entre autres, un motel et ils étaient d'avis que c'était là qu'ils étaient les plus susceptibles de retrouver la petite fille. Ils l'ont effectivement retrouvée grâce, à mon avis, à une utilisation créatrice de cet outil.

Voilà ce que nous constatons partout. Après le lancement du produit, les particuliers et les entreprises constatent qu'il y a de plus en plus d'usages intéressants qu'on peut faire du produit. C'est pour cette raison qu'il est bien accueilli partout.

**Le président:** Merci.

Monsieur Siksay, vous avez la parole.

**M. Bill Siksay:** Je vous remercie, monsieur le président.

Monsieur Lister, Google a-t-il recours aux médias pour donner un préavis au public? Les communications au sujet des localités où Google compte prendre des photos passent-elles surtout par les médias?

•(1705)

**M. Jonathan Lister:** Je crois que nous respectons nos obligations en vertu de la Loi sur la protection des renseignements personnels, et il est certain que nous avons recours aux médias et que beaucoup d'informations ont été assez largement diffusées par les médias au cours des derniers mois au sujet de ce produit.

**M. Bill Siksay:** Google a-t-il fait de la publicité ou a-t-il affiché des avis sur la page d'accueil de son moteur de recherche, ou quelque chose du genre, de sorte que les gens puissent obtenir cette information de différentes manières, à part dans la presse ou à la télévision?

**M. Jonathan Lister:** La couverture donnée à l'annonce du 24 mars 2009 était tellement considérable, et il en va de même pour celle qui est faite depuis, que, à notre avis, cette stratégie se révèle extrêmement efficace et convaincante pour ce qui est d'informer la population de l'existence de ce produit, de la présence de nos voitures dans les rues de leurs villes et de notre intention de lancer ce produit.

**M. Bill Siksay:** D'accord. J'ai maintenant une question qui s'adresse à la fois à M. Vincent et à M. Lister.

Quand vous vous servez de cette information, c'est pour des fins commerciales. Je suppose que vous essayez d'encourager les gens à visiter votre site Web, et donc, vous gagnez de l'argent d'une façon ou d'une autre en offrant ce service. Êtes-vous d'accord avec moi pour dire que cette information a un usage commercial?

**M. Jonathan Lister:** Tout à fait. Mais, je rappelle aux membres du comité que Google, de par sa mission d'innovation et ses innovations proprement dites, fournit énormément de services gratuits à la fois aux consommateurs et aux entreprises, qu'il s'agisse de notre moteur de recherche, de nos cartes ou de notre service g-mail. Nous fournissons énormément de services gratuits à la population. En fin de compte, ce produit fera partie de notre portefeuille d'outils de cartographie, de notre produit Google Maps et, comme nous vendons de l'espace publicitaire dans Google Maps, il est évident que nous allons commercialiser ce produit. Cela fait partie d'une stratégie générale visant à faire de la plateforme de Google une plateforme à laquelle on peut ajouter d'autres choses, et cela suppose que l'on donne énormément de services gratuits aux consommateurs.

**M. Bill Siksay:** Excusez-moi, monsieur Vincent, mais je voudrais élargir quelque peu le contexte de ma question.

Les commissariats à la protection de la vie privée — du Canada, de l'Alberta, de la Colombie-Britannique et du Québec — ont tous soulevé la question des protections essentielles dans l'affiche d'information qu'ils ont préparée au sujet de ce produit et, si vous me permettez, je voudrais vous en citer un extrait: « ... la législation canadienne sur la protection des renseignements personnels prévoit, notamment, que vous devez être au courant lorsqu'on vous photographie à des fins commerciales et connaître l'utilisation qui sera faite de votre image. »

Est-ce que Google et Canpages sont d'accord avec une telle interprétation de la législation dans ce domaine? Cela influe-t-il sur votre perception du préavis à donner au public?

**M. Olivier Vincent:** Je vais essayer de répondre à cette question.

Nous sommes évidemment une entreprise, et une fin commerciale est donc inévitable. Par contre, la silhouette d'une personne qui figure dans une image brouillée est un simple accident. Nous ne prenons pas la photo des gens pour des fins commerciales. En fait, nous ne voulons pas que les gens soient dans nos photos. C'est pour cette raison que nous brouillons leur image. Donc, cela étant, je ne pense pas qu'on puisse dire que nous exploitons ces images pour des fins commerciales.

En fin de compte, nous permettons aux acheteurs et aux vendeurs de se rejoindre, mais beaucoup de gens ont accès gratuitement au service pour simplement explorer la région et, à ce moment-là, il n'y a pas de transaction commerciale. Ils trouvent ça bien; ils trouvent ça utile. Nous aidons les familles à trouver un nouveau quartier; nous aidons les entrepreneurs à trouver de l'immobilier. Cela peut vous sembler drôle, mais nous avons aussi le sentiment de faire quelque chose de bien en mettant ce produit à la disposition du public. C'est un très beau produit. Nous avons été les premiers à l'appliquer au Canada, nous savons qu'il est grandement apprécié par les personnes qui s'en servent, et nous sommes donc contents de faire quelque chose de positif.

**M. Bill Siksay:** Je dois avouer que je suis ravi de pouvoir utiliser ce service, que j'utilise même fréquemment, et je tenais à vous le dire.

Monsieur Lister, je crois savoir qu'il y a eu un problème d'ordre culturel au Japon, où la sensibilité de la population est différente, par rapport à la protection de la vie privée, et que Google a récemment accepté de baisser l'appareil photo pour éviter qu'il dépasse le niveau des clôtures qui se trouvent généralement devant les maisons. Google a-t-elle observé ce genre de différences culturelles ailleurs? Pensez-vous que ce sera le cas au Canada, une société multi-culturelle, où les citoyens n'auront peut-être pas la même compréhension ou les mêmes attentes relatives à la protection de la vie privée?

**M. Jonathan Lister:** L'un des formidables avantages de mon emploi et du travail que réalise Google au sein de l'industrie est la mouvance perpétuelle qui les caractérise. Si je suis là aujourd'hui, à titre de représentant de Google, c'est pour écouter et pour apprendre; nous sommes très désireux de connaître les préoccupations uniques, importantes et pertinentes de chaque collectivité. C'est d'ailleurs l'un des objectifs de ce processus. Si nous voulons collaborer avec des groupes d'intervenants clés, c'est en partie pour nous informer des enjeux locaux que nous ne pouvons connaître à l'avance. Comme l'exemple du Japon vous l'aura prouvé, nous prenons des mesures pour répondre aux préoccupations des gens et pour respecter nos obligations en matière de protection de la vie privée.

• (1710)

**Le président:** Merci.

Madame Simson, vous avez la parole.

**Mme Michelle Simson:** Merci, monsieur le président.

Pour faire suite à la question de M. Siksay, non seulement la population avait-elle des préoccupations mais, si j'ai bien compris, toutes les photos prises au Japon ont dû être refaites. Il est évident que cela représente une dépense énorme pour Google. Je vous invite donc à nous donner d'autres détails à ce sujet. Voilà ma première question.

La deuxième question que j'adresse à vous deux — je n'ai pas encore obtenu une réponse définitive — est de savoir si vous avez des chiffres définitifs sur le nombre de plaintes que vous avez reçues de particuliers. Nous sommes évidemment au courant de la situation au Japon, mais là je parle de plaintes déposées à titre personnel qu'on vous aurait transmises par le biais du lien qui se trouve sur votre site.

**M. Jonathan Lister:** Excusez-moi; je n'ai pas compris votre première question. Pourriez-vous la répéter? Vous disiez qu'elle faisait suite à la question de M. Siksay, mais je n'ai pas bien compris ce que vous me demandiez.

**Mme Michelle Simson:** Je voudrais connaître la nature précise des préoccupations exprimées par la population au Japon, car, d'après les renseignements que nous avons obtenus, toutes les images du Japon devaient être refaites, et il est clair que cela représente une dépense importante pour Google. Donc, cela a dû être justifié jusqu'à un certain point. J'aimerais donc connaître la nature précise de la plainte collective qui vous a été adressée.

**M. Jonathan Lister:** Je ne suis pas au courant de la nature de la plainte, mais ce qu'il faut surtout retenir de cet exemple, c'est le fait que Google décide de refaire les photos prises dans les rues du pays dans son ensemble s'il est d'avis que les plaintes sont fondées ou justifiées. D'ailleurs, je vous fais remarquer que nous allons repasser dans toutes les rues que nous avons déjà photographiées au Canada — c'est-à-dire, peut-être pas dans toutes les régions du Canada. Après avoir commencé notre tournée du Canada, nous avons décidé de ne pas nous servir des photos déjà prises, et donc, comme vous le dites, nous acceptons de supporter une dépense considérable pour refaire les photos.

**Mme Michelle Simson:** Monsieur Lister, nous savons que les photos seront refaites dans tout le pays, et malgré tout, vous n'êtes pas en mesure de nous indiquer la nature précise de la plainte formulée par la population japonaise?

**M. Jonathan Lister:** Celle du Japon, non; je ne suis pas au courant. Je pourrais vous obtenir cette information. Mais je ne suis pas au courant de la nature de la plainte au Japon.

**Mme Michelle Simson:** Je vous saurais gré de le faire, car vous allez refaire ce travail dans l'ensemble du pays. C'est tout de même un travail important.

**M. Jonathan Lister:** Je vais essayer de me renseigner et de vous faire savoir quelle était la nature de la plainte en question.

**Mme Michelle Simson:** Et maintenant une question qui s'adresse à vous deux — mais c'est juste une idée. Pourriez-vous nous indiquer le nombre de plaintes que vous recevez en ligne, où les gens demandent que leur image ou l'image de leur maison, etc. soit retirée...?

**M. Olivier Vincent:** Nous n'avons reçu aucune plainte; absolument aucune. Parfois les gens ont recours à ce mécanisme pour nous faire part de leurs suggestions, ce que je trouve assez amusant, et le fait est que bon nombre d'entre elles sont intéressantes. Ça, c'est bien. Mais pour ce qui est des plaintes, nous n'en avons reçu aucune jusqu'ici.

**Mme Michelle Simson:** Monsieur Lister.

**M. Jonathan Lister:** Nous sommes une très grande organisation. Nous recevons régulièrement des plaintes sur toutes sortes de choses différentes. Je suis convaincu que nous avons reçu des plaintes sur le site et à nos bureaux au sujet de Street View. Mais, je ne suis pas au courant. Je peux vous assurer qu'il n'y en a certainement pas eu beaucoup, car nous avons au contraire obtenu énormément de rétroaction et de réactions positives.

**Mme Michelle Simson:** Vous me comprenez mal. Quand je parlais de « plaintes », je me suis peut-être mal exprimée. Je parle des gens qui cliquent sur le lien qui leur permet de demander le retrait d'une image. Suivez-vous le nombre de demandes de ce genre?

**M. Jonathan Lister:** Très bien. J'essaie simplement d'être sûr de bien comprendre votre question.

Comme nous n'avons pas encore lancé le produit au Canada, pour le moment, il n'y a pas d'images qui peuvent faire l'objet d'une demande de retrait.

**Mme Michelle Simson:** Et ailleurs?

**M. Jonathan Lister:** Voulez-vous dire dans d'autres pays?

**Mme Michelle Simson:** Oui, ailleurs — dans l'ensemble.

**M. Jonathan Lister:** Encore une fois, je ne suis pas au courant. Nous pourrions essayer de vous obtenir ces chiffres-là. Je ne les ai pas. Tout ce que je sais, c'est que la rétroaction du public a été extrêmement positive.

**Mme Michelle Simson:** Je vous remercie.

**Le président:** Monsieur Poilievre.

**M. Pierre Poilievre:** Encore une fois, merci.

Comme je vous le disais tout à l'heure, de ce côté-ci de la table, nous nous intéressons vivement à cette technologie, et je pense que vous deux vous êtes bien acquittés de vos responsabilités.

Il y a quatre préoccupations auxquelles je désirais solliciter vos réactions aujourd'hui. Pour la dernière question que je vais poser, je voudrais surtout parler de cette question de stockage. Monsieur Lister, votre entreprise prend des millions de photos de Canadiens dans ce pays et conserve ces images dans un contexte où les lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels ne s'y appliquent pas. De plus, vous conservez les images que vous possédez pendant une période indéterminée, ce qui confère à votre entreprise, à mon avis, un pouvoir qui n'a jamais été prévu dans nos lois sur la protection des renseignements personnels détenus par les entreprises.

Greg Weston, un journaliste respecté, a fait état de certaines de ses inquiétudes à ce sujet. Il a parlé de biométrie, par exemple. Il existe effectivement une technologie qui permet d'identifier les gens d'après leurs empreintes digitales ou rétiniennes. Il n'est donc pas déraisonnable de penser qu'il serait possible un jour, avec la technologie appropriée, d'identifier les gens d'après la forme de leur visage. Si vous possédez des millions d'images de personnes, vous connaissez l'heure et l'endroit auxquels ces photos ont été prises, et vous savez avec qui ces gens se trouvaient au moment où la photo a été prise, vous possédez nécessairement énormément de renseignements personnels sur des millions de personnes, sans que ces dernières vous aient donné leur consentement exprès. Selon vous, comment cela peut-il être conforme aux lois canadiennes sur la protection des renseignements personnels détenus par des intérêts commerciaux?

●(1715)

**M. Jonathan Lister:** Je voudrais simplement rappeler aux membres du comité que je ne suis pas avocat. Je ne peux donc pas me prononcer sur la teneur des lois en question. Je préfère vous parler de l'utilisation du produit qui est prévu et de l'attitude de Google en ce qui concerne nos relations avec les consommateurs.

Google défend vivement le principe de la transparence et le droit de l'utilisateur de choisir ce qui lui convient le mieux, et je ne crois pas me tromper en vous affirmant que nous y croyons plus qu'un grand nombre d'autres entreprises. Par conséquent, nous offrons aux consommateurs de nombreux moyens de savoir comment leurs données sont utilisées, de les modifier ou de les faire retirer, s'ils sont insatisfaits de l'utilisation de ces données par Google.

**M. Pierre Poilievre:** Ce n'est pas tout à fait cela qui m'inquiète. Je m'intéresse davantage aux données que vous possédez sur les gens à leur insu, que vous conservez dans des fermes de serveurs à l'extérieur du Canada, qui ne sont pas brouillées et que vous gardez pendant une période indéterminée. Nous voulons découvrir avec vous une solution qui marche pour tout le monde.

Google accepterait-elle de fixer un délai de conservation limité pour les images non brouillées qui sont stockées dans des fermes de serveurs?

**M. Jonathan Lister:** Je crois vous avoir déjà dit que c'est exactement cela que nous allons faire. Nous allons informer le comité du délai précis quand nous aurons réussi à déterminer quel délai est le plus approprié, en fonction de nos besoins techniques et de notre obligation à respecter la vie privée des gens. Nous allons donc vous faire part de cette information dès que nous aurons une réponse exacte et raisonnable à vous fournir.

**M. Pierre Poilievre:** Pouvez-vous garantir aux Canadiens que vous n'allez pas vendre ces images non brouillées à d'autres entreprises pour des fins commerciales?

**M. Jonathan Lister:** Google ne vend pas des renseignements personnels.

**M. Pierre Poilievre:** Je vous remercie.

Combien de temps me reste-t-il?

**Le président:** C'est le tour de M. Hiebert.

**M. Russ Hiebert:** Merci, monsieur le président.

J'ai deux ou trois petites questions à poser qui font suite à celles de mon collègue. Il a parlé du fait que les données sont stockées à l'extérieur du Canada. La U.S. Patriot Act s'applique-t-elle aux données photographiques canadiennes du fait qu'elles sont stockées, non pas au Canada, mais aux États-Unis, et pourraient-elles être saisies sans justification par le gouvernement américain à n'importe quel moment?

**M. Jonathan Lister:** Oui, mais si les données étaient stockées au Canada, elles pourraient tout aussi bien être saisies. Je crois que cela relève du Traité d'entraide juridique conclu avec les États-Unis. Donc, cela ne fait aucune différence.

Pour moi, le lieu de stockage des données est sans importance. Dans le contexte d'une économie numérique, au fur et à mesure que l'économie canadienne et mondiale prennent de l'expansion, des pays comme le Canada risquent de s'attirer des ennuis s'ils érigent des barrières protectionnistes qui empêchent la libre circulation des données. Selon nous — et c'est mon avis personnel également — il est de loin préférable de chercher des moyens de faciliter et de sécuriser le trafic transfrontière de données, plutôt que d'essayer de l'arrêter et de le protéger. Mais, comme la Commissaire à la protection de la vie privée elle-même l'a déjà dit, à plusieurs reprises, me semble-t-il, un certain degré de délocalisation informatique ne constitue pas en soi un problème par rapport à la protection de la vie privée.

**M. Russ Hiebert:** Vous avez également dit que des photos ont été prises avant le 24 mars de cette année et que ces photos ne seraient pas utilisées. Êtes-vous en mesure de nous confirmer que ces photos seront détruites?

**M. Jonathan Lister:** De toute évidence, je n'ai pas bien répondu à cette question jusqu'ici. Je précise que des photos non brouillées ont été prises. Au moment où les photos sont prises, elles ne sont pas brouillées. Par la suite, Google a recours à un procédé lui permettant de brouiller ces photos. Toutes les images non brouillées ...

En fait, je vais reprendre mon explication. Il existe en réalité deux copies. D'ailleurs, c'est un élément important. Il existe une copie brouillée et une copie non brouillée. Donc, au terme d'une période suffisante mais non excessive, nous brouillons la copie non brouillée; en conséquence, toutes les images sont brouillées.

• (1720)

**M. Russ Hiebert:** Oui, je comprends, et j'ai bien compris la réponse que vous avez donnée tout à l'heure. Mais, vous avez dit que vous n'allez pas vous servir des photos prises avant le 24 mars, et je me suis dit qu'il conviendrait peut-être que vous donniez la garantie aux Canadiens que ces photos ne seront jamais utilisées. Il suffirait de leur dire qu'elles seront détruites. Mais, j'ai aussi entendu votre réponse complémentaire.

Les commissariats fédéral et provinciaux à la protection de la vie privée ont diffusé conjointement une fiche d'information dans laquelle ils indiquent, que, à leur avis, les entreprises qui s'adonnent à ce type d'activités doivent faire savoir aux citoyens, entre autres, à quel moment elles vont prendre des photos. Il s'agirait de prévenir le public en ayant recours à une vaste gamme de moyens, y compris les médias locaux, pour diffuser des renseignements sur les dates et emplacements de tournage, la raison pour laquelle on procède à ce dernier, etc.

Plus tôt, je vous ai demandé quelles mesures vous aviez l'intention de prendre pour informer les Canadiens de votre présence. Les commissariats à la protection de la vie privée ont clairement indiqué que le public est en droit de s'attendre à ce que les médias locaux soient informés des dates et des emplacements de tournage. Google a-t-elle l'intention d'accéder à la demande des commissariats à la protection de la vie privée?

**M. Jonathan Lister:** Nous avons l'intention de respecter nos obligations et de remplir l'ensemble des exigences juridiques avant de lancer le projet. Nous sommes là devant vous aujourd'hui pour connaître vos préoccupations.

En plus des éléments que j'ai déjà mentionnés, nous avons généré énormément de couverture médiatique à l'échelle nationale. Il s'agit sans doute de l'ensemble d'images cartographiques le plus médiatisé qui soit, sans parler du site Web où l'on peut savoir dans quelle ville nos véhicules seront présents.

Les conducteurs ont des fiches d'information d'une page, et peuvent mettre des citoyens en contact avec des gens chez Google. Nous essayons d'être aussi transparents que possible tout en tenant compte de considérations pratiques pour ce qui est des dates précises de notre passage, et ce, pour les raisons que j'ai déjà évoquées.

**Le président:** Je vous remercie.

Chers collègues, nous allons lever la séance à 17 h 30. M. Siksay et Mme Thi Lac voudraient poser une dernière petite question. J'ai également fait circuler un budget que j'inviterais les membres à examiner avant qu'on ne lève la séance.

Monsieur Siksay.

**M. Bill Siksay:** J'aimerais demander à tous les deux si vous avez déjà participé à un processus structuré ou formel d'évaluation des répercussions sur la vie privée en collaboration avec un organisme gouvernemental ou privé quelque part dans le monde?

**M. Jonathan Lister:** Il faudrait que je m'informe et que je vous fasse parvenir la réponse.

**M. Olivier Vincent:** Nous sommes une compagnie canadienne. Pour nous, c'est la première fois.

**M. Bill Siksay:** Je vous remercie, monsieur le président.

**Le président:** Madame Thi Lac.

[Français]

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac:** Dans le passé, on a vu des images qui avaient été brouillées et mises sur l'Internet par des criminels ou des pédophiles. On a vu également des policiers réussir à débrouiller ces images afin d'identifier certains criminels ou certaines personnes. On conçoit que ça avait peut-être été fait de façon amateur.

Pouvez-vous nous donner l'assurance que des cracks en informatique ne réussiront jamais à débrouiller les images que vous brouillez à l'aide de vos systèmes?

**M. Olivier Vincent:** Oui, absolument. C'est un processus irréversible: il n'y a pas moyen de revenir en arrière. Il y a quelques années, une technologie tournait le visage, et des gens avaient trouvé le moyen de le faire tourner en arrière et de le retrouver. Maintenant, nous utilisons une technologie qui efface l'image complètement et qui est totalement irréversible.

**Mme Ève-Mary Thaï Thi Lac:** Merci.

[Traduction]

**Le président:** Merci.

Il y a eu une question tout à l'heure au sujet de l'expérience au Japon et du fait que les photos devaient être refaites. Les attachés de recherche m'informent que les appareils photos étaient montés suffisamment haut pour photographier les cours intérieures des gens, et qu'on a donc demandé à Google de refaire les photos en baissant le niveau de l'appareil photo de 40 centimètres, de façon à protéger la vie privée des gens.

Il existe des règles dans chaque pays, et cela nous l'indiquons bien que si vous ne faites pas bien le travail de préparation, des fois cela vous coûte un peu plus cher.

Quoi qu'il en soit, cette question va sans doute continuer de faire l'objet de discussion ici.

Monsieur Dreeschen, vous avez la parole.

**M. Earl Dreeschen (Red Deer, PCC):** Merci à vous tous de votre présence aujourd'hui.

Je sais que cette activité doit vous permettre de faire des bénéfices, et l'une des questions de M. Siksay y faisait d'ailleurs référence. Quand un utilisateur va sur votre site pour déposer une demande de retrait d'image, voit-il une publicité à l'écran en question?

Deuxièmement, qu'arrive-t-il à toutes les adresses Internet que les gens vous fournissent dans ce contexte? Vous êtes des génies informatiques. Je me demande si vous supprimez les adresses de votre système après cette opération.

• (1725)

**M. Jonathan Lister:** Pour répondre à votre première question, je suis à peu près certain qu'il n'y a pas de publicité sur notre page de demande de retrait. Nous pourrions vous le confirmer par la suite.

S'agissant de votre deuxième question, je me permets de revenir sur le fait que Google respecte la vie privée des gens. Nous pourrions vous citer de nombreux exemples de mécanismes très avancés, comme ceux qui existent dans Google Latitude, un produit de GPS à site fixe. Donc, nous nous servons de ces données lorsque les gens nous donnent la permission de le faire et, comme nous croyons à la transparence et à la liberté de choix, les consommateurs peuvent à tout moment décider de ne plus se servir du produit. D'ailleurs, nous faisons cela pour toute notre gamme de produits.

**M. Earl Dreeshen:** Je vous remercie.

**Le président:** Quoi qu'il en soit, cette question relève des nouveaux moyens de communications. Il y aura de plus en plus de réactions à mesure que les particuliers et les organismes de tous types sont informés de ce que vous faites ou de ce que vous ne faites pas. Je pense que le comité voudra continuer à suivre ce dossier et à entendre éventuellement d'autres témoins au retour de la Chambre.

Chers collègues, j'ai fait circuler un budget qui prévoit une dépense globale de 15 900 \$ pour sept témoins et pour les dépenses de ces derniers. Je vous invite donc à proposer l'adoption de ce budget pour l'étude en question.

Madame Block propose l'approbation du budget.

(La motion est adoptée.)

**Le président:** Chers messieurs, je voudrais vous remercier au nom du comité de nous avoir donné des échantillons et des explications au sujet de cette nouvelle technologie et de nous avoir permis de bien lancer notre étude sur les répercussions de cette dernière sur la protection de la vie privée. J'espère que nous pourrions profiter de nouveau de votre expérience et de votre expertise avant de tirer nos propres conclusions et de rédiger un rapport sur la question.

Je vous remercie.

La séance est levée.

---





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

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

**Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :  
Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address:  
<http://www.parl.gc.ca>**

---

**Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.**

**The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.**