



Chambre des communes  
CANADA

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

---

INDU • NUMÉRO 036 • 2<sup>e</sup> SESSION • 40<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le mercredi 7 octobre 2009**

—  
**Président**

**L'honorable Michael Chong**



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

Le mercredi 7 octobre 2009

•(1535)

[Traduction]

**Le président (L'hon. Michael Chong (Wellington—Halton Hills, PCC)):** La séance est ouverte.

Bonjour, tout le monde.

C'est la 36e réunion du Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie, tenue conformément à l'ordre de renvoi du vendredi 8 mai 2009 relatif au projet de loi C-27, ou projet de loi antipourriel, également connu sous son titre abrégé de Loi sur la protection du commerce électronique.

Je souhaite la bienvenue à tous les membres du comité ainsi qu'à nos trois témoins.

Nous accueillons, du ministère de l'Industrie, Mme Janet DiFrancesco, directrice générale du Commerce électronique.

Je vous souhaite la bienvenue.

Nous avons également M. Philip Palmer, avocat général principal aux Services juridiques du ministère, et

[Français]

M. André Leduc, analyste des politiques, Politique sur le commerce électronique.

Bienvenue à tous.

[Traduction]

Avant de passer à l'exposé préliminaire, du ministère je voudrais présenter mes vœux à M. Van Kesteren, qui célèbre aujourd'hui son 54e anniversaire.

**Des voix:** Bravo!

[Français]

**Le président:** On dit dans notre langue maternelle *hartelijk gefeliciteerd*.

[Traduction]

Je vous souhaite donc un bon anniversaire. Je viens tout juste de l'apprendre. J'espère que vous aurez une excellente journée.

Sans plus tarder, nous allons passer à l'exposé préliminaire de 10 minutes des fonctionnaires du ministère.

**Mme Janet DiFrancesco (directrice générale, Direction générale du commerce électronique, ministère de l'Industrie):** Merci, monsieur le président.

Je suis heureuse d'être ici aujourd'hui à titre de nouvelle directrice générale de la Direction générale du commerce électronique d'Industrie Canada. J'ai récemment remplacé Richard Simpson, qui accompagnait le ministre Clement et la sous-ministre adjointe Helen McDonald, lors de leur comparution devant le comité en juin.

Comme vous l'avez mentionné, je suis accompagnée aujourd'hui de notre conseiller juridique, Philip Palmer, et de l'un de mes collaborateurs, André Leduc.

[Français]

Industrie Canada s'est engagé à accroître la confiance envers l'économie numérique, à clarifier les règles du marché intérieur et international, à promouvoir l'adoption et l'utilisation du commerce électronique et à éliminer les obstacles à l'utilisation du commerce électronique. Le projet de loi sur la protection du commerce électronique représente une étape importante dans l'atteinte de ces objectifs. Notre ministère se réjouit de l'appui dont a bénéficié cette initiative dans les témoignages et les mémoires qui ont été présentés au comité.

[Traduction]

L'intérêt suscité par ce projet de loi n'a rien d'étonnant puisqu'Internet est désormais l'environnement de communication de l'économie émergente. Le champ d'action de la LPCE va au-delà de la nuisance que représentent les pourriels, s'étendant aux activités malveillantes et nuisibles qui dissuadent les consommateurs et les entreprises du Canada de participer au commerce électronique.

Je dois noter que la LPCE n'aurait pas vu le jour sans l'importante contribution et les recommandations du groupe de travail sur le pourriel et l'expérience dont nous ont fait profiter nos partenaires mondiaux, en particulier la Nouvelle-Zélande, l'Australie et les États-Unis. Grâce à une étroite collaboration avec ces partenaires, le Canada a élaboré des mesures législatives qui comptent parmi les plus modernes et qui sont fondées sur les aspects les plus intéressants et les plus efficaces des lois adoptées dans le monde.

[Français]

Les pourriels et les menaces en ligne proviennent aussi bien du Canada que de l'étranger. Le projet de loi actuel comporte d'importantes dispositions visant à protéger les consommateurs et les entreprises du Canada contre les formes les plus dangereuses et les plus nuisibles de pourriels, et instaurera un régime de réglementation qui protégera la vie privée et la sécurité personnelle des Canadiens dans l'environnement en ligne. La loi comportera un ensemble de règles claires dont bénéficieront tous les Canadiens et qui suscitera leur confiance envers les communications en ligne et le commerce électronique.

[Traduction]

Je voudrais profiter de cette occasion pour dissiper quelques fausses idées concernant le projet de loi.

Le comité a entendu un certain nombre de témoins experts qui ont exprimé une certaine inquiétude au sujet du régime de consentement. Il y a lieu de noter qu'il n'existe aucun délai associé au consentement exprès. Si une personne a donné un tel consentement, il ne perd sa validité que si la personne le retire ou met fin à son abonnement. La période de 18 mois rattachée aux relations d'affaires en cours permet aux entreprises de se prévaloir d'un consentement tacite, ce qui leur donne le temps d'obtenir un consentement explicite de la part des personnes en cause.

Ensuite, en ce qui concerne le droit de poursuite au civil, certains témoins ont dit qu'ils n'en voyaient pas la nécessité. Nous croyons que ce mécanisme est important pour permettre à des personnes et des groupes d'intenter des poursuites contre les contrevenants et donner aux fournisseurs de services de télécommunications et d'accès Internet la possibilité de poursuivre quiconque menace leurs réseaux. Cette disposition permettra, par exemple, à une banque ou à une institution financière de poursuivre au civil les hameçonneurs qui usurpent son identité pour escroquer ses clients.

[Français]

Monsieur le président, nous avons pris connaissance des préoccupations exprimées devant votre comité et nous avons préparé des motions relativement à plusieurs d'entre elles. À la demande de M. Lake, nous avons distribué, à tous les membres du comité, une version annotée du projet de loi sur laquelle sont signalées les modifications proposées par le gouvernement. Plus de 40 modifications sont prévues, dont plusieurs sont de nature technique.

[Traduction]

Notre intention est de renforcer la confiance dans le commerce électronique. L'occasion donnée au public d'exprimer son point de vue dans le cadre de l'examen par le comité du projet de loi C-27 a été extrêmement utile à cet égard. Parmi tous les sujets discutés, ceux qui ont suscité le plus de commentaires étaient liés à la portée du projet de loi — que certains jugeaient excessive — ainsi qu'aux exigences relatives au consentement exprès et tacite. Nous avons soigneusement examiné ces préoccupations et avons proposé des modifications destinées à préciser les dispositions jugées trop étendues.

En résumé, les modifications proposées portent sur la définition des messages électroniques commerciaux, les relations d'affaires encours, les relations entre entreprises, les recommandations faites par des tiers ainsi que l'installation et la mise à jour de programmes et de mini-applications.

Premièrement, en ce qui concerne les messages électroniques commerciaux, nous proposons d'élargir la gamme de situations où l'envoi de courriels est soustrait à l'obligation de consentement exprès. Par exemple, un courriel envoyé en réponse à une demande de renseignements est clairement exempté, de même qu'une correspondance suivie concernant une police d'assurance, une garantie, un abonnement ou toute autre relation à long terme.

Deuxièmement, nous avons proposé des modifications au sujet des relations d'affaires en cours. Ainsi, dans le cas des relations d'affaires établies avant l'entrée en vigueur de la loi, une disposition de transition ou de droits acquis porte à 36 mois le délai lié au régime de consentement tacite, afin de donner aux entreprises le temps de prendre contact avec leurs clients pour obtenir leur consentement explicite aux communications futures. De même, nous avons proposé une modification qui précise que, dans le cas des relations d'affaires en cours, la période de 18 mois mentionnée au paragraphe 10(4) commence à la date à laquelle prend fin l'abonnement, le

compte ou le prêt, par opposition à la date à laquelle la relation d'affaires a commencé.

Il y a aussi une modification qui indique clairement qu'en cas de vente d'une entreprise, l'acheteur est présumé avoir une relation d'affaires en cours avec la clientèle du vendeur.

Dans le cadre des relations entre entreprises, nous avons proposé d'élargir la notion de consentement tacite pour l'étendre à la publication manifeste d'une adresse électronique sur un site Web ou dans une publicité imprimée. Dans ces circonstances, le message de l'expéditeur doit viser les activités ou les fonctions du destinataire. La portée du consentement tacite serait également élargie pour englober les situations dans lesquelles il est raisonnable de croire qu'un consentement a été accordé, par exemple par la remise d'une carte professionnelle ou la mention d'une adresse électronique dans une lettre.

Nous avons reconnu la nécessité pour certains secteurs de pouvoir communiquer par courriel avec des clients éventuels et avons proposé une modification à cet effet. Dans le document qui vous a été remis, vous trouverez une disposition qui autorise, dans certaines conditions, l'envoi de messages commerciaux non sollicités lorsqu'ils donnent suite à des recommandations faites par un tiers.

Pour ce qui est du consentement à l'installation de programmes informatiques, nous proposons des modifications qui établissent clairement que les mises à jour automatiques — par exemple les mises à jour quotidiennes ou hebdomadaires des logiciels antivirus — ne nécessiteront pas chaque fois un consentement, dans la mesure où cette condition est prévue dans le contrat initial en vertu duquel le logiciel a été installé.

Vous trouverez également des modifications proposant que l'exécution d'applets, par exemple JavaScript ou Flash, n'exige pas chaque fois un consentement exprès.

Enfin, des témoins avaient proposé que la disposition relative aux sanctions administratives pécuniaires ou SAP soit modifiée de façon que les entreprises qui font une erreur de bonne foi ne se voient pas imposer de lourdes amendes. On a proposé, par exemple, de conférer au CRTC le pouvoir de surseoir à l'application des SAP pour une période donnée, au terme de laquelle les sanctions seraient levées si l'entreprise en cause n'a pas récidivé. Nous proposons donc de modifier l'article 25 afin d'autoriser le CRTC à réduire, suspendre ou lever les sanctions.

● (1540)

[Français]

Je vous remercie pour votre examen de la Loi sur la protection du commerce électronique. Nous sommes convaincus que ce travail donnera lieu à une saine réglementation, et que le projet de loi tient équitablement compte des intérêts des entreprises et des consommateurs.

[Traduction]

Nous serions maintenant heureux de répondre à vos questions. Je vous remercie.

[Français]

**Le président:** Merci, madame DiFrancesco.

[Traduction]

Nous disposons d'environ une heure et 40 minutes pour poser des questions aux témoins. Madame Coady, vous pouvez commencer.

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

Je vous remercie de comparaître encore une fois devant le comité aujourd'hui, de nous avoir envoyé des renseignements hier et de nous avoir présenté un bon exposé sur les modifications que vous proposez. Nous vous sommes reconnaissants d'avoir écouté.

J'ai quelques questions et commentaires basés sur les témoignages que nous avons entendus ces derniers mois concernant ce projet de loi.

Ma première question porte sur votre examen de la portée du projet de loi. Les témoins qui ont comparu ces derniers mois ont dit et répété que la portée du projet de loi est un peu trop étendue et qu'il serait nécessaire de la resserrer. Nous avons reçu des suggestions sur la façon de le faire. Pouvez-vous nous dire sur quels principes vous vous êtes appuyés pour limiter la portée de cette mesure et ce que vous avez fait exactement? C'est ma première question.

**Mme Janet DiFrancesco:** Pouvez-vous préciser si vous parlez de l'option...

**Mme Siobhan Coady:** Je parle de la définition.

**Mme Janet DiFrancesco:** Oh, la définition de message électronique commercial. Je vais commencer à répondre, puis je demanderai à André de compléter.

Dans le cas de la définition du message électronique commercial, je ne suis pas sûre que nous ayons réduit la portée, mais nous avons essayé de préciser le plus soigneusement possible ce qu'est ce message et ce qu'il n'est pas. Par souci de clarté, nous avons ajouté des dispositions pour indiquer, par exemple, qu'un message fournissant un devis demandé par un client n'est pas compris, pas plus qu'un message donnant des renseignements de suivi sur la garantie ou annonçant le rappel d'un produit. Nous avons ajouté ce genre de précisions dans le projet de loi.

**Mme Siobhan Coady:** Certains témoins nous ont dit que la définition devrait aborder la question des activités frauduleuses ou du malicieux.

• (1545)

**Mme Janet DiFrancesco:** Ah, d'accord. Je m'excuse.

**M. André Leduc (analyste des politiques, Politique sur le commerce électronique, ministère de l'Industrie):** Je crois que nous en venons au point où nous nous demandons comment définir ce qui est ou n'est pas nuisible. Au départ, le principe visé par le projet de loi était d'établir un régime conforme, conçu pour encourager la conformité aux règles énoncées dans le texte. Tant sur le plan de la rédaction que sur celui des principes, il s'agissait d'englober toutes les activités commerciales. En définitive, les activités non commerciales échappent à l'application de la loi.

L'idée est que les polluposteurs ne choisissent pas nécessairement un secteur d'activité sur lequel ils concentrent leurs efforts. Si nous n'avons pas des règles qui s'appliquent uniformément à tout le monde, ils profiteront de toute lacune pour inonder les Canadiens de pourriel et les escroquer.

**Mme Siobhan Coady:** L'une des critiques dont on nous a fait part, c'est que la portée est tellement étendue que vous englobez trop de choses. Vous ne cherchez pas seulement à contrôler le malicieux, vous vous attaquez à tout. Dans certains autres pays, comme la Nouvelle-Zélande ou l'Australie, les lois antipourriel s'appliquent à une liste définie de messages électroniques commerciaux directement liés au marketing direct, par exemple. Pouvez-vous nous dire pourquoi vous avez choisi d'agir ainsi, en resserrant les définitions au lieu de les élargir? Je suis sûre que vous avez dû penser à cela quand vous avez écouté les témoins qui ont comparu devant le comité.

**M. André Leduc:** Nous nous sommes bien renseignés en ce qui concerne le marketing direct. Nous avons parlé à nos homologues de la Nouvelle-Zélande et l'Australie au stade de l'élaboration du projet de loi. En fait, la plupart des définitions sont directement empruntées aux modèles australien et néo-zélandais. La portée de leurs lois n'est pas limitée au marketing direct. Elle s'étend à différentes activités, presque exactement comme le projet de loi à l'étude. Nos définitions de l'adresse électronique et du message électronique commercial sont les mêmes, presque mot pour mot, que dans les lois de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande.

**Mme Siobhan Coady:** Je vous remercie.

J'ai deux autres questions à poser. La première concerne le consentement. Nous avons entendu plusieurs témoins qui pensent que les dispositions relatives au consentement sont trop étroites et vont au-delà de celles des autres pays. Elles iraient même au-delà de la définition du consentement tacite donnée, par exemple, dans la LPRPD ou dans le rapport du groupe de travail sur le pourriel, d'après lesquels le consentement peut raisonnablement être déduit de l'action ou de l'inaction de la personne en cause.

Vous avez dit que vous alliez apporter quelques changements aux dispositions relatives au consentement. J'aimerais que vous nous donniez des détails ce sujet parce que beaucoup de gens s'inquiètent du consentement tacite et exprès.

**M. André Leduc:** Nous nous orientons vers des définitions particulières du consentement exprès et du consentement tacite. Nous essayons de créer un modèle de consentement tacite dans le cadre de relations préexistantes, qu'elles soient commerciales ou non, et d'autres facteurs que nous avons mentionnés ici, en partie parce que nos homologues étrangers nous l'ont suggéré, ayant eux-même eu des difficultés à cet égard.

En cas de notification d'une violation, les audiences servent surtout à déterminer s'il est possible ou non de conclure raisonnablement à l'existence d'un consentement tacite. La question essentielle est de savoir si la conclusion est raisonnable ou non. On nous a dit que nous devrions être en mesure de nous concentrer sur ce point. Je crois que nous avons fait un assez bon travail pour définir clairement ce qu'impliquent le consentement exprès et le consentement tacite, que distinguent des règles particulières. Nous nous sommes réservé un petit espace qui nous permettra de préciser les circonstances et de prescrire des règles si nous découvrons des erreurs dans ce cadre.

**Mme Siobhan Coady:** Je vais maintenant passer à mon autre question, qui porte sur les exemptions accordées aux télécommunicateurs et sur l'acheminement. Vous avez fait une petite modification à cet égard. Pouvez-vous nous expliquer le changement relatif aux télécommunicateurs? C'était là bien sûr l'un des points critiques touchant le BlackBerry.

**M. André Leduc:** Quelle disposition regardez-vous?

**Mme Siobhan Coady:** C'est au paragraphe 8(2).

**M. André Leduc:** Philip pourra sans doute mieux vous expliquer ce point. Au paragraphe 8(2), il n'y a qu'un amendement technique destiné à préciser que la personne est au Canada quand elle donne les instructions.

• (1550)

**Mme Siobhan Coady:** Cela règle donc la situation dans laquelle une personne à New York et une autre à Los Angeles communiquent au moyen d'un BlackBerry.

**M. André Leduc:** Non, ce n'est pas cela du tout.

**Mme Siobhan Coady:** Vous n'avez donc pas fait ce changement.

**M. André Leduc:** Non. Le projet de loi s'applique aux communications destinées à des Canadiens ou au Canada, qui sont envoyées à partir du Canada ou sont acheminées par des réseaux canadiens.

**Mme Siobhan Coady:** Vous n'avez donc pas élargi la définition de télécommunicateur.

**M. André Leduc:** Non.

**Le président:** Merci beaucoup, madame Coady.

Merci, monsieur Leduc.

Monsieur Bouchard.

[Français]

**M. Robert Bouchard (Chicoutimi—Le Fjord, BQ):** Merci, monsieur le président.

Merci également d'être présents, cet après-midi.

Excusez mon retard. J'avais l'habitude de toujours aller à la pièce 308, où je me suis présenté pour constater que vous étiez à un autre endroit.

D'abord, j'ai pris connaissance, en gros, de votre document et j'ai pu constater que les observations et les demandes formulées par les entreprises ayant témoigné devant nous ne semblent pas avoir été considérées.

Je veux soulever un point. J'aimerais avoir des explications de votre part en ce qui a trait à cette possibilité qu'auraient les entreprises d'émettre des courriels sans obtenir de consentements au préalable.

Pourriez-vous me dire pourquoi c'est ainsi? Car lors des témoignages et des auditions que nous avons eus, plusieurs représentants d'entreprises ont dit que, puisqu'il s'agit d'une loi qui vise à promouvoir le commerce électronique, entre entreprises, l'obtention de consentements ne devrait pas être nécessaire.

Pour quelles raisons n'avez-vous pas retenu ces revendications?

**M. Philip Palmer (avocat général principal, Services juridiques, ministère de l'Industrie):** À mon avis, nous avons apporté des modifications importantes pour répondre aux préoccupations de l'industrie, surtout dans deux domaines. Il y a d'abord l'envoi de messages entre entreprises au cours des activités commerciales. À cet égard, nous avons proposé l'idée d'une publication ouverte du courriel. Ça permet à l'entreprise d'envoyer un courriel se rapportant à la fonction des personnes qui reçoivent le message.

Ensuite, nous avons accepté qu'un échange de cartes d'affaires soit suffisant pour permettre l'envoi d'un message d'une entreprise à une autre, peut-être même à un consommateur. Nous avons aussi répondu aux préoccupations, principalement de Desjardins et de l'industrie de l'investissement, concernant la référence d'une troisième partie. Nous nous sommes assurés qu'une entreprise pourra, selon certaines règles, envoyer un courriel initial pour obtenir un consentement lui permettant de maintenir un lien avec un individu ou une autre entreprise.

À mon avis, nous avons assez bien répondu aux préoccupations des entreprises.

•(1555)

**M. Robert Bouchard:** Vous avez parlé de Desjardins. Or ces gens nous ont proposé la possibilité qu'un courriel puisse être envoyé sans qu'un consentement soit obtenu au préalable. On parle ici d'une fois,

d'une possibilité d'envoyer un courriel. Je ne crois pas que vous ayez considéré cette demande.

**M. Philip Palmer:** Oui, elle a été considérée attentivement. C'était dans le cadre du fondement même du projet de loi. Dans ce cas, le problème était ce qu'on appelle en anglais un *freebee*. Techniquement, un polluposteur peut très bien envoyer un seul courriel, mais l'adresser à plusieurs entreprises, compagnies ou secteurs. Il est facile, techniquement, d'éviter cette ouverture. Par conséquent, nous avons décidé plutôt de permettre le courriel initial dans des circonstances limitées. Par ailleurs, nous avons opté pour un assouplissement des règles concernant le consentement implicite.

**M. Robert Bouchard:** Supposons que je reçoive un courriel d'une entreprise qui m'offre des services. Dans le projet de loi, on parlait d'un délai de 10 jours. Il y a eu des représentations à ce sujet. On a dit que c'était trop court. Or je n'ai vu ni observation ni remarque proposant une extension du délai pendant lequel on peut donner son consentement concernant l'envoi d'autres informations de la part d'une entreprise.

**M. André Leduc:** Je veux être sûr de bien comprendre votre question. S'agit-il d'un cas où vous voudriez signaler à une entreprise que vous ne voulez plus recevoir de courriels de sa part? On parle alors du nombre de jours dont dispose l'entreprise pour prendre les dispositions nécessaires concernant votre demande.

**M. Robert Bouchard:** Effectivement.

**M. André Leduc:** On a considéré attentivement cette question. Dans le cadre du comité, il a été question, concernant la liste *Do not call*, d'un délai de 31 jours pour répondre à cette demande. Pour notre part, nous avons apporté un changement mineur. Vous pourrez constater qu'on parle maintenant dans le projet de loi de 10 jours ouvrables. L'idée était d'octroyer 10 jours. Or ce délai était très limité, surtout pour les petites et moyennes entreprises, compte tenu des congés, des vacances, de l'absence du personnel pendant les fins de semaine, etc. On a donc opté pour 10 jours ouvrables, ce qui donne en fait un délai de 14 à 16 jours, incluant les congés.

**Le président:** Merci, monsieur Leduc.

Merci, monsieur Bouchard.

[Traduction]

C'est maintenant au tour de M. Lake, mais avant de lui donner la parole, je voudrais remercier le secrétaire parlementaire qui a obtenu les modifications proposées auprès du cabinet du ministre et du ministère, à l'intention des membres du comité.

Vous devriez tous avoir un exemplaire de ce cahier relié en spirale, qui indique en rouge les modifications proposées par le gouvernement pour qu'on puisse les trouver facilement.

Je voudrais vous remercier d'avoir eu la courtoisie de distribuer ce document à tous les membres du comité. Merci pour vos efforts et pour ce travail.

Monsieur Lake.

**M. Mike Lake (Edmonton—Mill Woods—Beaumont, PCC):** Je vous en prie, monsieur le président.

Je remercie les témoins de leur présence aujourd'hui.

Si vous le permettez, je voudrais parler pendant quelques instants du consentement exprès par opposition au refus explicite parce qu'il semble y avoir un important écart philosophique entre les partisans et les adversaires de ces options, peut-être pas sur l'ensemble du projet de loi, car la plupart des gens lui sont favorables, mais sur certaines dispositions liées à ces options. J'aimerais que vous m'interrompiez si vous trouvez que j'ai tort. Je vais vous exposer un scénario.

Que vous consentiez expressément ou que vous refusiez explicitement, le scénario commence par une transaction qui se produit à un moment donné entre un consommateur et une entreprise. Dès ce stade, il y a un écart. Il y a la stratégie de marketing qui serait appliquée en vertu du projet de loi et, je suppose, la stratégie de marketing qui prévaudrait dans un régime de refus explicite.

Dans un régime de consentement exprès, la stratégie de marketing consisterait pour l'entreprise à donner clairement un choix, sur un formulaire, permettant aux clients de dire s'ils souhaitent recevoir plus de renseignements de l'entreprise ou de ses partenaires. La stratégie de marketing viserait à persuader le client ou le consommateur de dire oui.

S'il s'agit d'une transaction électronique, l'entreprise imposerait probablement au client de répondre oui ou non. Il me semble que ce serait une stratégie logique, qui serait bonne du point de vue du marchand. Comme j'ai des antécédents de marketing et de ventes, j'essaie d'envisager la façon dont j'aborderai cette question. Il me semble que, dans le cadre de cette option, la stratégie de marketing est assez transparente.

Dans un régime de refus explicite, il me semble que la stratégie de marketing consisterait probablement à concevoir un formulaire assez long pour que personne n'aille jusqu'au bout et à cacher l'option de refus quelque part dans le formulaire...

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Mike Lake:** ... de façon que personne ne refuse de recevoir de l'information. Dans une optique d'échantillonnage stratégique, cela semblerait logique pour que la liste des destinataires de courrier électronique soit aussi longue que possible.

Ces deux stratégies de marketing seraient légitimes dans certaines circonstances. Y a-t-il quelque chose qui ne va pas dans ce que le projet de loi implique par rapport à des mesures législatives prévoyant un régime de refus explicite?

• (1600)

**M. André Leduc:** Je crois que vous évoquez un ensemble particulier de circonstances dans lesquelles on se demande si la case est cochée ou ne l'est pas. Cela nous ramène à l'essentiel. Les États-Unis ont adopté un régime de refus explicite dans lequel personne n'a à obtenir un consentement ou une permission préalable pour envoyer n'importe quel message électronique commercial à n'importe quel moment. Le refus explicite se traduit par un mécanisme d'exclusion. Ainsi, chaque fois que je reçois un courriel, je dois demander à être exclu pour ne plus en recevoir. S'il y a 300 millions d'entreprises, chacune a le droit de m'envoyer un message, m'imposant de recourir chaque fois aux mécanismes d'exclusion. La loi américaine s'est donc transformée en une autorisation d'inonder les gens de pourriel. En fait, de nombreux groupes américains désireux de protéger les citoyens leur ont dit de ne pas recourir au mécanisme parce que le seul résultat est de divulguer son adresse électronique. Le fait de confirmer cette adresse signifie qu'on sera la cible de messages encore plus nombreux. Voilà en quoi consiste la stratégie du refus explicite.

La stratégie du consentement exprès est déjà appliquée. Des représentants de l'Association canadienne du marketing ont comparu devant le comité. La plupart des pratiques exemplaires de l'industrie visent à obtenir votre adresse électronique. Comment ces gens obtiennent-ils ces adresses? Je l'écris sur un bout de papier au point de vente. Quand j'écris ce renseignement personnel, on devrait me dire pourquoi on veut avoir mon adresse et ce qu'on compte en faire. Si vous avez l'intention de m'envoyer des courriels concernant des

produits ou des services de l'entreprise et que j'écrive mon adresse électronique sur ce bout de papier, c'est un consentement exprès.

La question que nous devons toujours nous poser, c'est: comment obtiennent-ils mon adresse électronique? Si c'est moi qui la donne, c'est à ce stade qu'ils devraient me dire: «Pouvons-nous vous contacter ou permettre à un organisme partenaire de vous contacter pour vous offrir un meilleur prix la prochaine fois que vous voudrez louer une voiture?» C'est l'idée dans ce cas. Quand une entreprise légitime recueille des adresses électroniques, c'est pour demander aux clients leur consentement à l'envoi de courriels et à l'utilisation de ce véhicule de communication électronique comme moyen privilégié de les contacter. Car c'est effectivement le moyen le moins coûteux d'atteindre les clients réels ou éventuels.

**M. Mike Lake:** Sans parler de toutes les activités malveillantes que ce projet de loi peut prévenir, je voudrais aborder la question des courriels commerciaux «légitimes» que les gens peuvent envoyer. Beaucoup de témoins ont évoqué cette question.

A-t-on actuellement idée du volume de courriel que les entreprises envoient ainsi que de l'évolution de ce volume et de son coût en fonction de la largeur de bande qu'il occupe?

**M. André Leduc:** Nous avons mesuré le pourcentage de pourriel dans le trafic de courrier électronique aussi bien au Canada qu'un peu partout dans le monde. Les estimations varient, se situant entre 75 et 92 ou 93 p. 100. Par conséquent, plus de 90 p. 100 du trafic consiste en pourriels qui sont arrêtés par des filtres ou sont déposés dans nos boîtes de réception.

Vous voulez savoir si les entreprises utilisent ces messages comme moyen d'accroissement de la productivité. Nous avons fait des études à Industrie Canada sur l'utilisation d'applications commerciales en ligne, sur l'établissement d'un site Web et l'automatisation de tout un tas de procédés afin de déterminer quelles répercussions ces initiatives ont sur les résultats financiers de l'entreprise. Les effets sont pour le moins impressionnants. L'automatisation des processus commerciaux... Vous savez, les témoins qui comparaissent devant le comité disaient qu'il était vraiment très bon marché d'envoyer un courriel au lieu d'expédier un imprimé par la poste, ce qui n'est d'ailleurs pas très écologique. Alors, oui, cela est vrai pour toutes les activités de commerce électronique et toutes les applications commerciales en ligne. Les gains de productivité sont énormes.

• (1605)

**M. Mike Lake:** On a parlé de la portée du projet de loi. Je comprends l'inquiétude des gens qui trouvent qu'il est risqué d'avoir une mesure législative trop étendue. Je ne trouve pas très convaincants les arguments concernant le consentement exprès et le refus explicite, mais le projet de loi prévoit des moyens d'apporter des modifications par voie réglementaire, n'est-ce pas? S'il y a un domaine qui donne lieu à des effets imprévus, est-il possible de faire des changements par voie de règlement afin qu'il ne soit pas nécessaire de revenir à la Chambre des communes et de reprendre tout le processus législatif?

**M. André Leduc:** Oui, dans beaucoup des dispositions du projet de loi et, d'une façon plus explicite, à l'article 63, il est dit que le gouverneur en conseil peut prendre des règlements concernant des aspects particuliers et, en général, le fonctionnement et l'application de la loi. Bref, cela figure dans un certain nombre d'articles qui sont tous reliés par l'article 63.

**M. Mike Lake:** Merci beaucoup.

**Le président:** Merci, monsieur Lake.

**M. Philip Palmer:** Puis-je ajouter une précision à ce sujet?

Les pouvoirs réglementaires que nous avons demandés se situent tous dans le contexte de la capacité de faciliter des choses qui pourraient autrement entraver des activités légitimes. Nous aurions pu, à l'opposé, prévoir l'adoption d'un nouveau règlement chaque fois qu'une autre difficulté se présente. Toutefois, à titre de conseiller juridique d'un ministère fédéral qui a bien servi le public pendant 30 ans, je peux vous assurer qu'un régime d'exécution dans lequel on prévient les difficultés au lieu de couvrir les choses est de loin le plus facile et le moins coûteux à maintenir. Je crois que c'est aussi le régime le plus simple pour le secteur privé, une fois que les entreprises se seront habituées aux règles du jeu.

**Le président:** Merci beaucoup, monsieur Palmer et monsieur Lake.

À vous, monsieur Masse.

**M. Brian Masse (Windsor-Ouest, NPD):** Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins de leur présence au comité.

En ce qui concerne vos modifications, et la première en particulier, je voudrais m'assurer que ceci est exact. Si j'ai souscrit une police d'assurance auprès d'une société, peut-elle continuer à m'envoyer de l'information sur des choses autres que ma police ou une garantie? Les messages qu'elle m'envoie doivent-ils être directement liés aux produits que j'ai achetés et aux relations que j'ai avec la société?

**M. Philip Palmer:** Les messages doivent être directement liés aux relations. Nous avons utilisé l'adverbe « uniquement » pour limiter l'information aux relations existantes.

**M. Brian Masse:** Très bien. Ainsi, si j'ai un abonnement à une revue, elle ne peut pas me proposer de m'abonner à une autre revue. Elle ne peut s'adresser à moi qu'au sujet de l'abonnement que j'ai?

**M. Philip Palmer:** C'est exact.

• (1610)

**M. Brian Masse:** Très bien. Je vous remercie.

En ce qui concerne la deuxième modification, pouvez-vous me donner la raison du délai de 36 mois? Cela me semble un peu long. J'aimerais savoir sur quelle base vous avez choisi de laisser aux entreprises une période d'adaptation de trois ans, compte tenu des moyens technologiques dont nous disposons aujourd'hui.

**M. Philip Palmer:** Je crois que vous avez raison dans le cas des sociétés, mais il ne faut pas oublier qu'il y a beaucoup de petites entreprises qui n'ont pas automatisé leurs listes d'adresses électroniques. Il fallait donc laisser du temps aux gens, de façon à égaliser dans une certaine mesure la demande de services techniques.

Par ailleurs, il ne faut pas perdre de vue que cette disposition s'applique à d'autres gens qui envoient des messages électroniques commerciaux, comme l'association des anciens de votre université ou la société protectrice des animaux que vous appuyez et qui vend des chocolats ou des T-shirts pour construire un nouveau chenil ou autre. Ces gens aussi sont assujettis à ces dispositions. Ils n'ont pas les mêmes moyens que les entreprises commerciales pour recourir à la technologie. Nous avons donc jugé bon de laisser un délai raisonnable aux groupes les moins organisés pour prendre les mesures nécessaires.

**M. André Leduc:** Permettez-moi de dire que la période de transition de 36 mois ne s'applique qu'aux relations en cours, qu'elles soient commerciales ou non. Il y a donc là une certaine quantification. Il faut quand même établir l'existence de ces

relations. S'il s'agit par exemple de l'agent immobilier à qui vous avez eu affaire il y a trois ans, nous lui accordons cette période de transition de 36 mois pour se rattraper et ne pas être pris au dépourvu après la mise en vigueur de la loi.

**M. Brian Masse:** N'aurait-il pas été possible de placer les petites entreprises et les organismes à but non lucratif dans des catégories à part?

**M. André Leduc:** Nous ne l'avons fait à aucun autre endroit du projet de loi, qui s'applique à l'ensemble des activités commerciales. Il n'y a donc pas de différence entre un parti politique et un groupe religieux, une société de bienfaisance ou encore Sears. C'est en fonction de l'activité que nous exigeons le consentement exprès au préalable.

Nous n'avons donc fait aucune catégorisation ailleurs. Nous n'avons pas beaucoup discuté de cette possibilité...

**M. Brian Masse:** Mais cela reste possible.

**M. André Leduc:** Oui, c'est possible, mais où faut-il tirer la ligne? Qu'est-ce qu'une petite entreprise? A-t-elle un effectif de 50 ou de 500 personnes? Et qu'en est-il des petites entreprises du secteur manufacturier?

**M. Brian Masse:** Nous pourrions adopter des définitions en fonction de l'impôt. Ce serait assez facile à faire. Dans le cas des organismes à but non lucratif, il faudrait qu'ils soient enregistrés auprès du gouvernement fédéral ou des gouvernements provinciaux.

Il ne me reste plus beaucoup de temps. Je vais donc vous poser deux petites questions et vous laisser le temps d'y répondre.

La période de consentement tacite de 18 mois, après le début des relations, va créer beaucoup de difficultés. Il sera difficile de calculer l'échéance. Cela me préoccupe un peu.

Enfin, l'aspect qui m'inquiète le plus est celui des tiers, au numéro 6. Il s'agit des messages commerciaux non sollicités faisant suite à une recommandation ou à l'intervention de tiers. J'ai vérifié vos annotations. Je suis vraiment inquiet au sujet de la définition des « liens familiaux ou personnels ». La famille se limite-t-elle aux frères et sœurs ou s'étend-elle aux cousins par alliance? Nous ne nous entendons pas tous très bien avec tous les membres de notre famille. Je me demande si cette disposition ne donne pas une autorisation trop étendue permettant d'approcher des gens sur la base de ces relations. Qui est-ce qui définit ces liens? Qui va surveiller ce qui se passera dans ces cas?

Je vous laisse maintenant répondre à ces questions.

**M. André Leduc:** Le délai de 18 mois était une précision qui découlait de ce qu'ont dit les témoins qui ont comparu devant le comité. Que se passe-t-il si j'ai un abonnement de deux ans à une revue et que l'abonnement est sur le point d'expirer, mais que les 18 mois soient aussi écoulés? Nous précisons qu'il y a un délai de 18 mois après la fin de l'abonnement pour prendre contact avec l'abonné et lui demander s'il veut renouveler.

Cela concernait donc les abonnements et les adhésions. S'il s'agit d'un point de vente, l'achat d'un article met fin aux relations. C'est donc à partir de ce moment que les 18 mois commencent à courir. Quoi qu'il en soit, cette modification est davantage une précision qu'autre chose.

Pour ce qui est des recommandations faites par des tiers, nous voulons être sûrs que ce que nous avons entendu...

Coïncidence assez surprenante, Paul Vaillancourt, le conseiller financier qui a comparu devant vous, se trouve à être mon conseiller financier.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. André Leduc:** Je ne savais pas qu'il devait comparaître. J'ai été vraiment surpris de le voir dans la salle.

En fait, je suis devenu client de Paul par suite d'une recommandation faite par un tiers.

**Une voix:** C'est un conflit d'intérêts.

**M. André Leduc:** Oui.

Nous ne voulions pas accorder une autorisation en cas de recommandation par des tiers... Nous comprenons cependant que, pour les conseillers financiers, les agents immobiliers et d'autres professionnels et agents de services aux entreprises, les recommandations constituent un aspect essentiel du travail et qu'ils ont déjà perdu la possibilité d'appeler les personnes recommandées par suite de l'adoption des mesures législatives concernant les numéros de téléphone exclus. Cela étant dit, nous ne voulions pas que ces recommandations permettent de contacter n'importe qui à n'importe quel moment. Par conséquent, pour que je puisse recommander quelqu'un à mon conseiller financier, je dois avoir avec la personne en cause un lien familial ou personnel devant être défini par règlement. Le lien familial ne devrait pas être très difficile à définir parce que nous avons l'intention de suivre ce qu'il y a déjà dans la Loi de l'impôt sur le revenu.

Quoi qu'il en soit, il faut qu'il y ait ce genre de lien. Et si vous ne voulez pas recommander votre cousin, vous n'avez qu'à ne pas le faire.

Nous nous servons de ces définitions. Ensuite, l'auteur du courriel — mon conseiller financier en l'occurrence — devra y mentionner le nom de la personne qui a fait la recommandation.

Si on ne satisfait pas à ces critères, on contrevient à la loi. Nous avons essayé de tenir compte des entreprises qui recourent à ce moyen pour trouver des clients, mais nous ne voulions pas laisser une faille que certains n'hésiteraient pas à élargir au point d'enlever toute efficacité à la loi.

Nous avons donc essayé de prévoir d'une façon utile les recommandations faites par des tiers sans pour autant permettre n'importe quoi.

•(1615)

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

Merci, monsieur Leduc.

Monsieur Rota.

**M. Anthony Rota (Nipissing—Timiskaming, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins d'être venus au comité aujourd'hui.

Ma question porte sur l'article 12. Le libellé de cette disposition suscite des préoccupations, et notamment « un ordinateur situé au Canada est utilisé pour envoyer, acheminer ou récupérer le message électronique ». Je peux comprendre « envoyer » et « récupérer » — cela se produit chez nous —, mais qu'en est-il d'« acheminer »? Là, je commence à m'inquiéter.

Si une entreprise canadienne a un client américain ou étranger dont les messages passent par le Canada... Il s'agit d'emplois que nous avons dans notre pays. Ces messages ne touchent pas les Canadiens puisqu'ils ne font que passer. Sommes-nous en train de paralyser les entreprises canadiennes en interdisant le passage par le

Canada de l'information en provenance et à destination d'autres pays? Ou bien leurs permettons-nous...

J'ai l'impression que nous imposons des restrictions injustes à nos sociétés. Si c'est le cas, elles risquent de se dire: « Ces règles sont trop strictes. Nous pouvons acheminer des messages à partir de n'importe quel endroit du monde. Nous allons donc délocaliser nos emplois et nos entreprises aux États-Unis ou ailleurs dans un pays du tiers monde. »

**M. Philip Palmer:** C'est une très bonne question.

Cette disposition est conçue pour autoriser l'application de la loi au nom des Canadiens. Comme vous le savez, les télécommunicateurs ne sont pas responsables de l'information qu'ils transmettent. S'ils acceptent du trafic sous forme de courriels non sollicités entre Los Angeles et New York, même si cela contrevient aux lois américaines, ils ne violent pas la loi canadienne. Il n'y a pas de contravention.

Je vais vous expliquer à quoi sert cette disposition. Si la société de télécommunications est inondée de courriels qui l'empêchent de gérer adéquatement le trafic sur son réseau, l'article 12 lui permet de porter plainte, amenant les autorités canadiennes à coopérer avec les autorités étrangères pour essayer de trouver les responsables, de mettre fin à ces courriels et de déterminer quel pays est le mieux placé pour agir. S'il n'y a pas violation de la loi au Canada, nous ne serions pas en mesure d'intervenir auprès de nos partenaires étrangers pour leur demander de nous aider à remédier au problème.

La disposition sert aussi à autre chose: elle donne au télécommunicateur dont le réseau est touché le droit d'intenter une poursuite au civil contre les responsables. Même si notre régime de sanctions administratives pécuniaires et les décisions du CRTC ne sont pas exécutoires à l'étranger, un jugement rendu par un tribunal canadien pourrait l'être. Nous croyons que c'est un important recours possible pour les télécommunicateurs canadiens.

**M. Anthony Rota:** Si j'ai bien compris, le télécommunicateur n'est pas responsable de ce qui passe par son réseau, et nous n'aurions recours à cette disposition que si un de ses clients ou quelqu'un de l'extérieur expédiait un énorme volume de données qui réduirait sa capacité de dispenser ses services.

**M. Philip Palmer:** Sa capacité de faire son travail courant, oui.

**M. Anthony Rota:** C'est intéressant.

J'ai passé en revue quelques-unes des modifications. Vous parlez ici d'erreur commise de bonne foi. De quoi s'agit-il? Y a-t-il une définition que j'ai manquée? Comment peut-on définir une telle erreur? Pouvez-vous me l'expliquer?

**M. Philip Palmer:** Les témoins qui ont comparu devant le comité et les mémoires transmis à Industrie Canada au cours de l'été proposaient différentes formes de justifications, à part le fait de prendre les précautions nécessaires, comme l'erreur commise de bonne foi ou par inadvertance.

Notre réponse, c'est que l'article 33 prévoit deux catégories de justifications acceptables dans le contexte des SAP, qui seraient également applicable au droit privé d'action. Il y a en premier la prise des précautions nécessaires, qui constitue le critère général applicable à toute personne accusée d'avoir été négligente ou d'avoir causé un préjudice sans avoir l'intention de le faire. Le principe, ici, c'est que tant que des efforts raisonnables ont été faits pour éviter le préjudice — il s'agirait, en l'occurrence, de mesures prises pour empêcher la transmission de courriels aux gens qui n'y ont pas consenti —, il n'y a pas de sanctions, même si on fait une erreur à l'occasion.

D'après le second paragraphe de l'article, les règles et principes de la common law pouvant servir de justification ou d'excuse si on est accusé d'une infraction sont applicables dans ce cas. Grâce à ce mécanisme, nous introduisons aussi — je peux penser à de nombreuses circonstances où cela s'appliquerait — la notion d'erreur de fait, d'inadvertance ou tout autre critère de justification qu'il est possible d'invoquer en droit.

Ainsi, au lieu de modifier nos normes... Nous avons en fait une norme très souple, la règle générale étant celle des précautions nécessaires, qui suffit ordinairement à la plupart des entreprises. À part cela, elles peuvent recourir à d'autres justifications acceptées en common law. Nous laissons à l'imagination des avocats le soin de trouver les justifications et excuses convenant aux circonstances de chaque cas.

• (1620)

**M. Anthony Rota:** Je suppose que si un particulier ou une société fait une seule erreur, il est peu probable que la sanction consiste en une amende de 100 millions de dollars. Je crois que c'est à la fois une question et une affirmation. Vous vous en prendriez ordinairement aux récidivistes et non à ceux qui commettent une seule erreur. Est-ce ainsi qu'il faut interpréter cette disposition? C'est bien cela? J'essaie de me mettre dans la peau de celui qui est chargé d'appliquer les règles.

**M. André Leduc:** Philip a parlé des justifications fondées sur la prise des précautions nécessaires ainsi que sur les principes de la common law, mais le fait est que si vous faites une erreur une fois, vous pouvez conclure une entente de conformité. Si vous récidivez, les facteurs à considérer figurent à l'article 20. Autrement dit, les sanctions doivent tenir compte de cette liste de facteurs.

Au-delà de la justification classique, il y a le régime de conformité. Ainsi, si M. Misener craint qu'Amazon.com fasse une erreur à cause d'une défaillance technique ou d'une intervention malencontreuse d'un nouvel employé, que va-t-il faire? Il va probablement recevoir des plaintes de ses clients ou des gens qui n'auraient pas dû recevoir le courriel en cause. On lui dirait: « Vous étiez censé avoir rayé mon nom de votre liste il y a trois mois. J'avais demandé d'être exclu. » Il saura donc qu'une erreur a été commise. La première chose qu'il devrait faire serait de s'adresser à l'un des trois organismes d'exécution et de dire: « Nous croyons avoir fait une erreur. Nous sommes toujours déterminés à nous conformer à la loi, et nous aimerions donc contracter un engagement conformément à l'article 21. »

À défaut de reconnaître l'erreur commise, la personne en cause recevrait un avis de violation du CRTC, du Bureau de la concurrence ou du Commissariat à la protection de la vie privée. Elle aurait alors la possibilité de se justifier en disant qu'elle a pris toutes les précautions nécessaires. La même règle s'applique au droit privé d'action.

Si le responsable ne présente pas une justification et qu'il s'agisse d'une erreur commise de bonne foi, nous tiendrons compte de la portée et de la nature de la violation, de la question de savoir si le responsable en a profité et de toutes les répercussions négatives avant d'envisager d'imposer des sanctions administratives pécuniaires. Si le responsable n'a pas tiré parti de l'erreur commise, si la chose n'était pas délibérée, il n'y aura probablement pas de sanctions pécuniaires. C'est l'explication des facteurs qui figurent à l'article 20.

Si, malgré toutes ces garanties et protections prévues en cas d'erreur commise de bonne foi, le responsable est insatisfait de la décision du CRTC, il peut interjeter appel auprès de la Cour fédérale et avoir ainsi une autre occasion de présenter ses arguments.

• (1625)

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

Merci, monsieur Rota.

C'est maintenant au tour de M. Wallace. Toutefois, avant de lui donner la parole, je voudrais noter un aspect intéressant de cette discussion. Il y a un facteur que personne n'a abordé: les coûts assumés par les services informatiques à cause de tout ce pourriel.

Je peux vous dire que, dans ma carrière précédente, nous dépensions des milliers de dollars pour essayer de juguler le flot de pourriel, sans jamais réussir complètement. Je ne sais pas si c'est le cas des autres membres du comité, mais je suis constamment à la limite de la taille de ma boîte de réception, qui est d'environ 100 mégaoctets, je crois. Si 90 p. 100 de ce que nous recevons consiste en pourriel dont la plus grande partie est éliminée par des filtres, cela signifie que les services informatiques de la Chambre des communes reçoivent probablement 900 autres mégaoctets de pourriel qui m'est destiné et dont ils doivent se débarrasser de façon périodique. Cela signifie que les liaisons Internet du Parlement avec le monde extérieur doivent avoir une capacité de 30, 40 ou 50 p. 100 supérieure rien que pour traiter tout ce pourriel.

En faisant la somme de tout cela, si le coût annuel est de 100 \$ par personne — par exemple 70 \$ pour les frais de stockage et 30 \$ pour les liaisons supplémentaires par circuits T3 ou T2 — et s'il y a 5 000 comptes au Parlement, cela représente un demi-million de dollars de frais attribuables au pourriel, que nous n'avons pas abordés dans cette discussion.

Je peux vous dire, en fonction de ma propre expérience de cadre dans un service informatique, que nous avons dépensé des dizaines de milliers de dollars pour mettre en place des systèmes, installer des logiciels sur les routeurs et les serveurs et augmenter la largeur de bande de nos réseaux.

Je vais maintenant donner la parole à M. Wallace.

**M. Mike Wallace (Burlington, PCC):** Je vous remercie.

M. Chong s'occupait d'informatique bien avant mon arrivée ici.

Je voudrais tout d'abord vous remercier du travail que vous avez accompli dans ce dossier. Je vais être franc avec vous. Je ne suis ici que depuis trois ans et demi, mais nous avons souvent des témoins... Parfois, je ne suis pas sûr que ce qu'ils disent compte vraiment, mais je dois reconnaître que, dans ce cas particulier, les fonctionnaires du ministère ont certainement écouté ce qui s'est dit et ont apporté d'importantes modifications en fonction de ce qu'ils ont entendu. Je vous suis vraiment très reconnaissant du travail que vous avez fait à cet égard.

Maintenant, j'ai quelques petites questions à vous poser.

Tout d'abord, il y a l'aspect de l'exécution. Croyez-vous que la présence de trois organismes d'exécution pourra occasionner des difficultés? Quelques témoins qui ont comparu devant le comité on dit que cela serait ou pourrait être inefficace. Qu'avez-vous à dire à ce sujet?

**M. André Leduc:** En définitive, nous n'avons fait qu'élargir le mandat des trois organismes. La commissaire à la protection de la vie privée est chargée de la LPRPDE, de la Loi sur la protection des renseignements personnels et de la protection effective des renseignements personnels des Canadiens. Elle a donc la responsabilité de protéger les adresses électroniques et les données personnelles obtenues en accédant sans autorisation à des systèmes informatiques.

C'est la même chose pour le Bureau de la concurrence. Nous ne faisons qu'étendre son mandat à l'environnement en ligne. Il y a bien sûr certains nouveaux aspects, mais je crois que ce n'est qu'un prolongement de ce qui se fait dans le cas des numéros de téléphone exclus et dans le domaine des télécommunications, pour ce qui est du CRTC.

Presque partout dans le monde, c'est l'organisme responsable des télécommunications qui est chargé de l'application du régime réglementaire. Le CRTC était certainement le bon choix parce qu'il pourra coopérer avec ses homologues étrangers.

**M. Mike Wallace:** La profession juridique a également présenté certaines observations au cours de nos dernières réunions. Je crois que l'association qui représente les avocats à l'échelle nationale a demandé de petits changements dans la Loi sur la concurrence. Je n'ai rien vu ici à ce sujet. Je suppose donc que vous n'y avez pas donné suite. Avez-vous des commentaires à cet sujet?

**M. Philip Palmer:** Oui. À mon avis, c'est une question très mineure. Elle porte sur l'en-tête et l'adresse des courriels. La proposition de l'association est liée au critère de substantialité, qui s'applique à d'autres genres et catégories d'arguments. Par exemple, quand on regarde le texte d'un message, on l'examine dans son ensemble pour décider si les arguments présentés ont un caractère substantiel et, s'ils sont faux, ils constituent une violation.

À notre avis, l'information présentée dans la case de l'objet ou de l'adresse de retour en particulier a un caractère substantiel à cause de l'endroit où elle se trouve. Le caractère substantiel est évident si cette information tend à vous donner l'impression que le courriel vient de la Banque Royale alors qu'il a été expédié par la-clique-des-voleurs.com. Il y a un caractère substantiel si le message dit: « Programme spécial pour les 100 premières personnes qui s'inscrivent », alors que c'est faux. Nous n'avons pas laissé tomber la notion de substantialité, mais nous ne voyons pas de quelle façon on pourrait croire que l'objet et l'adresse n'ont pas un caractère substantiel.

● (1630)

**M. Mike Wallace:** Je comprends.

Les témoins nous ont souvent fait part d'un autre commentaire, qui m'a un peu surpris, d'après lequel c'est un excellent projet de loi, mais qu'il ne s'applique pas vraiment à eux. Vous savez, c'est le fameux syndrome « Vous pouvez le faire aux autres, mais pas à moi ». Quoi qu'il en soit, nous avons ici le droit privé d'action, c'est-à-dire le droit de poursuivre au civil. En fait, je suis en faveur de cette disposition.

Qu'avez-vous à dire à tous les témoins qui ne sont pas d'accord pour accorder ce droit?

**M. Philip Palmer:** Les entreprises s'inquiètent à juste titre. Je ne peux pas prétendre que les nouvelles dispositions législatives

n'imposent pas souvent des frais et des préoccupations à la communauté des affaires en particulier. Je suppose que c'est une question d'équilibre: les avantages qui en découlent sont-ils plus importants que le préjudice possible?

Le préjudice le plus fréquemment mentionné, ce sont les procès frivoles, les recours collectifs sans fondement et les poursuites stratégiques intentées pour forcer des concurrents à agir d'une certaine façon. Tout cela est possible, mais les lois canadiennes sont telles que les recours collectifs sont difficiles à monter et difficiles à certifier. Si on perd ou si on ne recouvre qu'un petit montant, on se trouve à payer les frais du défendeur. Par conséquent, la plupart des gens évitent ces recours à moins d'avoir des raisons très sérieuses d'agir.

L'avantage du droit privé d'action est qu'il permet aux gens de réagir en fonction du préjudice qui leur a été fait. Le CRTC, le Bureau de la concurrence et le Commissariat à la protection de la vie privée ont des ressources limitées. Ils n'auront pas les moyens d'ouvrir une enquête sur chaque plainte déposée. Cette disposition permet aux gens qui ne s'inscrivent pas dans la liste assez courte des priorités de ces organismes, mais qui ont subi des pertes importantes, de chercher à obtenir des réparations de la personne qui leur a fait du tort. Je crois que c'est un avantage important.

**Le président:** Merci beaucoup, monsieur Wallace et monsieur Palmer.

Monsieur Bouchard.

[Français]

**M. Robert Bouchard:** Parlons de la question du réseautage des gens d'affaires. Si un agent immobilier rencontre un avocat durant une réception, converse avec lui et lui donne sa carte d'affaires, pourrait-il communiquer avec lui par la suite?

D'après ce que j'ai pu voir, il y aurait des restrictions à ce qu'il y ait échange de courriels et poursuite de la communication engagée lors d'une réception sociale.

Pourriez-vous me dire si vous avez une certaine ouverture, et si cette ouverture pourrait être encore plus prononcée?

● (1635)

**M. Philip Palmer:** Oui, l'ouverture est là. Si vous consultez l'alinéa 10(3)c), vous pourrez lire ceci:

c) la personne à qui le message est envoyé a communiqué l'adresse électronique à laquelle il est envoyé à la personne qui envoie le message, le fait envoyer ou en permet l'envoi, sans aucune mention précisant qu'elle ne veut recevoir aucun message électronique commercial non sollicité à cette adresse [...]

Nous avons donc déjà apporté des amendements pour tenir compte de ces circonstances exactes. Un avocat va à une réception, il donne sa carte à un agent immobilier. C'est permis. C'est clair maintenant que cette façon de communiquer est légitime.

**M. Robert Bouchard:** Cela veut dire que l'avocat ou l'agent immobilier n'aurait pas besoin du consentement préalable...

**M. Philip Palmer:** ... expressément exprimé...

**M. Robert Bouchard:** ... pour communiquer avec lui, offrir ses services, et vice versa. Est-ce bien ainsi que vous l'interprétez?

**M. Philip Palmer:** Oui.

**M. Robert Bouchard:** J'ai une autre question sur le consentement tacite. Plusieurs représentations ont été faites sur le délai de 18 mois pour les communications d'une entreprise avec un consommateur. Si je comprends bien, cette période de 18 mois est demeurée fixe, vous ne l'avez pas augmentée. Plusieurs représentations ont été faites à ce sujet. Prenons l'exemple d'un agent immobilier, puisque je viens d'en parler. Un agent immobilier vend des maisons. Il peut vendre une maison aujourd'hui, et dans cinq ou sept ans, son client peut vouloir revendre la maison. Je trouve donc le délai de 18 mois restrictif. Je voudrais savoir quelle est la justification ou la motivation de ce délai qui reste à 18 mois.

**M. André Leduc:** Je vais clarifier cette situation en donnant un exemple. Je donne mon adresse de courriel à une personne en lui disant de me contacter dans le futur. Ce peut être dans trois, cinq ou six ans; il n'y a pas de limite de temps pour le consentement exprès. Si la personne à qui j'ai donné mon adresse de courriel a oublié de me demander mon consentement exprès, elle a 18 mois pour le faire en faisant un suivi par courriel.

On a pris les 18 mois de l'autre projet de loi — la liste *Do not call*. Une période d'un an et demi me semble amplement suffisante pour faire le suivi auprès d'un client. Une entreprise légitime devrait le faire à l'intérieur de quatre, cinq ou six semaines. Si le consentement exprès est obtenu, il est valable pour une période indéfinie, mais pour le consentement tacite, il fallait donner une date.

**M. Robert Bouchard:** Je vais donner un exemple. J'achète une auto chez un concessionnaire et je la change au bout de quatre ans. Au moment de l'achat, je dis au vendeur qu'il peut m'appeler dans quatre ans. Dans un tel cas, la loi lui permettrait-il de m'envoyer un courriel dans quatre ans?

**M. André Leduc:** Si vous lui avez donné votre adresse électronique et lui avez demandé de vous envoyer un courriel dans quatre ans, si le vendeur a conservé un dossier de cette relation ou une carte l'autorisant à...

**M. Robert Bouchard:** La preuve, c'est ma carte d'affaires.

**M. André Leduc:** Il doit garder une preuve de cette relation.

**M. Robert Bouchard:** D'accord.

J'ai lu qu'un règlement doit être adopté, ce qui suppose que c'est sous l'autorité du ministre: c'est lui qui décide quand la loi sera appliquée.

Pourriez-vous me donner des éclaircissements à cet effet? Je n'ai pas vu de date d'application. La loi sera-t-elle promulguée après avoir été adoptée à la Chambre et avoir franchi toutes les étapes, y compris la lecture par le Sénat et sa publication? Est-ce à ce moment qu'elle est applicable, ou faut-il un règlement pour la rendre applicable? Est-ce le ministre qui choisit la date d'application?

● (1640)

**M. Philip Palmer:** La loi n'est promulguée que lorsque tous les règlements sont prêts. La sanction royale est l'étape finale au Parlement. Cependant, entre cette sanction royale par le Parlement et la promulgation par le Cabinet, il s'écoulera probablement au moins six mois, peut-être davantage, d'abord pour permettre de mettre en place les règlements et, ensuite, pour pouvoir consulter l'industrie adéquatement et lui donner le temps nécessaire de réagir au nouvel encadrement réglementaire.

**Le président:** Merci, monsieur Palmer.

Merci, monsieur Bouchard.

[Traduction]

Monsieur Van Kesteren.

**M. Dave Van Kesteren (Chatham-Kent—Essex, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je vous remercie pour votre excellent exposé et pour le bon travail que vous avez fait.

Vous avez répondu dans votre exposé à la question que je me posais au sujet de l'installation de logiciels. C'était une préoccupation. Je suis heureux de constater que vous y avez remédié.

J'ai une autre question. Je ne veux pas que vous en parliez trop longuement, mais parmi les groupes de témoins qui ont comparu, certains s'inquiétaient de l'importance des sanctions. Sont-elles excessives?

**M. André Leduc:** Encore une fois, comme Mike l'a dit la dernière fois, le maximum est d'un million ou de 10 millions de dollars. J'ai passé en revue l'ensemble des facteurs à considérer avant de prendre une décision finale au sujet du montant de la sanction pécuniaire. Je peux vous parler de certaines affaires qui sont produites à l'étranger. Je pense en particulier à un cas, en Australie, où deux frères avaient un tout petit atelier équipé de quelques ordinateurs. Ils avaient monté une opération de pourriel dans le cadre de laquelle ils se procuraient des contenants d'herbes médicinales dont ils changeaient l'étiquette pour dire qu'il s'agissait d'un produit pour agrandir le pénis. Ils expédiaient ensuite les contenants partout dans le monde. En l'espace de trois mois et demi, ces deux types avaient réalisé un bénéfice net de 3,5 millions de dollars.

Nous avons donc des sanctions maximales élevées pour tenir compte du modèle d'affaires. Ces gens ramassaient l'argent à la pelle. Si on leur infligeait une amende de 15 000 \$, ils s'empresseraient de la payer et de poursuivre leurs activités. Nous devons donc les atteindre dans leurs finances.

**M. Dave Van Kesteren:** Lorsque des représentants de l'Association du Barreau canadien ont comparu devant le comité, ils ont dit que les dispositions pourraient être vulnérables à une contestation en vertu de la Charte. Qu'en pensez-vous? D'autres témoins n'étaient pas du même avis. Avez-vous étudié la question?

**M. Philip Palmer:** Nous admettons que toute restriction de la liberté d'expression, y compris l'expression commerciale, doit être compatible avec la Charte. En fonction de notre analyse, nous pensons que ces dispositions satisfont aux critères. Nous croyons qu'elles sont à l'abri des contestations fondées sur la Charte.

**M. Dave Van Kesteren:** Vous avez mentionné plus tôt — c'est vraiment incroyable — que 75 à 90 p. 100 des messages électroniques ne sont que des pourriels. Vous avez tout à fait raison, monsieur le président, nous avons beaucoup de chance. La chose à faire pour obtenir l'appui des politiciens, ce serait peut-être de les laisser recevoir tout le pourriel qui leur est destiné.

**Le président:** Monsieur Van Kesteren, je vais vous donner un exemple. Ma femme se sert de Hotmail. Si vous vous branchez sur votre compte Hotmail et regardez le contenu du dossier de pourriel, vous aurez une idée du volume de messages non sollicités qui arrivent. Pour chaque message authentique, ma femme reçoit probablement 20 pourriels. Bien sûr, tout cela est filtré, mais quelqu'un doit payer le prix du stockage et de la largeur de bande nécessaire. Et ces coûts finissent par être payés par le public.

**M. Dave Van Kesteren:** Je comprends que ces dispositions nous protégeront du pourriel venant du Canada, mais nous n'avons aucune protection contre ce qui vient de l'étranger. Dans quelle mesure le pourcentage du pourriel changera-t-il une fois que le projet de loi aura été mis en vigueur? À quoi pouvons-nous nous attendre? Le pourcentage pourrait-il baisser à 40 ou 50 p. 100?

• (1645)

**M. André Leduc:** Le projet de loi est très semblable à ce que l'Australie a adopté il y a quelques années. Les Australiens ont été témoins d'une réduction immédiate du volume de pourriel provenant du pays même. Presque du jour au lendemain, ils ne faisaient plus partie des 10 principaux pays producteurs de pourriel. Nous savons, parce que nous n'avons pas de mesures législatives, qu'il y a au Canada quelques importantes opérations de production de pourriel. Nous nous attendons à ce que le projet de loi mette fin à leurs activités. Nous avons cherché à y inclure les outils dont les organismes d'exécution ont besoin, de même qu'un droit privé d'action. Cela permettra aux organismes d'exécution de coopérer avec leurs homologues dans les enquêtes, tandis que le droit de poursuite au civil nous donnera des moyens d'agir à l'étranger.

**M. Dave Van Kesteren:** Je ne comprends pas très bien. Comment pouvons-nous empêcher ces gens d'établir des sociétés fantômes pour court-circuiter tout cela? Avez-vous prévu des dispositions pour parer à ce problème?

**M. André Leduc:** L'article 6 impose aux auteurs de courriels de s'identifier lorsqu'ils envoient un message électronique commercial. Ils doivent aussi identifier l'entreprise au nom de laquelle ils agissent. Par exemple, si La Baie retient les services d'une société de vente par courriel pour l'expédition d'un prospectus électronique, le message doit identifier La Baie: nom, adresse du siège social et tout le reste. Les détails seront précisés par règlement. Le message doit également identifier la société de vente par courriel. Le destinataire connaîtra donc non seulement la provenance du message, mais aussi l'entreprise représentée. Nous avons pensé que cela était important.

**Le président:** Merci, monsieur Leduc. Merci, monsieur Van Kesteren.

Monsieur Masse.

**M. Brian Masse:** C'est vraiment un privilège pour quelqu'un d'autre d'avoir la possibilité d'utiliser votre service Internet et votre matériel pour vous envoyer un message. Je ne suis pas loin de croire que les gens devraient être payés pour recevoir un message publicitaire dans leur système.

Vous avez apporté quelques modifications ici. J'aimerais avoir une idée de l'influence qu'elles auront: à votre avis, quelle sera la différence entre le projet de loi dans sa forme actuelle et la nouvelle version que vous proposez? Quels seront les effets des modifications sur le volume de publicité ou de pourriel? Il y a une très fine distinction entre les deux. Quelle différence y aurait-il entre la mise en vigueur de la loi avec et sans les changements?

**M. André Leduc:** En toute franchise, je crois que les modifications ne nous feront pas perdre grand-chose. Ce que nous avons fait revient essentiellement à permettre aux entreprises légitimes d'exercer leurs activités et d'utiliser ces dispositions pour communiquer avec leurs clients actuels et potentiels. Quant à la répression du pourriel, je ne pense pas que ces modifications l'affaibliront.

Ne nous y trompons pas. Vous avez devant vous la loi antipourriel la plus avancée du monde sur le plan du régime de consentement. En effet, nous avons pris tout le temps nécessaire — un peu trop peut-

être — pour nous renseigner sur les pratiques exemplaires des autres pays et les erreurs qu'ils ont commises. Nous avons parlé aux Australiens, aux Néo-Zélandais et aux Américains. Nous avons eu des discussions avec des responsables de l'UE et du Royaume-Uni. Nous avons posé des questions sur ce qui marchait le mieux et ce qui ne marchait pas. Nous avons demandé des suggestions sur les choses à inclure dans notre projet de loi.

Encore une fois, la plupart des modifications proposées visent à aider les entreprises légitimes, mais nous ne laisserons échapper aucun des grands polluposteurs.

**M. Brian Masse:** Il y a des discussions au sujet de la façon de procéder à partir d'ici. S'il est adopté par la Chambre des communes, le projet de loi ira au Sénat. S'il y est modifié, il nous reviendra. Ensuite, nous aurons la sanction royale. Vous avez parlé de six mois de travail sur les règlements. Je m'inquiète un peu des délais que vous avez prévus, c'est-à-dire du délai provisoire de trois ans qui sera suivi par un délai permanent de 18 mois. Cela ne compromettra-t-il pas la capacité de s'attaquer tout de suite au pourriel? Les délais sont vraiment longs. Pouvez-vous nous rassurer, pouvez-vous nous donner la preuve que nous ne perdrons pas le contrôle de la situation?

• (1650)

**M. Philip Palmer:** J'ose affirmer que pas un seul des grands polluposteurs n'essaie de prétendre qu'il a des relations d'affaires en cours avec des consommateurs.

**M. Brian Masse:** D'accord, c'est un point essentiel. Autrement, les délais deviendraient vraiment excessifs.

Habituellement, les projets de loi contiennent une disposition prévoyant un examen législatif après un certain temps. Je n'ai pas vu cette disposition dans le projet de loi. L'ai-je manquée? Pourquoi n'est-elle pas là?

**M. André Leduc:** Pour être franc, je vous dirai qu'on nous a conseillé de ne pas nous en occuper et de laisser le comité l'ajouter.

**Des voix:** Oh, Oh!

**M. André Leduc:** Dans la plupart des projets de loi que nous avons vus, un examen est prévu après deux ou trois ans, comme c'est le cas en Australie. Les Australiens ont déposé un rapport en 2005. Ils ont récemment procédé à un examen parlementaire de leur loi. Nous sommes parfaitement disposés à faire la même chose. Je ne prétends pas que nous ayons un projet de loi à 100 p. 100 parfait. Il est bien possible que nous ayons besoin d'y apporter des modifications dans cinq ans.

**M. Brian Masse:** Cela me convient. J'ai toujours dit que si j'avais été parfait, je ne travaillerais pas ici.

Je tiens beaucoup à ce qu'un examen parlementaire soit prévu. J'opterais d'ailleurs pour un délai de trois ans parce que la technologie évolue rapidement. Toutefois, la difficulté, c'est qu'avec la période de transition de 36 mois, il sera difficile de déterminer ce qui se passe au niveau des relations entre entreprises. Si nous ramenions ce délai à, mettons, deux ans au lieu de trois, croyez-vous que cela impose des contraintes excessives au secteur privé?

**M. André Leduc:** Vous parlez de limiter la période de transition? Encore une fois, c'est une disposition conçue pour les entreprises légitimes qui ont des relations d'affaires en cours. Cela s'adresse surtout aux petites et moyennes entreprises, comme les agents immobiliers et les courtiers d'assurance. Nous voulons leur donner un peu de temps. Ces entreprises ne disposent pas d'avocats, de services techniques et de technologies d'adaptation leur permettant de se conformer rapidement aux nouvelles dispositions. Le délai est conçu pour leur permettre de s'adapter à l'évolution de la technologie.

Ce qu'il convient de noter au sujet des 36 mois, c'est que le temps est compté dès l'entrée en vigueur de la loi. Par conséquent, le délai diminue constamment jusqu'à l'expiration de la période de 36 mois. Ensuite, le délai permanent tombe à 18 mois.

**Le président:** Merci, monsieur Leduc.

Merci, monsieur Masse. Vous voudrez peut-être proposer cela comme amendement.

Je voudrais demander aux membres du comité, s'ils ont des amendements à proposer, que ce soit au nom du gouvernement ou de l'opposition, de commencer par consulter notre conseiller législatif. Notre greffier législatif est présent, de même que le conseiller législatif. Je vous prie donc de remettre vos amendements à la greffière d'ici mercredi, en fin de journée. Cela ne vous empêchera pas de déposer des amendements au fur et à mesure pendant que nous procédons à l'étude article par article le premier lundi qui suivra notre retour. Toutefois, par souci d'efficacité, je vous prie, si vous avez des amendements, de les remettre à la greffière d'ici mercredi, la semaine prochaine. Cela lui permettra de les mettre dans l'ordre, de les faire traduire et de les réunir pour nous faciliter l'étude article par article dans deux semaines, c'est-à-dire le lundi 19 octobre.

Nous passons maintenant à M. Lake.

**M. Mike Lake:** Merci encore, monsieur le président.

Je voudrais prendre quelques instants pour remercier tous les fonctionnaires du ministère, aussi bien ceux qui sont assis à la table que les autres. Ils ont consacré beaucoup de temps à ce travail. Je sais qu'il s'agit d'un projet de loi assez technique, qu'il y avait énormément d'éléments à considérer et que vous y avez consacré beaucoup de temps et d'efforts. Je tenais donc à vous remercier.

Vous avez parlé ici des recommandations. Dans ma carrière précédente, je m'occupais de vente. Je sais à quel point les recommandations sont importantes. Lorsque les témoins en ont parlé, ils ont dit certaines choses qui m'ont alarmé quelque peu. Je suis donc heureux de constater que vous vous en êtes occupés.

C'est un peu tortueux. J'essaie d'imaginer le cheminement exact suivi au paragraphe (5.2). Vous voudrez peut-être nous donner un exemple pratique qui illustre la façon dont les choses se passeront en fonction de la modification que vous proposez.

**M. André Leduc:** L'idée de base était de définir des limites assez étroites pour les recommandations. Nous voulons les permettre, pourvu qu'elles se conforment à un certain nombre de règles. Les règles sont les suivantes: Pour faire une recommandation, il faut avoir avec la personne en cause un lien familial ou personnel.

Je m'excuse, mais les explications seront nécessairement compliquées.

L'important à savoir, c'est que nous limitons les recommandations à la famille et aux relations d'affaires. Celui qui envoie le courriel à la personne recommandée doit nommer la personne qui a fait la recommandation. Par exemple, si M. Masse fait partie de mes amis

et que vous êtes courtier d'assurance, je pourrais lui dire que je connais un courtier qui pourrait lui être utile, puis vous donner son adresse électronique. Si vous envoyez un courriel à M. Masse, vous devez me citer comme source pour qu'il connaisse l'origine du message.

● (1655)

**M. Mike Lake:** Soyons encore plus précis. Dans ce cas, quelles relations doivent exister entre vous et moi pour que vous puissiez faire cette recommandation? Vous et moi devons avoir des relations d'affaires en cours, ou bien suffirait-il que vous soyez mon frère sans qu'il y ait de relations d'affaires entre nous?

**M. Philip Palmer:** Vous devez avoir des relations d'affaires, tandis que les deux autres doivent avoir des liens familiaux ou personnels.

**M. Mike Lake:** J'aimerais préciser les choses encore plus, car c'est ainsi que je comprends le texte moi aussi. Avant d'être élu, je vendais des billets de saison de l'équipe de hockey des Oilers. Si mon frère et moi n'avons pas de relations d'affaires, il pourrait bien me dire qu'il a, parmi ses amis, un grand amateur de hockey à qui je devrais peut-être envoyer un courriel. Cette situation n'est pas couverte par la modification proposée ici. Je veux juste en être sûr.

**M. André Leduc:** Non, cette situation ne s'inscrit pas dans les limites que nous avons définies. Il faut avoir eu et continuer à avoir des relations d'affaires. Par conséquent, vous devez soit être mon agent d'assurance soit avoir un consentement exprès pour que je puisse vous recommander quelqu'un.

**M. Mike Lake:** Voilà la seconde partie de ma question, que je vous pose sans préjugé. Je vais devoir réfléchir à tout cela avant de me prononcer. Le second élément de la relation se situe entre le client et le client éventuel. Dans votre exemple, il s'agit de la relation entre vous et Brian. Il me semble, d'après le texte de ces modifications, que vous devez avoir des liens familiaux ou personnels, mais non des relations d'affaires. L'expression « relations d'affaires » est absente.

**M. Philip Palmer:** C'est exact.

**M. Mike Lake:** Par conséquent, vous ne pouvez pas recommander quelqu'un avec qui vous avez des relations d'affaires?

**M. Philip Palmer:** Oui, vous pouvez le faire. La réponse, c'est simplement que vous pouvez tirer parti de la disposition relative à l'adresse publiée bien en vue ou à la transmission d'une carte professionnelle. Par conséquent, dans le contexte commercial, il est plus facile de se baser sur des situations dans lesquelles...

**M. Mike Lake:** On peut supposer que s'il y a des relations d'affaires, il y a aussi des liens personnels. C'est bien cela?

**M. Philip Palmer:** On peut aussi l'exprimer ainsi.

**M. André Leduc:** En fonction du libellé de la disposition, il n'y a pas de relation d'affaires. Vous avez simplement eu une discussion avec l'autre personne. Vous n'avez avec elle ni lien familial ou personnel ni relations d'affaires. Il n'existe en fait aucune relation de quelque sorte que ce soit, à part l'entretien au téléphone.

Dans ce cas particulier, il faudrait que la personne en cause dise à son frère d'acheter les billets de saison.

**M. Mike Lake:** Si nous voulons bien comprendre le principe des recommandations, comme nous l'ont expliqué les témoins qui ont comparu devant le comité, je veux être sûr de savoir très exactement ce que signifient ces modifications pour que je puisse y penser dans ce contexte.

**M. André Leduc:** Pour être franc, je dirais que nous avons envisagé de prévoir cette situation, mais nous avons craint de l'inscrire dans le projet de loi. Puisque nous parlons d'étendue et de portée, j'imagine un peu tout cela comme un ballon. Si nous y faisons constamment des trous, il va finir par exploser à un moment donné. L'idée de base, en matière de recommandations, est de permettre les contacts légitimes en présence de relations d'affaires ou de liens familiaux, sans pour autant autoriser les gens à recommander 250 000 amis. Nous voulons bien prévoir les recommandations, mais il importe de bien les circonscrire pour ne pas risquer de perdre le contrôle.

• (1700)

**Le président:** Je vous remercie, monsieur Lake et monsieur Leduc.

À vous, madame Coady.

**Mme Siobhan Coady:** Merci beaucoup.

Je voudrais poser quelques petites questions, mais il y en a une à laquelle vous ne pourrez peut-être pas répondre très brièvement. Ma première question porte sur les demandes d'exclusion.

Un certain nombre de témoins qui ont comparu devant le comité ont demandé que la période d'exclusion de 10 jours soit portée à 31 jours. Dans leur mémoire, les banquiers ont dit que la règle du CRTC concernant les télécommunications non sollicitées prévoit un délai de 31 jours. D'autres ont mentionné qu'ils ont un cycle de commercialisation de 31 jours et qu'il leur est très difficile de respecter le délai de 10 jours.

Que pouvez-vous nous dire à ce sujet?

**M. André Leduc:** La principale différence entre le télémarketing et l'expédition de courriel, c'est que le premier se fait en deux étapes. Si je suis au téléphone avec quelqu'un qui me demande de ne plus jamais le rappeler, je dois prendre note de son nom, puis l'introduire dans l'ordinateur. Dans 99 p. 100 des cas, si j'envoie un courriel à une centaine de vos amis et qu'un certain nombre d'entre eux demandent d'être exclus, la suppression de leur adresse ne demande qu'un clic de la souris. Pour la plupart des grandes entreprises, cette opération est automatisée sur leur site Web.

Nous ne croyons donc pas que l'exclusion constitue un grand fardeau. Cela explique ce qui a été prévu dans le projet de loi. Quoi qu'il en soit, dans sa forme actuelle, la disposition prévoit un délai maximal de 10 jours ouvrables. Indépendamment de la taille de l'entreprise, nous ne croyons pas que cela impose des contraintes excessives s'il faut faire preuve de responsabilité à l'égard de la liste des adresses électroniques, par opposition à la liste des contacts téléphoniques.

**Mme Siobhan Coady:** Les banquiers ont également mentionné la Loi sur les télécommunications. Ils s'inquiétaient de l'accès à l'information parce que des documents peuvent être produits à l'intention d'organismes gouvernementaux, notamment le CRTC, qui les conservent. Ils craignaient donc que leurs renseignements puissent être transmis à d'autres en vertu de la Loi sur l'accès à l'information. Ils proposaient de modifier le projet de loi de façon à protéger les renseignements et à en empêcher la divulgation par le CRTC, en réponse à une demande d'accès à l'information.

Qu'en pensez-vous?

**M. Philip Palmer:** La Loi sur l'accès à l'information prévoit certaines exceptions concernant l'information utilisée à des fins judiciaires ou d'enquête. Je ne peux pas dire que nous avons fait une analyse complète de ces exceptions. Nous n'avons pas non plus prévu des exceptions générales protégeant ces renseignements en cas

de demandes d'accès à l'information. Nous serions disposés à examiner la question car il y a de bonnes raisons de s'inquiéter dans certaines circonstances. Je crois que la plupart des renseignements dont dispose le CRTC consisteraient en données de transmission, qui ne seraient pas particulièrement intéressantes.

**Le président:** Madame Coady, cela pourrait faire l'objet d'un amendement libéral à présenter d'ici mercredi prochain.

Vous pouvez poursuivre.

**Mme Siobhan Coady:** Mon autre question porte sur la liste nationale de numéros de télécommunication exclus. Comme vous le savez, l'article 86 du projet de loi abrogerait les articles 41.2 à 41.7 de la Loi sur les télécommunications, qui servent essentiellement à autoriser l'établissement de cette liste. Certains des témoins qui ont comparu devant le comité se sont interrogés sur les raisons de cette disposition. Nous croyons savoir que l'objectif est de modifier la structure de la liste pour en faciliter l'adaptation future.

Pouvez-vous nous dire s'il y a des difficultés à cet égard? D'après les témoins, s'il y a des changements administratifs à apporter à la liste des numéros de télécommunication exclus, il faudrait peut-être les faire dans le cadre des dispositions relatives à la liste plutôt que dans ce projet de loi.

**M. Philip Palmer:** La principale raison, c'est que nous avons affaire ici à une vraie convergence technologique. La voix est numérisée. Grâce à Skype et aux autres applications du même genre, le pourriel n'est pas seulement acheminé par les voies ordinaires. Le télémarketing ne se fait plus seulement au téléphone. Tout converge. On a recours aux mêmes moyens et aux mêmes technologies. Nous croyons que toute distinction valable entre le télémarketing et le pollupostage disparaîtra d'ici quelques années. Il fallait donc veiller à disposer des outils nécessaires une fois le moment venu d'intervertir les régimes.

L'aspect de cette question qui a été soulevé — j'ai bien suivi les discussions —, c'est que le gouvernement a toujours dit qu'il ne mettrait pas cette disposition en vigueur au départ. Elle ne serait proclamée que plus tard, si elle est jamais proclamée. Toutefois, elle permet au gouvernement de réagir à une situation dans laquelle il y aurait, par exemple, un effondrement des mécanismes d'exclusion des numéros de télécommunication. La liste nationale de ces numéros est tenue par une entreprise privée. Si celle-ci juge qu'il n'est pas rentable pour elle de continuer à tenir la liste, elle pourrait mettre fin au contrat. Le CRTC n'a pas les moyens de tenir lui-même la liste.

• (1705)

**Le président:** Merci, monsieur Palmer.

Monsieur Wallace.

**M. Mike Wallace:** Merci, monsieur le président. Je partagerai mon temps de parole avec M. Warkentin. Je n'ai en fait qu'une seule question à poser.

Je pensais que le timbre ne commencerait pas à sonner avant 17 h 30.

Quoi qu'il en soit, j'apprécie les observations du secrétaire parlementaire concernant les recommandations. À mon avis, tant qu'il vend des billets et qu'il dit que son frère a donné mon nom dans le courriel qu'il a envoyé, je vais m'en contenter.

J'aimerais simplement avoir une précision sur la modification concernant les adresses électroniques publiées bien en vue. J'ai déjà travaillé dans le domaine des ventes. Je vendais des bâts à ces gens des services informatiques qui sont assis au bout de la table. Je peux trouver leur adresse électronique en consultant leur site Web. L'adresse est affichée sur le site. Je vais donc leur envoyer un courriel disant: « J'ai à vous montrer des bâts qui vous intéresseront peut-être. » Cela n'aurait rien d'illégal. Tant que l'adresse est publique et qu'elle figure sur un site, j'ai le droit, d'un point de vue commercial, de prendre contact avec ce client potentiel. Est-ce exact? Est-ce bien le sens à donner à l'expression « bien en vue »?

**M. Philip Palmer:** En gros, c'est exact, sauf que votre courriel doit avoir un lien avec leur entreprise ou les fonctions qu'ils exercent. Par exemple...

**M. Mike Wallace:** D'accord. Je peux par conséquent lui vendre du Viagra parce qu'il travaille au service informatique.

**M. Philip Palmer:** Exact. Il en a peut-être besoin, mais vous ne pouvez pas le faire.

**M. Mike Wallace:** Je ne vous dirai pas ce que j'envoie aux avocats.

C'était ma question. Je cède le reste de mon temps de parole à M. Warkentin.

**M. Chris Warkentin (Peace River, PCC):** Merci, monsieur Wallace, de me donner un peu de votre temps.

Je voudrais parler du consentement tacite dans le contexte de relations d'affaires en cours. Dans le régime actuel, tous les courriels sont admissibles, ce qui permet à un agent immobilier, par exemple, de prendre contact avec d'anciens clients à n'importe quel moment quelle que soit la date de la dernière transaction qu'il a eue avec eux. Avec la transition qui se prépare, beaucoup d'agents immobiliers et de vendeurs de voitures — en fait, quiconque travaille dans un domaine où une longue période peut séparer deux transactions successives — sont sérieusement inquiets, surtout s'ils doivent essayer d'obtenir plus qu'un consentement tacite. Jusqu'ici, ces gens pouvaient bien sûr agir sur la base d'un consentement tacite plutôt qu'exprès. Avez-vous envisagé de laisser une période de transition plus longue à certaines catégories de personnes qui ont ce genre de relations d'affaires?

Je crains que nous nous en prenions à tout un groupe de gens de n'importe quel secteur. Je ne crois pas que la personne moyenne s'inquiète vraiment du pourriel venant d'agents immobiliers ou de vendeurs de voitures à qui elle a eu affaire dans le passé. Je suppose qu'il y a quand même des gens qui s'y opposeraient énergiquement. Je me demande si vous y avez pensé car je crains les conséquences pour ceux qui font ce genre de travail.

**M. André Leduc:** Nous y avons pensé, mais avant d'inscrire des dispositions dans le projet de loi, nous avons aussi envisagé la situation inverse. Supposons qu'au lieu de parler de relations d'affaires en cours depuis 18 mois, on choisisse plutôt une période de 36 mois. Il y a deux ans, j'étais client de Bell. Si nous fixons un délai trop long, cela permettrait à Bell de prendre contact avec tous les clients qui sont passés au service téléphonique de son principal concurrent, Rogers. Bell pourrait donc envoyer des messages électroniques commerciaux, en invoquant des relations commerciales en cours, pour essayer de récupérer ses anciens clients.

Nous avons examiné ces périodes. C'était la raison parce que nous nous soucions aussi de personnes telles que les vendeurs de voitures, les agents immobiliers et les courtiers d'assurance qui pourraient être pris de court par ces mesures législatives. Nous avons donc adopté

une période de transition de 36 mois. Tant qu'ils peuvent établir l'existence de relations d'affaires, ils disposent de trois ans après l'entrée en vigueur de la loi pour prendre contact avec les anciens clients. S'il n'y a plus de relations d'affaires en cours, ils peuvent leur demander la permission de reprendre contact avec eux à l'avenir. S'ils disent oui, c'est un consentement exprès.

• (1710)

**Le président:** Merci, monsieur Leduc. Merci, monsieur Warkentin.

À vous, monsieur Bouchard.

[Français]

**M. Robert Bouchard:** Je voulais juste faire un commentaire complémentaire à la question qui vient d'être soulevée.

Au moment où le consommateur ou le client d'une entreprise fait l'achat d'une voiture ou fait une quelconque transaction, comme l'achat d'une maison, et qu'il signe un consentement tacite, cela signifie que c'est limité dans le temps.

**M. André Leduc:** Dans ce cas, c'est au consommateur que revient la responsabilité de dire à cette compagnie, par exemple, qu'il ne veut plus recevoir de sa part des messages électroniques commerciaux.

Si vous avez un consentement exprès, il n'y a pas de limites. Donc, si je donne ce consentement à mon agent immobilier et que ce dernier me contacte pour la première fois six ans plus tard, c'est bel et bien légal, et c'est correct. C'est alors au consommateur que revient la responsabilité de faire un *opt out*, de se soustraire à la liste d'envoi de messages électroniques.

**M. Robert Bouchard:** C'est donc au consommateur ou au client que revient la responsabilité de dire qu'il accepte ou non de donner son consentement tacite. L'entreprise pourra le proposer, et c'est tout à fait légal qu'elle le propose.

**M. André Leduc:** C'est ça.

**M. Robert Bouchard:** Merci.

**M. Robert Vincent (Shefford, BQ):** J'aimerais continuer dans la même veine, pour être plus sûr.

Sauf erreur, après que le projet de loi sera adopté, une entreprise qui est déjà en affaires aura plus de possibilités qu'une nouvelle entreprise. Car elle a déjà des clients à qui elle peut envoyer des courriels leur demandant s'ils veulent recevoir des informations la concernant pour les cent prochaines années. Oui, non?

Par contre, la nouvelle entreprise qui déciderait de faire cela après l'adoption du projet de loi ne le pourrait pas parce qu'elle n'aurait pas déjà établi de liens. De fait, elle est à la recherche de nouveaux clients, et la façon la plus facile et la plus simple de le faire, c'est à l'aide du Web.

Cela limite-t-il les nouvelles entreprises?

**M. André Leduc:** Non, rien ici n'empêche ces compagnies d'avoir un site Web.

**M. Robert Vincent:** Comment font-elles alors pour se faire connaître?

**M. André Leduc:** C'est cela, le pourriel.

Comment se fait-on connaître?

Quelle est la différence entre une entreprise légitime et un individu qui essaient de vendre du Viagra? Ce n'est pas une manière de... Essayer de contacter tout le monde sur la planète d'un coup, au fond, c'est ça, les pourriels.

**M. Robert Vincent:** Prenons une entreprise américaine qui n'est pas assujettie aux lois canadiennes. Si elle envoie un courriel à l'échelle du Canada disant qu'il y a un nouveau produit — que c'est traduit en français —, elle ne fera face à aucune sanction, puis continuera à faire des affaires?

**M. André Leduc:** Non. Dans notre projet de loi, il existe des sanctions pour ces compagnies, même si elles sont américaines.

Comme Philip l'a dit auparavant, elles pourraient s'exposer à des poursuites civiles — au sens privé —, car les consommateurs du Québec diraient qu'ils ne s'attendaient pas à recevoir cela. Des décisions prises par les cours civiles au Canada peuvent souvent être mises en vigueur aux États-Unis.

**M. Robert Vincent:** Vont-elles s'appliquer dans tous les pays?

• (1715)

**M. Philip Palmer:** Peut-être pas dans tous les pays, mais dans les pays développés. Il y a un comité formé de ces pays-là.

**M. Robert Vincent:** Donc, si j'ai une entreprise et que je décide d'aller dans un autre pays pour y faire circuler ma publicité par une autre entreprise, je peux le faire.

**M. Philip Palmer:** Peut-être, oui.

**M. Robert Vincent:** Alors, qu'est-ce qu'on élimine?

**M. Philip Palmer:** Je n'ai peut-être pas bien compris. Il est illégal d'envoyer de l'étranger un pourriel au Canada.

**M. Robert Vincent:** Si je passe par un autre pays qui n'est pas assujetti à la loi, je peux faire ce que je ne peux pas faire présentement, c'est-à-dire contacter les gens dont le nom figure dans ma banque de noms. Si j'ai une entreprise au Canada et que je décide d'avoir une nouvelle banque de clients, je vais devoir utiliser le service postal pour faire ma publicité. Je ne peux pas faire ça?

**M. André Leduc:** Ce n'est pas nécessairement le cas. Je peux créer un site Web et conclure des partenariats avec d'autres sites Web. Je peux aussi avoir de la publicité sur d'autres sites Web pour renvoyer les gens à mon site Web, si rien n'indique que cela devrait cesser. Au fond, ce projet de loi vise à promouvoir ce genre d'activité.

**M. Robert Vincent:** Cela semble compliqué.

**Le président:** Merci, monsieur Vincent.

Merci, monsieur Leduc.

Monsieur Rota.

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

Je vais poursuivre sur cette question. Qu'est-ce qui pourrait empêcher d'embaucher quelqu'un dans un autre pays pour qu'il envoie des courriels ou des pourriels au Canada? Quelles sont les conséquences d'envoyer quelque chose au Canada à partir d'un autre pays?

**M. André Leduc:** Comme dans toute autre loi, il y a des problèmes de juridiction. Comme on l'a décrit dans le projet de loi, il faut que les pourriels soient envoyés au Canada.

**M. Anthony Rota:** Par exemple, je reçois des courriels de la Roumanie, que je ne peux pas lire. Je sais qu'ils ne viennent pas du Canada, mais quelles sont les conséquences pour cette compagnie?

**M. André Leduc:** Cela dépend. Si la Roumanie a une loi semblable, les trois agences peuvent coordonner une enquête avec les autorités de la Roumanie.

**M. Anthony Rota:** Vous avez répondu à ma question.

[Traduction]

Je voudrais parler de l'article 86 du projet de loi, qui abroge les articles 41.1 à 41.7 de la Loi sur les télécommunications, éliminant la liste nationale des numéros de télécommunication exclus.

Ainsi, tout ce qui concerne cette liste relèverait du projet de loi et pourrait être modifié par la bureaucratie. La mise en place de cette liste a pris beaucoup de temps. Maintenant, il est question de lui apporter des modifications majeures. Y aura-t-il des consultations assez importantes? Prévoit-on un processus pour éviter qu'elle soit changée au hasard au gré du ministre, des bureaucrates ou de la direction...

**M. Philip Palmer:** Personne ne pourra apporter des modifications à son gré. Il faudrait adopter des règlements afin d'adapter certaines règles qui s'inscriraient mal dans le contexte des communications vocales. Nous nous attendons par conséquent à ce qu'il y ait d'importantes consultations avant qu'on envisage de proclamer cet article.

**M. Anthony Rota:** Très bien. Je vous remercie.

Je voudrais poser une question sur le scénario de base. J'ai un compte Bell et un compte Hotmail. Le compte Hotmail est basé non au Canada, mais aux États-Unis. Est-ce que ces dispositions auront des effets différents sur ces deux comptes? Mon compte Hotmail contiendra-t-il encore tout ce qu'il convient aujourd'hui? C'est en fait un prolongement de ma première question. Encore une fois, les polluposteurs étrangers ou américains continueront à envoyer leurs messages dans mon compte Hotmail. Il n'y aura pas d'effets sur mon compte Bell.

• (1720)

**M. André Leduc:** Il y aura des effets sur votre compte Hotmail. Le projet de loi ne mentionne pas du tout l'endroit où le compte est établi. L'important est de savoir si vous y accédez au Canada. La loi s'applique si le message vous est adressé et que vous résidiez au Canada.

**M. Anthony Rota:** D'accord.

Nous tournons en rond. Mais revenons à l'autre question. Les modifications à la loi seront apportées par les bureaucrates. Monsieur Palmer, de nouvelles technologies sont introduites sur une base quasi quotidienne. Vous avez 30 ans d'expérience de la fonction publique fédérale. À votre avis, dans quelle mesure le projet de loi sera-t-il adaptable?

L'une des préoccupations exprimées au sujet du projet de loi est qu'il a une portée trop vaste, qu'il s'applique à tout et que les seuls messages qui puissent passer sont ceux que nous autorisons expressément. Qu'arrivera-t-il si une nouvelle technologie permet aux sociétés canadiennes de mieux soutenir la concurrence à un certain niveau, mais qu'elles ne puissent pas y recourir parce qu'elle n'est pas prévue dans la loi? Compte tenu de votre expérience, qu'est-ce que vous considèreriez comme une période raisonnable? Peut-on d'ailleurs parler d'une période raisonnable?

**M. Philip Palmer:** Il est essentiel de dire que le projet de loi est conçu comme une mesure législative fondée sur des principes. Il établit des lignes directrices très larges pour les entreprises. Il ne mentionne aucune technologie particulière et peut donc s'adapter à n'importe quelle technologie, n'importe quel réseau, n'importe quel système de contact en ligne. Personnellement, je n'ai pas l'impression que la technologie puisse compromettre l'intégrité de la loi.

Je crois que les principales difficultés viendront de problèmes imprévus du côté des entreprises. À mon avis, l'interface humaine est l'aspect qui occasionnera le plus de difficultés. Il pourrait y avoir de petits ennuis liés à la technologie, mais ce n'est pas un projet de loi technique. Je ne pense pas que nous soyons en train d'établir un carcan conçu en fonction d'une technologie particulière.

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

Merci, monsieur Rota.

Monsieur Masse.

**M. Brian Masse:** Merci, monsieur le président.

Ce sera vraiment rapide. Je suis encore un peu inquiet de la question des recommandations. J'aimerais donc avoir davantage de précisions. L'entreprise qui reçoit une recommandation a-t-elle l'obligation de s'assurer que l'auteur figure dans sa base de données à titre de client avant de prendre contact avec la personne recommandée? Avez-vous prévu une disposition permettant d'imposer une amende à l'entreprise si elle abuse de ce système?

Je crains que des gens ne lancent de grandes opérations de pourriel en prétendant qu'ils connaissent quelqu'un qui leur a fait des recommandations. Ce n'est peut-être pas la situation normale, mais des gens peuvent se servir de cette disposition pour inonder le marché de messages électroniques. L'entreprise est-elle obligée de s'assurer que la recommandation vient d'un client actuel? Et, si elle abuse du système, fera-t-elle l'objet de sanctions pécuniaires?

**M. Philip Palmer:** La réponse est oui pour les deux questions.

**M. Brian Masse:** Je vous remercie.

Merci, monsieur le président.

**Le président:** Merci à vous.

M. Lake posera une question rapide, après quoi la parole sera à M. Vincent.

Monsieur Lake.

**M. Mike Lake:** La grande question, je crois, est la suivante. Un certain nombre de témoins ont dit ces derniers jours qu'ils craignaient que toutes ces modifications n'affaiblissent le projet de loi. Êtes-vous certains que les amendements que vous proposez ne dilueront pas trop les dispositions initiales?

**M. André Leduc:** Oui, nous sommes persuadés d'avoir là les mesures législatives dont nous avons besoin.

Les modifications que nous proposons ont pour objet de répondre aux préoccupations légitimes dont nous ont fait part les témoins au cours des audiences du comité, mais nous sommes toujours convaincus d'avoir la loi antipourriel et de protection du commerce électronique la plus avancée du monde. Avec ces dispositions, nous sommes des chefs de file mondiaux. Nous aurons la possibilité de nous attaquer aux polluposteurs et à ceux qui tentent d'installer des maliciels dans les ordinateurs. Les outils que nous avons là sont les bons.

**M. Mike Lake:** Comme nous examinerons d'autres modifications, avez-vous des mises en garde à nous faire au sujet

d'amendements particuliers qui pourraient sensiblement affaiblir le projet de loi?

**M. André Leduc:** C'est la préoccupation que nous avons au sujet des recommandations faites par des tiers. En toute franchise, j'étais un peu inquiet de ces dispositions, mais ce n'est qu'un point de vue personnel. Il faut comprendre que c'est une pratique légitime de beaucoup de commerces légitimes. Nous devons faire quelque chose pour prévoir leur situation dans le projet de loi, sans pour autant l'affaiblir.

Encore une fois, même si nous pensons que le projet de loi reste solide après les modifications que nous avons apportées, il est quand même fragile. Une mauvaise formulation ou un amendement malencontreux peuvent créer des failles dont les polluposteurs tireront parti. Si c'est le cas, à quoi servirait le projet de loi?

Par conséquent, oui, je vous mets en garde contre toute formulation dont les polluposteurs pourront profiter pour envoyer des tonnes de pourriels.

• (1725)

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

Monsieur Vincent.

[Français]

**M. Robert Vincent:** Vous avez parlé un peu plus tôt de poursuites civiles. Il s'agirait donc de consommateurs qui poursuivraient une compagnie, n'est-ce pas?

**M. André Leduc:** Pas nécessairement, toute personne — sur le plan juridique — peut intenter une poursuite civile. Ce pourrait être une personne, mais aussi une entreprise, comme Vidéotron, par exemple, qui poursuivrait ceux qui ne respectent pas la nouvelle loi.

**M. Robert Vincent:** Je crois qu'on essaie de protéger essentiellement les consommateurs des pourriels. Si un consommateur reçoit un pourriel, c'est à lui de poursuivre la compagnie lorsqu'il en reçoit 20, 25 ou 30 et qu'il n'en veut plus.

**M. André Leduc:** Non, le projet de loi vise à protéger les réseaux autant que les consommateurs, de même que les petites et moyennes entreprises.

**M. Robert Vincent:** Donnez-moi un exemple, parce que je ne comprends pas.

**M. André Leduc:** On parle par exemple de Bell, de Vidéotron ou de n'importe quelle compagnie qui a un réseau. Le réseau a un tuyau d'une certaine largeur. Comme le disait M. Chong, les pourriels constituent présentement 90 p. 100 de toute la circulation sur ces réseaux. Cela coûte donc très cher à Vidéotron, à Bell et à Rogers. Ces pourriels sont transmis ici par l'intermédiaire des services de technologie de l'information de la Chambre des communes. Ils doivent éliminer tous les pourriels, mettre des filtres en place, ce qui entraîne des coûts. Il y a aussi des frais pour le réseau lorsqu'il transmet tous ces messages qui sont en fait des pourriels. Personne n'en veut. Il y a donc un coût, et il est assez important quand on pense que 90 p. 100 de toutes les communications sont des pourriels. C'est un problème. Le projet de loi devrait le régler un peu, ou du moins le réduire.

On considère que notre cas au Canada devrait se régler presque instantanément. Les polluposteurs du Canada devraient être neutralisés rapidement. Le projet de loi contient aussi des dispositions pour poursuivre les polluposteurs à l'extérieur de notre pays soit par une poursuite civile ou par les partenariats qu'on développera par le truchement du CRTC, du Bureau de la concurrence ou de la commissaire à la protection de la vie privée du Canada.

**Le président:** Merci, monsieur Leduc.

J'accorde une dernière question à M. Bouchard.

**M. Robert Bouchard:** J'aimerais revenir à la promulgation de la loi. Vous avez parlé d'un délai de six mois, et vous avez aussi parlé de consultations. Je présume que ces consultations veulent dire qu'il y aura de l'information.

Ces consultations se feront-elles dans un délai de six mois, ou se tiendront-elles après ce délai, ce qui voudrait dire que ça pourrait prendre de neuf mois à un an avant que la loi ne soit en vigueur?

**M. Philip Palmer:** Cela se fera au cours de la période de six mois. Au fur et à mesure qu'on développe les règlements, on consulte

l'industrie et les consommateurs. Des programmes d'éducation sont prévus, donc on utilisera assez efficacement le temps à notre disposition.

[Traduction]

**Le président:** Je vous remercie tous pour vos questions.

Pour récapituler, je voudrais dire que j'ai fait quelques recherches hier soir. J'ai lu que, dans les cinq dernières années, le pourcentage du pourriel dans les messages électroniques est passé de 30 ou 40 p. 100 à 90 p. 100. De toute évidence, c'est un problème. J'ai vu des statistiques impressionnantes sur les coûts que cela impose aux entreprises et aux citoyens.

Juste un dernier rappel. Si vous avez des amendements à proposer, je vous prie de consulter le conseiller législatif du comité demain, vendredi ou encore la semaine prochaine, lundi et mardi. Veuillez ensuite présenter vos amendements à la greffière d'ici la fin de la journée de mercredi, la semaine prochaine, afin que nous puissions les examiner au cours de notre étude article par article le lundi 19 octobre.

La séance est levée.





**POSTE  MAIL**

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

**Poste-lettre**

**Lettermail**

**1782711  
Ottawa**

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

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

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

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

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

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

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

---

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

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

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

### SPEAKER'S PERMISSION

---

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

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

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

---

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

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