



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

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

INDU • NUMÉRO 013 • 1^{re} SESSION • 41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mercredi 16 novembre 2011

—
Président

M. David Sweet

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

Le mercredi 16 novembre 2011

• (1530)

[Traduction]

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

Soyez les bienvenus à la 13^e réunion du Comité permanent de l'industrie, des sciences de la technologie. Nous accueillons aujourd'hui M. Kirkland Morris, vice-président, Stratégie d'entreprise, de l'Association Interac; et M. Jim Roche, président et chef de la direction, ainsi que M. Harry Sharma, analystes des politiques, tous deux de CANARIE Inc.

Nous accueillons également Mme Diane Brisebois, présidente-directrice générale du Conseil canadien du commerce de détail; ainsi que M. Terry Campbell, président et chef de la direction, et M. David Revell, vice-président principal, Appui aux entreprises et initiatives stratégiques, CIBC, tous deux de l'Association des banquiers canadiens.

Nous allons suivre l'ordre prévu dans l'ordre du jour que nous avons sous les yeux. Cela veut dire que nous allons commencer par M. Kirkland Morris.

Un seul intervenant par un organisme, pour six minutes, s'il vous plaît. Monsieur Morris.

M. Kirkland Morris (vice-président, Stratégie d'entreprise, Association Interac): Merci beaucoup.

Bonjour, monsieur le président, et bonjour aux membres du comité.

Je vous remercie de m'avoir invité aujourd'hui pour discuter du marché du commerce électronique au Canada.

Je vais d'abord vous donner un bref aperçu de qui nous sommes et des services que nous offrons, puis je détaillerai les principaux éléments de notre entreprise relatifs au sujet d'étude du comité. J'expliquerai également l'importance de la vitalité et de la santé du marché des paiements pour le commerce, tant physique qu'électronique.

Vous avez devant vous un jeu de diapositives que nous allons suivre.

Interac est le plus important réseau de paiement du Canada. Notre entreprise exploite un système peu coûteux de paiement par débit de premier ordre qui sert bien les Canadiens. C'est aussi, au Canada, le seul réseau de paiement par carte de débit présent d'un océan à l'autre et il traite près de 57 p. 100 des transactions de paiement par carte au pays.

Au cours de la dernière année, les Canadiens se sont servi du service Interac près de quatre milliards de fois pour effectuer leurs opérations. En effet, le Canada est au nombre des pays où, par habitant, on utilise le plus la carte de débit. De plus, Interac offre depuis longtemps une méthode économique de paiement des commerçants suivant des frais fixes par transaction.

Nous sommes également un chef de file en matière de prévention et de détection des cas de fraude par carte de débit. Les consommateurs sont d'ailleurs entièrement protégés contre les transactions frauduleuses en vertu de notre Politique zéro responsabilité.

Nous offrons aux Canadiens un accès sécurisé à leur argent par l'intermédiaire des guichets automatiques, des commerces de détails au Canada et aux États-Unis ainsi que par les services Web Interac en ligne et Virement Interac. Nous sommes en train de procéder au déploiement de Flash Interac, la version sans contact de Débit Interac, et à l'élargissement de nos solutions de paiement à l'espace mobile.

Je vais à présent détailler nos produits et améliorations qui se rapportent plus particulièrement à votre étude, comme notre expansion dans l'environnement mobile.

Commençons avec Flash Interac. Il s'agit de la fonction sans contact de Débit Interac et de la première solution de ce genre offerte au Canada. C'est également la plateforme pour les paiements par téléphone cellulaire au moyen de la technologie NFC. Nous prévoyons lancer une application pour téléphone cellulaire en 2012.

Nous estimons que les Canadiens effectuent chaque année des paiements en espèces de moins de 20 \$ qui totalisent environ 90 milliards de dollars. Grâce à Flash Interac, les titulaires de carte pourront régler leurs petits achats plus vite que jamais, en plaçant simplement leur carte de débit à puce Interac devant un lecteur prenant en charge Flash Interac au lieu de l'y insérer et de composer leur NIP. Cette rapidité accrue permettra aussi d'accélérer le passage à la caisse, puisque les commerçants consacreront moins de temps au traitement des paiements, en particulier les paiements en espèces.

Flash Interac constitue une protection efficace et sécurisée contre les tentatives de vol comme le vol à la tire électronique. Ce service emploie des puces qui répondent à la norme EMV, se base sur l'infrastructure actuelle des cartes de débit à puce, offre de solides protections aux clients, est couvert par la Politique zéro responsabilité et renferme d'autres éléments uniques à l'Association Interac.

La Banque Scotia et la Banque RBC seront les premières à proposer les cartes avec la fonction Flash.

Pour ce qui est de l'espace en ligne, il y a Interac en ligne, une solution exclusive qui permet aux internautes canadiens d'effectuer des paiements en ligne en toute sécurité et d'en débiter le montant de leur compte bancaire, sans avoir à fournir des renseignements financiers personnels aux commerçants, pas même un numéro de carte.

Malgré ce qu'a affirmé l'un de nos concurrents au cours de votre dernière réunion, le service Interac en ligne est proposé par bien plus qu'une poignée de commerçants. C'est un service en plein développement disponible chez plus de 750 commerçants en ligne au Canada, notamment Indigo, Cineplex, Roots, Via Rail, des entreprises de télécommunications telles que Rogers, Telus et Virgin Mobile, et de nombreuses universités et municipalités, ainsi que des organismes fédéraux comme l'Agence du revenu du Canada.

Le service Virement Interac permet aux Canadiens d'envoyer et de recevoir de l'argent presque en temps réel, partout au pays, d'un compte bancaire à l'autre. Les transactions se font rapidement et en toute sécurité sur le réseau bancaire mobile ou en ligne, sans que l'expéditeur ait besoin de données bancaires du destinataire.

Ce service est offert à plus de 10 millions de clients des services bancaires en ligne par plus de 70 institutions financières, qui sont de plus en plus nombreuses à offrir le virement électronique par application bancaire pour téléphone cellulaire, s'étend rapidement et constitue une solution de rechange simple et économique aux chèques et aux virements télégraphiques.

Il s'agit avant tout d'une option de personne à personne, mais elle est de plus en plus utilisée par les petites entreprises, car elle représente un moyen abordable et sûr de recevoir l'argent de clients. Avec certaines améliorations futures, le service Virement Interac pourrait même s'étendre au commerce interentreprises et à la facturation en ligne.

• (1535)

Maintenant que vous avez une idée de notre rôle dans le domaine du commerce électronique, j'aimerais à présent conclure en glissant un mot sur l'importance de la vitalité et de la compétitivité du marché des paiements pour le commerce. Le marché des services de paiement ne cesse de changer et la façon dont il évoluera aura une incidence importante sur les commerçants, les entreprises et les consommateurs canadiens.

Pour toutes les parties intéressées, y compris le gouvernement, je crois que nous devons viser à ce que le marché des services de paiement au Canada demeure sain, compétitif, innovateur et sécuritaire et qu'il réponde aux besoins de tous les participants. À cette fin, une réglementation sensée joue un rôle important.

Le Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit publié par le ministère des Finances en avril 2010 est un parfait exemple de solution pragmatique aux problèmes du marché qui a favorisé une concurrence plus saine et plus efficace. Malgré les arguments que pourraient opposer certains acteurs du marché, que vous avez entendus lors de votre précédente réunion, le Code de conduite n'est pas anticoncurrentiel. Bien au contraire, la concurrence sur les opérations de débit aux points de vente reste ouverte, juste et transparente. Le Code de conduite a même favorisé la transparence et a forcé les réseaux et les fournisseurs de réseaux de paiement à s'assurer que les utilisateurs finaux en ont pour leur argent pour penser remporter un marché. C'est pour cela que nous estimons que les objectifs fondamentaux de politique publique du Code de conduite, en particulier parce qu'il est axé sur la transparence et le choix pour les commerçants et leurs clients, peuvent et doivent être maintenus et appliqués à d'autres technologies telles que le téléphone cellulaire.

Je vous remercie de votre attention et je serai heureux de répondre à vos questions.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Morris.

C'est maintenant au tour de M. Roche, pour six minutes.

M. Jim Roche (président et chef de la direction, CANARIE inc.): Bonjour. Merci beaucoup, monsieur le président, et merci aux membres du comité.

Je m'appelle Jim Roche et je suis président et chef de la direction de CANARIE Inc. Merci de me donner l'occasion de vous parler de CANARIE et de son importance pour stimuler le commerce électronique au Canada. Mon exposé portera principalement sur l'infrastructure numérique nécessaire pour développer et commercialiser les nouveaux produits et services du commerce électronique afin de s'assurer que le Canada est à la fine pointe de l'économie numérique mondiale.

Comme vous le savez, l'appui du gouvernement a joué un rôle fondateur dans le cas du commerce électronique. La DARPA — Defense Advanced Research Projects Agency —, qui est un laboratoire de recherche de la Défense américaine, a ouvert la voie à Internet tel que nous le connaissons. Les scientifiques du laboratoire du CERN en Suisse ont créé le fureteur permettant de partager l'information sur Internet et, évidemment, la liste se poursuit.

Au Canada, CANARIE et ses partenaires, ont joué un rôle important dans l'avènement et l'adoption d'Internet large bande au début des années 1990. En fait, CANARIE a été créé et financé par le gouvernement du Canada pour mettre en place et administrer un réseau ultra haute vitesse pour la recherche et l'éducation partout au pays.

Grâce à l'appui du gouvernement du Canada au cours des 18 dernières années, CANARIE a bâti un réseau à fibre optique de 19 000 km de longueur, distinct de l'Internet commercial. Ce réseau national relie les réseaux de recherche des provinces et des territoires et s'étend d'un océan à l'autre. Les provinces absorbent une partie du coût de cette infrastructure: pour chaque dollar que le gouvernement fédéral injecte dans le réseau CANARIE, nous réussissons à aller chercher 1,50 \$ en investissement des provinces.

Le réseau raccorde toutes les universités du pays, plus d'une centaine de laboratoires et ministères fédéraux et provinciaux, ainsi que des milliers de collèges communautaires et d'écoles primaires et secondaires. Au-delà d'un million d'utilisateurs ont accès à ce réseau national ultrarapide, ce qui leur permet de collaborer entre eux, ainsi qu'avec leurs homologues d'une centaine de pays, dont les États-Unis, le Brésil, la Chine et l'Inde.

Les établissements postsecondaires des États-Unis se sont révélés le terrain le plus fertile pour le développement de technologies novatrices, y compris les technologies du commerce électronique. Par exemple, on peut retracer les origines des entreprises les plus novatrices d'aujourd'hui, comme Google et Facebook, dans les universités américaines.

Cependant, au Canada, l'effort de commercialisation de nouveaux services laisse beaucoup à désirer. Nous n'avons pas été témoins du même niveau d'activité de commercialisation au sein du secteur de l'éducation supérieure que celui qu'on a observé aux États-Unis. Une des raisons, selon une analyse récente faite par des organismes consultatifs nationaux comme le Conseil des académies canadiennes, CAC, et le Conseil des sciences, de la technologie et de l'innovation, CSTI, c'est qu'il n'y a pas suffisamment de liens forts entre le secteur privé et le secteur universitaire, que ce soit au niveau des politiques ou au niveau de l'infrastructure. Nous croyons que l'infrastructure ultramoderne de CANARIE peut être mise à profit encore davantage pour non seulement créer du savoir neuf, mais également pour accroître la collaboration et le transfert du savoir des laboratoires universitaires vers le marché.

CANARIE a fait sa part pour appuyer l'écosystème de l'innovation canadienne. En plus de faire fonctionner son infrastructure nationale avancée, CANARIE a également financé des programmes d'innovation technologique visant à mettre au point des plates-formes d'avant-garde. Pour mettre ces choses en contexte, CANARIE a investi près de 200 millions de dollars au cours des 18 dernières années et, par effet de levier, a recueilli 240 millions de dollars d'autres sources pour le développement de plates-formes et de services en ligne dans plus de 300 projets. Vers la fin de la dernière décennie, CANARIE a financé spécifiquement des projets visant à aider à développer et à accélérer l'adoption d'applications et de services avancés dans le domaine de l'entreprise électronique.

Un exemple de projet qui a été financé par CANARIE est GS1 Canada, qui s'appelait antérieurement ECCnet. Je pense que cet organisme a témoigné devant le comité il y a quelques jours. En 2002, cet investissement de CANARIE a aidé à s'assurer que l'industrie canadienne était en bonne position pour jouer un rôle de chef de file dans le développement et la participation en ce qui concerne les normes du commerce électronique mondial.

En avril de cette année, CANARIE a également lancé un programme d'accélérateur technologique pour l'innovation et la recherche, ATIR en abrégé. Le but de ce projet est de rendre notre infrastructure accessible aux entreprises canadiennes de petite et moyenne taille dans le secteur des technologies de l'information et des communications. ATIR leur permet d'utiliser le réseau CANARIE, combiné aux installations d'informatique et d'entreposage nuagiques pour concevoir, développer, tester et valider leurs solutions à grande échelle avant le déploiement commercial.

Même au cours des premiers stades du programme ATIR, qui en est actuellement à la phase pilote, nous avons pu en observer les avantages pour nos utilisateurs. Il a réduit leurs mises de fonds initiales en infrastructures de R-D, ce qui leur permet de se concentrer sur la tâche la plus importante, le développement du produit. Cela aide à réduire leur délai de lancement et leur permet de profiter de la prime au premier entrant dans le marché mondial.

● (1540)

Un deuxième avantage tout aussi important pour nos utilisateurs est l'accès à une expertise dans des technologies de pointe. Par exemple, par l'intermédiaire de l'ATIR, CANARIE a aidé de petites et moyennes entreprises canadiennes à utiliser les ressources et les technologies de l'informatique nuagique et à les intégrer dans leur modèle d'affaires. Les résultats ont été très positifs.

Nous prévoyons étendre ce programme et offrir plus de ressources pour en faire profiter un nombre nettement plus important d'entreprises, environ 3 500, une fois qu'il sera pleinement opérationnel. Nous ne voyons aucune raison pourquoi le prochain Google ou Facebook ne pourrait pas être développé ici même, au Canada, sur le réseau CANARIE.

En résumé, en soutenant la recherche et l'éducation, CANARIE aide le gouvernement à respecter ses priorités, notamment l'innovation et la productivité pour engendrer une plus grande richesse ainsi que pour rehausser la santé et le bien-être des Canadiens.

CANARIE est une formidable réussite canadienne reconnue dans le monde entier. Le besoin d'un tel réseau demeure criant et ne cesse de grandir. Comme je l'ai déjà dit, l'investissement du gouvernement fédéral dans CANARIE est justifié. Il s'agit d'un investissement stratégique dans l'avenir du Canada.

CANARIE est financé par tranches de cinq ans et son mandat actuel prend fin en mars prochain. Au nom de ses utilisateurs et des

bénéficiaires de ses services et programmes, CANARIE sollicite votre appui pour l'obtention de son mandat quinquennal assorti du financement nécessaire, de manière qu'il puisse continuer d'accélérer le développement et l'adoption du commerce électronique.

Je serai heureux de répondre aux questions des membres du comité et de fournir toute information supplémentaire dont le comité pourrait avoir besoin.

Merci du temps que vous m'avez accordé.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Roche.

Maintenant, madame Brisebois, je crois savoir que vous avez une déclaration liminaire tirée d'une autre séance où il y a eu un vote — et en passant, j'ai le regret de vous informer que cela se fera aujourd'hui.

Je vais vous permettre, madame Brisebois, de récapituler vos observations pendant quelques minutes, de sorte que tout le monde puisse s'en rappeler, et ensuite, nous allons donner la parole à M. Campbell. Nous allons essayer de nous rendre aussi loin que possible dans la présente réunion avant que se fasse entendre la sonnerie tant redoutée.

Allez-y, s'il vous plaît.

Mme Diane Brisebois (présidente et directrice générale, Conseil canadien du commerce de détail): Je vais faire un résumé. Merci, monsieur le président.

● (1545)

[Français]

Lors de notre dernière présentation, nous avons présenté des documents.

[Traduction]

Je ne suis pas certaine s'ils ont été distribués aujourd'hui, mais il est certain que je ne vais pas expliquer ces notes. J'ai cru qu'il était important que nous soyons invités encore une fois — et je vous en remercie — pour parler du Code de conduite pour l'industrie des cartes de crédit et de débit et, en particulier, des observations trompeuses faites par VISA et MasterCard dans leur témoignage. Je pèse bien mes mots.

Nous avons pensé intervenir publiquement dans le débat pour nous assurer que le comité comprend le point de vue des détaillants, de petite, moyenne et grande taille, du pays. Soyons clairs: le Conseil canadien du commerce de détail parle uniquement au nom de commerçants; il ne parle pas au nom d'autres entreprises. Ses membres interviennent pour

[Français]

80 p. 100 du volume total des ventes au détail au Canada.

[Traduction]

Alors, il s'agit du point de vue du commerce de détail.

Nous croyons que le code a bien servi la communauté de vente au détail en faisant en sorte que les détaillants puissent dire oui aux cartes de crédit Visa ou MasterCard, mais qu'ils puissent dire non aux cartes de débit Visa ou MasterCard. C'était extrêmement important. Comme nous avons attendu Kirkland le dire, il y a une énorme différence entre le prix à payer pour accepter une carte de crédit ou une carte de débit, plus spécifiquement une carte de débit Interac.

Toutefois, nous croyons que le code doit maintenant s'intéresser à la question de la concurrence équitable dans le milieu des technologies mobiles et en ligne, de sorte que la transparence et le choix soient toujours disponibles aux détaillants, surtout aux détaillants de petite et moyenne taille.

Nous croyons également que le Bureau de la concurrence doit bouger sur la restructuration d'Interac pour s'assurer qu'il y a un modèle de gouvernance plus sain et plus efficace, de sorte qu'Interac puisse réinvestir et être concurrentielle dans le milieu des technologies mobiles et en ligne.

Monsieur le président, je terminerai par quelques observations en français.

[Français]

Les réseaux électroniques de cartes de débit et de crédit de détail profitent à deux parties, soit les commerçants et les consommateurs. Les réseaux de cartes de débit et de crédit fournissent aux consommateurs l'occasion de choisir entre plusieurs modes de paiement et leur permettent d'acquérir immédiatement des biens et des services, grâce à leur carte de débit ou à l'accès à du crédit variable. Toutefois, si les consommateurs ont la liberté de choisir leur mode de paiement, les commerçants doivent, eux, selon le cas, assumer des coûts très différents.

Dans un communiqué publié en 2010, le Bureau de la concurrence indiquait qu'il en coûterait 12 ¢ au commerçant lorsqu'un client achèterait des pneus de 400 \$ en se servant d'une carte de débit Interac, mais qu'il lui en coûterait 12 \$ si le client se servait d'une carte de crédit assujettie à des frais de 3 p. 100. De plus, il va sans dire que les coûts se répètent dans le milieu des technologies mobiles ainsi qu'en ligne. Nous sommes donc ici pour s'assurer que le système Interac continue d'exister dans les magasins ainsi qu'en ligne et pour les paiements mobiles.

Merci.

Le président: Merci beaucoup, madame Brisebois.

[Traduction]

C'est maintenant au tour de M. Campbell, pour six minutes.

M. Terry Campbell (président et chef de la direction, Association des banquiers canadiens): Merci beaucoup.

J'aimerais mettre à jour le titre de M. Revell. Il vient juste d'avoir un nouvel emploi. Il mène également deux emplois de front: vice-président principal et dirigeant principal de l'information pour les services bancaires de l'entreprise et du commerce de détail à la CIBC. En dehors de ses heures de banquier, il consacre beaucoup de temps à appuyer les entreprises de technologie en démarrage, en particulier dans la région de Kitchener-Waterloo. J'ai cru qu'il était important que vous le sachiez.

[Français]

Bonjour. Je vous remercie d'avoir invité l'ABC à participer aux présentes consultations.

Aujourd'hui, j'aimerais vous entretenir de trois enjeux. Parlons d'abord des services bancaires en ligne.

[Traduction]

Votre comité se penche sur l'examen du paysage futur du cybercommerce. Or, il est important de se rappeler que, au Canada, nous avons aujourd'hui un exemple réussi de commerce électronique dont nous pouvons nous servir comme modèle afin d'élargir le cybercommerce à d'autres sphères de l'économie. Je parle bien sûr

des services bancaires en ligne, que les banques au Canada offrent à leurs 25 millions de clients partout au pays.

Les services bancaires en ligne sont la forme la plus utilisée de commerce électronique au Canada, les deux tiers des Canadiens ayant indiqué y avoir eu recours en 2010.

Les Canadiens peuvent payer en ligne, sur le site de leur banque, une myriade de factures: téléphone, câble, services publics, autoroutes à péage (comme la 407, au nord de Toronto) et bien d'autres. Ils peuvent également transférer des fonds d'un compte à l'autre, acheter et vendre des actions, investir dans des fonds communs de placement, faire parvenir de l'argent à un ami ou un membre de leur famille et acheter de l'assurance-voyage, pour ne citer que ces exemples.

Comme vous le savez, la technologie continue d'évoluer. Comme votre comité l'a entendu de la part d'autres organisations, nous offrons désormais des services bancaires mobiles qui permettent aux Canadiens d'effectuer diverses opérations bancaires courantes grâce à leur téléphone intelligent. Dans un avenir proche, ils seront aussi en mesure d'utiliser leurs coordonnées d'authentification bancaire pour accéder aux services en ligne du gouvernement du Canada.

Ce qui m'amène à mon deuxième point: le facteur essentiel de la confiance. Sous-jacent au leadership des banques dans le secteur du commerce électronique est le bien le plus précieux qu'un fournisseur de produits ou de services en ligne puisse posséder: la confiance des consommateurs. La confiance que leur banque protégera leurs renseignements personnels et financiers, la confiance que leur banque livrera le produit ou le service promis et la confiance que leur banque leur fournira un mécanisme de recours et de la protection en cas de problème.

Les études montrent que les Canadiens — 82 p. 100 d'entre eux pour être plus précis — sont certains que les banques mettent à jour régulièrement leur technologie, ce qui fait que les transactions électroniques et en ligne sont sécuritaires. Cette confiance est bel et bien justifiée: depuis 1996, les banques ont investi plus de 56 milliards de dollars afin de veiller à ce que le système bancaire canadien demeure accessible, pratique et sécuritaire. Cet investissement dans la sécurité se poursuivra.

J'arrive donc à la conclusion suivante: suivre des normes de sécurités strictes qui protégeront les renseignements des clients et préserveront l'intégrité des transactions de paiement doit être le critère de base à respecter lorsqu'on propose d'accepter ou de traiter les paiements en ligne. Il s'agit bien sûr de savoir comment y arriver.

Concevoir des mécanismes sécurisés pour les identités et les authentifiants numériques est une première étape cruciale. Nous savons que le gouvernement fédéral a déjà entrepris des démarches utiles dans ce sens.

J'aimerais conclure par quelques commentaires au sujet du système de paiements efficace dont jouit le Canada, tout particulièrement en ce qui a trait aux cartes de paiement. Les 25 millions de consommateurs au Canada, qui stimulent l'économie grâce à leurs achats, comptent sur un système de paiements efficace et efficient, disponible 24 heures sur 24, sept jours sur sept. Il est certain que ces consommateurs tirent de nombreux avantages du système.

Les consommateurs canadiens ont ainsi de très nombreux choix. Des centaines d'institutions émettent en effet des cartes de crédit aux caractéristiques tellement variées qu'il y en a pour tous les profils et tous les budgets. De nombreuses cartes offrent des récompenses. Les consommateurs, qui constatent la vraie valeur que leur donnent leurs points, tiennent à ces récompenses. Ils bénéficient également de normes de sécurité élevées et tout problème rencontré est réglé rapidement et sans peine. Cela a déjà été dit au comité, c'est la promesse de responsabilité-zéro.

Mais n'oublions pas — comme vient de le mentionner Diane — que les consommateurs ne sont pas les seuls à profiter de ce système. Pour les commerçants, accepter les cartes de crédit signifie un traitement rapide des achats. Les paiements sont pratiquement instantanés sans oublier qu'ils sont garantis. Si chaque transaction à un point de vente dure 30 secondes de plus, il en coûtera aux commerçants 27 millions d'heures de travail supplémentaire par année. Vous souvenez-vous du temps où les commerces devaient accorder du crédit pour stimuler les ventes? Ou du temps où signer un chèque comme moyen de paiement entraînait un retard à la caisse, car il fallait vérifier l'identité du client? Ce temps est révolu grâce au système de paiement actuel.

Par ailleurs, les cartes de paiement permettent les ventes en ligne, ce qui favorise l'expansion des affaires. Les cartes de paiement signifient également qu'il y a moins d'argent liquide dans les caisses, donc une réduction des coûts de manutention et de dépôt et une hausse de la sécurité pour les employés. Pensez à l'adolescent travaillant à minuit dans un dépanneur; les voleurs veulent de l'argent et non des bordereaux de cartes de crédit.

• (1550)

Il est facile de tenir pour acquis le système de paiement au Canada étant donné qu'il fonctionne bien. Les décisions futures en matière de politiques publiques doivent impérativement veiller à ce que l'efficacité, la résilience et la sécurité du système de paiement ne soient pas compromises, car le prix à payer serait des conséquences hautement négatives sur l'économie.

Alors que le comité et les décideurs se penchent sur l'avenir du cybercommerce dans les autres domaines de l'économie canadienne, le secteur bancaire estime que d'importantes leçons peuvent être tirées de son expérience dans la création d'un système de services bancaires en ligne solide et sécuritaire. Nous nous réjouissons à la perspective d'en discuter avec vous et vous remercions beaucoup de nous avoir invités à témoigner.

• (1555)

Le président: Merci beaucoup, monsieur Campbell.

Je vais maintenant demander l'avis des membres sur une décision qui doit faire l'objet d'un consentement unanime. Je crois qu'il nous reste environ 21 minutes avant la fin de la réunion. Nous pouvons donc, soit avoir une première série de questions de cinq minutes chacun, soit nous en tenir à la norme de sept minutes chacun, ce qui nous amènerait à dépasser de huit minutes la fin de la séance. J'ai donc besoin d'un consentement unanime sur la décision que nous allons prendre.

Que préférez-vous, cinq ou sept minutes?

Puisque les sept minutes ne font pas l'unanimité, nous nous en tiendrons aux cinq minutes, en commençant par les conservateurs.

Vous avez donc cinq minutes, monsieur McColeman.

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

Et merci à tous de votre présence et de vos interventions.

J'aurais quelques autres questions à propos de CANARIE. Pourriez-vous tout d'abord, monsieur Roche, confirmer l'affirmation du président de l'Association canadienne des télécommunications sans fil, Bernard Lord? Il a déclaré en effet que 97 p. 100 de la population canadienne était desservie par le réseau 3G ou un réseau plus rapide. Il a aussi affirmé que nous avons plus de réseaux rapides que n'importe quel autre pays. Est-ce d'après vous une information exacte?

M. Jim Roche: Je ne peux ni confirmer ni infirmer les commentaires de M. Lord à propos de la couverture sans fil. Le réseau CANARIE concerne uniquement la recherche et l'éducation. Le Canadien moyen n'y a pas accès comme il a accès au réseau commercial Internet. Le réseau CANARIE est toutefois un chef de file mondial par rapport à la capacité qu'il offre à nos chercheurs, et il l'est depuis sa création en 1993. Oui, le Canada est un chef de file mondial pour les réseaux relatifs à la recherche et l'éducation, et pour la large bande et la capacité qu'il met à la disposition de ses chercheurs.

M. Phil McColeman: Pourriez-vous nous donner des exemples concrets, non seulement des modes de branchement de votre réseau et de son importance pour la recherche — ce dont vous avez parlé —, mais aussi de ce qu'il a fait pour accélérer la commercialisation de la recherche dans le contexte canadien.

M. Jim Roche: Il y en a tellement. J'en cherche un qui pourrait être pertinent.

Voilà, je pense à un jeu à multiples joueurs qui permet les achats pendant le jeu. Je ne sais si vous le savez, mais l'industrie du jeu est très étendue au Canada. Une de ces compagnies a donc pu mettre à l'essai son produit sur le réseau CANARIE pour s'assurer que la technologie pouvait absorber un nombre donné d'utilisateurs simultanés et que le mode d'achat pendant le jeu fonctionnait de façon à pouvoir récupérer les recettes engendrées par ce type de transaction. Voilà un exemple concret de commercialisation. La compagnie utilise le projet pilote d'accélérateur technologique pour l'innovation et la recherche dont j'ai parlé plus tôt.

Avez-vous un autre exemple, Harry?

M. Harry Sharma (analyste des politiques, CANARIE inc.): À l'occasion de mandats précédents, au début des années 1990, nous avons investi dans de nombreuses compagnies comme Flintbox, que vous connaissez peut-être. Aujourd'hui, on s'en sert surtout pour distribuer des licences de propriété intellectuelle. Comme Jim l'a dit, il y a bien d'autres exemples que nous serions heureux de faire connaître au comité, s'il le désire.

M. Phil McColeman: Excellent, merci.

Cette question s'adresse à Mme Brisebois. Quelles sortes de mesures prennent vos membres pour accroître leur commerce ou leur productivité et leur innovation en cette nouvelle ère numérique? En avez-vous des exemples?

Mme Diane Brisebois: La première chose à faire serait de distribuer à tous les membres du comité un exemplaire de l'étude qu'a menée Industrie Canada en 2010 sur l'état du commerce de détail. Selon cette étude assez récente, la productivité du commerce de détail a dépassé celle de tous les autres secteurs par rapport aux investissements dans les technologies de l'information et les chaînes d'approvisionnement. Cela comprend évidemment le cybercommerce dont nous parlons à propos de la recherche.

Nos détaillants au Canada, qu'il s'agisse d'acteurs internationaux ou locaux, et surtout les détaillants de taille moyenne et importante, ont investi beaucoup plus que leurs équivalents américains au cours des cinq dernières années. Nombre d'entre eux — dont vous parlerez certainement d'autres témoins — investissent dans la technologie mobile, non seulement pour les paiements, mais aussi pour la commercialisation, ou font de nombreux essais dans ce domaine. Les grands détaillants investissent dans les médias sociaux, les rapports avec les clients et l'information sur la gestion des clients.

Nous avons constaté par ailleurs un accroissement substantiel des technologies propices au cybercommerce. Nous entendons par là les sites Web, non seulement qui fournissent de l'information sur les produits, mais qui permettent aussi aux clients d'entrer en contact avec l'entreprise et d'acheter des biens en ligne. Dans le commerce de détail de taille moyenne et importante au Canada, il y a eu une augmentation de 30 p. 100 de ces sites. Il y a donc pas mal d'activité. On ne s'en rend pas compte parce que l'on a souvent tendance à comparer le Canada aux États-Unis.

• (1600)

Le président: Merci, madame Brisebois.

Il faut que je fasse attention, parce que j'aimerais que tout le monde ait une autre possibilité d'intervenir avant la fin de la réunion.

Mme Diane Brisebois: Il faudrait faire vite, car j'ai un avion qui m'attend.

Des voix: Oh, oh!

Le président: Je comprends.

Nous passons à M. Thibeault, qui a cinq minutes.

M. Glenn Thibeault (Sudbury, NPD): Merci, monsieur le président.

Je commencerai donc par vous, madame Brisebois, puisque que votre avion vous attend.

Nous avons entendu depuis peu d'excellents témoignages sur le cybercommerce et les paiements mobiles. Mais nous avons aussi essayé de cerner les soucis des commerçants qui ont eu à accepter à contrecœur les paiements mobiles et les transactions de cybercommerce.

Il y a un an et demi ou deux, nous avons eu la campagne des commerçants contre les redevances et tout ce que nous avons fait dans ce dossier. Et aujourd'hui à nouveau, des inquiétudes se font jour sur les conséquences des paiements mobiles et du cybercommerce sur les commerçants. Toute cette innovation, c'est fantastique; et personne ne cherche à l'étouffer. Mais comment cela va toucher les détaillants de taille petite et moyenne?

Vous pourriez peut-être commencer par cela.

Mme Diane Brisebois: Merci de votre question, monsieur Thibeault.

Je pense que les détaillants de petite et moyenne taille ne tarderont pas à intervenir à nouveau pour parler des coûts associés aux paiements mobiles. Leur problème est qu'ils ont très peu de moyens de pression.

Comme je l'ai mentionné plus tôt à propos du code de conduite, étant donné que VISA, MasterCard et leurs banques émettrices n'ont pas pu faire circuler ces cartes au point de vente, les commerçants se sont dit: « Non, c'est trop cher. Nous voulons les paiements par débit Interac. Nous prendrons votre carte de crédit; elle nous convient, mais nous ne pouvons nous permettre rien d'autre. »

Nous craignons que le code ne protège pas le monde en ligne et mobile. On laisse de côté les infrastructures et on procède aux débits par VISA et MasterCard, auprès des différents émetteurs, dans l'autre monde. Comme vous le savez, les coûts associés aux débits par VISA, par rapport aux débits par Interac, sont beaucoup plus élevés pour les commerçants.

J'aimerais signaler un point intéressant pour conclure, monsieur le président. On parle toujours de concurrence, on dit qu'Interac a un monopole. C'est drôle qu'un monopole soit meilleur marché que des services en concurrence. C'est drôle de voir la façon dont cela fonctionne. Tant qu'on ne pourra pas mettre sur le marché un produit concurrentiel et tant qu'il n'y aura pas un lien entre le coût à payer et le service fourni, il faudra continuer de mettre le code à jour pour faire en sorte qu'il y ait transparence et concurrence.

M. Glenn Thibeault: Nous avons tous avec nous nos technologies: BlackBerrys, iPads, iPhones ou autres. Et presque chaque jour, de nouveaux promoteurs proposent une nouvelle application pour traiter un paiement. Nombre de ces applications sont destinées aux petites et moyennes entreprises. C'est là que se situent les craintes.

Nous avons eu VISA et MasterCard, monsieur Campbell. MasterCard affirme que certaines de ses applications seront gratuites. VISA ne peut nous donner de réponse; elle veut s'assurer d'abord que le service est offert.

Nous savons que la commission des commerçants est inquiète. Est-ce que les banques envisagent d'ajouter un autre point de pourcentage à certaines de ces transactions? À quoi devons-nous nous attendre de la part de l'industrie des banques par rapport au commerce mobile et au cybercommerce?

M. Terry Campbell: Je dois dire tout d'abord que je sympathise de tout cœur avec Diane. Être frappée deux fois par la foudre, il faut le faire.

Mme Diane Brisebois: J'en suis sûre.

M. Terry Campbell: Je sympathise. Diane et moi avons eu en fait d'excellentes conversations.

Je dirais deux choses. Premièrement sur le code — Diane l'a mentionné parce qu'il s'applique à bien des points —, nous pensons que le gouvernement a fait un excellent travail. Nous pensons qu'il est équilibré et représente, bien franchement, une solution élégante. Il n'est en vigueur que depuis un peu plus d'un an et nous pensons qu'il faut lui laisser le temps de fonctionner. Et en fait, il marche dans la mesure où il a permis de résoudre des différends.

On entend beaucoup parler des coûts. J'ai souligné dans mes remarques préliminaires que cela est une chose en effet. Mais il faut aussi regarder les avantages et les conséquences positives sur les recettes que procure le système de cartes de paiement. À propos des paiements mobiles, qui ne sont pas encore en vigueur, il faut tenir compte de deux points. Le Canada est au premier rang mondial quant à la pénétration du marché. Ce n'est pas le cas aux États-Unis. Nous sommes en effet au premier rang mondial par rapport aux modes de paiement « sans contact », comme PayWave et PayPass. Le système de paiements mobiles utilisera cette technologie. Ce n'est pas comme s'il fallait en trouver une autre. Il est bien trop tôt pour parler de coûts ou de redevances, mais n'oublions pas que le système se fondera sur la technologie existante.

•(1605)

Le président: Merci, monsieur Campbell.

Je suis désolé, monsieur Thibault.

M. Glenn Thibeault: Nous aurions dû opter pour les sept minutes.

Le président: C'est au tour de M. Richardson qui dispose de cinq minutes...

M. Lee Richardson (Calgary-Centre, PCC): Je suis d'accord avec vous, Glenn.

J'aimerais que vous poursuiviez votre intervention, mais nous sommes plus ou moins parvenus au stade où... Je vous accorde peut-être deux minutes, puis, Diane, j'aimerais que vous répondiez à la question.

Mme Diane Brisebois: J'en suis certaine. Je sais que vous n'y tenez pas, mais je le ferai tout de même.

M. Lee Richardson: Pouvez-vous intervenir pendant deux minutes, monsieur Campbell? Je tiens ensuite à entendre votre réponse. Je ne peux pas croire ce que vous dites tous les deux.

M. Terry Campbell: Tout d'abord, je dirais — avec tout le respect que je dois à Diane, qui accomplit un excellent travail pour le compte de ses membres — qu'on fait beaucoup de tapage au sujet des coûts et qu'on exagère ceux-ci. Je vous invite à prendre en considération les avantages que les détaillants et les entreprises retirent d'un système de paiement qui fonctionne bien.

En ce qui concerne les solutions de paiement mobile, bon nombre des discussions ne tiennent pas compte du consommateur. Nous parlons des émetteurs, des réseaux et des détaillants, mais ce sont les consommateurs qui comptent. Ceux-ci aiment être en mesure d'utiliser ces services. Ce sont eux qui stimulent notre économie et, si nous modifions la structure du système de paiement d'une manière qui désavantage les consommateurs, cela aura un effet négatif.

Pour ce qui est des paiements mobiles, nous n'avons pas observé de déploiement en tant que tel. Comme je l'ai dit, le système s'appuie sur la technologie existante, nous n'introduisons pas un nouvel ensemble de machines ou de dispositifs sur les comptoirs des détaillants. Alors je pense que cela influera sur la question des coûts.

Diane.

Mme Diane Brisebois: J'ai l'impression qu'il me faudrait jouer un petit air triste au violon, mais je ne vais pas le faire.

Bien essayé, Terry.

Les consommateurs seront toujours très bien servis, et ils bénéficieront toujours d'un vaste choix de produits. Le monde est rempli d'émetteurs et de banques qui se disputent leur clientèle, que ce soit VISA ou MasterCard. Par conséquent, je ne m'inquiète pas

trop pour les consommateurs. Parce que nous avons entendu leur témoignage l'année dernière ou il y a deux ans, je me préoccupe des intermédiaires — hommes ou femmes —, des petites ou moyennes entreprises et même des grandes qui savent que cette technologie s'en vient et qui, avec tout le respect que je vous dois, Terry, ne participent pas à cette discussion concernant les normes, concernant le nombre d'appareils qu'ils devraient avoir sur leur bureau. Ils se demandent pourquoi cette machine ne dure pas une dizaine d'années au lieu d'une et pourquoi cette merveilleuse sécurité, ces nouveaux claviers d'identification personnelle et ces nouvelles cartes dotées d'un NIP et d'une puce ne réduisent pas la fraude. Les coûts des détaillants sont supérieurs à ceux qu'ils assumaient il y a 10 ans, quand ils manipulaient de l'argent comptant.

Par conséquent, il est très difficile de persuader l'ensemble des détaillants qui sont très avertis, quelle que soit leur taille. Malgré toutes ces améliorations et toutes ces technologies, les coûts grimpent. Dans tous les autres domaines, lorsqu'on investit davantage dans la technologie, l'efficacité augmente et les coûts diminuent. Voilà ce qui nous préoccupe surtout. Quelle bonne nouvelle! VISA est plus riche que le Vatican. Ses annonces sont tellement formidables qu'elles nous persuadent d'utiliser notre carte de crédit VISA même pour acheter une miche de pain. Toutefois, cette pratique n'avantage pas le marchand. Les consommateurs ne sont pas moins servis ou mieux servis; ils utilisent simplement un produit différent. Ils ignorent que, lorsqu'ils utilisent leur carte de crédit, des solutions de paiements mobiles ou le service TapezPartez, les émetteurs gagnent beaucoup plus d'argent que lorsqu'ils ont recours à leur carte de débit. Alors, soyons honnêtes à ce sujet.

Je crois avoir eu gain de cause.

•(1610)

M. Terry Campbell: Je n'en suis pas si sûr.

Mme Diane Brisebois: Je me prononce en ma faveur.

Des voix: Oh, oh!

Une voix: Terry va sortir son violon.

M. Terry Campbell: Oui, c'est à mon tour de jouer du violon.

J'aimerais que vous m'accordiez un moment pour répondre, monsieur le président.

Le président: Vous disposez d'une minute et demie, monsieur Campbell.

M. Terry Campbell: S'il y a une chose que nous avons apprise durant la crise financière, c'est qu'on ne peut jamais tenir la prudence ou la sécurité pour acquises. Il est absolument essentiel de demeurer attentif. Cela s'applique également au système de paiement. Dans ce domaine, les malfaiteurs tentent toujours de nous devancer. Les coûts liés à la sécurité ne cessent de croître, parce que les malfaiteurs deviennent de plus en plus astucieux. Ils sont très motivés. Les systèmes de sécurité ne sont ni économiques, ni faciles à élaborer. C'est une lutte incessante, et il faut de l'argent pour en sortir vainqueur.

Toutefois, n'oubliez pas que plus on optimise le processus — et c'est ce qu'accomplissent les paiements mobiles — plus les intérêts des détaillants que représente Diane seront servis, plus les entreprises seront favorisées en général et plus les consommateurs seront satisfaits, car le service sera plus rapide et plus efficace.

M. Lee Richardson: Vos services sont-ils moins sûrs?

M. Kirkland Morris: Nos services? Non.

M. Lee Richardson: Et voilà.

Le président: Monsieur Regan.

L'hon. Geoff Regan (Halifax-Ouest, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je remercie tous nos témoins d'être venus aujourd'hui, surtout vous, madame Brisebois, et toute autre personne qui a été obligée de se déplacer et qui sera renvoyée beaucoup trop tôt aujourd'hui.

Monsieur Morris, plus tôt au cours de l'étude, on nous a dit que l'implantation du commerce électronique était plus lente au Canada qu'aux États-Unis. À votre avis, est-ce vrai? Dans l'affirmative, pourquoi est-ce ainsi, et comment le marché américain se compare-t-il au nôtre?

M. Kirkland Morris: Voilà une excellente question.

J'estime que le marché canadien progresse constamment vers l'économie numérique et l'univers du commerce électronique. En tant que fournisseurs de services de paiement, nous nous employons à offrir un ensemble de solutions qui permettent à nos produits — qu'ils soient destinés aux détaillants, aux petites entreprises, au gouvernement ou à d'autres groupes — de passer des méthodes traditionnelles au commerce électronique.

Nous observons souvent notre voisin du Sud, et nous sommes saisis d'un sentiment d'infériorité. Selon moi, nous ne devrions pas l'être dans ce domaine. Je pense que le système de paiement canadien est reconnu depuis longtemps comme étant très solide, très bien développé, très efficace et très sûr. À l'échelle mondiale, on considère qu'Interac et un certain nombre de fournisseurs de services de paiement sont des chefs de file, et je crois que c'est une position que nous pouvons continuer d'occuper.

L'hon. Geoff Regan: Disposez-vous de données mesurables, quelles qu'elles soient? Vous me dites que le commerce électronique canadien est bien établi comparativement à celui des États-Unis? Possédez-vous des données mesurables que vous pourriez nous présenter?

M. Kirkland Morris: De mémoire, je ne crois pas disposer de données qui permettent de comparer le Canada directement aux États-Unis. Je serais certainement heureux de...

L'hon. Geoff Regan: Combien de détaillants ont recours au commerce électronique dans chaque pays? À mon avis, c'est le meilleur moyen de comparer les deux pays. On nous a dit que le commerce électronique évoluait plus rapidement et qu'il était plus répandu aux États-Unis, en partie parce que les frais de transaction étaient plus concurrentiels, entre autres. Les commerces y participent davantage, parce que les coûts sont inférieurs.

M. Kirkland Morris: Nous avons beaucoup discuté des frais aujourd'hui. En fait, les Canadiens, tant les particuliers que les commerçants, paient beaucoup moins de frais dans le cadre de leurs paiements que leurs homologues américains. Malgré tous ces débats, nous savons, entre autres choses, qu'Interac est au coeur de notre système de paiement économique et efficace depuis très longtemps.

L'hon. Geoff Regan: Comment pouvons-nous nous assurer que les petites entreprises se mettent à jour?

M. Kirkland Morris: Si nous possédions une formule magique, nous l'emploierions. Les petites entreprises ordinaires s'efforcent de payer leurs fournisseurs et d'être payées par leurs clients à la fin du mois, ainsi que de gérer leurs coûts en tout temps. Ce comportement n'est pas tellement différent de celui du consommateur typique qui essaie à la fois de payer son hypothèque, sa facture d'électricité, sa nourriture et d'envoyer ses enfants à l'école.

Nous réussissons depuis longtemps à offrir aux consommateurs un ensemble de solutions de paiement dignes d'intérêt. Nous commençons à nous demander comment nous pourrions emprunter les

méthodes qui ont bien fonctionné auprès des consommateurs, méthodes qui, selon moi, font de nous des chefs de file reconnus à l'échelle mondiale, et les appliquer au monde des affaires, en particulier aux petites entreprises.

L'hon. Geoff Regan: Madame Brisebois, lorsque nous avons entrepris cette étude, j'ai d'abord pensé aux cartes de crédit, aux frais qui s'y rattachent et aux programmes de fidélisation. Je songeais aux nouvelles cartes qui occasionnent aux détaillants des coûts de plus en plus élevés et aux répercussions qu'ils avaient sur eux. À mon sens, à condition que les mêmes règles s'appliquent à tous et que le plafond pour ces frais soit le même pour chaque banque, je ne vois pas comment une banque pourrait se plaindre qu'une autre banque bénéficie d'un avantage. En ce qui concerne les frais qui peuvent s'appliquer et les préoccupations des petites entreprises, quel rôle le gouvernement devrait-il jouer?

• (1615)

Mme Diane Brisebois: Je pense que le gouvernement a fait du bon travail dans ce domaine. Le Canada a surpris bon nombre d'autres États en adoptant un code de conduite volontaire.

[Français]

Je dois l'avouer,

[Traduction]

nous voulions que le code soit involontaire, et non volontaire, mais nous avons aussi remarqué qu'il atteignait les objectifs escomptés.

Je ne suis pas certaine de pouvoir parler des plafonds. Je rappellerais au comité qu'un groupe de travail a été chargé d'examiner le système de paiement et que cela a permis à tous de se réunir.

[Français]

Ça incluait de petites entreprises, de grandes entreprises et

[Traduction]

différents intervenants, et ils ont formulé des recommandations qui valent la peine d'être examinées par votre comité et d'attirer l'attention du gouvernement. Elles portent sur le fait que le Canada accuse du retard par rapport à certaines facettes des paiements mobiles. Elles traitent des petites entreprises et de la façon dont nous pourrions les aider à payer leurs factures par voie électronique plutôt que par chèque.

Je pense que tous ces aspects, y compris ce qui se produit dans le système de paiement, sont couverts de manière approfondie dans ce document. Je recommande que nous examinions ce rapport. Je crois qu'il répondra à bon nombre de ces questions.

Le président: Merci, madame Brisebois.

Merci, monsieur Regan.

La sonnerie retentit maintenant. Avant d'interrompre la séance, je tiens à indiquer clairement qu'il s'agit là d'une suspension de nos travaux et d'une pause café prolongée pour nos témoins.

Nous avons l'intention de revenir. Cependant, je ne sais pas ce qui va se passer à la Chambre après le premier vote. Nous allons maintenant suspendre la séance, et nous espérons être en mesure de revenir et de poursuivre nos travaux.

• (1615)

(Pause)

• (1705)

Le président: Mesdames et messieurs, le temps presse. Nous disposons seulement d'une période très limitée.

Nous allons maintenant passer au Parti conservateur qui dispose de nouveau de cinq minutes. C'est au tour de M. Braid de poser ses questions.

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

Je remercie les témoins de leur présence cet après-midi.

Nos collègues vont revenir tranquillement, mais nous voulons amorcer le débat immédiatement.

Pour commencer, j'ai quelques questions à vous poser, monsieur Roche, concernant CANARIE. Je suis curieux de savoir si tout le financement est gouvernemental — accordé par le gouvernement fédéral ou les gouvernements provinciaux —, s'il y a également d'autres sources de financement.

M. Jim Roche: Le réseau CANARIE est financé en partie par le gouvernement fédéral, en partie par les gouvernements provinciaux et en partie par les frais que nous imposons aux utilisateurs. La majeure partie des frais d'utilisation proviennent des établissements que nous branchons. Par conséquent, la plupart des frais sont versés par les universités et, dans une moindre mesure sur le plan monétaire, par les collèges, les laboratoires gouvernementaux et les écoles primaires et secondaires.

M. Peter Braid: Est-ce que tous, ou pratiquement tous, les établissements postsecondaires du Canada font partie du réseau?

M. Jim Roche: Oui, chaque université et la vaste majorité des collèges — mais pas chacun d'entre eux — sont membres du réseau CANARIE. Ils sont branchés au réseau.

M. Peter Braid: Je suis curieux de savoir si le réseau CANARIE lié à la recherche a engendré des innovations dans la version commerciale d'Internet.

M. Jim Roche: Voilà une excellente question. La réponse est sans équivoque oui. Lorsque CANARIE a été amorcé en 1993, la version commerciale d'Internet en était seulement à ses débuts. En fait, CANARIE a joué le rôle de banc d'essai dans le cadre de l'élaboration de nouvelles technologies qui ont finalement été déployées dans le réseau de production de la version commerciale d'Internet. Au cours des 18 dernières années, le réseau CANARIE est devenu un réseau de production qui appuie la recherche et l'éducation. Mais, dernièrement, nous avons affecté une portion de notre réseau à ce genre d'expérimentation afin de poursuivre l'évolution des technologies de prochaine génération et leur commercialisation dans la version commerciale d'Internet.

M. Peter Braid: Merci.

J'ai une question à poser à l'ABC. Monsieur Campbell, dans votre exposé vous avez parlé de l'importance de mettre à jour la technologie afin d'assurer la sécurité des transactions. Pourriez-vous nous renseigner sur ce qui constitue la dernière version de cette technologie? Comment a-t-elle évolué au cours des dernières années? Quelle est la rapidité de son évolution?

• (1710)

M. Terry Campbell: Est-ce un sujet que vous aimeriez aborder? Voici mon collègue, M. Revell.

M. David Revell (vice-président principal, Appui aux entreprises et initiatives stratégiques, Banque canadienne impériale de commerce, Association des banquiers canadiens): Bien sûr, je peux intervenir à ce sujet.

En ce qui concerne la sécurité, la génération actuelle de la technologie repose fondamentalement sur la puce et le NIP. C'est la norme, et la question que nous nous posons est la suivante: comment

pouvons-nous étendre la fonctionnalité de la puce et du NIP à toutes les autres voies? Lorsque nous parlons des paiements mobiles et du dernier cri en matière de technologie, nous parlons de NFC, de communications en champ proche, et de la capacité de faire des paiements par téléphone, etc. Derrière ces services réside le même genre de sécurité de pointe qui repose sur les puces et les NIP.

M. Peter Braid: Alors, pourriez-vous nous communiquer les derniers développements en ce qui concerne l'état actuel de la technologie? Comment décririez-vous cette technologie ou cette sécurité sur le plan binaire?

M. Terry Campbell: Dave pourrait peut-être m'aider sur ce point, mais l'élément principal, c'est ce que les banques ont établi au fil des ans. Voilà où nous en sommes. Nous entendons élargir la portée de ces mesures, qualifiées de défense en profondeur. C'est une stratégie fondée sur une approche multidimensionnelle en matière de sécurité couvrant les deux extrémités du processus.

On peut renforcer la sécurité au début du processus grâce à des mécanismes qui deviennent progressivement plus perfectionnés en fonction du risque et, en fait, de l'évaluation. Il peut s'agir d'une simple identification au moyen d'un mot de passe ou de quelque chose de plus poussé, comme le marquage de l'appareil, par exemple. Si une demande en ligne parvient d'un autre appareil que celui qu'on utilise habituellement, le dispositif pose des questions sur les connaissances ou les informations du demandeur. Si l'évaluation permet de déterminer un risque supérieur, on peut implanter des mécanismes comme des jetons d'identification, de petits dispositifs électroniques qui renforcent la sécurité multifactorielle. Il y a donc bien des mesures de sécurité en place au début du processus.

Pour ce qui est de la clôture du processus, vous avez constaté par vous-même ce qu'il en est, et la situation s'améliore de jour en jour. Si un fraudeur réussit à pénétrer le système pour tenter de commettre son crime, il se heurte à des systèmes appelés heuristiques, qui évaluent le comportement. S'ils détectent un comportement inhabituel, ces systèmes sonneront l'alarme, feront un repérage géographique et limiteront les transactions. Ils sont très dynamiques et mobiles. On a l'intention d'étendre cette sécurité à tout le système.

M. Peter Braid: Excellent.

J'ai...

Le président: Vous avez 10 secondes.

M. Peter Braid: Merci.

Le président: Merci beaucoup.

Je laisse maintenant la parole à Mme Leblanc pour cinq minutes.

[Français]

Mme Hélène LeBlanc (LaSalle—Émard, NPD): Bonjour. Merci à tous les témoins de nous avoir attendus, votre patience est appréciée. Merci aussi pour vos témoignages très informatifs.

On revient souvent à la même question, c'est-à-dire qu'il semble y avoir des difficultés dans l'adoption des technologies. Il y a quand même eu des changements, avec l'arrivée de technologies comme Interac et les paiements directs. Il reste que les petites entreprises semblent avoir des difficultés à adopter les nouvelles technologies.

J'aimerais connaître votre opinion à ce sujet. Quels sont les obstacles à l'adoption de nouvelles technologies pour les petites et moyennes entreprises? S'agit-il d'obstacles financiers, d'obstacles liés à la main-d'oeuvre qualifiée ou aux politiques en vigueur?

J'aimerais entendre d'abord Mme Brisebois, puis M. Roche.

Mme Diane Brisebois: Merci, madame LeBlanc.

En fait, vous avez déjà mentionné les obstacles. Habituellement, c'est l'aspect financier, particulièrement le manque de budget. Les budgets qui existent pour les petites et moyennes entreprises sont petits, surtout pour le commerce de détail. On parle de marge de 3 p. 100 ou moins. Vous savez, dans les épiceries, c'est à peu près 1 p. 100. Alors, il y a très peu d'argent en banque, pour ainsi dire, à investir dans de nouvelles technologies qui présentent un très grand risque.

Le deuxième défi est ce qu'on appelle les économies d'échelle. Ça coûte beaucoup plus cher aux entreprises qui sont beaucoup plus petites.

Le troisième obstacle, c'est la main-d'oeuvre. Il est difficile de trouver une main-d'oeuvre qui veut travailler pour une petite entreprise, surtout dans le milieu de la technologie. Souvent, les étudiants qui sortent de l'université veulent travailler pour les très grandes entreprises internationales.

Alors voilà les trois gros défis qui existent aujourd'hui pour nos petits marchands.

• (1715)

[Traduction]

M. Jim Roche: L'un des plus gros obstacles à l'adoption des technologies de l'information et des communications, ou TIC, par les petites et moyennes entreprises, c'est le manque de compréhension des technologies mêmes. Les entreprises de plus grande taille disposent de services spécialisés dotés d'agents principaux de l'information qui peuvent les aider à trouver et à adopter de nouvelles technologies. Les petites entreprises ont davantage tendance à employer des généralistes, peu versés dans le domaine de la technologie. Le Canada tire de l'arrière par rapport à de nombreux autres pays membres de l'OCDE, y compris les États-Unis, au chapitre de l'utilisation des TIC dans les entreprises.

Cet écart s'est creusé au cours des dernières années. CANARIE a pris des mesures pour tenter d'aider les petites entreprises à comprendre les toutes dernières technologies, comme l'informatique dématérialisée, en leur permettant d'utiliser son réseau et ses installations, et d'apprendre auprès de ses experts afin d'adopter ces technologies plus facilement.

[Français]

Mme Hélène LeBlanc: Pourriez-vous nous donner plus de détails à ce sujet? Quel est le taux de succès quant à l'adoption de nouvelles technologies par les petites et moyennes entreprises?

[Traduction]

M. Jim Roche: Nous avons mis en oeuvre un programme pilote plus tôt cette année, auquel participent actuellement 25 entreprises, qui utilisent toutes les techniques d'informatique dématérialisée maintenant, chose qu'elles n'avaient jamais fait auparavant.

Ce n'est qu'un petit exemple, qui permet difficilement de faire des extrapolations. Nous espérons qu'au cours des cinq prochaines années, grâce à la prolongation de notre mandat, nous pourrions aider 3 500 entreprises de TIC, qui, à leur tour, déploieront des technologies dans les entreprises non technologiques afin d'accroître le taux d'adoption des TIC.

[Français]

Mme Hélène LeBlanc: Je m'adresse encore aux deux mêmes témoins.

Que conseilleriez-vous aux législateurs pour agir en ce sens? On en a parlé beaucoup, il y a eu des rapports et ainsi de suite. Quelles seraient vos suggestions pour ce qui est des programmes qui

pourraient donner un coup de pouce aux petites et moyennes entreprises?

[Traduction]

Le président: Il ne reste que quelques secondes. Soyez très bref.

[Français]

Mme Diane Brisebois: On est en train d'étudier le modèle des États-Unis. Il existe des laboratoires dans les universités et les collèges où l'on encourage les étudiants inscrits à un baccalauréat en technologie ou à un baccalauréat spécialisé à faire un stage dans une petite entreprise. Ce sont des bourses gouvernementales, qu'elles proviennent des gouvernements provinciaux ou du fédéral. Les gens travaillent ensemble pour s'assurer qu'il y a des laboratoires. Cela constitue un avantage pour les étudiants, les professeurs et les petites entreprises. Ça existe aux États-Unis, mais pas encore au Canada.

Le président: Merci, madame Brisebois.

[Traduction]

M. Carmichael, pour cinq minutes.

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

Je remercie nos témoins de leur patience aujourd'hui.

J'ai écouté vos témoignages aujourd'hui et ceux de certains témoins qui ont comparu la semaine dernière, en particulier ceux de VISA et de Mastercard, et il me semble que la technologie et les coûts afférents sont de plus en plus problématiques pour les détaillants. D'après ce que j'entends, la sécurité est un incontournable. Bien des gens sont d'accord avec moi au chapitre de la sécurité. C'est une facette qui me préoccupait au début, mais il semble qu'on se soit occupé de la question.

Au début de notre étude, le coût pour les détaillants ou les utilisateurs semblait constituer l'un des principaux obstacles aux efforts déployés pour favoriser la croissance de notre économie et améliorer la capacité des entreprises d'exploiter une plateforme de cybercommerce. De toute évidence, comme l'a fait remarquer Mme Brisebois, ce sont les détaillants et non les consommateurs qui assument ce coût. Les produits de consommations tendent à être régis par la concurrence, et la concurrence dicte les marges.

Comme je viens de ce domaine, je pense que les détaillants absorberont le coût de l'adoption de la technologie. Mais je tente de mieux appréhender l'ampleur de la difficulté que cela représente. Quand j'entends parler de 12 ¢ à 3 p. 100 du coût, j'essaie de comprendre pourquoi il y existe une telle disparité entre les marges. J'aimerais donc tout d'abord savoir si vous pouvez m'aider à cet égard.

S'il me reste quelques minutes, je demanderais ensuite à Mme Brisebois d'expliquer en quoi les frais constituent un obstacle, car je crois que nous devons vraiment trouver un moyen de circonvier ce problème dans l'avenir.

Monsieur Morris, je sais pas si vous pouvez...

• (1720)

M. Kirkland Morris: Je ne suis pas certain de pouvoir expliquer pourquoi la marge est parfois de 3 p. 100 plutôt que de 12 ¢. Mais je peux certainement dire pourquoi elle tourne autour de 12 ¢.

Interac est certainement devenu un mode de paiement presque essentiel aux consommateurs et aux détaillants dans la vie quotidienne. Ce produit que nous pouvons offrir constitue l'option de paiement la moins chère — la transaction étant de 2 ou 3 ¢ pour les détaillants de taille respectable et probablement de 10 ¢ pour les petits détaillants —, non seulement dans notre marché, mais à l'échelle mondiale également. Les frais sont bas selon pratiquement toutes les normes internationales.

C'est, je crois, l'intention première de ce service. Il a été énormément question des coûts aujourd'hui. C'est un facteur que nous gardons à l'oeil alors que nous envisageons de progresser dans le domaine du cybercommerce et du commerce mobile. Les efforts que nous déployons à ce sujet visent en partie à continuer d'offrir aux marchands et aux consommateurs des services aussi utiles qu'abordables.

M. John Carmichael: Merci.

Monsieur Campbell?

M. Terry Campbell: Eh bien, je suppose que je pourrais ajouter quelque chose. Tout d'abord, il ne fait aucun doute que ce sont les détaillants qui assument le coût, mais une bonne partie du coût de la sécurité et d'autres éléments est financé autrement, par effet d'étalement. Les coûts sont donc partagés par tous; je prends toutefois note de votre commentaire.

Vous avez parlé du coût des transactions Interac par rapport aux frais des cartes. On entend toutes sortes de chiffres à ce sujet. J'encourage le comité à aller voir en ligne, où il trouvera un excellent graphique sur les coûts d'acceptation des cartes sur le site de la FCEI, une autre association qui représente l'industrie. Selon les recherches exhaustives réalisées par la fédération, c'est moins de 3 p. 100, en réalité.

Mais rappelez-vous qu'il existe toutes sortes de produits. Les transactions Interac s'effectuent directement dans le compte, comme je viens de le souligner. On retire l'argent qui se trouve dans le compte, alors que les cartes de crédit permettent d'obtenir un produit à crédit. L'institution accorde le crédit au client et assume le risque, en imposant un prix à l'avenant. Une multitude d'autres facteurs entrent en jeu, mais il faut se garder de comparer deux produits distincts, utilisés de manières différentes.

M. John Carmichael: D'accord. Merci.

Mme Diane Brisebois: Que j'aime cette ouverture. Il vient juste de m'ouvrir la porte...

[Français]

Le président: Vous disposez de 30 secondes, madame.

[Traduction]

Mme Diane Brisebois: Il est très difficile alors de justifier pourquoi les témoins de VISA et de Mastercard ont indiqué, quand ils ont comparé devant nous et le comité des finances, que les frais de la carte de débit VISA est de 1 p. 100 au lieu de 2 ¢. Mastercard... C'est la raison du refus des détaillants et de l'instauration d'un code de conduite. Ces frais sont injustifiés. Soyons honnêtes, pendant les 10 secondes qui me restent: ils imposent ces frais parce qu'ils le peuvent.

[Français]

Voilà, ce n'est pas plus compliqué que ça.

[Traduction]

M. John Carmichael: Merci.

[Français]

Le président: Merci beaucoup, madame.

[Traduction]

Nous poursuivons.

[Français]

Monsieur Caron, vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Guy Caron (Rimouski-Neigette—Témiscouata—Les Basques, NPD): Merci, monsieur le président. Je vais partager mon temps de parole avec M. Thibeault.

Je veux revenir sur la question des 12 ¢ qu'il en coûte par transaction effectuée au moyen des services Interac. On tient pour acquis que ces frais ne sont pas absorbés dans le prix de vente, mais bien par le détaillant. Est-ce exact? De plus en plus, on s'aperçoit — certains consommateurs sont venus me voir à ce sujet et je l'ai également vécu — que des détaillants commencent à demander des prix différentiels, selon la carte qui est utilisée. Selon vous, est-ce dû spécifiquement à cette politique? De quelle manière peut-on contrer cela? Si le prix de vente n'inclut pas le coût de la transaction et que le consommateur le constate, la petite et la moyenne entreprise qui a recours aux prix différentiels est en désavantage concurrentiel.

Mme Diane Brisebois: Cela constitue un très grand désavantage concurrentiel. Même si on ne partage pas toujours la même opinion, on convient que surfacturer n'est pas une bonne pratique commerciale. En fait, même si on paie 5 ¢ au lieu de 1 p. 100, ce coût est toujours inclus dans le prix de vente du produit, tout comme les coûts liés au loyer et aux employés du détaillant. C'est le pourcentage qui est inquiétant.

Monsieur Caron, c'est encore plus inquiétant du fait que les petites entreprises n'ont pas le volume de ventes requis pour négocier. Supposons que je suis un commerçant indépendant et que je réclame 10 ¢ par transaction si vous utilisez telle carte. Si une très grande entreprise entre en concurrence avec moi et qu'elle dispose d'un tarif beaucoup moins élevé, je ne serai plus en affaires. Il y a cette question. Les nouvelles technologies vont probablement être trop dispendieuses pour les petites entreprises. C'est ce qui nous inquiète.

Je ne dis pas qu'il ne faut pas payer; il y a un prix à payer pour cette technologie. Toutefois, il faut s'assurer que les marchands sont présents quand il y a des discussions à propos des nouvelles technologies et des nouveaux produits offerts aux consommateurs.

• (1725)

M. Guy Caron: Merci.

[Traduction]

Le président: M. Thibeault.

M. Glenn Thibeault: Merci.

Combien de temps est-ce que j'ai?

Le président: Vous avez un peu moins de trois minutes.

M. Glenn Thibeault: Parfait. Je n'irai pas par quatre chemins alors.

Je commencerai par M. Morris. Je crois que la plupart d'entre nous savons en quoi consiste l'association de marques sur une même carte de débit. Pourriez-vous me donner votre avis à ce sujet? Pourquoi le code de conduite volontaire de l'industrie des cartes de crédit et de débit interdit-il cette pratique? Pourriez-vous nous en parler?

M. Kirkland Morris: Volontiers. Vous avez raison en disant que le code traite directement de la question de l'association de marques. Pour faire la lumière à ce sujet, sachez que cette pratique consiste à afficher plusieurs marques de paiement sur une carte servant à une même transaction. Par exemple, deux marques de débit peuvent intervenir dans la même transaction. Le code interdit également la coexistence de fonctions de crédit et de débit sur la même carte.

Fort judicieusement, le code ne tente pas de réglementer le marché en imposant des coûts ou des façons de faire. Il vise plutôt à établir un cadre favorisant une saine concurrence, permettant aux détaillants de comprendre les frais des diverses formes de paiement énoncées dans des contrats clairs afin de pouvoir agir en conséquence et de choisir en pleine connaissance de cause les options qu'ils offriront ou non au point de vente.

Les consommateurs, pour leur part, pourront choisir, consciemment et sans confusion, les cartes qu'ils mettent dans leur portefeuille et utilisent pour effectuer certains types de transactions.

Ce sont probablement les inquiétudes soulevées par l'association de marques qui ont mené les rédacteurs du code à prévoir une disposition à ce sujet, considérant que nous nous trouvons sur une trajectoire dangereuse. La confusion régnait de part et d'autre. Le consommateur n'était pas suffisamment informé des choix qu'il pouvait faire, et le marchand, mal renseigné, ne pouvait faire des choix éclairés et bénéfiques pour tous.

M. Glenn Thibeault: Madame Brisebois, que pensez-vous de l'association de marques?

Mme Diane Brisebois: Je trouve cette pratique épouvantable. Il n'y a pas grand chose à dire à ce sujet, surtout dans un environnement où le marchand n'a pas le choix. L'ennui, c'est que le client voit la publicité annonçant que s'il utilise le produit, il obtiendra cinq points au lieu d'un seul, ou un point qu'il n'aura pas s'il utilise un autre produit. On crée ainsi la demande chez le consommateur, car ce dernier ne paie pas davantage, alors que c'est l'intermédiaire qui assume les frais.

Si une carte offre plusieurs produits, c'est un tiers qui maîtrise le mécanisme de paiement. Ainsi, on ne peut être certain que la transaction s'effectuera en empruntant le mode le moins cher.

M. Glenn Thibeault: Devrions-nous nous inquiéter alors?

Le président: C'est terminé, monsieur Thibeault. Je suis désolé, mais le temps joue toujours contre nous.

La parole est maintenant à M. Lake pour cinq minutes.

M. Mike Lake (Edmonton—Mill Woods—Beaumont, PCC): Merci, monsieur le président. Je remercie de nouveau les témoins de comparaître et de faire preuve de patience.

Diane, merci de témoigner pour une deuxième fois.

Mme Diane Brisebois: C'est toujours un plaisir.

M. Mike Lake: J'ai encore l'impression que vous n'avez pas eu vos deux heures au complet.

Mme Diane Brisebois: Je sais. Ce n'est pas faute d'essayer, pourtant.

M. Mike Lake: Monsieur Roche, je commencerai par vous. Dans le budget de 2011, nous avons annoncé un investissement de 80 millions de dollars sur trois ans dans le PARI afin d'aider les petites et moyennes entreprises à adopter plus rapidement la technologie dans le cadre de projets de collaboration avec des collègues. J'aimerais savoir ce que vous en pensez. À quel point ce programme est-il important actuellement?

M. Jim Roche: C'est, à mes yeux, un excellent programme. J'appuie le PARI sans réserve. Comme j'ai déjà été entrepreneur dans le domaine de la haute technologie, j'ai déjà eu recours aux programmes offerts dans le cadre de cette initiative. Je vois de plus en plus de mes collègues, dans d'autres entreprises, bénéficier de ces programmes. Ce programme magistralement conçu est fort efficace au Canada.

Le programme supplémentaire de 80 millions de dollars aidera les petites et moyennes entreprises du Canada à apprendre à adopter les technologies en permettant de résoudre le problème évoqué plus tôt. J'espérais pouvoir en parler; je vous remercie donc de m'en donner l'occasion.

Je crois que le ministre Paradis a fait une annonce...

M. Mike Lake: Lundi.

M. Jim Roche: ... lundi au sujet de ce programme. Nous ne savons donc pas encore si cette initiative se révélera aussi efficace que le programme de base du PARI, mais je crois que le mécanisme de prestation est efficace et que le programme est bien structuré.

• (1730)

M. Mike Lake: Mais où se situe le problème? Pourquoi le Canada tarde-t-il tant à adopter les technologies?

M. Jim Roche: Voilà une question de grande envergure, que le Conseil des académies canadiennes a tenté de résoudre en examinant les divers éléments qui seraient entrés en jeu. Il a notamment conclu que la situation était en partie attribuable à la culture de nos entreprises, qui tendent à être plus timides et moins disposées à prendre des risques que celles de nos voisins du Sud. Je crois que c'est effectivement le cas. Fait intéressant, même si elles adoptent beaucoup moins les TIC que les entreprises américaines, elles sont aussi rentables que ces dernières.

Nous ne savons donc pas encore quel effet auront les réticences des entreprises canadiennes à adopter les TIC sur l'économie. Cet effet, ce qui se manifestera probablement au fil du temps, sera le principal facteur qui incitera les petites et moyennes entreprises à apprendre comment exploiter ces technologies pour en profiter.

M. Mike Lake: Diane, souhaitez-vous donner votre avis? Vous représentez certaines de ces entreprises.

Mme Diane Brisebois: C'est une excellente question. Je crois que je serais d'accord avec Jim. Nous constatons qu'à mesure que croît le nombre de sociétés internationales sur le marché, les entreprises de détail canadiennes commencent à envisager plus sérieusement d'investir dans la technologie. J'emploie le terme « technologie » de façon générale ici, mais même dans le domaine du commerce, elles n'osent pas assez.

Ce marché était auparavant très restreint et modérément concurrentiel. Or, le monde a bien changé au pays depuis 10 ans, en bien et en mal, mais pour de bon. Mais les entreprises canadiennes comprennent maintenant que sans une présence solide dans le commerce, elles ne survivront pas dans le marché local et international du détail.

M. Mike Lake: Monsieur Campbell, je changerai complètement de sujet en faisant remarquer que votre présence ici aujourd'hui met en lumière le double défi que nous devons relever: celui d'améliorer les compétences dans les domaines tant financier que numérique. Or, vous représentez, en quelque sorte, la fusion de ces deux mondes dans notre débat d'aujourd'hui.

Que font l'ABC ou les banques pour s'attaquer à ces problèmes, qui s'aggraveront probablement avec le temps, comme certains propos tenus aujourd'hui le laissent déjà présager?

M. Terry Campbell: Voilà ce qu'il faut vraiment se demander. Les compétences financières et numériques s'appliquent dans tous les secteurs et sont donc absolument essentielles. Nous sommes très actifs à cet égard, accueillant à bras ouverts les démarches du ministre Flaherty dans le domaine des compétences financières. Ce n'est toutefois qu'une partie de la solution. On n'intervient pas encore dans les écoles, comme il le faudrait. Nous tentons d'implanter nos propres programmes non commerciaux et non partisans dans les écoles pour améliorer les connaissances financières.

Pour ce qui est de la culture numérique, cependant, tous les joueurs — le secteur bancaire, votre comité, le gouvernement — ont un rôle à jouer afin de sensibiliser la population canadienne à l'importance de la sécurité. Bien souvent, c'est en passant par l'ordinateur d'un particulier que les fraudeurs commettent leur crime. Mieux on est informé, plus on est à l'aise et confiant de pouvoir utiliser les systèmes. Ces démarches feront beaucoup pour améliorer la situation.

Le président: Merci, monsieur Campbell. Je suis désolé, mais c'était tout le temps que nous avions.

Je tiens à remercier sincèrement nos témoins. Je félicite particulièrement M. Campbell et Mme Brisebois d'avoir démontré un bel esprit de collaboration et fait preuve de beaucoup de diplomatie, malgré leurs divergences d'opinions.

Je vous remercie beaucoup.

M. Terry Campbell: Je vous remercie.

Le président: 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>