

**PROJET DE LOI C-37 : LOI MODIFIANT
LA LOI SUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS**

Sam N.K. Banks
Division du droit et du gouvernement

Le 7 février 2005



Bibliothèque
du Parlement

Library of
Parliament

**Service d'information et
de recherche parlementaires**

HISTORIQUE DU PROJET DE LOI C-37

CHAMBRE DES COMMUNES

Étape du projet de loi	Date
Première lecture :	13 décembre 2004
Renvoi au comité :	7 février 2005
Rapport du comité :	13 juin 2005
Étape du rapport et deuxième lecture :	
Troisième lecture :	

SÉNAT

Étape du projet de loi	Date
Première lecture :	
Deuxième lecture :	
Rapport du comité :	
Étape du rapport :	
Troisième lecture :	

Sanction royale :

Lois du Canada

N.B. Dans ce résumé législatif, tout changement d'importance depuis la dernière publication est indiqué en **caractères gras**.

Renseignements sur l'historique du projet de loi :
Peter Niemczak

THIS DOCUMENT IS ALSO
PUBLISHED IN ENGLISH

TABLE DES MATIÈRES

	Page
CONTEXTE	1
A. Le problème	1
B. Le cadre réglementaire existant.....	2
C. Les solutions proposées.....	3
1. Pouvoir d'imposer des amendes	3
2. Capacité de déléguer diverses tâches administratives	3
3. Création d'une liste nationale de numéros de téléphone exclus	4
DESCRIPTION ET ANALYSE.....	4
A. Liste nationale de numéros de téléphone exclus.....	4
B. Régime de sanctions administratives	5
C. Moyens de défense	6
D. Prescription	6
E. Entrée en vigueur.....	7
COMMENTAIRE.....	7
A. Commentaires de télévendeurs	8
B. Couverture médiatique	10
C. Prochaines étapes	11



CANADA

LIBRARY OF PARLIAMENT
BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

PROJET DE LOI C-37 : LOI MODIFIANT
LA LOI SUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS*

CONTEXTE

Le projet de loi C-37 : Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, a été déposé à la Chambre des communes et a fait l'objet d'une première lecture le 13 décembre 2004. Il a été renvoyé au Comité permanent de l'industrie, des ressources naturelles, des sciences et de la technologie de la Chambre des communes le 7 février 2005.

Le projet de loi traite des télécommunications non sollicitées, c'est-à-dire les appels de télémarketing, au Canada.

A. Le problème

De nombreux Canadiens considèrent les appels de télémarketing irritants et ne veulent pas recevoir ce type de communication. D'après un sondage cité par Industrie Canada, 97 p. 100 des Canadiens se disent contrariés par ces appels⁽¹⁾.

* Avertissement : Par souci de clarté, les propositions législatives du projet de loi décrit dans le présent résumé législatif sont énoncées comme si elles avaient déjà été adoptées ou étaient déjà en vigueur. Il ne faut pas oublier, cependant, qu'un projet de loi peut faire l'objet d'amendements au cours de son examen par la Chambre des communes et le Sénat et qu'il est sans effet avant d'avoir été adopté par les deux chambres du Parlement, d'avoir reçu la sanction royale et d'être entré en vigueur.

(1) Industrie Canada, *Le ministre de l'Industrie dépose un projet de loi visant l'établissement d'une liste nationale des abonnés auto-exclus*, communiqué, 13 décembre 2004 (<http://www.ic.gc.ca/cmb/welcomeic.nsf/7b9e8b9e49be3274852564820068dc64/85256a5d006b972085256f6900584999!OpenDocument>).

B. Le cadre réglementaire existant

Le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC ou « le Conseil ») réglemente les télécommunications et le télémarketing, cette dernière activité étant autorisée par l'article 41 de la *Loi sur les télécommunications* (la *Loi*), 1993, ch. 38⁽²⁾.

Le CRTC définit le télémarketing comme suit : « l'utilisation d'installations de télécommunication pour loger des appels non sollicités à des fins de sollicitation qui s'entend de la vente ou de la promotion d'un produit ou d'un service, ou de la sollicitation d'argent ou d'une valeur pécuniaire, directement ou indirectement et au nom d'une autre partie. La sollicitation comprend la sollicitation de dons par des organismes de bienfaisance et en leur nom. »⁽³⁾

Selon les règles actuelles du CRTC, les télévendeurs doivent retirer de leur liste de numéros de téléphone le nom et le numéro de téléphone de tout client qui en fait la demande et tenir une liste de numéros exclus qui doit demeurer en vigueur pendant trois ans. Une liste de numéros de téléphone exclus est propre à une entreprise donnée, ce qui fait que le client doit présenter des demandes distinctes à chacune des entreprises dont il ne veut plus recevoir d'appels pour que son numéro de téléphone soit retiré de la liste de ces entreprises.

La pénalité imposée aux télévendeurs qui ne respectent pas cette règle et les autres règles en vigueur est le débranchement ou la suspension de service par le fournisseur de services de télécommunication. Le CRTC dispose d'un autre instrument d'application : il peut délivrer une ordonnance de suspension ou de débranchement du service, ainsi qu'une ordonnance qui interdit à tous les fournisseurs de services de rebrancher le télévendeur fautif pendant une certaine période.

La *Loi* prévoit aussi la possibilité de poursuites au criminel en cas de violation d'une ordonnance du CRTC relativement aux appels de télémarketing. Sur déclaration de culpabilité par procédure sommaire, le contrevenant encourt une amende maximale de 10 000 \$ ou 25 000 \$ en cas de récidive; une personne morale encourt une amende maximale de 100 000 \$

(2) Selon cet article :

Le Conseil peut, par ordonnance, interdire ou réglementer, dans la mesure qu'il juge nécessaire – compte tenu de la liberté d'expression – pour prévenir tous inconvénients anormaux, l'utilisation par qui que ce soit des installations de télécommunication de l'entreprise canadienne en vue de la fourniture de télécommunications non sollicitées.

(3) CRTC – Décision de télécom CRTC 2004-35.

ou 250 000 \$ en cas de récidive⁽⁴⁾. Ces dispositions sont rarement appliquées, et le CRTC n'a pas le pouvoir d'imposer ces amendes.

Les télévendeurs ne semblent pas se laisser dissuader par les règles actuelles⁽⁵⁾.

C. Les solutions proposées

1. Pouvoir d'imposer des amendes

Dans son examen des règles du télémarketing rendu public en mai 2004, le CRTC fait remarquer que « l'accroissement de l'efficacité des règles actuelles réside principalement dans l'application »⁽⁶⁾.

Le Conseil dit qu'il est essentiel, pour assurer une meilleure application, qu'il ait le pouvoir d'imposer des amendes appropriées aux télévendeurs qui enfreignent les règles.

Signalant que le Parlement a accordé le pouvoir d'imposer des « sanctions administratives pécuniaires » à de nombreux autres organismes et ministères, le Conseil voudrait que ce pouvoir lui soit accordé comme moyen d'assurer le respect de la loi. Il soutient que ce pouvoir « donne la souplesse et le temps nécessaires pour réagir de façon efficace aux infractions qui ne justifient pas de poursuites au criminel ou d'autres instances longues et coûteuses »⁽⁷⁾. Ce pouvoir aurait également un « effet dissuasif important »⁽⁸⁾ sur les télévendeurs qui pourraient être tentés de ne pas respecter les règles.

2. Capacité de déléguer diverses tâches administratives

Le Conseil est également d'avis qu'il serait avantageux de déléguer divers pouvoirs à un administrateur chargé de traiter les plaintes de télémarketing mais, ici encore, il mentionne l'absence d'un pouvoir conféré par la loi⁽⁹⁾.

(4) *Loi sur les télécommunications*, al. 73(2)c).

(5) CRTC – Décision de télécom CRTC 2004-35, paragr. 84 et 85.

(6) *Ibid.*, paragr. 83. Voir aussi les paragr. 86 à 88.

(7) *Ibid.*, paragr. 88.

(8) *Ibid.*

(9) *Ibid.*, paragr. 90.

3. Création d'une liste nationale de numéros de téléphone exclus

Le Conseil reconnaît que – et il s'agit peut-être là d'un point encore plus important – des listes distinctes de numéros de téléphone exclus pour chaque télévendeur sont moins efficaces et représentent un fardeau plus lourd pour les consommateurs, qui doivent communiquer avec chaque télévendeur individuellement pour faire retirer leur nom de sa liste de numéros de téléphone. De l'avis du Conseil, il serait plus efficace d'établir une liste nationale de numéros de téléphone exclus sur laquelle les consommateurs pourraient s'inscrire une seule fois pour mettre fin à tous les appels de télémarketing indésirables.

Cependant, le CRTC a indiqué qu'il serait inefficace d'établir une liste nationale sans disposer d'importantes mesures d'exécution et d'application⁽¹⁰⁾, lesquelles font actuellement défaut dans la loi existante.

Le présent projet de loi traite de ces trois solutions proposées.

DESCRIPTION ET ANALYSE

Le projet de loi C-37 ne contient que trois articles.

L'article premier propose de modifier le pouvoir du CRTC de réglementer les télécommunications non sollicitées au sens de l'article 41 de la *Loi* par l'adjonction à celle-ci des articles 41.1 à 41.5 proposés.

A. Liste nationale de numéros de téléphone exclus

Les dispositions proposées établissent le cadre législatif nécessaire pour la création et l'administration d'une liste nationale de numéros de téléphone exclus (art. 41.1).

L'article premier du projet de loi donne au Conseil le pouvoir de gérer des banques de données ou des systèmes informatiques dans le cadre d'un service national de numéros de téléphone exclus (art. 41.2). Il autorise également le Conseil à déléguer l'exploitation de ce service à une tierce partie (art. 41.3).

L'article premier du projet de loi autorise aussi le délégué à imposer des tarifs pour l'exercice des pouvoirs qui lui sont délégués (art. 41.4) et il donne au Conseil le pouvoir de

(10) *Ibid.*, paragr. 91 à 93.

régir les tarifs imposés par le délégué de même que les modalités d'exercice des pouvoirs qu'il a délégués au délégué (art. 41.5).

B. Régime de sanctions administratives

L'article 2 du projet de loi contient la plupart des modifications proposées par le projet de loi. Cet article propose de nombreuses modifications à la partie V de la *Loi*, qui porte sur les enquêtes et le contrôle d'application.

Le projet de loi prévoit l'adjonction, après l'article 72 de la *Loi*, d'une section intitulée « Régime de sanctions administratives ». Ces dispositions confèrent au Conseil, comme il l'a demandé, le pouvoir d'imposer des sanctions administratives pécuniaires à titre de mesure d'application de la *Loi*. Elles permettent également au Conseil de déléguer à une tierce partie divers pouvoirs administratifs, d'enquête, d'inspection et d'exécution.

Le nouvel article 72.01 de la *Loi* prévoit que toute contravention ou tout manquement à une mesure prise par le Conseil au titre de l'article 41 de la *Loi* constitue une violation. Ainsi, tout appel de télémarketing logé à un numéro figurant sur la liste des numéros de téléphone exclus constitue une violation.

Une violation expose son auteur à une pénalité dont le montant est de 1 500 \$ par infraction (c.-à-d. par appel importun). La pénalité, dans le cas d'une personne morale, est de 15 000 \$ par infraction.

Le Conseil obtient le pouvoir de désigner des personnes pour l'administration des règles sur le télémarketing en vertu de l'article 41 de la *Loi*. L'agent verbalisateur peut demander aux télévendeurs des rapports périodiques ou des renseignements sous d'autres formes nécessaires à l'application de la *Loi* (art. 72.06).

L'agent verbalisateur peut procéder à la visite de tout lieu, s'il croit, en se fondant sur des motifs raisonnables, qu'il peut s'y trouver des renseignements concernant l'application de l'article 41 (par. 72.06(1)). Cependant, dans le cas d'un local d'habitation, il doit obtenir un mandat, sur demande *ex parte*, auprès d'un juge de paix, sur la foi d'une dénonciation sous serment, avant de procéder à la visite du lieu (par. 72.06(2)).

L'article 72.07 proposé expose en détail le contenu du procès-verbal, qui doit mentionner : le nom de l'auteur présumé de la violation, la pénalité prévue et la faculté de payer la pénalité ou de présenter au Conseil des observations relativement à la violation. Le projet de

loi donne donc à l'intéressé la possibilité de contester le procès-verbal. Le procès-verbal doit également mentionner le fait que le non-exercice de la faculté de payer la pénalité ou de présenter au Conseil des observations vaut aveu de responsabilité et permet au Conseil d'imposer la pénalité (al. 72.07(2)c)).

Si l'auteur présumé décide de présenter au Conseil des observations relativement au procès-verbal, le Conseil doit déterminer, selon la prépondérance des probabilités, la responsabilité de l'intéressé (par. 72.08(2)). Lorsque le Conseil détermine, selon la prépondérance des probabilités, qu'une violation a été commise, il peut imposer la pénalité prévue à l'article 72.01.

Lorsqu'une violation est établie, le Conseil doit remettre à son auteur copie de la décision de même qu'un avis du droit d'examen ou d'appel de la décision, ainsi que le prévoient les articles 62 et 64 de la *Loi*.

La pénalité constitue une créance dont le recouvrement peut être poursuivi à ce titre. Cependant, le droit d'entamer une action en recouvrement est assujéti à une prescription de cinq ans (par. 72.09(2)).

C. Moyens de défense

La personne peut faire valoir qu'elle a pris les précautions voulues pour prévenir la violation (par. 72.1(1)). Cela signifie qu'une personne peut invoquer en défense le fait qu'elle a déployé tous les efforts raisonnables pour s'assurer que les mesures prises étaient conformes à la loi. Si cette preuve est jugée admissible, elle constitue un moyen de défense.

Les règles et les principes de la common law qui font d'une circonstance une justification ou une excuse relativement à une violation des règles concernant le télémarketing s'appliquent (par. 72.1(2)). Ainsi, à moins d'être expressément exclues par la *Loi* ou incompatibles avec celle-ci, toutes les excuses et les justifications disponibles en common law peuvent être utilisées pour excuser ou justifier la violation des règles concernant le télémarketing.

D. Prescription

Les procédures en violation se prescrivent par deux ans à compter de la date où le Conseil a eu connaissance des éléments constitutifs de la violation (par. 72.12(1)).

De même, le recouvrement de la créance se prescrit par cinq ans à compter de la date à laquelle elle est devenue exigible (par. 72.09(2)).

E. Entrée en vigueur

L'article 3 prévoit que le projet de loi entrera en vigueur à la date fixée par décret.

COMMENTAIRE

Le projet de loi établit le cadre de certains changements apportés à la réglementation des appels de télémarketing.

On s'attend à ce que, si ce projet de loi est adopté, le CRTC amorce une série de consultations avec l'industrie et les consommateurs en vue de déterminer la meilleure façon d'apporter les modifications prévues. Des questions telles que le mode de fonctionnement de la liste nationale des numéros de téléphone exclus, le coût de cette liste, la possibilité pour les entreprises d'être autorisées à contacter les clients existants sans égard au fait qu'ils soient inscrits ou non sur la liste de numéros exclus et la possibilité d'exempter certaines organisations – par exemple celles qui ont des relations d'affaire existantes, ou bien les organisations caritatives ou les partis politiques – des dispositions relatives à la liste des numéros de téléphone exclus seront certainement soulevées.

On prévoit que dès que la liste nationale des numéros de téléphone exclus entrera en vigueur, les Canadiens qui ne veulent pas recevoir d'appels de télémarketing pourront tout simplement faire un seul appel sans frais à un registre central ou peut-être remplir un formulaire en direct pour faire ajouter leur numéro de téléphone à la liste. Les télévendeurs seront tenus de télécharger régulièrement la liste et de la respecter.

Il est prévu que le registre sera financé en fonction du recouvrement des coûts auprès des télévendeurs eux-mêmes.

Il semble que la création d'une liste nationale des numéros de téléphone exclus recueille un appui considérable. Les documents d'information d'Industrie Canada concernant ce projet de loi font état d'un sondage Environics réalisé en 2004 selon lequel 79 p. 100 des répondants interviewés ont affirmé appuyer la création d'une liste nationale de numéros de

téléphone exclus et 66 p. 100 ont indiqué être disposés à souscrire à un tel service⁽¹¹⁾. Selon le même sondage, 97 p. 100 des Canadiens ont dit être contrariés par les appels de télémarketing non sollicités.

Aux États-Unis, un registre similaire de numéros de téléphone exclus s'est avéré très populaire. Créé à la fin de 2003, il contient actuellement 65 millions d'inscriptions, soit un peu plus de la moitié de tous les ménages. En plus d'être populaire, il semble efficace : « Plus de la moitié des personnes inscrites sur la liste disent ne plus recevoir d'appels et d'autres déclarent que le nombre d'appels est passé de 30 à moins de cinq par mois. »⁽¹²⁾ Les amendes pour appels non sollicités peuvent atteindre 11 000 \$US pour chaque plainte formulée.

A. Commentaires des télévendeurs

Bien entendu, certains télévendeurs n'appuient pas les dispositions législatives proposées.

Selon l'un d'entre eux, les appels de télémarketing donnent des résultats : « Les dernières statistiques montrent que 18 p. 100 des appels se traduisent par une vente – c'est plus efficace que toutes les autres formes de publicité. » Le télémarketing « permet aux entreprises de vendre pour des millions de dollars de produits [et donne] à des milliers de personnes la possibilité de gagner leur vie »⁽¹³⁾.

Selon cet observateur, les règles actuelles concernant le télémarketing suffisent pour réglementer les télévendeurs au moyen de « listes de numéros de téléphone exclus volontaires ou propres à l'entreprise, une norme de l'industrie à laquelle se plient les entreprises honnêtes depuis des années »⁽¹⁴⁾. D'autres disent que l'inscription sur une liste du genre prive le consommateur de « la chance d'être informé de nouveaux produits et services susceptibles d'améliorer sa vie d'une certaine façon, en plus d'enlever à l'entreprise la possibilité de joindre directement le consommateur »⁽¹⁵⁾.

(11) Industrie Canada (2004).

(12) J. Fitzpatrick, « Legislation will offer relief from telemarketers », *The Chronicle Herald* [Halifax], 27 décembre 2004, p. C1 [traduction].

(13) Stan Body, « Don't call us, we'll call you », *Lettres, Edmonton Journal*, 19 décembre 2004, p. A17 [traduction].

(14) *Ibid.* [traduction].

(15) *Ibid.* [traduction].

En outre, certains observateurs ont fait remarquer qu'il existe une autre solution à l'ajout d'autres règles et à l'alourdissement de la bureaucratie : lorsqu'il reçoit l'appel d'un télévendeur, le consommateur peut demander d'être inscrit sur la liste des numéros de téléphone exclus de cette entreprise et ensuite raccrocher.

Par contre, l'Association canadienne du marketing (ACM) appuie le projet de loi. De fait, elle demande instamment la création d'un registre national de numéros de téléphone exclus depuis 2001.

L'ACM est la plus importante association du marketing au Canada. Elle compte 800 sociétés membres appartenant à un vaste éventail de secteurs de marketing, y compris de grandes institutions financières, des assureurs, des éditeurs, des détaillants, des organisations caritatives, des agences, des entreprises de marketing personnalisé, de même que des cybercommerçants et des entreprises de marketing sur Internet.

L'ACM gère sa propre version d'un registre de numéros de téléphone exclus pour le compte de ses membres depuis 1988, mais les mesures à sa disposition se limitent à retirer le statut de membre aux télévendeurs qui ne tiennent pas compte de sa liste. En outre, l'organisation ne peut pas surveiller les télévendeurs qui ne sont pas membres de l'Association.

Selon John Gustavson, président et directeur général de l'ACM :

Nous croyons qu'un service obligatoire de retrait de numéros de téléphone pour toutes les entreprises qui utilisent le téléphone pour faire connaître leurs biens et leurs services à des clients éventuels constitue le moyen le plus efficace de cesser d'ennuyer les consommateurs avec le télémarketing. Du même coup, ce service aidera à protéger la viabilité d'un instrument de marketing qui fournit de l'emploi à plus de 270 000 Canadiens et qui génère pour plus de 16 milliards de dollars de vente chaque année.⁽¹⁶⁾

De plus, l'ACM soutient qu'un registre de numéros de téléphone exclus permettrait d'accroître l'efficacité des télévendeurs, parce que ceux-ci cibleraient uniquement les consommateurs qui sont disposés à écouter leur message.

(16) Association canadienne du marketing, *Canadian Marketing Association welcomes legislation to create national do-not-call service*, communiqué, 13 décembre 2004 (http://www.the-cma.org/media/nr_dnc2004.cfm) [traduction].

B. Couverture médiatique

Le projet de loi a suscité un certain intérêt dans les médias. La couverture a été pour la majeure partie favorable, citant aussi bien le sondage Environics selon lequel la majorité des Canadiens appuient cette mesure et s'inscriraient probablement sur une liste nationale de numéros de téléphone exclus, que la loi américaine sur le même sujet adoptée récemment et qui semble jouir de la faveur populaire⁽¹⁷⁾.

Certains observateurs ont fait remarquer que de sérieuses questions demeurent, notamment au sujet de l'exemption du règlement pour les organisations caritatives, les partis politiques, les groupes de recherche sur l'opinion publique et les entreprises qui ont déjà une entente avec leurs clients⁽¹⁸⁾.

Certains se sont dit préoccupés par la tenue d'une liste nationale de numéros de téléphone exclus en raison de « la remarquable incompétence dont a fait preuve [le gouvernement fédéral] dans le cas du registre national des armes à feu, dont le coût a monté en flèche et dépasse maintenant le milliard de dollars »⁽¹⁹⁾. À ce sujet, un observateur a déclaré : « Un registre canadien pourrait être efficace et populaire également. Cependant, comme le montre le registre fédéral des armes à feu, Ottawa est remarquablement doué pour transformer un projet modeste en un fiasco d'un milliard de dollars. Le projet sera intéressant seulement si les fonctionnaires peuvent le réaliser simplement et de façon économique. »⁽²⁰⁾

Un autre observateur a proposé une autre approche, c'est-à-dire que le consommateur devrait faire retirer son nom du registre plutôt que de demander à y être inscrit. En d'autres termes, pour quelle raison faudrait-il que ce soit les personnes qui reçoivent les appels qui fassent retirer leur nom des listes de numéros de téléphone? « Pourquoi ne pas

(17) Voir, par exemple, Fitzpatrick (2004); Forum : « 'Don't call' list the perfect gift », *The StarPhoenix* [Saskatoon], 17 décembre 2004; p. A14; Opinion : « Putting a hold on telemarketers », *The Edmonton Journal*, 14 décembre 2004, p. A14; J. Ibbitson, « Not coming to a phone near you », *The Globe and Mail* [Toronto], 14 décembre 2004, p. A4; Éditorial : « Don't-call-us legislation is most welcome, with one reservation », *The Vancouver Sun*, 14 décembre 2004, p. A14.

(18) Voir Forum, *The StarPhoenix*, 17 décembre 2004; Ibbitson (2004); et T. Hamilton, « Ottawa unveils don't-call decree », *The Toronto Star*, 14 décembre 2004, p. C01.

(19) Éditorial, *The Vancouver Sun*, 14 décembre 2004, p. A14 [traduction].

(20) Éditorial : « Can Ottawa run a registry? », *The Calgary Herald*, 14 décembre 2004, p. A12 [traduction].

supposer que personne n'est sur la liste de numéros de téléphone à part ceux qui s'y sont inscrits? »⁽²¹⁾

D'autres observateurs se sont dit préoccupés par la nécessité de divulguer encore des renseignements personnels (nom, numéro de téléphone) dans une autre banque de données et ils s'inquiètent de la sécurité de cette information⁽²²⁾.

Les détracteurs du projet de loi mettent en doute la nécessité même d'une réglementation et se demandent plutôt pour quelle raison les Canadiens ne raccrochent tout simplement pas lorsqu'ils reçoivent des appels de télémarketing non sollicités⁽²³⁾. Certains laissent entendre que « ce n'est pas un problème dont le règlement nécessite l'intervention du gouvernement »⁽²⁴⁾. Certains sont d'avis que le projet de loi est un exemple de surréglementation et d'« excès de zèle »⁽²⁵⁾ qui menace d'« étouffer l'industrie et de faire disparaître des emplois »⁽²⁶⁾.

Les préoccupations soulevées par les partisans et par les détracteurs devraient être examinées au cours des consultations publiques que tiendra le CRTC au printemps de 2005.

C. Prochaines étapes

Si le projet de loi est adopté par le Parlement, le CRTC entamera des consultations publiques auprès des parties intéressées en vue de préciser le détail du registre national des numéros de téléphone exclus, par exemple son mode de fonctionnement, ainsi que les entreprises et les organisations, s'il en est, qui devraient être exemptées de l'exigence de la liste.

(21) C. Gordon, « Timely government whacking », *The Guardian* [Charlottetown], 21 décembre 2004, p. A6 [traduction].

(22) Opinion, *The Edmonton Journal*, 14 décembre 2004.

(23) Éditorial : « Has it come to this? », *The Winnipeg Sun*, 21 décembre 2004, p. 10; Éditorial : « Hang up on this law! », *The Edmonton Sun*, 19 décembre 2004, p. 15.

(24) Éditorial, *The Winnipeg Sun*, 21 décembre 2004 [traduction].

(25) Éditorial, *The Edmonton Journal*, 19 décembre 2004 [traduction].

(26) Stan Body, « I'm a telemarketer and I resent the labelling », Lettres, *The Whitehorse Star*, 20 décembre 2004, p. 8 [traduction].