



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

43^e LÉGISLATURE, 2^e SESSION

Comité permanent du patrimoine canadien

TÉMOIGNAGES

NUMÉRO 022

Le lundi 29 mars 2021

Président : M. Scott Simms



Comité permanent du patrimoine canadien

Le lundi 29 mars 2021

• (1100)

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes (Richmond—Arthabaska, PCC)) : Je déclare la séance ouverte.

Bonjour.

Je vous souhaite la bienvenue à la 22^e rencontre du Comité permanent du patrimoine canadien.

Conformément à l'ordre de renvoi du mercredi 23 septembre 2020 et à la motion adoptée le lundi 16 novembre 2020 et le vendredi 26 février 2021, le Comité se réunit concernant son étude des relations entre Facebook et le gouvernement fédéral.

Afin d'assurer le bon déroulement de la réunion, j'aimerais rappeler quelques règles.

Vous pouvez parler dans la langue officielle de votre choix. Des services d'interprétation sont offerts à tous. Au bas de l'écran, vous pouvez sélectionner le son du parquet, sans interprétation, l'anglais ou le français.

Lorsque vous prenez la parole, veuillez cliquer sur l'icône du microphone afin de l'activer. Lorsque vous avez terminé, veuillez mettre votre microphone en sourdine afin de minimiser les interférences.

Je rappelle que toutes les observations doivent être adressées à la présidence. Si un député souhaite prendre la parole sans que je ne la lui aie précédemment donnée, il doit activer son microphone et indiquer qu'il souhaite faire un rappel au Règlement.

Si un député souhaite intervenir au sujet d'un rappel au Règlement soulevé par un autre député, il doit utiliser la fonction « lever la main », au bas de l'écran, pour me le signaler. Si vous constatez que je ne vous ai pas vu, faites-moi signe à l'écran. Mon adjoint est là pour m'aider à donner la parole aux intervenants comme il se doit.

Il est interdit de prendre des photos ou des captures d'écran et de les diffuser.

En cas de difficultés techniques, avisez-moi immédiatement, s'il vous plaît. Veuillez noter qu'il se peut que la réunion doive être suspendue quelque temps, afin de s'assurer que tous les députés peuvent participer pleinement aux délibérations.

Aujourd'hui, nous recevons des représentants de Facebook Canada. Il s'agit de M. Kevin Chan, directeur mondial et chef des politiques publiques; de M. Marc Dinsdale, directeur des Partenariats médiatiques; et de Mme Rachel Curran, gestionnaire responsable de politiques.

Vous disposerez de 10 minutes pour faire votre discours d'ouverture, qui sera suivi d'une période de questions.

Monsieur Chan, vous avez la parole.

M. Kevin Chan (directeur mondial et chef des politiques publiques, Facebook Canada, Facebook inc.): Merci beaucoup, monsieur le président.

[Traduction]

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, merci de nous avoir invités à cette séance. Il semblerait que vous souhaiteriez en apprendre davantage à propos de notre décision de limiter l'accès aux contenus d'actualité en Australie le mois dernier. Je me réjouis de pouvoir vous en dire plus long à ce sujet au meilleur de mes capacités. Comme vous le savez peut-être, l'accès aux actualités a depuis été rétabli sur Facebook à la suite de modifications législatives importantes apportées au code de négociation pour les médias d'information en Australie.

Ce n'est pas de gaieté de coeur que nous avons décidé de limiter l'accès aux actualités après des années d'efforts pour trouver en Australie une solution adaptée aux caractéristiques de notre mode de fonctionnement. Malheureusement, la loi proposée ne tenait pas compte d'éléments fondamentaux touchant l'Internet, ne reconnaissait pas la valeur que les différentes plateformes peuvent procurer aux éditeurs de presse, risquait fort de profiter uniquement aux grands conglomérats médiatiques, plutôt qu'aux divers médias indépendants, et cherchait à pénaliser Facebook pour du contenu que nous n'avions ni accepté ni demandé.

Nous nous réjouissons d'avoir maintenant pu nous entendre avec l'Australie pour que soit reconnue la valeur que représente Facebook pour les éditeurs. Cet accord nous offre la souplesse voulue pour nous permettre d'appuyer les petits éditeurs locaux dont le travail est essentiel au journalisme d'intérêt public. Cette entente fait également en sorte que Facebook peut continuer à décider quelles nouvelles peuvent être diffusées sur sa plateforme sans que nous soyons automatiquement forcés de négocier.

• (1105)

[Français]

Depuis que nous avons conclu cette entente, nous avons signé des accords avec quatre éditeurs en Australie. Comme c'est le cas ailleurs dans le monde, nous continuerons à investir davantage dans la viabilité à long terme du journalisme, non pas parce que c'est bon pour nos affaires, mais parce que c'est bon pour la démocratie et la société.

Il est important de préciser que nous reconnaissons que ces temps difficiles ont une incidence très négative sur l'industrie médiatique canadienne. Les deux dernières décennies, au cours desquelles les consommateurs ont changé de comportement, passant de l'imprimé à Internet, ont été très rudes pour les médias. Mes collègues et moi travaillons fort chaque jour pour fournir notre part d'efforts et aider les éditeurs à s'adapter.

[Traduction]

Nous travaillons directement avec les éditeurs de presse canadiens de toutes les tailles pour les aider à optimiser la valeur que les outils gratuits de Facebook peuvent apporter à leur entreprise. Cela comprend la diffusion gratuite des liens d'actualité rendus accessibles sur Facebook pour diriger directement les gens vers le site Web de l'éditeur, un service d'une valeur que nous évaluons en centaines de millions de dollars par année uniquement pour le secteur canadien de l'information.

Jeff Elgie, PDG de Village Media, une entreprise basée à Sault-Sainte-Marie, estime que pour le seul mois de janvier 2021, Facebook et Google ont généré gratuitement 24 millions de pages vues pour Village Media, un apport qu'il chiffre à quelque 480 000 \$ pour son entreprise de presse pendant le mois en question.

Au cours des quatre dernières années, nous sommes allés encore plus loin en investissant directement plus de 10 millions de dollars dans des partenariats et des programmes visant à encourager et à appuyer l'élaboration de modèles économiques durables pour les organisations de presse au Canada. Pas plus tard que la semaine dernière, nous avons annoncé notre intention de poursuivre dans le même sens en investissant un montant additionnel de 8 millions de dollars dans les programmes de nouvelles au cours des trois prochaines années.

Marc Dinsdale, notre directeur responsable des partenariats médiatiques au Canada, va maintenant vous présenter les grandes lignes de ces investissements.

M. Marc Dinsdale (directeur, Partenariats médiatiques, Facebook Canada, Facebook inc.): Merci, Kevin.

L'un de nos investissements phares a été la Bourse en journalisme Facebook-Presse canadienne, un programme d'un million de dollars mis en place en 2020 pour créer huit nouveaux postes de journaliste local dans les différentes régions du pays. La Presse canadienne publie les reportages des boursiers sur son fil de presse en les rendant accessibles pour distribution à plus d'un millier d'organes médiatiques canadiens faisant partie de son réseau, et ce, dans les deux langues officielles.

En janvier 2021, les bons résultats déjà obtenus grâce à ce programme nous ont incités à en élargir le cadre pour inclure deux postes pour de nouveaux journalistes autochtones, ce qui portait à dix le nombre total de postes ainsi créés. La semaine dernière, nous avons annoncé le renouvellement pour une période de trois ans de la Bourse de journalisme Facebook-Presse canadienne.

En avril 2020, nous avons annoncé des subventions totalisant un million de dollars pour aider les organisations médiatiques locales du Canada et des États-Unis dans leur couverture de la pandémie. C'est ainsi que 81 éditeurs canadiens ont reçu chacun une subvention de 5 000 \$ américains pour éponger les coûts non prévus associés à la couverture de la crise dans les communautés qu'ils servent. Parmi les récipiendaires, notons *The Coast*, un hebdomadaire d'Ha-

lifax; *The Temiskaming Speaker* de New Liskeard (Ontario); *Peterborough Currents*; *La Gazette de la Mauricie*, de Trois-Rivières; *Autour de l'île*, de Saint-Pierre-de-l'Île-d'Orléans; *Clark's Crossing Gazette*, de Warman (Saskatchewan); *Le Franco*, d'Edmonton; et *Medicine Hat News*.

Le programme Accélérateur de la nouvelle locale de Facebook aide les éditeurs de presse à opérer la transition numérique pour assurer la viabilité de leur entreprise. Depuis mai 2019, 15 éditeurs canadiens ont participé à ce programme. Ce sont notamment Postmedia, *The Globe and Mail*, *La Presse*, *The Brunswick News*, *the Winnipeg Free Press*, *Le Soleil*, Glacier Media, *The Discourse*, *the Daily Hive*, Northern News Services, *The Tyee*, *The Narwhal*, *The Sprawl* et Village Media.

Paul Samyn, éditeur en chef du *Winnipeg Free Press*, a indiqué que la participation au programme Accélérateur de la nouvelle locale avait surtout permis jusqu'à maintenant à son entreprise de partager une nouvelle vision d'un avenir rentable basé sur une croissance du lectorat en ligne aussi bien avec la haute direction de l'entreprise qu'avec son conseil d'administration et son groupe de propriétaires.

[Français]

Je cède maintenant la parole à Kevin pour quelques remarques finales.

M. Kevin Chan: Merci, Marc.

• (1110)

[Traduction]

Comme vous pouvez le constater, Facebook a vraiment à cœur d'appuyer les médias d'information au Canada. C'est d'ailleurs ce que nous faisons depuis des années déjà. Comme je l'indiquais tout à l'heure, nous comptons même en faire davantage. Au cours des trois prochaines années, nous allons investir un montant additionnel de 8 millions de dollars dans l'écosystème des actualités canadiennes afin de renouveler pour une période de trois ans la Bourse de journalisme Facebook-Presse canadienne et d'offrir du nouveau financement pour accroître la capacité des voix qui sont sous-représentées dans le milieu du journalisme. Notre investissement total dans cet écosystème au Canada atteindra ainsi 18 millions de dollars sur une période de six ans.

Nous avons de plus annoncé que nous espérons pouvoir nous associer à des éditeurs canadiens dans le cadre d'ententes commerciales nous permettant d'expérimenter de nouvelles manières de connecter les utilisateurs de Facebook à des contenus d'actualité encore plus vastes. Il est important pour moi de bien préciser quelles formes pourrait prendre ce partenariat payant, mais aussi quelles formes il ne prendra pas.

À l'heure actuelle, les utilisateurs de Facebook qui ont accès à des contenus d'actualité dans leur flux voient généralement un court texte de présentation généré par l'éditeur lui-même, puis un lien qui les dirige vers le site Web de cet éditeur. Nous ne payons pas les éditeurs qui rendent accessible ce genre de contenu sur Facebook. Ils choisissent de le faire parce que c'est profitable pour eux. Comme nous l'avons déjà mentionné, Village Media estime que la valeur du trafic en provenance de Facebook et Google atteignait presque un demi-million de dollars pour un seul mois. Il y a aussi l'exemple du *Globe and Mail* qui a enregistré une croissance record de ses abonnements numériques en 2020 notamment grâce à l'effet combiné de sa plateforme d'intelligence artificielle et de ses stratégies de publication mettant à contribution les outils de Facebook. Nous vous avons transmis à ce sujet une trousse d'information qui a été traduite et que vous recevrez demain, d'après ce que m'a indiqué votre greffière. On y trouve notamment cette étude de cas réalisée avec le *Globe and Mail*.

Dans certaines situations, nous constatons qu'il peut être encore plus avantageux d'offrir en partenariat avec les éditeurs des liens vers d'autres articles et reportages sur notre plateforme pour que l'expérience utilisateur puisse aller au-delà de ce que les éditeurs rendent eux-mêmes directement accessible. Si nous souhaitons vraiment offrir une certaine forme d'expérience utilisateur exigeant un apport plus soutenu de la part des éditeurs, nous devons conclure avec eux des ententes commerciales pour pouvoir offrir des liens additionnels à cette fin. Nous espérons pouvoir ainsi travailler en partenariat avec les éditeurs canadiens dans le cadre d'ententes commerciales qui nous permettront de mettre à l'essai de nouvelles façons de leur procurer une plus grande valeur encore.

[Français]

En conclusion, trouver un moyen durable et équitable de favoriser un écosystème médiatique solide au Canada exige de la bonne volonté et une coopération des éditeurs de toutes tailles, des plateformes numériques, du gouvernement et des personnes qui valorisent les nouvelles et qui sont prêtes à payer pour les obtenir. Facebook peut jouer un rôle dans ce domaine, mais il ne peut le faire seul.

Jusqu'à présent, les discussions entre les parties ont été trop peu fréquentes, et il est temps de se rassembler pour faire en sorte que le journalisme soit placé sur une voie durable à long terme.

[Traduction]

Nous serons ravis de répondre à toutes les questions des membres du Comité.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Messieurs Chan et Dinsdale, merci de votre présentation.

Sans plus tarder, je cède la parole à un premier député.

Monsieur Waugh, vous avez la parole pour six minutes.

[Traduction]

M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC): Merci à notre nouveau président. C'est un plaisir de vous voir dans ce fauteuil ce matin.

Merci, monsieur Chan et monsieur Dinsdale.

Vous savez, je suis un peu cynique au sujet de ces 8 millions de dollars que vous avez annoncés jeudi ou vendredi dernier. Vous sa-

viez que vous alliez comparaître devant notre comité le lundi suivant, et voilà soudain que vous mettez un autre montant de 8 millions de dollars sur la table pour appuyer votre bourse de journalisme. Peut-être pourriez-vous simplement nous en parler.

Je suppose que ma question s'adresse à M. Dinsdale. Pourquoi avoir annoncé vendredi cet investissement supplémentaire de 8 millions de dollars de Facebook?

[Français]

M. Martin Champoux (Drummond, BQ): Monsieur le président, j'invoque le Règlement, si vous me le permettez.

Je crois que la caméra de M. Waugh n'est pas celle qui est sélectionnée. Je n'arrive pas à voir son doux visage.

Je le vois maintenant. Merci.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Champoux.

Monsieur Waugh, nous avons très peur que vous ayez disparu.

[Traduction]

M. Marc Dinsdale: Monsieur Waugh, nous considérons que cet investissement s'inscrit dans la foulée de ceux que nous consentons depuis plusieurs années déjà. Nous pouvons remonter jusqu'à 2017 alors que ces engagements s'amorçaient avec le défi d'innovation en information numérique qui a aidé des éditeurs comme *The Sprawl* à étendre leur présence et à s'assurer une plus grande viabilité pour l'avenir. Nous souscrivons à des engagements semblables depuis lors avec des mesures comme le programme Accélérateur de la nouvelle locale et les subventions dans le contexte de la COVID. Ces programmes et ces engagements — et il y en aura d'autres — ont été planifiés de longue date et font l'objet depuis longtemps de discussions et de négociations avec nos partenaires.

Nous voulons par cet engagement nous assurer d'aider les éditeurs à jeter les bases d'un avenir durable.

● (1115)

M. Kevin Waugh: Je trouvais seulement que le moment choisi était un peu curieux. Vous savez que vous allez comparaître devant le Comité et... Je sais bien que vous vous étiez déjà engagés à verser 10 millions de dollars avant ce montant additionnel de 8 millions de dollars, mais passons.

Monsieur Chan, Rupert Murdoch a eu un grand rôle à jouer en Australie pour que les plateformes d'actualités en viennent à recevoir des sommes de Facebook. Je sais que vous nous avez indiqué le 29 janvier dernier, et vous l'avez répété ce matin, que Facebook génère selon vous pour les entreprises de journalisme du Canada un trafic dont la valeur se chiffre en centaines de millions de dollars. Vous nous avez donné ce matin l'exemple de Village Media.

Quels éléments pouvez-vous nous soumettre à l'appui de cette affirmation que vous avez réitérée ce matin? Vous nous avez dit que Facebook ne va pas payer pour des liens vers des sites de nouvelles, pas plus que pour le contenu que les éditeurs rendent volontairement accessible sur Facebook, alors j'aimerais avoir quelques chiffres quant aux sommes que reçoivent les éditeurs de nouvelles.

M. Kevin Chan: Ce sont sans doute les éditeurs eux-mêmes qui seraient les mieux placés pour répondre de façon très précise à cette question. Nous soumettons aujourd'hui à votre comité des exemples illustrant ces impacts pour deux éditeurs, un grand et un petit. J'ose espérer que Jeff Elgie voudra bien me pardonner de classer Village Media parmi les petits. Je suis persuadé qu'il se tire très bien d'affaire à Sault-Sainte-Marie et dans tous les marchés où son entreprise est présente, mais il ne s'agit bien évidemment pas d'un média national.

Il faudrait donc poser directement la question à Jeff Elgie concernant les activités de Village Media sur différents marchés d'information locaux du nord de l'Ontario... Je pense que c'est la meilleure façon d'obtenir ces chiffres. Ne demandez pas à Facebook de vous les fournir. Adressez-vous directement aux éditeurs. Monsieur Elgie indique qu'en janvier 2021, la distribution gratuite des liens en provenance de deux plateformes seulement, Google et Facebook, a résulté en 24 millions de pages vues sur son site. Plus concrètement, ces 24 millions de pages vues ont représenté selon son estimation une valeur de près d'un demi-million de dollars pour son entreprise en janvier 2021. Voilà pour l'exemple de Village Media.

Pour ce qui est du *Globe and Mail*, comme je l'indiquais, l'étude de cas est dans la trousse d'information qui a été traduite dans les deux langues officielles, mais que le Comité ne devrait recevoir que demain. J'en suis désolé, mais il semblerait que l'on ne pouvait pas faire autrement, et ce, même si nous avons communiqué le tout la semaine dernière. L'étude de cas sur le *Globe and Mail* révèle la situation d'un éditeur qui mise sur une stratégie différente — recherchant non seulement la publicité, mais aussi les abonnements qui sont très importants, d'après ce que je puis comprendre — en combinant Sophi, sa technologie d'intelligence artificielle primée, aux outils gratuits de Facebook. En partie grâce à ces outils de Facebook, l'entreprise a vendu un nombre d'abonnements sans précédent en 2020.

Comme nous avons mené l'étude de cas conjointement avec eux, ils ont bien évidemment approuvé les résultats. Vous pourrez en prendre connaissance pour comprendre en quoi l'entreprise estime devoir une partie de son succès à Facebook. Nous espérons bien sûr que de telles études de cas... Nous les rendons publiques et elles sont également consultables en ligne de telle sorte que d'autres éditeurs, y compris ceux en activité au Canada, puissent tirer des enseignements de l'expérience fructueuse du *Globe and Mail*.

M. Kevin Waugh: Qui contrôle les données quant aux nouvelles utilisées par votre organisation? Qui contrôle ces données que Facebook utilise?

M. Kevin Chan: Je vais répondre à votre question, mais peut-être devrais-je d'abord préciser que lorsqu'un éditeur rend accessible un lien vers un site de nouvelles sur Facebook, les gens peuvent voir ce lien sur leur propre fil d'actualité. Ils n'ont qu'à cliquer pour revenir au site, et il leur est alors possible d'établir cette relation directe avec l'éditeur. Parmi les choses importantes que nous avons entendues des éditeurs, il y a la volonté de pouvoir établir ce lien direct avec leurs lecteurs et clients potentiels. En redirigeant le trafic vers leur site, nous leur permettons de le faire.

Je dirais que ce n'est pas tellement différent, par exemple, de...

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Chan. Je suis obligé de vous interrompre. Vous aurez peut-être une autre occasion de compléter votre réponse.

Merci, monsieur Waugh.

Je cède maintenant la parole à mon honorable collègue M. Housefather.

M. Anthony Housefather (Mont-Royal, Lib.): Merci, monsieur le président.

[Traduction]

Merci à nos témoins. Je tiens à souligner que je vous tiens tous en très haute estime et que je vous suis reconnaissant de votre participation à la séance d'aujourd'hui. Je suis d'avis que les élus et les fournisseurs de médias sociaux doivent conjuguer leurs efforts pour l'élaboration de politiques publiques judicieuses.

Cela dit, mon rôle consiste à obtenir des réponses au nom des Canadiens. J'ai un grand nombre de questions. Je vous serais reconnaissant de bien vouloir y répondre de la façon la plus concise possible.

Monsieur Chan, à moins d'indication contraire, c'est à vous que je vais adresser mes questions.

Qui est le PDG de Facebook?

• (1120)

M. Kevin Chan: C'est Mark Zuckerberg.

M. Anthony Housefather: Facebook est une société ouverte à peu d'actionnaires. Une seule personne contrôle en effet la majorité des actions avec droit de vote.

Qui est cette personne?

M. Kevin Chan: L'actionnaire majoritaire est Mark Zuckerberg.

M. Anthony Housefather: Comme il détient la majorité des actions, M. Zuckerberg détermine également qui fait partie du conseil d'administration de Facebook. Vous avez actuellement neuf administrateurs. Sept d'entre eux sont indépendants et deux sont des employés de Facebook.

Qui sont les deux employés de Facebook qui sont également administrateurs?

M. Kevin Chan: Je n'ai pas vérifié récemment, mais je pense qu'il s'agit de Mark Zuckerberg et Sheryl Sandberg.

M. Anthony Housefather: C'est exact.

M. Zuckerberg est également président du conseil d'administration, n'est-ce pas?

M. Kevin Chan: Je crois bien que oui.

M. Anthony Housefather: Merci beaucoup.

Selon les lignes directrices sur la gouvernance de l'entreprise affichées sur le site Web de Facebook, le conseil d'administration joue le rôle de conseiller auprès de l'équipe de direction.

Monsieur Chan, est-ce que le conseil d'administration a conseillé l'équipe de direction de Facebook concernant la décision prise le 17 février 2021 pour empêcher les utilisateurs australiens de partager des articles de presse?

M. Kevin Chan: Je ne suis pas au courant de ce genre d'information.

M. Anthony Housefather: Vous n'êtes pas au courant parce que vous ne faites pas partie du conseil d'administration et que vous n'assistez pas à ses réunions. Est-ce bien la raison?

M. Kevin Chan: C'est effectivement l'une des raisons.

M. Anthony Housefather: Vous n'avez pas accès à la version non caviardée du procès-verbal des réunions du conseil d'administration où vous trouveriez cette information, n'est-ce pas?

M. Kevin Chan: Je n'ai pas demandé à obtenir ces procès-verbaux et je n'en ai pas pris connaissance.

M. Anthony Housefather: M. Zuckerberg fait pour sa part partie du conseil d'administration et sait donc pertinemment ce qui se passe lors de ces réunions et ce qu'on peut retrouver dans ces procès-verbaux. Pouvez-vous le confirmer?

M. Kevin Chan: J'imagine que oui.

M. Anthony Housefather: Merci beaucoup.

Le trésorier de l'Australie, M. Josh Frydenberg, a indiqué le 30 janvier 2021 que M. Zuckerberg l'avait appelé et avait communiqué avec d'autres législateurs australiens pour discuter du code de négociation pour les médias d'information.

Avez-vous participé à ces appels téléphoniques?

M. Kevin Chan: Non.

M. Anthony Housefather: Vous ne pouvez donc pas nous dire quels arguments M. Zuckerberg a pu soumettre aux législateurs australiens, n'est-ce pas?

M. Kevin Chan: Je ne peux rien vous dire des interventions qui ont pu se faire de part et d'autre.

M. Anthony Housefather: Je comprends.

M. Frydenberg a ensuite indiqué, le 18 février, que M. Zuckerberg l'avait appelé deux jours de suite.

Vous n'avez pas non plus participé à ces deux appels, n'est-ce pas?

M. Kevin Chan: Non.

M. Anthony Housefather: Parallèlement à cela, le premier ministre Scott Morrison a déclaré que Facebook proférait des menaces et que ce n'était pas une bonne façon de traiter avec son gouvernement.

Vous ne seriez pas en mesure de me dire si M. Zuckerberg a proféré des menaces lors des appels téléphoniques avec M. Frydenberg, n'est-ce pas?

M. Kevin Chan: Je ne crois pas qu'il soit possible d'affirmer que Facebook ait déjà menacé qui que ce soit.

M. Anthony Housefather: C'est la réponse à laquelle on est tout à fait en droit de s'attendre de tout bon employé de Facebook, et je comprends très bien votre prise de position. Ce n'est pas quelque chose que je serais prêt à affirmer de mon côté également. J'essayais simplement de faire valoir que vous n'avez pas participé aux appels en question.

Nous venons d'établir que c'est M. Zuckerberg, plutôt que vous, qui serait à même de répondre à bon nombre des questions que souhaitent poser les membres du Comité.

Monsieur Chan, savez-vous que notre comité a invité M. Zuckerberg à comparaître, qu'il a décliné notre invitation et que nous avons ensuite adopté une motion pour lui envoyer une assignation à comparaître?

M. Kevin Chan: Je l'ai appris dans les médias.

M. Anthony Housefather: Savez-vous que l'avocat canadien de Facebook a répondu à notre greffière qu'il n'était pas autorisé à accepter une assignation à comparaître au nom de M. Zuckerberg?

M. Kevin Chan: L'avocat m'a informé que c'est la réponse qui a été donnée au Comité.

M. Anthony Housefather: Monsieur Chan, je suis persuadé que vous savez que M. Zuckerberg a témoigné la semaine dernière devant un sous-comité du Congrès américain.

Savez-vous à combien de reprises au cours des six derniers mois M. Zuckerberg a témoigné devant des comités du Congrès?

M. Kevin Chan: Je l'ignore.

M. Anthony Housefather: Il l'a fait à trois reprises et il a aussi comparu sept fois devant le Congrès.

Étant donné que M. Zuckerberg semble prendre très au sérieux ses responsabilités à l'endroit des législateurs étasuniens, pourriez-vous nous expliquer pourquoi il refuse sans cesse les invitations, et même les assignations à comparaître, des comités parlementaires canadiens?

M. Kevin Chan: Certainement. Comme vous l'avez souligné, M. Zuckerberg, en sa qualité de citoyen américain, a fait tout le nécessaire la semaine dernière pour contribuer aux travaux du Congrès des États-Unis. Votre comité a souhaité la comparution de porte-parole de Facebook, et ce sont bien sûr les représentants canadiens de l'entreprise qui sont devant vous aujourd'hui.

Comme vous pouvez le comprendre, Facebook est une plateforme en activité dans de nombreux pays du monde. Lorsque les représentants du Parlement désirent parler à ceux de l'entreprise, nous répondons toujours à l'appel, comme nous le faisons avec le Comité du patrimoine canadien, peu importe le sujet à l'étude. Nous sommes heureux de pouvoir échanger avec vous, comme c'est le cas partout ailleurs dans le monde pour notre entreprise.

M. Anthony Housefather: Monsieur Chan, dès que l'Australie a annoncé qu'elle entendait adopter une loi qui ne plaisait pas à Facebook, M. Zuckerberg aurait communiqué directement avec les législateurs australiens. D'après ce que vous nous avez dit, il m'apparaît donc que M. Zuckerberg ne compte pas venir au Canada, à moins bien sûr que nous propositions des mesures semblables à celles mises de l'avant en Australie.

À combien se chiffrent vos revenus annuels en publicité au Canada?

● (1125)

M. Kevin Chan: Je ne connais pas le montant de ces revenus.

M. Anthony Housefather: Est-ce que M. Zuckerberg pourrait être au courant?

M. Kevin Chan: Je n'en suis pas certain.

M. Anthony Housefather: Est-ce qu'il sait qu'il y a 25 millions d'utilisateurs de Facebook au Canada?

M. Kevin Chan: Il y a en fait 24 millions d'utilisateurs canadiens.

M. Anthony Housefather: Cela demeure un chiffre considérable. Voilà déjà quelques fois que notre comité exprime sa volonté d'entendre M. Zuckerberg. Le Comité de l'éthique en a fait autant. Il a refusé nos invitations. Tout indique que vous n'êtes pas en mesure de répondre à mes interrogations, car il s'agit de questions bien particulières auxquelles seul M. Zuckerberg peut répondre.

J'aimerais vous demander, au nom de notre comité, de bien vouloir indiquer à M. Zuckerberg que nous aimerions pouvoir l'entendre.

M. Kevin Chan: Je vais transmettre le message dès que j'en aurai l'occasion.

Merci beaucoup.

M. Anthony Housefather: Merci, monsieur Chan.

[Français]

Monsieur le président...

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci.

Je suis obligé de vous interrompre, monsieur Housefather. Les six minutes sont écoulées. J'essaie d'être rigoureux avec tous.

Sans plus tarder, je donne la parole à mon collègue M. Champoux.

M. Martin Champoux: Merci beaucoup, monsieur le président. Je salue votre rigueur.

Je souhaite la bienvenue aux représentants de Facebook aujourd'hui.

Monsieur Chan, est-ce que vous considérez que Facebook a une quelconque responsabilité quant au contenu qui est partagé sur les fils d'actualité de vos abonnés?

M. Kevin Chan: Oui, nous avons une responsabilité en ce qui a trait à l'utilisation de la plateforme. Nous avons la responsabilité de suivre les lois ici, au...

M. Martin Champoux: Je vous parle du contenu. Sentez-vous que vous avez une responsabilité à l'égard du contenu?

M. Kevin Chan: Monsieur Champoux, je pense que je viens de vous répondre en disant que nous avons la responsabilité de suivre les lois du Canada à l'égard du contenu. Nous avons aussi la responsabilité de suivre nos propres règles, qui s'appellent des normes communautaires, qui s'appliquent au contenu...

M. Martin Champoux: À ce titre — nous en avons parlé lors de votre dernier passage ici —, vous avez des modérateurs un peu partout, des humains qui secondent les algorithmes qui contrôlent le contenu diffusé sur votre plateforme. La dernière fois, je vous ai demandé si vous aviez des modérateurs francophones établis au Québec ou au Canada. Vous m'aviez répondu que vous n'étiez pas en mesure de me répondre et que cela pourrait même mettre la vie de ces personnes en danger.

Croyez-vous toujours cela, monsieur Chan?

Sinon, pouvez-vous me dire si vous avez des modérateurs francophones au Québec et au Canada?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Nous ne communiquons pas l'emplacement de nos modérateurs de contenu dans les différents pays. Comme je l'ai indiqué la dernière fois, nous devons couvrir un bassin de plus de 50 langues et tous les fuseaux horaires de la planète, et nous déployons nos employés et nos équipes en fonction de ces considérations.

[Français]

M. Martin Champoux: Je vais interpréter cette réponse comme un non. Je dois donc conclure que vous n'avez pas de modérateurs francophones au Québec. C'était une simple question à laquelle vous pouviez répondre par oui ou par non, mais vous me dites que vous ne voulez pas dévoiler cette information. C'est correct.

Monsieur Chan, vous vous souvenez des tristes événements de Christchurch. Je vous demandais si vous contrôliez le contenu qui est diffusé sur votre plateforme, parce qu'on est dans un contexte où on discute de la place que Facebook fait à l'information et que vous avez un certain contrôle sur ce qui est diffusé sur votre plateforme. Pendant 17 minutes, le tueur de Christchurch a diffusé ses actes en direct sur la plateforme de Facebook.

Croyez-vous que vous auriez pu interrompre cette diffusion à ce moment-là?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Nous avons pu repérer la vidéo en question et la retirer. Il est bien certain que nous regrettons qu'une telle tragédie ait pu avoir lieu et que nous aurions voulu pouvoir faire peut-être encore plus vite. Nous avons bien sûr tiré de nombreux enseignements de cet incident tragique, et je ne parle pas seulement de Facebook. Je dois dire que l'ensemble du secteur a collaboré — avec la participation des gouvernements — pour établir des systèmes et des protocoles permettant d'assurer le bon fonctionnement de tout le réseau, et pas uniquement de Facebook. Cela s'applique à toutes les entreprises et à toutes les plateformes avec le soutien des gouvernements. Nous avons élaboré ces protocoles pour pouvoir intervenir beaucoup plus rapidement si des événements aussi regrettables et malheureux devaient se reproduire.

[Français]

M. Martin Champoux: Vous avez donc effectivement pris acte de ces événements et vous avez tenté de votre mieux de corriger le tir pour éviter que cela se reproduise. C'est ce que j'entends.

• (1130)

M. Kevin Chan: Oui.

M. Martin Champoux: D'accord.

Je voudrais parler un peu du phénomène de la désinformation. On apprenait, la semaine dernière, que Facebook avait fait des progrès en matière de lutte contre la désinformation. Vous avez supprimé 1,3 milliard de faux comptes, si je ne me trompe pas, pendant le dernier trimestre de 2020.

Est-ce exact?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Oui, des milliards de faux comptes.

[Français]

M. Martin Champoux: Ce n'est pas rien, et je vous en félicite.

Cependant, de vrais comptes sont encore actifs. La semaine dernière, un article publié dans *La Presse* soulignait que 12 personnes sont responsables de 73 % du contenu contre la vaccination diffusé sur Facebook. Souvent, cela est fait sur la base d'informations non fiables. Il s'agit carrément de désinformation. M. Zuckerberg, votre patron, a dit qu'il n'avait aucune intention de s'engager à supprimer ces 12 comptes qui génèrent 73 % du contenu contre la vaccination.

Pouvez-vous m'expliquer la justification de cette position?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Pour être bien honnête avec vous, je dois avouer que je ne suis pas au fait de tous les détails de ce dossier. Je peux vous dire d'une manière plus générale que nous avons pour politique de supprimer toute désinformation nuisible concernant les vaccins contre la COVID. J'ai moi-même travaillé pendant de nombreuses heures avec notre équipe chargée des politiques sur le contenu pour établir des directives particulières à l'égard des interventions concernant les vaccins. Nous avons déjà supprimé une quantité considérable de contenu. D'après nos plus récents chiffres, nous avons supprimé en février 12 millions d'éléments de contenu en lien avec la désinformation concernant les vaccins contre la COVID.

Je suis persuadé que vous comprendrez qu'il s'agit d'un exercice quelque peu délicat. Nous le faisons en collaboration avec les agences et les experts de la santé publique des différents pays du monde qui vous diraient tous la même chose. La difficulté réside dans la nécessité de trouver le juste équilibre entre la possibilité pour chacun d'exprimer son point de vue et de partager ses impressions et ses idées sur différents sujets, et la volonté d'éviter la transmission de désinformation nuisible concernant les vaccins contre la COVID.

[Français]

M. Martin Champoux: Si je vous montrais les 12 comptes en question et que je vous démontrais qu'ils sont responsables de tant de désinformation, quelle serait votre décision, monsieur Chan? Hésiteriez-vous à...

Le vice-président (M. Alain Rayes): Monsieur Champoux, votre temps de parole est écoulé.

Cependant, puisque les témoins sont ici pendant deux heures, vous allez avoir une autre occasion de poser vos questions.

M. Martin Champoux: Merci, monsieur Chan.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Sans plus tarder, je cède la parole à Mme McPherson.

[Traduction]

Mme Heather McPherson (Edmonton Strathcona, NPD): Merci, monsieur le président. Merci de remplir ce rôle aujourd'hui en accomplissant un excellent travail.

Je tiens à remercier les témoins qui sont des nôtres aujourd'hui et qui ont accepté de répondre à certaines de nos questions. Je suis très inquiète lorsque je constate qu'il est impossible pour certains témoins de répondre à ces questions. Je conviens avec mon collègue, M. Housefather, qu'il me semble très important que M. Zuckerberg accepte de comparaître devant nous pour nous faire part de ses points de vue, étant donné que nous sommes malheureusement incapables d'obtenir certaines des réponses dont nous avons besoin.

Je dois dire d'entrée de jeu que les gens sont de plus en plus préoccupés par la puissance des géants du Web, les ravages causés par la propagation des discours haineux en ligne, l'impact de la concurrence déloyale que livrent ces géants à nos médias locaux, et l'injustice totale d'une situation où certains mettent les bouchées doubles pour payer leur juste part d'impôt pendant que les multinationales du Web mettent tout en œuvre pour contourner nos règles fiscales. Les gens sont justifiés de nourrir des craintes semblables, surtout quand ils se rendent compte des liens étroits entre ces géants du Web et le gouvernement libéral...

Je tiens à vous rappeler que nous sommes ici parce que nous avons découvert que le ministère de M. Guilbeault, celui-là même qui est chargé de réglementer les géants du Web, a accepté de diffuser une offre d'emploi pour Facebook. Ce manque d'éthique est d'autant plus inacceptable que nous savons que le gouvernement au pouvoir continue de protéger la marge de profit de Facebook en mettant en péril la survie de nos médias locaux; qu'il continue de protéger les bénéficiaires des géants du Web en refusant de les obliger à payer leur juste part d'impôt au détriment de nos travailleurs et de nos petites entreprises qui s'assurent de leur côté de payer leur juste part; et qu'il continue de reporter la réglementation des différentes plateformes au grand dam des gens et des communautés victimes de manifestations de haine en ligne. Le NPD ne cessera jamais d'exercer des pressions sur le gouvernement libéral pour qu'il mette fin à ce traitement de faveur dont bénéficient les géants du Web et pour qu'il protège enfin les intérêts des Canadiens.

Je suppose que je vais commencer par quelques questions concernant ces enjeux d'ordre éthique que je viens de soulever.

Je veux vous parler de votre dernière comparution devant le Comité, monsieur Chan. Lorsqu'on a voulu savoir si vous aviez déjà demandé à du personnel politique d'un cabinet ministériel de faire circuler une offre d'emploi pour Facebook, vous avez répondu que vous ne croyiez pas l'avoir fait. Pourriez-vous maintenant répondre à la même question par un oui ou un non? Dans l'affirmative, de quel cabinet ministériel s'agissait-il?

• (1135)

M. Kevin Chan: Encore une fois, je ne crois pas.

Mme Heather McPherson: Vous ne croyez pas. D'accord.

Vous avez demandé au ministère responsable de la réglementation de votre secteur de publier une offre d'emploi pour Facebook, qui présentait le détail des conditions salariales et vous... Oui. D'accord. Je voulais simplement mettre cela au clair.

M. Kevin Chan: Si vous me le permettez, madame... C'est important, parce que nous avons à cœur la vérité et les faits.

[Français]

Monsieur le président, j'aimerais dire une chose, si vous me le permettez.

[Traduction]

Dans son intervention, je crois que Mme McPherson a mal utilisé le terme « offre d'emploi ». Ce n'est pas cela. C'est une distorsion de la réalité...

Mme Heather McPherson: Comment décririez-vous la publication?

M. Kevin Chan: C'était un avis d'emploi public qui a été largement diffusé dans les médias sociaux, sur diverses plateformes. Je vous rappelle qu'il s'agissait d'un avis d'emploi ouvert.

Mme Heather McPherson: Que vous avez aussi transmis au personnel du ministère.

M. Kevin Chan: Madame, aucun fonctionnaire de Patrimoine canadien n'a été reçu en entrevue...

Mme Heather McPherson: En tout respect, là n'est pas la question, toutefois, monsieur Chan.

M. Kevin Chan: Les faits sont importants, madame, et il est important de faire preuve d'amour et de courage aux gens qui témoignent devant le Comité. Je veux être très respectueux à votre égard, mais, encore une fois, je...

Mme Heather McPherson: D'accord, monsieur Chan, je vais passer à d'autres questions. J'aimerais toutefois souligner que mon travail, en tant que députée de l'opposition, consiste à poser des questions qui peuvent être difficiles pour vous.

M. Kevin Chan: Nous sommes ici pour y répondre, madame, mais nous le ferons en misant sur la vérité, l'amour et le courage...

Mme Heather McPherson: Monsieur Chan, quel a été le profit net réalisé par Facebook sur le marché canadien au cours de l'année 2020?

M. Kevin Chan: Je ne le sais pas, madame.

Mme Heather McPherson: À l'exception des charges sociales, quel montant d'impôt la société Facebook a-t-elle [*Difficultés techniques*]?

M. Kevin Chan: Je ne le sais pas, mais je crois qu'il s'agit de renseignements commerciaux confidentiels, madame.

Mme Heather McPherson: Pour l'année 2020, quels ont été vos revenus publicitaires associés au contenu médiatique canadien au Canada?

M. Kevin Chan: Avec le contenu médiatique, ce serait zéro, madame.

Mme Heather McPherson: Le professeur Jean-Hugues Roy a estimé que les revenus publicitaires de Facebook au Canada associés au contenu journalistique étaient d'environ 210 millions de dollars. À ce sujet, monsieur Chan, vous avez répondu par une déclaration écrite aux médias et avez fait valoir que ces estimations étaient erronées. Si tel est le cas, quel est le bon chiffre?

J'aimerais souligner qu'il serait irresponsable de votre part de remettre en question le travail d'un chercheur si vous n'avez pas de chiffre à proposer.

M. Kevin Chan: Madame, je crois que vous faites référence au professeur Jean-Hugues Roy de l'UQAM.

[*Français*]

Il s'agit d'un professeur de l'Université du Québec à Montréal.

[*Traduction*]

J'ai parlé à M. Roy après coup. Il a écrit un article subséquent à ce sujet. Il était d'accord avec moi.

[*Français*]

Il a dit que son analyse était défailante.

[*Traduction*]

Encore une fois, comme je l'ai dit à M. Roy, nous ne faisons pas d'argent. Aucune publicité n'est jumelée à un article d'actualité dans un but lucratif. Ce n'est pas ainsi que fonctionnent nos produits publicitaires.

Madame, j'ai consulté notre bibliothèque publicitaire ce matin, et je sais que sur votre compte Facebook, vous diffusez des publicités pas plus tard qu'hier. Vous comprendrez, donc, qu'il n'est pas possible de jumeler des publicités aux articles d'actualité.

Mme Heather McPherson: Je me demande comment vous pouvez dire que ce chiffre est incorrect sans nous proposer d'autres chiffres.

M. Kevin Chan: C'est parce que la plateforme ne fonctionne pas de cette façon. Je viens de vous expliquer — et vous le comprendrez, puisque vous diffusez des publicités hier — qu'il n'est pas possible d'associer une publicité aux articles d'actualité.

Mme Heather McPherson: Vous ne pouvez pas nous dire comment vous en êtes venu à la conclusion que le chiffre fourni était incorrect.

[*Français*]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Chan.

Madame McPherson, puisque les témoins sont ici pendant deux heures, vous allez avoir l'occasion de leur poser d'autres questions et d'obtenir des clarifications.

Nous commençons maintenant le deuxième tour de questions. Les segments seront de cinq minutes chacun.

Sans plus tarder, je donne la parole à mon collègue M. Shields.

[*Traduction*]

M. Martin Shields (Bow River, PCC): Merci, monsieur le président.

Nous sommes heureux de vous revoir.

Je crois que M. Dinsdale a parlé des 5 000 \$ destinés à la couverture de la COVID-19 par les médias locaux. Est-ce qu'il pourrait nous transmettre une liste à cet effet? Ma circonscription compte neuf hebdomadaires, alors j'aimerais beaucoup voir cela.

M. Marc Dinsdale: Je crois que cette information a été communiquée dans l'une des publications de notre blogue, mais je peux vous transmettre la liste complète directement.

M. Martin Shields: Merci.

Comme vous le savez, ces neuf hebdomadaires — certains offrent une version numérique ou une version papier et d'autres offrent les deux — abordent bien d'autres sujets, outre la COVID. Ils s'intéressent notamment aux conseils municipaux, aux écoles et à tous ces sujets que les quotidiens n'abordent pas. Ils ont besoin de la publicité. C'est ce qui leur permet de survivre, et non les articles d'actualité.

Selon vous, comment survivront les neuf hebdomadaires de ma circonscription s'ils n'ont plus de revenus publicitaires, si le gouvernement vous donne cet argent?

• (1140)

M. Marc Dinsdale: Nous réalisons cela, et nous sommes conscients des défis associés à un marché publicitaire changeant. Ce que je trouve intéressant, avec les éditeurs de nouvelles locales comme Village Media, qui se trouve dans 14 marchés du nord de l'Ontario — comme l'a fait valoir M. Chan —, c'est qu'ils ont réussi à créer un modèle qui...

M. Martin Shields: Monsieur, je vais vous interrompre, parce que je parle des journaux hebdomadaires indépendants d'une seule collectivité. Je ne parle pas des chaînes. Je parle des neuf hebdomadaires de ma circonscription. Ce sont des journaux indépendants.

Vous ne faites pas référence à des médias locaux. Vous me parlez d'une chaîne.

M. Marc Dinsdale: Elle représente 14 collectivités qui comptent de 50 à 150 000 personnes.

Ce que je voulais faire valoir, monsieur, c'est que le modèle créé par Village Media est intéressant; il pourrait être utilisé ailleurs. Il présente les petites annonces locales, une section sur le secteur automobile local et une section sur les événements locaux, etc. qui constituent une stratégie de base pour fournir... Ce qu'il faut retenir — en ce qui a trait à la situation antérieure des nouvelles locales et autres —, c'est que le modèle d'un éditeur comme Village Media a permis de maintenir le cap.

M. Martin Shields: Je n'ai vraiment pas beaucoup de temps, monsieur. Lorsqu'une telle situation se produit ici, les nouvelles locales disparaissent. Lorsque la chaîne compte neuf journaux, elle disparaît.

Monsieur Chan, je m'adresse maintenant à vous. Vous parlez d'une politique associée à ce que j'appellerais de la censure. Voulez-vous nous en parler?

M. Kevin Chan: Nous publions toutes nos politiques en ligne, monsieur. Vous pouvez les lire à l'adresse facebook.com/communitystandards. Nos politiques sur le contenu s'appellent les « standards de la communauté ».

Je vous remercie de soulever la question de la censure. Bien sûr, nous y accordons une attention particulière. Nous tentons d'atteindre un équilibre délicat entre offrir aux gens la possibilité de s'exprimer, sans toutefois les laisser exprimer des idées qui pourraient causer des préjudices physiques si elles étaient mises en pratique.

M. Martin Shields: Je comprends, mais qui rédige la politique?

M. Kevin Chan: Ces politiques sont élaborées par l'équipe responsable de la politique mondiale de Facebook et...

M. Martin Shields: Y a-t-il un volet canadien?

M. Kevin Chan: Oui, monsieur. J'en fais d'ailleurs partie, tout comme Rachel Curran.

M. Martin Shields: Par conséquent, la politique a été modifiée et le document est en constante évolution?

M. Kevin Chan: Monsieur, ces éléments changent en fonction de la réalité du discours et des interactions. Si cela peut vous aider, j'aimerais laisser Mme Curran parler brièvement de notre processus de consultation d'experts dans le monde entier, dont certains volets étaient sous sa gouverne.

M. Martin Shields: Je parle de [Difficultés techniques] au Canada, si Mme Curran peut aborder expressément la façon dont vous élaborerez une politique. Quoi qu'il en soit, vous l'avez publiée. Pourriez-vous l'envoyer au Comité?

Mme Rachel Curran (gestionnaire responsable de politiques, Facebook Canada, Facebook inc.): Comme le dit M. Chan, les standards de la communauté Facebook affichent officiellement notre politique de contenu. Ce travail est constamment en cours, et nous consultons fréquemment des experts, des universitaires, la société civile et les citoyens canadiens lorsque nous concevons ces politiques, monsieur Shields. En effet, nous veillons toujours à avoir une perspective canadienne sur nos politiques de contenu, et à en assurer le fonctionnement pour les utilisateurs canadiens.

M. Martin Shields: Vous êtes membres de ce comité, et M. Chan aussi.

Mme Rachel Curran: Oui, nous le sommes tous les deux.

M. Martin Shields: Quelle en est la taille?

Mme Rachel Curran: Monsieur Chan, j'ignore la taille de notre équipe responsable de la politique mondiale.

M. Kevin Chan: Monsieur, je ne dirais pas nécessairement que c'est un « comité », mais qu'il s'agit plutôt d'un processus...

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je vous remercie.

Je suis désolé de vous interrompre, monsieur Chan.

[Traduction]

M. Martin Shields: Bien. Je vous remercie.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je donne maintenant la parole à Mme Dabrusin.

Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

[Traduction]

Je remercie tous les témoins.

La motion visant à tenir la séance d'aujourd'hui fait suite à la décision de Facebook de bloquer l'accès aux nouvelles en Australie. Monsieur Chan, je crois que vous avez parlé de l'importance de l'information sur la santé publique et de ce genre de choses. Je vous pose cependant la question suivante: croyez-vous qu'empêcher l'accès aux nouvelles, y compris à celles sur la santé publique, constitue une stratégie convenable de négociation avec un gouvernement en pleine pandémie?

• (1145)

M. Kevin Chan: Madame, je vous remercie de me permettre de répondre sans détour.

Je ne considère vraiment pas qu'il s'agit d'une négociation, et je ne pense pas que nous devrions voir les choses de cet œil. En réalité, c'était vraiment une réponse à un cadre qui n'allait pas être viable. Si Facebook avait continué à diffuser des actualités sur Facebook en Australie, le cadre nous aurait obligés à nous lancer dans un processus d'arbitrage contraignant avec les éditeurs en raison de la présence d'éléments hors de notre contrôle sur notre plateforme.

Ce n'était pas viable, et je dirais que toute organisation aurait été de cet avis. Cela va certainement à l'encontre d'un Internet libre et ouvert. Notre réaction malheureuse à un texte de loi inapplicable non fondé sur les faits a été de quitter le marché.

Mme Julie Dabrusin: Certains diront que Facebook est une organisation trop volumineuse qu'il faut scinder, puisqu'elle peut trop facilement empêcher l'accès à grande échelle aux actualités et aux informations sur la santé publique.

Ne croyez-vous pas que bloquer l'accès aux nouvelles en Australie en réponse à la législation gouvernementale vient étayer l'argument selon lequel Facebook est désormais trop vaste?

M. Kevin Chan: Je ne suis pas de cet avis, madame. Je regarde la situation au Canada. Certains de nos experts du Ryerson Leadership Lab ont publié des chiffres sur les sources d'information des Canadiens. Vous pouvez d'ailleurs en consulter les résultats. L'enquête que j'ai vue révèle qu'environ 25 % des Canadiens visionnent une partie de leurs actualités sur Facebook. C'est la quatrième ou cinquième source d'information en importance, alors que la télévision arrive au premier rang. Les personnes qui se rendent directement sur le site Web des journaux arrivent aussi avant Facebook.

Facebook est évidemment un des endroits où les gens consultent une partie de leurs nouvelles, mais il est faux d'affirmer que le site est une sorte de synonyme d'Internet ou d'accès aux nouvelles, comme le montrent les données du Ryerson Leadership Lab.

Mme Julie Dabrusin: Je vais devoir intervenir. Je suis heureuse que vous ayez abordé le contexte canadien. Comme vous le savez, le gouvernement canadien étudie actuellement différents modèles de nouvelles locales, et j'aimerais connaître votre opinion à ce sujet.

La stratégie de Facebook consiste-t-elle à bloquer l'accès aux nouvelles et aux informations sur la santé publique du Canada si le gouvernement décide d'adopter une législation sur les nouvelles locales au pays?

M. Kevin Chan: Madame, nous n'avons pas vu de proposition précise du gouvernement. Ce n'est pas une mesure que nous voudrions prendre, à moins de n'avoir aucune autre issue. Comme je vous l'ai dit, dans le cas de l'Australie, le cadre prévoyait une disposition de sortie selon laquelle Facebook pouvait quitter le marché si le fardeau réglementaire était trop lourd.

Voici ce que nous entendons vraiment lorsque nous parlons d'une approche canadienne: je suis persuadé que le Canada a l'ambition de faire mieux en établissant des cadres qui reposent sur des faits et sur le véritable fonctionnement d'Internet.

Mme Julie Dabrusin: Je vais vous arrêter ici puisque je n'ai plus qu'une minute. Lorsque vous vous plaignez du modèle australien, vous parlez des ententes obligatoires par rapport à celles qui sont facultatives, et de leur nature contraignante.

Pourquoi un système obligatoire ne serait-il pas acceptable pour contrer les déséquilibres de pouvoir relatifs aux nouvelles locales?

M. Kevin Chan: En réalité, si vous parlez à certains diffuseurs de nouvelles locales, vous constaterez qu'ils tirent avantage de la distribution gratuite. Ils vous le diront. Nous vous avons présenté les chiffres. Ne me croyez pas sur parole, madame. Parlez-en à Jeff Elgie, le président-directeur général de Village Media, qui a affirmé que la distribution gratuite a rapporté un demi-million de dollars à son entreprise rien qu'en janvier 2021.

Ce que je propose en toute humilité au Comité, c'est de redéfinir en quelque sorte la façon de voir les choses. En fait, les plateformes gratuites réacheminent le trafic aux publications directement sur le site Web, qui est alors monétisé.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je remercie M. Chan et Mme Dabrusin.

Nous poursuivons maintenant avec M. Champoux, pour deux minutes et demie. Il s'agit normalement de segments de cinq minutes, mais M. Champoux et Mme McPherson partagent le même segment.

Vous avez la parole, monsieur Champoux.

• (1150)

M. Martin Champoux: J'espérais que vous oublieriez ce détail, monsieur le président.

Monsieur Chan, je suis très intéressé par le sujet que vous et Mme Dabrusin venez d'effleurer, mais j'aimerais revenir à la question que j'ai posée plus tôt.

La désinformation est reconnue comme étant une menace directe à la santé publique dans le contexte de la COVID-19. Selon un article publié dans *La Presse*, la semaine dernière, 12 personnes seraient responsables de 73 % du contenu contre la vaccination. Évidemment, cette désinformation est basée sur des sources non fiables. Or ces comptes sont encore actifs actuellement.

Vous dites vouloir lutter contre la désinformation. Vous supprimez plusieurs faux comptes et, je pense, plusieurs fausses nouvelles. Pourquoi vous obstinez-vous à ne pas supprimer ces comptes?

Si je vous montrais les 12 comptes qui représentent un danger pour la santé publique dans le contexte de la COVID-19, selon l'Agence de la santé publique du Canada, que feriez-vous de cette information que je...

[Traduction]

M. Kevin Chan: Nous serions ravis que vous nous soumettiez ces comptes. Nous y jeterons un coup d'œil. Je ne peux évidemment pas vous promettre un résultat ou un autre, mais nous serons ravis d'examiner ces 12 comptes. Nous ferons notre...

[Français]

M. Martin Champoux: Ils ont été présentés la semaine dernière, au Congrès, devant votre président, M. Zuckerberg, qui a refusé de s'engager à les retirer, pourtant.

Si vous avez vraiment l'intention de combattre la désinformation, d'être un bon citoyen et de prendre les responsabilités qui vous incombent, je m'explique mal cette décision, monsieur Chan.

[Traduction]

M. Kevin Chan: Je ne suis pas au courant de la situation. Monsieur, vous m'excuserez de ne pas être au fait de tout ce qui a été mentionné à l'audience de la semaine dernière. Je dirai simplement que nous nous rangeons du côté des experts en santé publique. Nous comptons sur eux pour nous signaler les choses qu'ils jugent être de la désinformation préjudiciable.

Comme vous le savez sans doute, nous collaborons avec l'Agence de la santé publique du Canada pour nous assurer d'être en bonne posture au pays et de transmettre des renseignements fiables aux Canadiens. Nous avons guidé plus de deux milliards de personnes directement vers les sources d'information sur la santé publique dans le monde, ainsi que des millions de Canadiens vers l'Agence de la santé publique du Canada. La Dre Tam participera ce mercredi à une diffusion en direct sur Facebook avec nous pour dire directement aux Canadiens comment obtenir des renseignements fiables au sujet du vaccin. Nous voulons mettre la main à la pâte.

Monsieur, je tiens également compte des autres éléments que M. Shields a mentionnés. Il faut trouver un équilibre délicat entre le fait de permettre aux gens d'exprimer leurs pensées et sentiments, et de veiller à la sécurité de notre communauté. Dans le cas présent, je dirais humblement que nous essayons d'atteindre cet équilibre entre...

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Chan.

Merci, monsieur Champoux.

Madame McPherson, vous avez la parole pour deux minutes et demie.

[Traduction]

Mme Heather McPherson: Je vous remercie, monsieur le président.

J'ai simplement quelques petites questions à poser aux témoins au sujet de certains règlements sur la haine en ligne.

Monsieur Chan, lors de votre dernière comparution devant le Comité, vous avez déclaré que Facebook est en faveur de dispositions législatives qui établissent des normes pour interdire le contenu haineux en ligne, et que l'autoréglementation actuelle des plateformes n'est pas viable.

Puisque le gouvernement tarde à introduire la législation, convenez-vous que cela exacerbe la propagation de contenu haineux en ligne?

M. Kevin Chan: Je n'en ai vraiment aucune idée, madame.

Tout d'abord, puisque nous n'avons vu aucune proposition, je ne voudrais pas avancer d'hypothèses sur ce que la loi pourrait inclure ou non. Je peux vous dire que les standards de la communauté Facebook comportent des règles sur le contenu préjudiciable. Nous travaillons d'arrache-pied chaque jour pour faire respecter nos standards.

Mme Heather McPherson: Pensez-vous que le gouvernement devrait prévoir des amendes et des sanctions criminelles suffisamment sévères pour inciter les plateformes à retirer rapidement les contenus haineux?

M. Kevin Chan: Madame, encore une fois, je n'ai pas vu de proposition précise. Comme je l'ai déjà dit, il est probablement malavisé de commenter une chose qui n'a été présentée à personne.

Mme Heather McPherson: De votre point de vue, même si vous avez [*Difficultés techniques*] logique qu'il y ait des amendes et des sanctions criminelles sévères si les plateformes de médias sociaux ne retirent pas les commentaires haineux rapidement?

M. Kevin Chan: Comme vous le savez peut-être, il existe déjà des dispositions pénales dans la loi canadienne. La plateforme, Facebook et les autres sociétés en ligne composent évidemment avec ce cadre.

Mme Heather McPherson: Je suppose que vous répondez par l'affirmative, et que vous convenez aussi que nous aurions raison d'imposer des sanctions judiciaires et financières pour tenir Facebook responsable s'il ne retirait pas rapidement le contenu haineux.

• (1155)

M. Kevin Chan: Nous avons dit que c'est le cas. Si nous ne mettons pas en place de bonne foi des systèmes convenables pour faire respecter nos standards, nous devrions absolument faire l'objet d'une forme de sanction et être tenus responsables.

Mme Heather McPherson: Je vous remercie, monsieur Chan.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Chan et madame McPherson.

Monsieur Shields, vous avez la parole pour cinq minutes.

[Traduction]

M. Martin Shields: Monsieur le président, c'est au tour de M. Aitchison.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Oui, vous avez raison, je suis désolé.

Monsieur Aitchison, veuillez m'excuser. Vous avez la parole.

[Traduction]

M. Scott Aitchison (Parry Sound—Muskoka, PCC): N'ayez crainte. Personne ne vous accusera de favoritisme à l'égard des conservateurs. C'est une bonne chose.

Ce qui me pose problème, c'est que Facebook est une nouvelle technologie. Comme nous en avons discuté dans le cadre de la Loi sur la radiodiffusion, les nouvelles technologies prennent le pas sur les anciennes. Cela dit, j'adore mon journal local. D'ailleurs, je travaille actuellement à un projet où je fais beaucoup de recherches dans de vieilles éditions du *Huntsville Forester*, qui sont toutes en ligne. C'est une véritable mine de renseignements.

Nous avons beaucoup parlé du fait que Facebook tente de [*Difficultés techniques*] en ligne. C'est comme une place communautaire où les gens peuvent se lever et dire ce qu'ils veulent. Je suppose que la grande différence entre Facebook et un journal communautaire est que le premier ne produit pas vraiment de contenu.

Pouvez-vous en parler? Est-ce que Facebook produit lui-même du contenu, ou s'agit-il simplement d'une plateforme pour les autres?

M. Kevin Chan: Il y a peut-être des expériences dont je ne suis pas au courant personnellement, mais je pense que votre description est juste, monsieur. Nous sommes une plateforme. La vaste majorité du contenu est généré par les utilisateurs... Il y a ensuite peut-être moins de 4 % de contenu tiré des pages, c'est-à-dire du contenu qui provient de pages telles que votre page Facebook, monsieur. L'information peut aussi provenir d'un journal, voire d'une université, de la Chambre des communes ou du Parlement du Canada. Cependant, vous avez tout à fait raison de dire que la plateforme dépend vraiment du contenu généré par les utilisateurs.

M. Scott Aitchison: Un des problèmes que nous remarquons aussi est que les gens... Nous comprenons que les citoyens ne souhaitent tout simplement pas payer pour obtenir de l'information sur Internet. C'est un problème majeur des médias.

Dans quelle mesure le modèle de Facebook prendrait-il un virage radical s'il fallait payer un tarif mensuel ou annuel pour être membre?

M. Kevin Chan: Nous y avons songé de temps à autre, et les parties intéressées nous l'ont bel et bien proposé.

Si on y réfléchit de notre point de vue, le problème avec plus de deux milliards d'utilisateurs dans le monde, c'est que nous finirions probablement par créer différentes catégories d'utilisateurs: ceux qui pourraient se le permettre et ceux qui ne le peuvent pas, ou encore, ceux qui pourraient facilement se le permettre et ceux qui auraient beaucoup de mal à le faire. Cela ne semble pas être la meilleure façon de bâtir une communauté, alors que c'est ce que nous essayons de faire dans le cadre de notre mission.

Les gens des pays du Sud utilisent Facebook pour de nombreuses raisons différentes, dont certaines sont économiques...

M. Scott Aitchison: Pardonnez-moi, mais je vais devoir vous interrompre.

Vous pourriez fixer des tarifs différents pour diverses régions du monde. Les sociétés pharmaceutiques vendent leurs médicaments à des prix différents dans divers pays, en fonction du marché.

Voici une partie du problème au Canada. En raison de la gratuité du service — et aussi parce que tout le monde est coincé à la maison à s'ennuyer et à être frustré par la COVID-19 —, nous assistons à un nivellement par le bas de la société. Les gens publient des idioties qui se répandent comme une traînée de poudre. S'il s'agissait d'un service pour lequel il fallait payer ne serait-ce qu'une somme minime, cela réduirait peut-être ce genre de sottises.

M. Kevin Chan: C'est un très bon point, monsieur, et d'autres nous en ont fait part. Je serai heureux de le présenter à l'interne après la réunion.

• (1200)

M. Scott Aitchison: Merci.

Voilà tout, monsieur le président, à moins qu'il ne me reste beaucoup de temps. Je peux continuer à divaguer, mais ce n'est probablement pas ce que vous souhaitez.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Aitchison.

Nous allons commencer une autre ronde de questions de cinq minutes. Monsieur Housefather, vous avez la parole.

M. Anthony Housefather: Merci, monsieur le président.

[Traduction]

Je crois avoir fait valoir mon point de vue au dernier tour. Je pourrais continuer à poser des questions auxquelles seulement M. Zuckerberg ou des gens d'autres niveaux peuvent répondre, mais je ne vais pas le faire.

Pour terminer, je veux dire que M. Zuckerberg est le PDG, l'actionnaire majoritaire et le président du conseil d'administration d'une entreprise américaine qui est en activité au Canada. À mon avis, le fait qu'il ne soit pas citoyen canadien ou résidant du Canada ne le soustrait pas à l'obligation de témoigner devant notre comité lorsque nous le convoquons.

Je vous demande instamment de transmettre le message, car cela a complètement changé la façon dont j'allais interroger Facebook aujourd'hui.

Je vais revenir à une question.

[Français]

Mon collègue M. Champoux a soulevé la question des modérateurs. Vous avez dit, monsieur Chan, que vous ne pouviez pas nous dire s'il y avait des modérateurs francophones au Québec ou au Canada. Cependant, lors du témoignage de M. Zuckerberg devant le Congrès américain, on a appris que vous alliez augmenter le nombre de modérateurs espagnols aux États-Unis. On ne parle pas seulement de modérateurs qui parlent espagnol, mais de modérateurs espagnols qui sont aux États-Unis.

Alors, pourquoi ne pourriez-vous pas nous dire s'il y a des modérateurs francophones au Canada?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Encore une fois, notre stratégie consiste à ne pas révéler l'emplacement de nos modérateurs de contenu.

Comme vous le savez, monsieur Housefather, ils font partie d'une équipe de sûreté et de sécurité qui compte 35 000 membres dans le monde. Nous travaillons dur pour assurer la sûreté et la sécurité de notre communauté.

M. Anthony Housefather: Je comprends bien, monsieur Chan, mais votre PDG s'est engagé devant le Congrès non pas à embaucher des modérateurs hispanophones, mais bien à en augmenter le nombre aux États-Unis. Il a ainsi révélé la présence de modérateurs hispanophones au pays.

Par conséquent, je ne comprends pas pourquoi nous ne pouvons pas savoir s'il y a des modérateurs francophones au Canada. Nous ne vous demandons pas de révéler leur identité ou leur emplacement. Je vous demande d'envoyer une réponse par écrit au Comité si vous pouvez révéler la présence de modérateurs francophones au Canada.

Permettez-moi de poser une autre question.

Vous dites que toutes les politiques de Facebook sont publiées, ce que je saisis bien. Vous remettez cependant des directives non diffusées en ligne aux modérateurs de contenu. Dans un article paru le 23 mars dans le *Guardian* [Difficultés techniques] modérateurs, et on y précisait les différences entre la protection des particuliers et des personnalités publiques.

[Français]

Au Québec, plusieurs maires ont dit qu'ils n'allaient pas se présenter aux prochaines élections parce qu'ils avaient reçu des menaces sur les médias sociaux.

[Traduction]

[Difficultés techniques] étant donné qu'il y a des Québécois qui ne se présentent pas aux prochaines élections en raison des médias sociaux, je suis un peu inquiet des directives précisant que les particuliers ne peuvent pas être la cible de menaces de mort sur Facebook, alors que dans le cas des personnalités publiques, il suffit qu'elles n'y soient pas exposées intentionnellement.

On pourrait donc déduire qu'en vertu des politiques de harcèlement de Facebook, il est acceptable de préconiser la mort d'une personnalité publique, pour autant que l'utilisateur ne l'épinglé pas dans son message. Ces allégations sur les politiques sont-elles exactes, en ce qui a trait aux directives qui sont remises aux modérateurs?

M. Kevin Chan: Encore une fois, monsieur, vous comprendrez que je ne connais pas ces directives particulières puisque je ne les ai pas consultées.

Je peux cependant vous dire que notre position à l'égard des personnalités publiques et des simples citoyens est conforme à l'évolution de la loi, en ce qui concerne les différents seuils s'appliquant à un particulier par rapport à une figure publique. C'est attribuable à l'évolution du droit et à la manière dont les tribunaux ont interprété ces seuils pour une personnalité publique et un simple citoyen.

Je dirais assurément que dans tous les cas de menace crédible à l'encontre d'une personne, qu'il s'agisse d'une personnalité publique ou d'un simple citoyen, nous travaillons évidemment avec les forces de l'ordre pour nous assurer de faire la lumière sur la question. Nous prenons cela très au sérieux.

• (1205)

M. Anthony Housefather: Je comprends, mais disons qu'une personne publie « J'ai l'intention de pendre Anthony Housefather » plutôt que « Anthony Housefather devrait être pendu », je ne suis pas certain d'y voir une grande distinction. Les deux phrases pourraient persuader une personne ayant de très mauvaises intentions à passer à l'acte.

Je ne comprends vraiment pas pourquoi réclamer la mort d'une personnalité publique n'irait pas à l'encontre des politiques de Facebook et ne devrait pas être supprimé par les modérateurs de contenu, suivant leurs directives.

Si vous le pouvez, monsieur Chan, je vous demande encore de remettre au Comité les directives qui sont envoyées aux modérateurs, et dont il est question dans l'article du *Guardian*.

J'aimerais maintenant parler d'un article de BuzzFeed paru le 21 février.

Selon BuzzFeed...

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Housefather, mais je suis obligé de vous arrêter.

Tout le monde travaille si bien que, si on continue à ce rythme-là, on va pouvoir compléter les quatre rondes de questions. Je vais donc continuer à surveiller le temps.

Sans plus tarder, je cède la parole à M. Waugh pour cinq minutes.

[Traduction]

M. Kevin Waugh: Je vous remercie, monsieur le président.

Monsieur Chan, le gouvernement devrait-il réglementer Internet? J'ai posé cette question à M. Ian Scott.

Ce qui se passe en ce moment sur Facebook, c'est que nous voyons beaucoup d'anciens diffuseurs créer des émissions et faire des ventes publicitaires. Ils n'ont pas de licence de radiodiffusion, mais ils diffusent pourtant des émissions d'un bout à l'autre du pays au moyen de votre plateforme, à l'abri de toute réglementation.

M. Scott, le président du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC, a dit que son équipe allait se pencher sur [*Difficultés techniques*], mais qu'il faudrait que le Conseil du Trésor verse plus d'argent au CRTC pour que ce soit possible.

Que pensez-vous du fait que votre plateforme joue présentement un rôle de diffuseur dans presque toutes les villes canadiennes?

M. Kevin Chan: Je ne suis pas au courant, monsieur.

M. Kevin Waugh: Comment est-ce possible? Voyons donc.

M. Kevin Chan: Je dois vous avouer que ce n'est pas le genre de contenu que je suis sur Facebook. Je vous prie de ne pas penser que je tente ainsi de rejeter vos propos. Ce n'est tout simplement pas ma tasse de thé, en quelque sorte.

Je ne suis pas au courant, mais il est vrai que Facebook permet à toute personne, petite ou grande, de diffuser en direct et de communiquer avec qui elle veut sur sa plateforme. Voilà l'intérêt de Facebook. C'est pourquoi les gens y reviennent.

M. Kevin Waugh: Qui va réglementer la situation? Ces entités enlèvent de l'argent aux journaux, de même qu'aux diffuseurs traditionnels. Je dirais que les plateformes comme la vôtre leur soutirent des centaines de milliers de dollars. Votre plateforme leur sert d'avenue. Asseyez-vous ici et regardez. Chaque jour, une émission d'une heure est diffusée par ici, puis une autre de deux heures est diffusée par là. Il y a même des annonceurs. Ces entités ne sont pourtant pas réglementées. Devraient-elles l'être?

M. Kevin Chan: Monsieur Waugh, pour revenir aux propos de M. Shields, je dois dire une chose — je ne voudrais pas mal interpréter ce que vous dites. Si vous parlez ici d'une personne qui va sur Facebook pour faire une diffusion en direct, il s'agit en principe d'un discours. Pour notre part, nous devons prendre garde de ne pas imposer de conditions aux discours des utilisateurs pour des motifs autres que le préjudice, le danger et la sécurité. C'est pourquoi nos standards ont été créés.

M. Kevin Waugh: La situation se produit tous les jours. Des émissions de sport et de divertissement sont diffusées, et les entités font payer la publicité. Je ne crois pas qu'elles versent de l'argent à votre société en contrepartie.

Nous avons reçu les représentants du CRTC vendredi dernier. Soudainement, M. Scott a dit qu'ils pourraient envisager de contrôler Internet en raison de ce qui se passe. Il a mentionné en deuxième lieu qu'il fallait demander au Conseil du Trésor d'examiner le dossier.

En tant que membre de l'opposition, je me demande tout à coup de combien d'argent vous auriez besoin pour contrôler Internet.

• (1210)

M. Kevin Chan: Je comprends le sentiment, monsieur Waugh. Je vais simplement parler de mon expérience personnelle; M. Dinsdale a mentionné le Digital News Innovation Challenge — le premier vrai programme que nous avons mis en place en 2017 pour soutenir les nouvelles. Il y a là une équipe — l'une des cinq entreprises que nous avons aidé à incuber — appelée The Gist. À l'origine, cette équipe composée de trois jeunes professionnelles a décidé de créer un organe d'information sur le sport axé sur les femmes. C'est une entreprise de diffusion féministe qui se concentre sur l'interprétation du sport pour les femmes. Elles sont originaires de Toronto. Elles ont utilisé des plateformes comme Facebook — et, je suppose, d'autres plateformes également — pour se développer. Trois ou quatre ans plus tard, cette société se porte remarquablement bien dans toute l'Amérique du Nord. Voilà, je pense, le pouvoir de l'Internet ouvert.

Je suis d'accord avec vous pour dire que, si elles font beaucoup de choses sur Facebook et sur d'autres plateformes de diffusion en continu qui sont ouvertes au contenu généré par les utilisateurs, cela signifie probablement qu'elles sont en concurrence avec d'autres. Cependant, d'une certaine manière, je pense que c'est un merveilleux exemple d'innovation: une petite entreprise qui réussit et qui est capable de se mesurer aux entreprises titulaires en ligne.

M. Kevin Waugh: J'ai une question avant que mon temps de parole se termine. Est-ce que Facebook a appris quelque chose en interrompant ses activités pendant trois jours en Australie?

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Waugh.

[Traduction]

M. Kevin Waugh: D'accord. Merci.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je remercie également M. Chan de ses réponses.

Madame Ien, vous avez la parole.

[Traduction]

Mme Marci Ien (Toronto-Centre, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président. Vous faites de l'excellent travail aujourd'hui.

Je remercie nos témoins de leur participation.

Monsieur Chan, j'aimerais commencer par vous et me concentrer un peu sur les discours haineux, si vous le permettez. Nous avons vu ce qui se passe avec les manifestations de haine anti-asiatique. Une grande partie de cette haine a pris naissance sur les médias sociaux et s'est intensifiée à cause de cela. On rapporte que, en proportion au nombre d'habitants, il y a plus de haine anti-asiatique et plus d'incidents de ce genre au Canada qu'aux États-Unis.

Je me demande simplement, en ce qui concerne Facebook et votre approche de gestion, si quelque chose a changé. Avez-vous intensifié vos efforts pour freiner ce genre de discours haineux?

M. Kevin Chan: Notre approche est uniforme dans l'ensemble du système, à savoir que les propos désobligeants ou discriminatoires visant des groupes particuliers, asiatiques ou autres, constituent une violation des normes de notre communauté. Nous appliquerions les mêmes règles dans tout le système.

D'après mon expérience personnelle de travail chez Facebook, je ne peux pas dire que nous ayons constaté une intensification des mesures d'application. En tout cas, rien n'a été transmis à mon bureau ou à mon écran, mais je lis évidemment avec inquiétude les mêmes choses que vous lisez dans les journaux au sujet des problèmes que rencontrent les Canadiens d'origine asiatique.

Mme Marci Ien: Par exemple, monsieur Chan, si l'on trouvait sur Facebook une publication contenant un message haineux, que se passerait-il? Pouvez-vous nous décrire le processus?

M. Kevin Chan: Pour être honnête, il y a deux façons de faire respecter nos systèmes. L'une est le système automatisé — je pense qu'un de vos collègues l'a mentionné —, qui utilise l'intelligence artificielle. Une partie de la technologie a été développée au Canada: l'apprentissage automatique qui permet d'aller chercher toutes ces choses.

En fait, j'ai quelques statistiques ici. En ce qui concerne les discours haineux, au dernier trimestre de 2020, nos systèmes automatisés ont trouvé automatiquement plus de 97 % des discours haineux visant des groupes, avant qu'un humain ne les ait vus ou signalés. C'est là où nous en sommes. Bien sûr, 97 %, ce n'est pas 100 %, et nous avons donc encore du chemin à parcourir, mais nous nous améliorons chaque jour. C'est notre démarche. C'est la façon dont nous faisons les choses en ce moment.

L'autre élément, cependant, c'est que parce que le point de vue contextuel est important, nous devons veiller, dans certaines zones grises, à ce qu'il s'agisse bien d'une attaque contre la communauté et non d'autre chose, par exemple, de la sensibilisation au racisme envers les Asiatiques. Nous avons également besoin d'être hu-

ains, et une partie de l'équipe de 35 000 personnes dont j'ai parlé est composée de personnes chargées de déterminer si l'image, la vidéo ou le texte effectivement publié visait à attaquer les Asiatiques ou à faire de la sensibilisation à la discrimination et au racisme. C'est ce contexte qui détermine si nous devons ou non appliquer les règles et retirer le contenu.

Il s'agit en réalité d'un processus parallèle qui se met en marche lorsque nous avons besoin d'obtenir plus de contexte. Nous avons des systèmes automatisés qui détectent les choses automatiquement. Nous nous améliorons constamment, mais nous sommes à environ 97 % d'identification proactive et nous avons besoin d'humains pour vérifier certains des cas les plus difficiles, où le discours est gris et où nous devons être sûrs du contexte. Ensuite, les cas les plus compliqués sont transmis à des personnes comme Mme Curran et moi, qui examinent des éléments particuliers de contenu émanant du Canada, consultent des experts et réfléchissent à la question de savoir si nous allons ou non tracer la ligne au bon endroit.

• (1215)

Mme Marci Ien: Merci, monsieur Chan.

Je vais partager mon temps avec ma collègue, Mme Dabrusin.

Madame Dabrusin, c'est à vous.

[Français]

Mme Julie Dabrusin: Merci.

Monsieur le président, combien de temps me reste-t-il?

Le vice-président (M. Alain Rayes): Il vous reste 30 secondes, madame Dabrusin.

[Traduction]

Mme Julie Dabrusin: Je reviendrai probablement sur ce sujet lors du prochain tour, mais je veux parler un peu des ressources gratuites. Vous parlez beaucoup de l'accès gratuit à votre réseau, par exemple pour la presse. Je suis curieuse et j'aurai d'autres questions à savoir qui paie pour cela.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Madame Dabrusin, malheureusement, votre temps de parole est écoulé. Vous pourrez poursuivre lors du prochain tour de questions.

Monsieur Champoux, vous avez la parole pour deux minutes et demie.

M. Martin Champoux: Merci, monsieur le président.

Monsieur Chan, j'aimerais savoir si, en tant que vice-président mondial de Facebook, vous pouvez répondre à cette question qui vous a été posée un peu plus tôt par un de mes collègues.

En 2020, quel a été le chiffre d'affaires de Facebook au Canada, approximativement?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Encore une fois, monsieur, je n'ai pas cette information.

[Français]

M. Martin Champoux: Monsieur Chan, j'avoue être un peu étonné que vous n'ayez pas ce chiffre, en tant que vice-président mondial d'une entreprise comme Facebook.

M. Kevin Chan: Malheureusement, je ne suis pas...

M. Martin Champoux: On estime à 2,5 milliards de dollars les revenus de Facebook au Canada. Croyez-vous que c'est plausible?

M. Kevin Chan: Honnêtement, je ne le sais pas. Malheureusement pour moi, je ne suis pas vice-président.

M. Martin Champoux: Je suis désolé. Vous êtes le directeur mondial.

Les chiffres d'affaires annuels de Facebook sont estimés à 2,5 milliards de dollars. Vous générez évidemment beaucoup de trafic sur vos pages Web grâce au contenu journalistique, et vous en êtes bien conscient. C'est aussi un apport inestimable à votre modèle d'affaires, parce que vous pouvez en retirer énormément d'informations et de données.

Vous venez d'annoncer un investissement de 8 millions de dollars sur trois ans dans le journalisme au Canada. En moyenne, ce sont 2,7 millions de dollars par année sur un chiffre d'affaires estimé à environ 2,5 milliards de dollars.

Trouvez-vous que cet investissement est généreux?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Je vais demander à mon collègue, M. Dinsdale, de vous en dire un peu plus par la suite.

Je voudrais juste souligner que les 8 millions de dollars sont destinés à l'ensemble de l'écosystème, pour renforcer la capacité des nouvelles locales et pour renforcer la capacité des voix sous-représentées. Ce n'est pas du tout...

[Français]

M. Martin Champoux: Des voix parlent déjà de ces communautés, justement. Ces médias existent déjà. Ils aimeraient seulement avoir une forme d'équité en ce qui a trait au partage des revenus publicitaires, précisément.

Les gens retrouvent leurs nouvelles sur les médias sociaux, particulièrement sur Facebook. Les annonceurs savent très bien que c'est plus facile d'annoncer sur Facebook, parce que vos tarifs sont très concurrentiels et que vous rejoignez une grande part de la clientèle.

Ne pensez-vous pas que la demande des médias écrits de revoir un peu le modèle et de partager les revenus publicitaires est légitime?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Je voudrais simplement répéter qu'il s'agit d'un malentendu courant, mais quand...

[Français]

Je dis la vérité, monsieur. Si ma belle-mère, qui demeure à Québec, voit un lien publié par un éditeur dans son fil d'actualité sur Facebook et qu'elle clique sur celui-ci, le navigateur se rend sur le site Web de l'éditeur. Alors, c'est ce dernier qui fait de l'argent, pas nous.

M. Martin Champoux: Je vais manquer de temps pour en parler davantage. Toutefois, vous savez très bien que ce n'est pas vrai. Les médias d'information ont perdu 80 % de leurs revenus publicitaires, tandis que les médias sociaux, dont Facebook et Google...

• (1220)

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je suis désolé, monsieur Champoux, mais votre temps de parole est écoulé.

M. Martin Champoux: Je vais poursuivre au prochain tour de questions.

Merci.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Madame McPherson, vous avez la parole.

[Traduction]

Mme Heather McPherson: J'aimerais revenir sur certains des commentaires formulés par mon collègue, M. Champoux.

Nous entendons l'annonce d'une contribution de 8 millions de dollars à la radiodiffusion canadienne et, bien sûr, cette annonce a été rendue publique en fin de semaine, la veille de votre comparution devant ce comité. C'est formidable de voir cette contribution aux médias locaux, mais il s'agit évidemment d'une très petite somme d'argent comparée — comme l'a souligné M. Champoux — à la somme d'argent que Facebook fait au Canada.

Il me semble aussi que ce n'est pas la bonne façon de procéder. Ce n'est manifestement pas la bonne façon de résoudre cette crise des médias. Plutôt que de vous laisser — vous ou les géants du Web — choisir comment interagir, il me semble que le rôle du gouvernement est de proposer un projet de loi, comme l'a fait l'Australie, afin de vous obliger en fait à payer votre juste part au lieu de vous laisser créer les règles qui vous favorisent.

Ne pensez-vous pas qu'au lieu de demander l'aumône à Facebook de manière ponctuelle, il serait plus logique de mettre en place des dispositions législatives qui vous obligent à rendre des comptes?

M. Kevin Chan: Madame, encore une fois, comme je l'ai dit précédemment — et d'autres représentants de Facebook l'ont dit aussi —, le problème avec le modèle australien est qu'il ne reflète pas les réalités du fonctionnement d'Internet.

Encore une fois, demander à Facebook de payer pour les liens diffusés sur Facebook, alors que nous n'avons pas notre mot à dire et que nous ne sommes pas en mesure de contrôler le volume, signifie que nous ne contrôlons pas le prix. Cela va à l'encontre du principe de fonctionnement d'un Internet libre et ouvert. Voilà le défi.

Cela ne veut pas dire que nous ne nous préoccupons pas de l'avenir de l'information. Cela ne veut pas dire que nous ne voulons pas investir dans les nouvelles. Nous avons pris un engagement de 8 millions de dollars. J'ai également indiqué, certainement aux médias, précédemment, que nous allions envisager, en 2021, de conclure des accords commerciaux avec les diffuseurs d'une manière qui soit logique.

Je vais peut-être laisser la parole à mon collègue, Marc, qui pourra vous en dire un peu plus...

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Chan.

Monsieur Shields, vous avez maintenant la parole pour cinq minutes.

[Traduction]

M. Martin Shields: Merci, monsieur le président. Je vous en sais gré.

À ce sujet, étant le vieil homme que je suis, je me souviens d'avoir été à Londres, au Speakers' Corner, dans Hyde Park, où toutes sortes de personnages intéressants viennent dire tout ce qu'ils veulent. C'est l'ancienne forme des médias sociaux d'aujourd'hui.

Monsieur Chan, les gouvernements réagissent et vous entendez les préoccupations qui sont exprimées ici; les gouvernements interviennent là où il y a des préoccupations, d'une certaine manière. J'ai soulevé la question de la censure précédemment, ainsi que la façon dont cela a été soumis à d'autres personnes et à d'autres mécanismes. Nous avons un appareil judiciaire qui interprète les discours haineux que nous avons. C'est une tribune très publique et ouverte.

Ce que vous faites se passe derrière des portes closes, et vous avez une politique et mettez en oeuvre des règles que vous établissez; il ne s'agit pas d'une tribune publique. De ce fait, le gouvernement se retrouve dans un contexte où il doit se mettre à rédiger un projet de loi visant à contrôler et à rendre public ce que vous faites.

Vous avez le choix. Vous pouvez être plus ouverts quant aux politiques que vous établissez pour la censure, ou faire face aux dispositions imposées par le gouvernement. Vous n'aimez pas la réglementation gouvernementale. Le modèle australien ne fonctionne pour personne, parce que les véritables auteurs n'en tirent pas d'argent, ce qui fait que ce n'est pas une solution. Vous payez et les diffuseurs obtiennent l'argent.

Qu'est-ce que vous allez faire?

M. Kevin Chan: Monsieur, c'est un point très pertinent, et je vous remercie de l'avoir soulevé. Nous sommes d'accord avec vous, et nous avons entendu la même critique ailleurs, à savoir que Facebook crée des règles et décide de ce qui peut être publié ou non.

Quant à votre remarque, monsieur, comme vous le savez, la seule entité dans une démocratie libérale qui a la légitimité requise pour établir de telles règles est le Parlement, et c'est la raison pour laquelle nous saluons la réglementation; je précise donc respectueusement ne pas être tout à fait d'accord avec vous, monsieur.

Quand il s'agit de propos tenus, vous avez raison. Nous faisons cela depuis que Facebook existe. La raison pour laquelle nous sommes au milieu de tout cela est que pour toute décision que nous prenons concernant le contenu, des gens diront que nous en avons trop supprimé et d'autres diront le contraire. Pour faire cela d'une manière satisfaisante pour une démocratie, il faut que le Parlement gouverne et trace les limites.

De toute évidence, les représentants du gouvernement nous ont dit qu'ils allaient poursuivre dans cette voie. Vraisemblablement, ce comité étudiera la question et apportera sa contribution, et nous sommes impatients de collaborer avec vous et de mettre à profit l'expérience et les connaissances que nous avons sur cette question et qui pourraient être utiles aux délibérations du Comité.

• (1225)

M. Martin Shields: Je vous remercie. Cela pourrait s'avérer très intéressant et ne pas correspondre au modèle que vous préféreriez au bout du compte, lorsque nous rendrons les choses publiques. Vous préférez peut-être cela, mais vous avez beaucoup d'employés et utilisez beaucoup d'algorithmes qui cherchent des mots particuliers. Ce sera un défi pour vous de travailler avec nous.

M. Kevin Chan: Je comprends, monsieur, et je vous en remercie, mais nous sommes d'accord.

Nous essayons manifestement d'être transparents. C'est pourquoi nous publions toutes les normes de la communauté de Facebook. Nous nous engageons également avec des experts du monde entier, y compris au Canada, à... Au fur et à mesure que nous affinons nos politiques, nous consultons les plus grands experts au Canada sur des sujets comme les discours haineux, les droits de la personne et la constitutionnalité, la liberté d'expression et la discrimination.

M. Martin Shields: C'est vrai, mais vous n'avez pas de mécanisme comme dans un système judiciaire, où il est possible de faire appel. Où la contestation est possible dans le secteur public. Dans votre cas, tout se passe derrière l'écran.

M. Kevin Chan: Nous avons un mécanisme d'appel. Rachel pourra peut-être vous parler un peu de notre nouveau comité d'appel final.

Mme Rachel Curran: C'est un très bon point, monsieur Shields. Là où certains des problèmes se posent, c'est dans notre interprétation des normes de la communauté. Les normes de la communauté sont les règles, mais tout le monde n'est pas d'accord avec la façon dont ces règles sont appliquées, et nous le comprenons parfaitement. Vous avez raison. Tout est décidé et interprété derrière des portes closes.

Nous avons très récemment mis en place le conseil de surveillance de Facebook. Ce conseil est entièrement indépendant de l'entreprise. C'est un organe auquel les utilisateurs peuvent faire appel s'ils ne sont pas d'accord avec une décision prise par Facebook concernant le retrait de leur contenu et s'ils souhaitent que le conseil examine et révisé cette décision.

Le conseil a commencé à examiner les dossiers et n'est évidemment pas d'accord avec les décisions de Facebook dans tous les cas. Il y a maintenant cet organe judiciaire, si vous voulez, qui supervise les décisions relatives aux suppressions de contenu.

M. Martin Shields: Merci, monsieur le président.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Madame Curran et monsieur Shields, je vous remercie pour ce tour de questions.

Nous allons maintenant céder la parole à M. Housefather.

M. Anthony Housefather: Monsieur le président, je crois que c'est Mme Dabrusin qui devrait avoir le droit de parole.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je suis désolé, madame Dabrusin.

Nous vous écoutons.

Mme Julie Dabrusin: Merci beaucoup, monsieur le président.

[Traduction]

Ça me donne la chance de reprendre là où j'avais quitté. C'était sur cette question. Vous vous êtes amplement étendu sur la gratuité d'une plateforme mise à la disposition de compagnies comme Village Media, et qui leur permet de faire des profits. Ça m'étonne un peu que, par pure gentillesse, Facebook mette à la disposition de ces médias d'information une ressource ou une plateforme gratuite.

Peut-être pouvez-vous m'éclairer? D'où viennent les profits? Par exemple, les clients de Village Media, comme vous l'avez fait remarquer, ne les incite-t-on pas à fréquenter Facebook ailleurs, ou est-ce que ça n'augmente pas ensuite la masse de données dont vous profitez?

M. Kevin Chan: Non. Encore une fois, j'essaie de bien comprendre votre question, mais je ne crois pas...

Mme Julie Dabrusin: Permettez-moi de préciser ma pensée, pour que nous sachions. Est-ce que la ressource est vraiment gratuite? Voilà ma question. Commençons par là.

Êtes-vous en train de dire que Facebook n'essaie aucunement de collecter des données ou de recevoir plus d'argent en dirigeant les internautes vers d'autres ressources, quand des entreprises comme Village Media ajoutent des liens sur votre plateforme?

• (1230)

M. Kevin Chan: Oh! Je comprends!

Non. Manifestement, Facebook est une plateforme publicitaire. C'est une plateforme. Les annonceurs qui veulent rejoindre un certain auditoire affirmeront donc que, peut-être, ils feront de la publicité ici et là et qu'ils en feront sur Facebook, pour un certain auditoire. Voilà comment Facebook fait de l'argent.

Mme Julie Dabrusin: Seulement parce que vous en maintenez la gratuité... C'est ça simplement qui me semble un peu étonnant, que Facebook mette à la disposition de nos médias d'information une ressource absolument gratuite. C'est ce que vous semblez dire, si j'ai bien compris.

J'essaie seulement de comprendre. Ne recueillez-vous pas des données, ou est-ce que ces liens ne fidélisent-ils pas davantage la clientèle de Facebook?

M. Kevin Chan: Oh! Ça fait beaucoup de questions! Permettez-moi de démêler tout ça.

Nous ne faisons pas d'argent avec les liens mis sur Facebook. Nous en faisons grâce à la présence des internautes et à la volonté des annonceurs de les rejoindre, de façon très analogue, par exemple, aux partis politiques représentés ici.

On peut supposer que les partis politiques utilisent Facebook parce qu'ils veulent rejoindre les Canadiens. Une partie pourrait se faire à l'interne, comme par un lien fourni par un éditeur. Une autre partie pourrait se faire par la publicité. Si vous optez pour la publicité sur Facebook, nous en serons visiblement les bénéficiaires, par nos revenus.

Mme Julie Dabrusin: Pourquoi mes réserves? Notamment, si je m'en tiens au projet de recherche sur la concentration des médias au Canada, si j'ai bien compris l'argument...

M. Kevin Chan: Est-ce le projet du professeur Winseck, de Carleton?

Mme Julie Dabrusin: Oui, sur le modèle australien. Il est proposé qu'il est mieux de briser le modèle de surveillance des données par une protection meilleure des données plutôt que de joindre quelque chose à des liens. Qu'en dites-vous? N'est-ce pas que tout ça concerne les données?

M. Kevin Chan: Non, je ne crois pas, dans le sens que nous sommes... ça nous conduit vers un régime réglementaire différent, mais nous sommes pour une réglementation musclée de la protection des renseignements personnels. Nous sommes également en faveur de règles musclées pour la portabilité des données.

Pendant que nous y sommes, ça signifierait que si le gouvernement ou le Parlement, dans leur sagesse, souhaitaient édicter des règles sur la portabilité des données pour faciliter le transfert de renseignements d'une plateforme à l'autre, nous les appuierions, tant qu'on respecterait certaines conditions pour la protection des

renseignements personnels. En fait, nous avons imaginé des outils pour le transfert de renseignements entre les diverses plateformes.

Mme Julie Dabrusin: Je n'ai plus que quelques minutes. Je ne parle pas vraiment de... N'est-ce pas que l'argent que vous consacrez à la publicité est dopé par les données que vous collectez? Et n'est-ce pas que vos données sur les abonnés de Facebook commandent l'architecture de votre plateforme publicitaire?

M. Kevin Chan: La valeur de Facebook pour les publicitaires, grands et petits, vient de ce qu'ils peuvent y rejoindre des auditoires. Par exemple, Facebook vous permet de rejoindre vos électeurs, parce que...

Mme Julie Dabrusin: Votre connaissance des électeurs de ma circonscription ou de n'importe qui n'importe où se fonde sur les données que vous rassemblez, n'est-ce pas?

M. Kevin Chan: Elle se fonde sur les données des abonnés de Facebook et de ceux qui ont choisi de les partager, mais la publicité est... Je suis assez vieux pour me rappeler l'époque d'avant Internet et, bien sûr, quand on songe à la façon de faire de toute autre surface publicitaire [*Difficultés techniques*] un peu comme ça également. C'est comme si on disait: « Écoutez, si vous placez une annonce dans un spectacle télévisuel... »

Mme Julie Dabrusin: Je comprends et je suis désolée, mais le temps fuit. Mais voici ma question: Est-ce la véritable différence entre l'ancien système...

[Français]

M. Alain Rayes: Madame Dabrusin, je suis désolé, mais votre temps est écoulé.

Peut-être que M. Chan aura l'occasion de répondre à votre question à un autre moment.

Je passe donc la parole à M. Aitchison.

[Traduction]

M. Scott Aitchison: Je continue de suivre mon filon de tout à l'heure, sur l'idée d'un droit à acquitter par les membres. Je sais que le modèle actuel est fondé sur la masse d'utilisateurs et les revenus publicitaires produits par l'accès d'autant de personnes qu'il est humainement possible.

Je me demande si un droit imposé aux membres serait susceptible de réduire le nombre de membres visionnant une annonce particulière, ce qui modifierait les revenus qu'elle produit? Serait-il juste de le dire comme ça?

• (1235)

M. Kevin Chan: Non. Je pense que nous voulons donner... Une plateforme Internet n'est utile que pour rejoindre autant de personnes que possible. C'est vraiment ce saut très récent de l'évolution, cette capacité, pour n'importe qui, n'importe où, de converser avec n'importe qui. La valeur de Facebook pour les gens et la raison pour laquelle 24 millions de Canadiens y sont abonnés vient précisément des contacts qu'on peut établir quelque part avec beaucoup de personnes connues ou inconnues.

D'après nous, cette capacité devrait être gratuite, mais, comme Mme Dabrusin le faisait remarquer, nous devons visiblement pouvoir... Comme le montrent nos dépenses, il faut des milliards et des milliards de dollars pour l'offrir, et la clientèle l'apprécie. C'est donc grâce à la publicité que nous pouvons le payer et faire prospérer notre entreprise.

M. Scott Aitchison: Je ne suis pas tout à fait sûr d'avoir compris ce qui a été dit, au tout début de la séance, sur la relation volontaire avec les médias locaux. Pourriez-vous en dire davantage à ce sujet, s'il vous plaît?

M. Kevin Chan: Ma petite se promène à l'extérieur en parlant toute seule. Je demande donc à Marc Dinsdale de répondre...

M. Scott Aitchison: Ça ajoutera peut-être un petit quelque chose d'adorable à votre témoignage. Laissez-la faire.

M. Kevin Chan: Je dois vraiment y aller. Je reviendrai, mais M. Dinsdale est vraiment l'expert. Il est toujours en pourparlers avec les éditeurs.

Monsieur Dinsdale, vous pouvez donner des explications.

M. Marc Dinsdale: Absolument. Ce que nous souhaitons faire cette année, c'est conclure des accords commerciaux avec les éditeurs de presse où ils créeraient un service permettant à leur système de diffusion, à leur plateforme, de nous envoyer directement des liens vers les articles qu'ils publient sur leur site Web.

Comme on vous l'a dit, cela est différent de la façon dont les éditeurs partagent actuellement leurs liens avec Facebook, c'est-à-dire à partir de leur page; ces liens s'affichent ensuite sur le fil des utilisateurs. Au lieu de ce partage de liens par les éditeurs, nous aimerions prendre les liens fournis par l'intermédiaire de ce service et les afficher à plus d'endroits, afin que davantage d'utilisateurs de Facebook les voient là où il est important de fournir un contexte journalistique.

Par exemple, nous avons un centre d'information sur le coronavirus qui contient des renseignements fournis par le gouvernement, des statistiques, etc., sur la pandémie de COVID-19. Si nous pouvions prendre ces liens émanant de sources fiables et mettre ce type de contenu éditorial, qu'il soit local, national, etc., dans ce type de centre d'information, les gens seraient ainsi mieux informés sur la pandémie et, en cliquant sur ces liens, dirigés directement vers l'éditeur correspondant.

Le but est à la fois de fournir une sélection plus large de liens émanant de partenaires canadiens de confiance et, essentiellement, de trouver une nouvelle façon de soutenir l'industrie. Selon nous, la principale valeur de cet accord pour les éditeurs est de fournir le service et de le maintenir, mais aussi d'attirer plus de lecteurs vers les articles complets consacrés à ces questions importantes.

M. Scott Aitchison: Pourrait-il s'agir de la première étape vers une plateforme Facebook plus structurée qui remplacerait cet espace libre où les gens peuvent partager n'importe quelle ineptie?

M. Kevin Chan: Monsieur Dinsdale, je serais heureux de répondre à cette question. C'est une très bonne question, monsieur, une question fort pertinente. Soyons clairs: je ne sais pas si M. Dinsdale l'a dit, mais il s'agit là de choses toutes récentes. Les deux cadres en question, c'est-à-dire ces centres d'information, sont arrivés au Canada avec la pandémie. Nous avons un centre d'information sur le coronavirus ainsi qu'un centre d'information de climatologie. Nous souhaitons mettre des renseignements scientifiques à la disposition des Canadiens. Dans le cas de la COVID, nous tentons d'établir un lien direct entre les Canadiens et l'information fournie par l'Agence de la santé publique du Canada.

[Français]

M. Alain Rayes: Merci, monsieur Chan.

Si mes notes sont bonnes, c'est au tour de M. Housefather.

• (1240)

M. Anthony Housefather: C'est exact, monsieur le président.

[Traduction]

J'aimerais revenir à un sujet qui a été soulevé par divers collègues. Je suis légèrement surpris d'apprendre que vous ne pouvez pas nous dire quels sont les revenus publicitaires au Canada pour le dernier trimestre ou le dernier exercice. J'ai fait partie de la haute direction d'une entreprise de haute technologie. J'aurais pu vous dire quels étaient nos revenus annuels et quels étaient nos revenus trimestriels. J'aurais pu les ventiler par segment du marché. J'aurais pu les ventiler en fonction des principaux pays.

Monsieur Chan, êtes-vous vraiment en train de nous dire que vous ne savez pas quels sont les revenus publicitaires trimestriels de Facebook au Canada pour le dernier trimestre de 2020?

M. Kevin Chan: Monsieur, ce que j'essaie de vous dire, c'est que, tout d'abord, nous ne ventilons pas ces données publiquement.

M. Anthony Housefather: Je suis désolé, mais je vois ici les revenus de Facebook pour l'Amérique du Nord au quatrième trimestre de 2020. Le Canada et les États-Unis représentent 13,2 milliards de dollars en revenus publicitaires. Ces données sont diffusées.

M. Kevin Chan: Je le répète, nous ne ventilons pas ces données par pays, comme vous pouvez le voir dans ces documents de nature publique.

M. Anthony Housefather: Vous avez établi les revenus pour l'Amérique du Nord. Essentiellement, vous avez mis le Canada et les États-Unis ensemble et dites qu'il s'agit de 13,2 milliards de dollars. Vous êtes le cadre supérieur de l'entreprise au Canada. Ne savez-vous donc pas quel est le pourcentage qui correspond au Canada?

M. Kevin Chan: Monsieur, si l'Agence du revenu du Canada, ou ARC, veille à ce que toutes ces entreprises aient à lui déclarer leurs revenus locaux, nous serons heureux de le faire.

M. Anthony Housefather: Vous êtes une société publique. Vous êtes régis par la Securities and Exchange Commission des États-Unis, ou SEC. Vous êtes assujettis aux règles du Nasdaq.

M. Kevin Chan: C'est exact.

M. Anthony Housefather: Vous divulguez vos revenus. Votre décision d'intégrer les revenus canadiens aux revenus américains est la seule raison pour laquelle vous n'avez pas fourni ces chiffres. Est-ce exact?

M. Kevin Chan: Non, monsieur. C'est en raison des règles de votre système, des exigences établies par le système parlementaire et son gouvernement.

M. Anthony Housefather: Vous êtes une société américaine ouverte inscrite au Nasdaq. Tout comme la SEC, le Nasdaq a des exigences en matière de divulgation de l'information financière. Vous avez divulgué votre information financière. Vous l'avez simplement divulguée sous forme consolidée, le Canada étant jumelé aux États-Unis. Raison de plus, donc, pour que M. Zuckerberg, qui affirme ne pas avoir à venir ici parce qu'il est citoyen américain... Eh bien, le Canada et les États-Unis sont regroupés dans la déclaration de vos revenus. La seule raison pour laquelle nous n'avons pas accès aux revenus canadiens est que Microsoft, pardon, Facebook, a choisi de les fusionner à ses revenus américains.

M. Kevin Chan: Monsieur, je suis content que vous ayez mentionné Microsoft, car si vous posez la question à Microsoft, à Google, à Twitter et à TikTok, et avec l'arrivée prochaine de Reddit au Canada, à Reddit également, je soupçonne que la réponse sera la même. Ce n'est pas parce que nous souhaitons...

M. Anthony Housefather: Monsieur Chan, est-ce que votre réponse est que vous ne le savez pas ou que vous ne pouvez pas me le dire parce que ces données sont confidentielles? Il s'agit là de deux questions différentes.

M. Kevin Chan: Les deux.

M. Anthony Housefather: Vous ne le savez pas et ces données sont confidentielles. C'est tout.

M. Kevin Chan: C'est exact.

Monsieur, comme vous le savez, le travail que Mme Curran et moi faisons porte sur ces questions de politique très complexes. Je sais que vous le savez, puisque nous en avons discuté en privé. Nous ne sommes pas là pour vous vendre de la publicité ni pour des raisons de rentabilité. Nous sommes là pour veiller à ce que Facebook ait les bons cadres stratégiques, tant à l'interne qu'en matière de politique publique.

M. Anthony Housefather: Bien sûr, mais en ce qui a trait à la question qui nous occupe, celle des médias d'information, qui était la principale raison de votre convocation aujourd'hui, les revenus de Facebook tirés de la publicité au Canada constituent un facteur très important dans les décisions que le gouvernement du Canada devrait prendre.

M. Kevin Chan: Je vois. Monsieur, je crois que nous pouvons résoudre cette question simplement en étant très clairs sur notre position à propos de l'impôt, si c'est votre question.

Si le gouvernement du Canada, si le Parlement canadien, souhaite dans sa sagesse tirer davantage de revenus d'une entreprise établie aux États-Unis pour ensuite les utiliser à d'autres fins, la façon la plus efficace et la plus simple pour ce faire serait d'imposer cette entreprise, de confier cette somme au Trésor public, puis de prendre une décision distincte quant à ce que le gouvernement et le Parlement souhaitent financer avec ces fonds, ce que vous faites dans le cadre d'un *[Difficultés techniques]* tous les ans.

Je vous comprends, nous vous comprenons. Ce que vous nous dites, c'est que les gens affirment: « Vous savez quoi? Ces entreprises font vraiment beaucoup de profits. Nous devrions les imposer davantage. » Une fois de plus, j'estime simplement que les chiffres ne sont pas vraiment... Le principe est plus important, j'imagine. Ce que j'essaie de vous dire, monsieur, puisque j'essaie de vous répondre d'une façon satisfaisante, c'est que si vous estimez qu'il s'agit là du bon cadre...

• (1245)

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Chan. Je dois vous arrêter et passer la parole à M. Champoux.

M. Martin Champoux: Merci, je trouve que c'est une série de questions très intéressante de la part mon collègue M. Housefather.

D'ailleurs, il est très intéressant de vous entendre, monsieur Chan, nous expliquer comment les finances publiques canadiennes devraient être gérées quant aux multinationales, qui génèrent des milliards de dollars en sol canadien et dont les sièges sociaux sont à l'étranger. Nous allons y arriver, monsieur Chan. Nous trouverons une façon de faire en sorte que les entreprises comme Facebook

contribuent de manière équitable au système dont elles profitent quand même assez largement.

Comme vous le savez, nous sommes en train de finaliser l'étude du projet de loi C-10. Dans plusieurs des recommandations, il est proposé d'assujettir les médias sociaux à la réglementation prévue dans Loi sur la radiodiffusion canadienne, ce qui n'est pas le cas actuellement. Bien évidemment, je m'attends à ce qu'il y ait une opposition de la part des médias sociaux.

Si cela devait être le cas et si les médias sociaux comme Facebook devenaient assujettis à la réglementation prévue dans la Loi sur la radiodiffusion canadienne, comment adapteriez-vous vos réactions à des situations comme celle associée aux événements de Christchurch, dont nous parlions en début de réunion tout à l'heure? Est-ce que vous ajusteriez vos réactions pour que les 17 minutes d'horreur auxquelles on a pu assister ne soient plus accessibles?

[Traduction]

M. Kevin Chan: Monsieur, si j'ai bien compris la question, vous parlez *[Difficultés techniques]*, pour être franc, nous parlons de contenu généré par les utilisateurs. Les cadres seront différents. Un cadre régissant ce que les personnes peuvent ou ne peuvent pas dire est différent de celui qui, je crois, est actuellement étudié par ce comité.

[Français]

M. Martin Champoux: Je n'ai malheureusement que deux minutes et 30 secondes dans ce tour de questions.

Selon le professeur Jean-Hugues Roy, dont vous parliez tout à l'heure vous-même, l'algorithme de Facebook est assez fiable et avancé que la diffusion aurait pu facilement être arrêtée en quelques secondes.

C'est peut-être un peu trop gros, mais est-ce que cela ne devient pas un choix éditorial, de la part de Facebook, de permettre la diffusion d'images un peu choquantes dans des contextes où aucune réglementation n'est en place?

M. Kevin Chan: Non, absolument pas.

Malheureusement, le professeur Roy est une fois de plus mal informé; ce n'est pas le cas.

M. Martin Champoux: Je vais me dépêcher de l'en informer.

[Traduction]

M. Kevin Chan: Ne vous en faites pas, je le lui dirai moi-même.

[Français]

M. Martin Champoux: D'accord, merci.

[Traduction]

M. Kevin Chan: Je dois vous aviser que la façon... Ce n'est tout simplement pas...

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Monsieur Chan, je suis obligé de vous interrompre.

Peut-être Mme McPherson va-t-elle vous demander de continuer, puisque c'est à son tour de parler, mais elle a la parole pour deux minutes et 30 secondes.

[Traduction]

Mme Heather McPherson: Merci, monsieur le président.

Je souhaite poursuivre dans la même veine que certaines questions de M. Housefather.

Monsieur Chan, vous avez dit ne pas connaître les revenus canadiens de Facebook ni vouloir les rendre publics. Je me demande si vous seriez prêt à trouver ces chiffres, à obtenir cette information, et à la transmettre au Comité, si c'est possible.

M. Kevin Chan: Madame, je crois que nous pouvons faire mieux que cela. Je suis heureux d'annoncer au Comité que nous travaillons dur pour modifier notre structure au Canada afin que Facebook [*Difficultés techniques*]. Nous le faisons de manière unilatérale, par nous-mêmes. À ma connaissance, aucune autre entreprise Internet ne le fait.

Donc, cela signifie que nous allons nous inscrire auprès de l'ARC. À ce moment-là, nous pourrions, non seulement pour l'exercice 2020, mais à perpétuité à compter de celui-ci, déclarer nos revenus à l'ARC. Nous ferons cela au cours des prochains mois, je l'espère. Pour ce faire, certains travaux techniques sont nécessaires.

Voilà notre engagement, madame, car vous nous avez dit, tout comme M. Housefather et d'autres intervenants, que les gens demandent la transparence. Comme je l'ai dit, et je veux que ce soit bien clair, peu importe la réglementation au Canada, nous allons unilatéralement rendre ces renseignements accessibles. Nous sommes en train d'enclencher les travaux techniques nécessaires pour ce faire.

Mme Heather McPherson: C'est super. Et vous vous attendez à ce que cela se fasse au cours des prochains mois. Voilà une bonne nouvelle.

• (1250)

M. Kevin Chan: Oui, c'est exact.

Mme Heather McPherson: Je souhaite également poser une question sur la violence en ligne, une question qui, je le sais, sera complémentaire à celles déjà posées par mes collègues.

Comme vous le savez, Facebook a supprimé la page des Proud Boys à la mi-janvier, après l'intervention de mon chef en Chambre, où il a demandé au gouvernement d'agir et de déclarer que les Proud Boys constituent une organisation terroriste.

Toutefois, on a récemment signalé que des centaines d'autres pages de milices du genre sont encore ouvertement accessibles sur Facebook, y compris plus de 140 pages dont le titre comporte le mot anglais « *militia* ». Certains reportages laissent même entendre que Facebook crée automatiquement de telles pages.

Je me demande de quelle façon vous pouvez affirmer faire de votre mieux pour réduire ces incitations à la violence quand des pages incitant une telle violence sont créées?

M. Kevin Chan: D'abord, je vous félicite pour votre [*Difficultés techniques*] et le racisme. C'est bien évidemment quelque chose...

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je suis désolé de vous interrompre, monsieur Chan, car je pense que nous aurions tous voulu entendre votre réponse.

Je dois toutefois céder la parole à M. Waugh, qui décidera s'il veut poursuivre sur cette lancée.

[Traduction]

M. Kevin Waugh: Merci, monsieur le président.

Il y a un mois, Facebook bloquait le partage d'articles par ses utilisateurs australiens.

Avez-vous appris quoi que ce soit de ces trois jours en Australie où vous vous êtes mis la population à dos en bloquant cette fonction avant de finalement conclure un accord? Est-ce que votre entreprise a tiré la moindre leçon du mois qui vient de s'écouler en Australie?

Allez-y, monsieur.

M. Kevin Chan: Monsieur Waugh, je souhaite une fois de plus présenter la situation telle qu'elle est, c'est-à-dire que sortir du marché de l'information était la seule réponse possible à une proposition qui ne respectait pas le fonctionnement réel d'Internet.

J'estime que nous avons vu d'autres exemples au Canada. Dans le cas du projet de loi C-76, c'est-à-dire la Loi sur la modernisation des élections déposée au cours de la législature précédente, par exemple, nous avons très rapidement soutenu ces efforts et nous les avons soutenus durant tout le processus législatif. Nous avons été les premiers à nous y conformer et à établir des systèmes très fiables pour veiller à faire notre part dans la tenue d'élections justes et libres.

Comme vous vous en souviendrez, d'autres plateformes ont adopté une position différente, certaines se retirant du marché de la publicité partisane. J'espère donc que vous ferez preuve de compréhension à cet égard, puisque les entreprises devront bien évidemment procéder à un examen interne afin d'établir si elles peuvent ou non respecter les exigences des autorités. Habituellement, quand une loi est fondée sur les faits, nous sommes en mesure de nous y conformer, comme cela a été le cas avec le projet de loi C-76.

Quand une loi fait fi du principe fondamental d'Internet et de son fonctionnement, il est évident que cela devient très difficile et, au bout du compte, nous avons dû nous retirer du marché.

Il est également vrai que la loi australienne modifiée clarifie davantage... affirme que se retirer du marché de l'information est un résultat légitime du processus si une entreprise estime que le fardeau réglementaire qui lui est imposé est trop élevé.

M. Kevin Waugh: Donc, cela pourrait aussi se produire au Canada.

M. Kevin Chan: Comme je l'ai déjà dit ailleurs, ce n'est pas un dossier sur lequel M. Dinsdale, Mme Curran et moi-même travaillons. Je vous réfère à ma déclaration préliminaire... Nous travaillons quotidiennement d'arrache-pied et de concert avec les éditeurs de presse. Nous avons parlé du *Winnipeg Free Press* et du *Globe and Mail*. Nous avons parlé de Village Media. Les éditeurs vont...

M. Kevin Waugh: Ils ne seront pas tous inclus, n'est-ce pas? Certains seront mis de côté.

M. Kevin Chan: Monsieur Waugh, en Australie, nous étions essentiellement préoccupés par le fait que le cadre semblait aider uniquement les grands conglomerats médiatiques.

M. Kevin Waugh: Rupert Murdoch, son empire là-bas, était le moteur de cet accord, n'est-ce pas?

M. Kevin Chan: Je m'en remets à votre jugement là-dessus, monsieur.

Nous sommes très préoccupés par tout cadre qui ne nous permettrait pas de soutenir les nouvelles locales. Bien que l'avenir de l'information repose sur tout un éventail d'acteurs, petits et grands, nous sommes évidemment sensibles à l'émergence de nouveaux modèles, et les petits éditeurs indépendants doivent être soutenus. Comme vous l'avez vu, certains des programmes que nous avons annoncés sont conçus expressément à cette fin.

Nous sommes également heureux que le code modifié australien nous permette maintenant de conclure des accords avec de petits éditeurs et de poursuivre certains de ces objectifs.

M. Kevin Waugh: Entre la France et l'Australie, qui a fait la meilleure affaire?

M. Kevin Chan: Je vous demande pardon. Que voulez-vous dire par là?

M. Kevin Waugh: N'avez-vous pas aussi conclu un accord avec les médias d'information en France? Les deux pays étaient [*Difficultés techniques*]. Bien sûr, en ce qui a trait à l'Australie, vous avez conclu quelques accords avec les médias d'information, comme vous l'avez dit. Qu'en est-il de la France? Quelle comparaison pouvez-vous faire entre les deux, et comment les Canadiens devraient-ils se comparer à la France et à l'Australie quand cette question sera réglée au pays?

• (1255)

M. Kevin Chan: Monsieur Dinsdale, vous êtes plus au fait de la question que moi. Je ne sais pas si vous avez quelque chose à dire là-dessus.

M. Marc Dinsdale: Peu importe l'endroit, le principe est le même en ce qui concerne les mécanismes que nous recherchons et les façons dont nous pouvons soutenir les médias, et nous allons continuer de prendre ces mesures de manière créative au Canada.

Cela souligne le fait que chaque pays est très différent. Donc, lorsque nous entendons parler d'une solution conçue au Canada, nous nous faisons complètement l'écho de cette solution, car rien n'est nécessairement transférable ou comparable à cet égard.

M. Kevin Waugh: C'est bien. Merci.

Ce sont toutes les questions que je souhaitais poser, monsieur le président. Merci.

[*Français*]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Waugh.

Selon ma liste, la dernière personne à prendre la parole est M. Housefather.

Monsieur Housefather, vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Anthony Housefather: Merci, monsieur le président.

[*Traduction*]

Monsieur Chan, lors de votre dernière comparution devant le Comité le 29 janvier, je vous ai demandé si Facebook contrôlait mon fil de nouvelles. Vous avez répondu par la négative, et vous avez affirmé que je ne peux voir que le contenu des pages auxquelles je me connecte délibérément.

Le 21 février 2021, dans un article sur BuzzFeed, l'auteur décrivait une fonction de Facebook appelée « in feed recommandations », qui est conçue pour insérer dans le fil de nouvelles des utilisateurs des messages provenant de comptes qu'ils ne suivent pas. Selon cet article, des utilisateurs de Facebook se sont plaints de voir

apparaître dans leur fil de nouvelles des publications de personnalités conservatrices telles que Ben Shapiro, alors qu'ils n'avaient jamais suivi ce type de contenu.

La fonction « in feed recommandations » existe-t-elle vraiment? Si c'est le cas, la situation ne diffère-t-elle pas de celle que vous m'avez décrite en janvier?

M. Kevin Chan: Il s'agit d'un moteur de recommandation. Nous en parlons très ouvertement. Nous affichons un message à ce sujet depuis un certain temps maintenant. Nous pouvons vous l'envoyer également, monsieur, afin que vous puissiez vous renseigner sur son fonctionnement.

M. Anthony Housefather: J'aimerais connaître... Vous êtes manifestement au courant de la méthode de redirection utilisée par l'entreprise Moonshot en collaboration avec Google, qui consiste à rediriger les utilisateurs qui recherchent des contenus nuisibles vers des publicités qui les amènent à des contenus positifs de recharge. L'entreprise Facebook utilise-t-elle une technologie de ce genre, que ce soit en collaboration avec Moonshot ou que n'importe quelle autre entreprise?

M. Kevin Chan: Oui.

À l'heure actuelle, si vous effectuez une recherche sur Facebook ou Instagram — et je sais que vous avez également abordé cette question avec Mme Curran — au sujet de l'Holocauste, de l'exploitation des enfants ou de la COVID, nous vous redirigeons dans tous ces cas. En ce qui concerne la COVID surtout, nous redirigeons les gens vers l'Agence de la santé publique du Canada. C'est la raison pour laquelle nous avons établi ce partenariat.

M. Anthony Housefather: C'est excellent, et je vous ai félicité à ce sujet la dernière fois. J'ai été dur avec vous aujourd'hui, mais certaines des mesures que vous prenez sont très positives. Je tiens également à saluer vos efforts à cet égard et, plus particulièrement, à féliciter Mme Curran de l'ouverture d'esprit dont elle a fait preuve lorsqu'elle a discuté avec moi de certains enjeux.

Toutefois, en ce qui concerne la redirection, vous êtes au courant du rapport selon lequel Moonshot a redirigé par erreur des personnes recherchant du contenu d'extrême droite vers un anarchiste, dans le cadre d'un projet réalisé aux États-Unis en collaboration avec la Ligue antidiffamation. Comment vous assurez-vous que, lorsque vous faites appel à ces fournisseurs tiers, cela ne se produit pas? Est-ce que ces services sont vérifiés par quelqu'un?

M. Kevin Chan: Nous établissons un partenariat direct avec l'organisation. C'est la raison pour laquelle nous devons être absolument clairs.

Par exemple, au cours d'élections, nous pourrions faire équipe avec Élections Canada, comme nous l'avons fait lors des deux dernières élections fédérales, afin de rediriger directement les gens vers l'adresse URL fournie par Élections Canada. C'est aussi la raison pour laquelle vous avez établi une équipe des politiques publiques au Canada. Vous vouliez vous assurer que nous étions en mesure de travailler en collaboration et garantir que nous fournissions les bons renseignements aux Canadiens.

M. Anthony Housefather: Je ne veux pas minimiser le rôle que joue l'équipe des politiques publiques au Canada. En ce qui concerne certaines questions, l'existence de cette équipe est incroyablement importante, et vous faites un excellent travail. Je tiens à féliciter Facebook une fois de plus pour le travail que l'entreprise a réalisé dans le cadre des dernières élections américaines.

Au cours de ces élections, il faut savoir [*Difficultés techniques*] millions de dollars pour assurer l'intégrité des élections. Facebook a créé un excellent centre d'information sur les élections. L'entreprise a poussé des millions de personnes à s'inscrire pour voter, et elle a trouvé du personnel pour les bureaux de scrutin.

Étant donné que la population du Canada équivaut à un dixième de celle des États-Unis, pouvez-vous confirmer que l'entreprise Facebook sera prête à dépenser au Canada un dixième de ce qu'elle a dépensé aux États-Unis pour protéger l'intégrité de nos prochaines élections?

M. Kevin Chan: Voilà une excellente question. Je vous dirais que, là encore, nous disposons d'un cadre mondial pour régler ces questions. Nous appliquons la même infrastructure partout dans le monde.

Vous n'êtes pas obligé de me croire. Les médias, les universitaires et le gouvernement lui-même ont déclaré qu'il n'y avait pas eu d'ingérence au cours des dernières élections. Il était très encourageant de le constater.

Mme Curran et moi, ainsi que d'autres personnes, sommes en train de constituer l'équipe pour les prochaines élections, quel que soit le moment où elles auront lieu. Nous vous assurons que nous ferons tout ce que nous devons faire pour protéger...

• (1300)

M. Anthony Housefather: Merci beaucoup.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Sur ces bons mots, monsieur Chan, je dois vous interrompre. Vous nous annoncez que vous et votre équipe allez renforcer votre travail pour les prochaines élections. Toute la population vous en sera très reconnaissante.

Je remercie nos trois témoins, qui ont passé deux bonnes heures avec nous.

Monsieur Chan, monsieur Dinsdale et madame Curran, merci beaucoup de votre présence aujourd'hui. Nous avons réussi à compléter les quatre tours. Je félicite tous mes collègues, qui ont accepté d'être rigoureux quant au temps qui leur était alloué pour poser des questions.

Avant de mettre fin à cette réunion, étant donné que c'est la première fois que je préside le Comité, j'aimerais remercier la greffière, Mme Belmore, et toute son équipe, qui m'ont accompagné depuis vendredi pour me préparer à la rencontre. Ils m'ont fourni tous les documents et l'information nécessaires. Je remercie également les analystes, les interprètes et les techniciens de leur travail très rigoureux. Enfin, je remercie mes collègues de leur indulgence à mon égard aujourd'hui.

Avant de mettre fin à la rencontre, je cède la parole à M. Champoux, qui a levé la main.

M. Martin Champoux: Merci, monsieur le président.

Je voulais remercier les témoins. En fait, j'aurais trouvé vraiment décevant qu'on ne profite pas de votre première présence à titre de président d'un comité pour débattre de motions. Je voudrais vous donner l'expérience totale.

Je vous ai parlé, chers collègues, il y a deux semaines, des deux motions que j'avais mises en avis, et je vous ai invités à me faire part de toute question que vous pourriez avoir...

Le vice-président (M. Alain Rayes): Monsieur Champoux, veuillez attendre un instant, s'il vous plaît.

J'aimerais dire aux témoins qu'ils peuvent quitter la réunion s'ils le veulent, à moins que la greffière nous dise le contraire. Je remercie nos trois témoins de leur présence.

M. Kevin Chan: Merci beaucoup.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Bonne journée.

Monsieur Champoux, vous savez que je déteste les rencontres qui se prolongent, mais étant donné que votre souhait sincère est de m'aider à acquérir plus d'expérience en tant que président, au cas où j'aurais à refaire l'exercice un jour, j'accepte volontiers que vous déposiez vos motions.

M. Martin Champoux: Ce sera facile, étant donné que je les ai soumises en avis il y a au moins trois semaines et que je vous ai invités, il y a deux semaines, à les consulter pour me faire part de toute question que vous pourriez avoir. Ce sont des motions de régie interne qui sont disponibles dans le cartable numérique. Voici la première motion:

Que le texte de toute motion de fond ou de toute motion d'amendement à une motion de fond soit distribué sous forme écrite dans les deux langues officielles à tous les membres du Comité avant que le Comité entame le débat d'une telle motion.

Voici la deuxième motion:

Que la greffière informe chaque témoin à comparaître devant le Comité que des essais techniques par l'équipe de soutien de l'Administration de la Chambre doivent être effectués afin de vérifier la connectivité et l'équipement utilisé afin d'assurer la meilleure qualité sonore possible; et que la Présidence informe le Comité, au début de chaque réunion, de tout témoin qui n'a pas effectué les essais techniques requis.

Je tiens à vous dire que ce sont des motions qui ont été présentées également à d'autres comités, qui ont déjà fait l'objet de discussions entre nos whips et qui ont été soumises au greffier de la Chambre.

Je suis prêt à répondre à toute question, s'il y en a.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je ne suis pas un expert de la procédure, alors la greffière pourra m'aider au besoin. Si vous êtes d'accord, nous allons les considérer une par une, parce qu'il peut y avoir des amendements et d'autres interventions par la suite.

Je vais relire la première motion de M. Champoux pour être certain qu'il n'y a aucune ambiguïté. J'espère que l'interprétation sera correcte. Sinon, je vous la lirai aussi en anglais. Ensuite, madame Dabrusin, je vous donnerai la parole.

Voici donc la première motion déposée par M. Champoux aujourd'hui, dont l'avis a été déposé le 1^{er} mars, si je ne me trompe pas:

Que le texte de toute motion de fond ou de toute motion d'amendement à une motion de fond soit distribué sous forme écrite dans les deux langues officielles à tous les membres du Comité avant que le Comité entame le débat d'une telle motion.

Madame Dabrusin, vous avez la parole.

[Traduction]

Mme Julie Dabrusin: Des motions peuvent être présentées au cours des délibérations par des membres du Comité qui ont la parole et, en fait, elles l'ont été dans le passé. Cette motion n'a-t-elle pas pour effet de bloquer à l'avenir les motions présentées par des députés qui ont la parole? Pour que de telles motions puissent être proposées, il faudrait qu'elles soient présentées par écrit, et qu'elles soient traduites et distribuées.

• (1305)

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, madame Dabrusin.

Y a-t-il d'autres commentaires?

Monsieur Champoux, voulez-vous répondre à l'interrogation de Mme Dabrusin, étant donné que c'est votre motion?

M. Martin Champoux: Je pense que les motions présentées sans préavis peuvent être discutées. Par contre, il faudrait qu'au moment où nous en discutons avant de les passer au vote, qu'elles soient en français ou en anglais, nous ayons déjà reçu ces motions traduites dans les deux langues officielles. Cela ne nous empêche pas de tenir des discussions sur les motions présentées sans préavis.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Y a-t-il des questions ou des commentaires?

Monsieur Waugh, vous avez la parole.

[Traduction]

M. Kevin Waugh: Merci, monsieur le président.

Nous aimerions modifier la première motion afin d'ajouter la mention suivante: « les bureaux des députés ». Elle serait insérée après « un ministère ». Nous aimerions ajouter cette mention, si possible.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Mme la greffière aimerait intervenir.

Vous avez la parole, madame Belmore.

[Traduction]

La greffière du Comité (Mme Aimée Belmore): Je suis désolée, monsieur Waugh, mais je cherche l'endroit où se trouve la mention « bureaux fédéraux ». Je pense que vous ne regardez peut-être pas la bonne motion, monsieur.

Je peux redistribuer la motion de M. Champoux si cela peut aider tous les membres.

M. Kevin Waugh: Si vous pouviez le faire, cela pourrait être utile. J'examinais la première motion. Est-ce celle qui dit: « Que tous les documents présentés dans le cadre des travaux du Comité qui ne proviennent pas d'un ministère »? Nous aimerions, si possible, ajouter la mention suivante: « les bureaux des députés ». Est-ce la première motion dont il est question en ce moment?

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Non, ce n'est pas celle-là.

[Traduction]

M. Kevin Waugh: J'ai tort, alors. Pardon.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): D'après ce que je comprends, madame la greffière, vous allez faire parvenir la motion à tous les députés.

Je vais la relire pour m'assurer de son exactitude. Je vais tenter de le faire en anglais, si vous le permettez.

[Traduction]

« That the text of any substantive motion or any motion in amendment of a substantive motion be distributed in writing in both official languages to all Committee members before the Committee begins debate on such a motion. »

[Français]

Vous devriez maintenant avoir reçu la version française et anglaise par courriel.

Entre-temps, si vous me le permettez, monsieur Waugh, je vais céder la parole à M. Housefather. Nous reviendrons ensuite à votre amendement.

M. Anthony Housefather: Merci, monsieur le président.

[Traduction]

J'ai levé la main pour apporter une précision à mon collègue, M. Waugh. La motion qu'il cherchait à modifier a déjà été adoptée par le Comité. Nous l'avons adoptée il y a environ un mois.

M. Champoux a présenté deux motions aujourd'hui. La deuxième est tout à fait acceptable, et elle a été adoptée par d'autres comités. Celle qu'il propose maintenant a été rejetée par tous les autres comités auxquels j'ai participé, parce qu'on avait l'impression qu'elle stopperait la proposition d'amendements et la capacité...

Les interprètes font ce travail. Ils traduisent les motions. La motion qui nous occupe mettrait la greffière dans la position impossible d'avoir à traduire des motions, d'être responsable de la traduction et de transmettre des motions aux députés lorsqu'elles sont proposées au cours de la séance, ce qui serait une tâche impossible à accomplir pour la greffière. Cette motion a été rejetée par d'autres comités parce qu'elle rendrait très difficile la transmission par écrit d'une motion proposée au cours d'une réunion sans que quelqu'un ne la traduise de façon officielle. C'est la raison pour laquelle elle n'a pas été adoptée par d'autres comités, et je comprends la raison de ce refus.

[Français]

Malgré tout le respect que je dois à M. Champoux, je ne crois pas que cette motion fonctionne. La première possibilité est que beaucoup de temps s'écoule entre le moment où un amendement est proposé et le moment de voter, étant donné que quelqu'un doit se charger de la traduction et l'envoyer à tous les membres. Je ne suis pas certain de savoir qui est responsable de faire la traduction. La deuxième possibilité est que nous ayons une mauvaise traduction.

Je préfère m'opposer à cette motion, mais je comprends très bien pourquoi vous l'avez déposée, monsieur Champoux.

• (1310)

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je vous remercie.

Je pense que tout le monde a bien reçu la motion par courriel.

Avant de vous donner la parole, monsieur Champoux, j'aimerais revenir à M. Waugh, qui a proposé un amendement.

Monsieur Waugh, j'aimerais vérifier si vous le jugez toujours nécessaire ou si les explications de M. Housefather vous ont convaincu qu'il ne l'était pas.

[Traduction]

M. Kevin Waugh: Non, l'amendement n'est pas nécessaire.

Merci, monsieur le président.

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Cela me fait plaisir.

Monsieur Champoux, vous avez la parole.

M. Martin Champoux: Je comprends très bien la préoccupation de M. Housefather.

Une bonne façon d'en arriver à un compromis serait que je propose de retirer la notion d'amendement à cette demande. Par ailleurs, dans le même esprit et selon la même logique que la motion que nous avons adoptée il y a quelques mois pour nous assurer de la fiabilité de la traduction des textes qui nous étaient présentés, je pense que lorsque nous votons sur une motion, il peut parfois y avoir des subtilités. Nous pouvons en discuter. Cependant, au moment de voter, je crois qu'il serait pertinent que le texte d'une motion nous soit à tout le moins présenté par écrit.

Qu'en pense M. Housefather?

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci, monsieur Champoux.

La greffière pourrait confirmer ce qui suit. Si nous retirons une partie du texte de la motion, cette dernière se lirait comme suit:

Que le texte de toute motion de fond soit distribué sous forme écrite dans les deux langues officielles à tous les membres du Comité avant que le Comité entame le débat d'une telle motion.

Je pense que c'est déjà le cas. Je ne crois pas que nous puissions recevoir une motion seulement dans une langue. À la base, elle doit être envoyée dans les deux langues officielles. Personnellement, je n'en vois donc pas l'intérêt. Par contre, cela ne nous empêchera pas de voter de nouveau sur quelque chose qui est déjà dans la loi ou dans notre façon de fonctionner.

Selon moi, si nous retirons « ou de toute motion d'amendement à une motion de fond » de la motion que vous avez déposée, cela devient caduc. Je suis député depuis cinq ans, et je n'ai jamais vu quelqu'un déposer une motion à l'avance sans qu'elle soit dans les deux langues officielles.

Madame la greffière, j'aimerais que vous confirmiez mes dires: une motion de fond ne pourrait être déposée dans une seule langue officielle. Selon moi, si elle n'était pas rédigée dans les deux langues officielles, vous ne nous la feriez même pas parvenir.

La greffière: Dans le cadre des travaux du Comité, ce serait correct de proposer une motion de fond sans préavis et sans qu'elle soit rédigée dans les deux langues officielles. Vous avez toujours le droit de le faire sans préavis dans les travaux du Comité. Les interprètes se chargent alors de la traduction.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je m'excuse, j'étais mal informé. Je n'ai jamais vu cela avant. Il s'agit d'une bonne nouvelle. Cela veut dire que, en général, les gens font très attention.

Monsieur Champoux, vous avez la parole.

M. Martin Champoux: J'allais justement préciser qu'il est possible de déposer une motion de fond à chaud. Je m'attends à ce

qu'elle soit effectivement traduite dans les deux langues officielles par les interprètes qui sont déjà sur place au Comité. Ce n'est pas une chose que nous devons envoyer au Bureau de la traduction. Nous ne sommes pas obligés d'attendre la prochaine réunion, puisque c'est possible de le faire assez rapidement.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Monsieur Champoux, désirez-vous proposer un amendement à votre propre motion et que nous passions au vote par la suite?

M. Martin Champoux: En fait, ce serait selon la satisfaction de tout le monde.

Dans le même esprit, toute motion d'amendement pourrait aussi être discutée. Cependant, si c'est la volonté des membres du Comité d'accepter cette motion, incluant l'amendement sur les motions aux amendements demandés.

Je propose un amendement, sans aucun problème. La motion se lirait comme suit:

Que le texte de toute motion de fond soit distribué sous forme écrite dans les deux langues officielles à tous les membres du Comité avant que le Comité entame le débat d'une telle motion.

Le vice-président (M. Alain Rayes): M. Champoux propose un amendement à sa propre motion.

Quelqu'un a-t-il un commentaire à faire sur...

Un instant, car je vois que la greffière me fait un signe de tête.

Madame la greffière, vous avez la parole.

La greffière: Je suis désolée, mais M. Champoux n'est pas censé proposer un amendement à sa propre motion. Cela devrait venir d'un autre membre du Comité.

• (1315)

Le vice-président (M. Alain Rayes): D'accord.

Monsieur Housefather, je vois que votre main est levée. Voulez-vous proposer un amendement à la motion de M. Champoux?

M. Anthony Housefather: Monsieur le président, je voudrais suggérer une autre solution. Je sais que M. Champoux ne peut malheureusement pas proposer un amendement à sa motion. De plus, je souligne que nous n'avons pas reçu le texte anglais de la motion. En effet, le texte de l'amendement a été rédigé uniquement en français.

Enfin, je voudrais souligner que, dans d'autres comités où un député voulait apporter un amendement à sa propre motion, le président a demandé le consentement unanime du Comité pour permettre au député de retirer sa motion initiale et de déposer à nouveau la motion avec l'amendement. En fait, cela a toujours été permis dans tous les comités auxquels j'ai participé.

Si vous m'en donnez la permission, monsieur le président, je propose que l'on permette à M. Champoux de retirer sa motion initiale et de la déposer à nouveau en tenant compte de l'amendement proposé.

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je suis tout à fait d'accord. Je pense que c'est très logique. J'ai besoin de savoir s'il y a consentement unanime pour permettre à M. Champoux de modifier sa propre motion en la remplaçant par une nouvelle, dans laquelle il a enlevé le passage « ou de toute motion d'amendement à une motion de fond ».

Que ceux qui sont d'accord lèvent la main.

Monsieur Champoux, je n'ai malheureusement pas le consentement unanime.

Y a-t-il d'autres personnes qui veulent faire un commentaire sur la motion originale?

S'il n'y a pas d'autre commentaire, je demanderai à la greffière de procéder au vote.

[Traduction]

La greffière: Votez-vous sur la motion modifiée ou sur la motion proposée par M. Champoux?

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Il s'agit de la motion telle que proposée.

La greffière: C'est donc la motion telle que proposée sans amendement.

[Traduction]

Je vais la relire pour m'assurer que tout le monde vote sur la même motion.

[Français]

Que le texte de toute motion de fond ou de toute motion d'amendement à une motion de fond soit distribué sous forme écrite dans les deux langues officielles à tous les membres du Comité avant que le Comité entame le débat d'une telle motion.

[Traduction]

C'est sur cette motion que vous votez?

Je remercie infiniment tous les membres du Comité de ces précisions. Je voulais simplement m'assurer que j'enregistre correctement cette décision du Comité.

(La motion est rejetée par 9 voix contre 1.)

[Français]

Le vice-président (M. Alain Rayes): Merci. La motion est donc rejetée.

Nous passons à la deuxième motion de M. Champoux.

Monsieur Champoux, vous l'avez déjà lue. Je vais la relire rapidement pour voir si les gens ont des commentaires.

Que le greffier informe chaque témoin à comparaître devant le Comité que des essais techniques par l'équipe de soutien de l'administration de la Chambre doivent être effectués, afin de vérifier la connectivité et l'équipement utilisé afin d'assurer la meilleure qualité sonore possible; et que la présidence informe le Comité, au début de chaque réunion, de tout témoin qui n'a pas effectué les essais techniques requis.

Je pense qu'il n'y aura pas de longs débats là-dessus, néanmoins, je ne veux pas vous enlever le droit de vous exprimer. Est-ce qu'il y a des gens qui auraient des commentaires à faire sur cette motion?

Comme il n'y a pas de commentaire, je vais redonner la parole à Mme la greffière afin que nous puissions passer au vote.

(La motion est adoptée par 10 voix contre 0.)

Monsieur Champoux, vous avez une moyenne de ,500 au bâton. Ce n'est pas si mal.

J'ai fait mes remerciements tantôt. Je vais seulement rajouter ceux que je dois à M. Champoux, qui m'a permis de mettre en pratique la gestion des motions pendant une réunion du comité.

Monsieur Champoux, voulez-vous dire un petit mot? Ce sera sûrement le mot de la fin.

● (1320)

M. Martin Champoux: Je vous remercie tous de votre patience. Je ne suis moi-même pas très fervent à l'idée de prolonger les réunions de comité, mais cela faisait un certain temps que ces motions étaient en avis. Je suis content que nous ayons pu les mettre aux voix ce matin.

Je voudrais aussi féliciter M. Rayes pour sa performance en tant que président de comité aujourd'hui. Beau travail!

Le vice-président (M. Alain Rayes): Je vous remercie.

Je vous souhaite de passer une belle semaine dans vos circonscriptions. Nous allons attendre les avis de convocation des prochaines rencontres.

Bonne journée à tous.

La séance est levée.

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Les délibérations de la Chambre des communes et de ses comités sont mises à la disposition du public pour mieux le renseigner. La Chambre conserve néanmoins son privilège parlementaire de contrôler la publication et la diffusion des délibérations et elle possède tous les droits d'auteur sur celles-ci.

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 des communes.

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

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

Aussi disponible sur le site Web de la Chambre des communes à l'adresse suivante :
<https://www.noscommunes.ca>

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

SPEAKER'S PERMISSION

The proceedings of the House of Commons and its committees are hereby made available to provide greater public access. The parliamentary privilege of the House of Commons to control the publication and broadcast of the proceedings of the House of Commons and its committees is nonetheless reserved. All copyrights therein are also reserved.

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

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

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

Also available on the House of Commons website at the following address: <https://www.ourcommons.ca>