



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

45^e LÉGISLATURE, 1^{re} SESSION

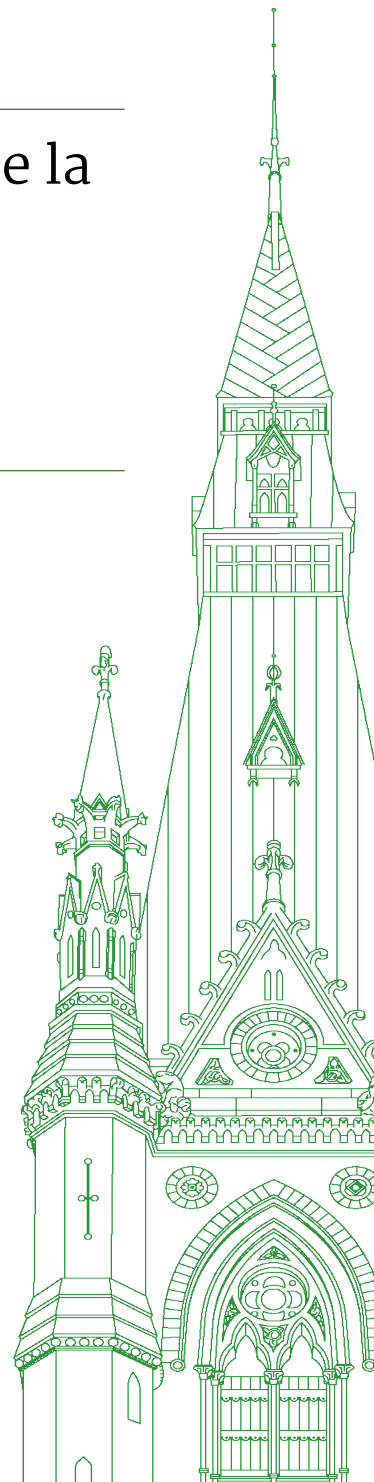
Comité permanent de l'industrie et de la technologie

TÉMOIGNAGES

NUMÉRO 047

Le jeudi 18 juin 2026

Président : Ben Carr



Comité permanent de l'industrie et de la technologie

Le jeudi 18 juin 2026

• (1100)

[Français]

Le président (Ben Carr (Winnipeg-Centre-Sud, Lib.)): Je déclare la séance ouverte.

Bonjour, tout le monde.

[Traduction]

Bonne dernière journée à tous. Je touche du bois, mais il semble que nous soyons sur le point d'ajourner nos travaux pour l'été. Cette séance sera la dernière réunion du comité de l'industrie. Vers la fin de la séance, j'aurai quelques mots à dire à ce sujet et sur ce qui nous attend à l'automne.

[Français]

Je commence en confirmant que tous les tests audiovisuels ont été effectués et que tout est correct.

[Traduction]

Je souhaite la bienvenue à MM. Housefather, Bains et Ste-Marie, qui se joignent à nous par vidéoconférence.

Chers collègues, comme vous le savez, nous avons entrepris une étude sur la fraude. Aujourd'hui sera la dernière heure que nous consacrons à cette étude.

Nous accueillons Mme Jeanette Patell, directrice des affaires gouvernementales et des politiques publiques chez Google Canada.

Madame Patell, vous disposez de cinq minutes pour faire votre déclaration liminaire, après quoi les membres des partis politiques reconnus vous poseront des questions.

Sur ce, je vous cède la parole, madame Patell.

Jeanette Patell (directrice, Affaires gouvernementales et des politiques publiques, Canada, Google Canada): Merci, monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du Comité, de me donner l'occasion de m'adresser à vous aujourd'hui.

Je m'appelle Jeanette Patell. Je suis directrice des affaires gouvernementales et des politiques publiques chez Google Canada. La mission de Google consiste à organiser l'information mondiale et à la rendre universellement accessible et utile. La sécurité de nos utilisateurs est au cœur de cette mission.

Les fraudes et les escroqueries financières font des victimes et minent la confiance essentielle à l'écosystème numérique. Cet enjeu de société a pris de l'ampleur et gagné en complexité, les pertes mondiales liées à la fraude étant estimées à près de 580 milliards de dollars pour 2025, selon le « Global Financial Crime Report » de Nasdaq. Ce phénomène est alimenté par des opérations criminelles transnationales sophistiquées qui combinent des méthodes en ligne et hors ligne.

Chez Google, protéger nos utilisateurs et nos partenaires est notre priorité absolue. Pour nous attaquer à ce problème mondial à grande échelle, nous investissons depuis plus de 20 ans dans des technologies de pointe, des politiques robustes, des actions en justice et des équipes d'experts consacrées à la protection des utilisateurs de nos produits et services. Nos interventions se sont considérablement améliorées grâce à nos dernières innovations en matière d'intelligence artificielle, en particulier nos outils intégrant Gemini. Bien que nos équipes utilisent depuis longtemps l'intelligence artificielle de pointe pour repérer et contrer les escrocs, Gemini va encore plus loin. Nos modèles analysent des milliards de signaux, notamment l'ancienneté du compte, les indices comportementaux et les tendances récurrentes, afin de mettre fin aux menaces avant qu'elles n'atteignent les utilisateurs. Grâce à la compréhension approfondie de l'intention que permet Gemini, nous pouvons également repérer le contenu malveillant et le bloquer de manière préventive, même lorsqu'il est conçu pour échapper aux mécanismes de détection. Les résultats parlent d'eux-mêmes: en 2025, les outils alimentés par l'IA Gemini nous ont permis d'intercepter plus de 99 % des publicités contrevenant à nos politiques avant même leur diffusion.

Nous appliquons également une architecture rigoureuse de lutte contre les escroqueries au niveau des appareils et des écosystèmes, sur Android et Chrome. Android intercepte plus de 10 milliards d'appels et de messages malveillants chaque mois, tandis que Google Play Protect, déployé sur trois milliards d'appareils, balaie quotidiennement 200 milliards d'applications. Sur YouTube, des outils comme la détection de ressemblances par l'IA permettent aux personnalités publiques d'identifier et de supprimer les hypertrucages qui utilisent leur identité à des fins frauduleuses. Gmail continue de bloquer 99,9 % des pourriels, des logiciels malveillants et des liens dangereux avant même qu'ils n'atteignent une boîte de réception.

La navigation sécurisée de Google Chrome protège plus de cinq milliards d'appareils dans le monde en avertissant automatiquement les utilisateurs lorsqu'ils tentent d'accéder à des sites Web dangereux ou de télécharger des fichiers malveillants. Google met gratuitement cette technologie à la disposition d'autres navigateurs et fournisseurs de services Internet. Elle est intégrée dès le départ dans d'importants navigateurs concurrents, comme Safari et Firefox, et fonctionne sur divers systèmes d'exploitation, dont iOS et Android. Je suis fière de dire que l'ingénierie centrale et le développement continu du système de navigation sécurisée de Google sont dirigés directement par des équipes de notre bureau de Montréal. Il s'agit de talents canadiens qui travaillent directement sur des systèmes qui protègent des milliards d'utilisateurs dans le monde entier.

Bien que ces défenses technologiques soient solides, aucune organisation ne peut résoudre ce problème à elle seule. C'est pourquoi nous avons contribué à la création du Global Signal Exchange, une plateforme qui permet à plus de 300 organisations d'échanger plus de 1,2 milliard de renseignements sur les menaces. Dans le cadre de notre programme des signaleurs prioritaires, nous offrons également aux institutions financières canadiennes, aux organismes d'application de la loi, au Centre antifraude du Canada et au Bureau de la concurrence du Canada des canaux de signalement prioritaires afin qu'ils puissent nous alerter rapidement en cas d'activités malveillantes.

Lorsque ces moyens ne suffisent pas, nous prenons des mesures directes en coopérant avec les forces de l'ordre et en intentant des poursuites. Par exemple, en décembre 2025, Google s'est joint à une initiative intersectorielle de communication de renseignements dirigée par la GRC. Baptisée Opération Érable, cette initiative a mené à la prise de milliers de mesures perturbatrices contre les escrocs.

Aux États-Unis, nous avons intenté des poursuites pour démanteler les principaux réseaux criminels. Je pense notamment aux opérations d'Outsider et de Lighthouse, deux réseaux d'hameçonnage qui distribuaient des outils clés en main permettant à des criminels de mener à grande échelle des campagnes de faux messages texte, ainsi qu'à la plateforme Darcula, qui est responsable du vol des données de près de 900 000 cartes de crédit. Nous cherchons à nous attaquer au problème à sa source en démantelant l'infrastructure qui sous-tend ces opérations criminelles.

• (1105)

[Français]

Enfin, nous nous engageons à favoriser l'autonomie des Canadiennes et des Canadiens. Nous sommes fiers de soutenir la campagne intitulée « Ensemble contre la fraude » de la Coalition canadienne antifraude en fournissant du soutien financier pour amplifier son message de sensibilisation. Nous développons également des ateliers spécialement pour les aînés canadiens afin de les aider à utiliser les outils d'intelligence artificielle pour identifier et éviter les menaces communes en ligne. Nous accueillons les occasions prochaines de collaborer avec les députés pour sensibiliser les gens dans leurs communautés.

Google s'engage à être un partenaire dévoué du gouvernement du Canada pour relever le défi de la fraude financière et des hypertrugages. Les environnements en ligne sûrs et dignes de confiance ne se créent pas par accident. Ils résultent d'une conception intentionnelle, d'une gestion rigoureuse et d'une solide collaboration.

[Traduction]

Alors que le Comité réfléchit aux orientations à privilégier à l'avenir, nous croyons qu'une stratégie nationale de lutte contre la fraude devrait reposer sur trois principes fondamentaux: un meilleur échange de renseignements dans l'ensemble de l'écosystème, des mesures proactives de la part des plateformes numériques et des investissements dans la sensibilisation du public.

Nous sommes impatients de travailler avec le Comité pour bâtir un avenir numérique plus sûr et plus sécuritaire pour tous les Canadiens.

[Français]

Merci.

[Traduction]

Le président: Merci beaucoup, madame Patell.

Madame Dancho, vous avez la parole pour six minutes.

Raquel Dancho (Kildonan—St. Paul, PCC): Merci, monsieur le président.

Je vous remercie, madame Patell, d'être des nôtres aujourd'hui. Nous vous sommes très reconnaissants de vos observations et de l'aperçu que vous nous avez offert du travail que mène Google pour contrer la fraude et les escroqueries.

J'aimerais vous poser une question au sujet d'un recours collectif intenté à la suite d'un incident survenu en 2025, tel que rapporté par *La Presse*, dans lequel une Québécoise affirme avoir perdu plus de 30 000 \$ après avoir cliqué sur une publicité sur YouTube affichant une image générée par l'intelligence artificielle de notre premier ministre, Mark Carney, faisant la promotion d'un programme d'investissement fédéral dans la cryptomonnaie. Selon ses dires, elle aurait perdu plus de 30 000 \$.

Je suis consciente que cette affaire se trouve actuellement devant les tribunaux. Je ne vous demanderai évidemment pas de vous prononcer sur une cause dont les tribunaux sont saisis. Cela dit, elle soulève une question plus large dont le Comité est lui-même saisi. Les Canadiens sont de plus en plus exposés à des escroqueries générées par l'intelligence artificielle qui imitent des personnalités publiques, qui reproduisent un article de CBC News, et ainsi de suite. Je sais que vous êtes très au fait de ce problème. Selon vous, quelle est la responsabilité de Google et des autres plateformes — je sais que YouTube relève de vous, mais il y a aussi Meta et d'autres — à l'égard des escroqueries de ce genre, qui se retrouvent sur vos plateformes? Quelle est votre responsabilité envers les Canadiens à cet égard?

Jeanette Patell: Je vous remercie de votre question.

Des situations comme celle-ci sont évidemment déchirantes, et elles illustrent très clairement le coût humain que les criminels imposent en ciblant des Canadiens vulnérables.

Lorsque je prends du recul et que j'examine le rôle de Google dans ce contexte, je constate que nous faisons preuve de leadership à plusieurs niveaux en renforçant nos systèmes autour de trois piliers. Je vais d'abord en parler dans une perspective plus globale.

Le premier consiste à créer des produits qui sont sûrs dès leur conception — des systèmes qui peuvent prévenir, détecter et contrer rapidement ces menaces émergentes — tout en travaillant en partenariat, car personne ne peut y parvenir seul, afin de mieux sensibiliser le public.

Cependant, pour revenir plus précisément à ce type de problème que nous avons constaté, nous réagissons rapidement afin d'améliorer la capacité de nos systèmes à détecter ces cas. Il n'est pas surprenant que, dans un environnement où nous sommes constamment confrontés à des acteurs malveillants, des criminels cherchent à contourner les mesures de protection que nous mettons en place.

Nous intervenons en première ligne, mais nous sommes également en mesure de réagir rapidement lorsque nous observons des tendances dans les escroqueries. Par exemple, lorsque nous avons constaté une hausse des escroqueries et des hypertrucages comme celui-ci, nous avons rapidement mobilisé une équipe à cet effet, affiné nos outils de détection et appliqué une politique rigoureuse contre la fausse représentation. Les résultats sont concrets: nous avons supprimé 700 000 comptes et constaté une baisse de 90 % des signalements liés à ce type d'escroquerie. Ce que je veux dire, c'est que notre responsabilité est de renforcer nos systèmes, et nous le faisons chaque jour.

• (1110)

Raquel Dancho: Vous avez mentionné que vous réagissiez rapidement. Supposons que je clique sur un lien comme celui-ci et que j'effectue un virement électronique à partir de mon compte bancaire. Par la suite, on découvre qu'il s'agit d'une escroquerie et ma banque vous la signale. Si Desjardins vous avisait aujourd'hui de la présence d'une arnaque sur votre plateforme, combien de temps vous faudrait-il pour la supprimer?

Jeanette Patell: Il est difficile de se prononcer sur une situation hypothétique, mais nous réagissons rapidement.

Je pense que ce que vous...

Raquel Dancho: Je suis désolée. Je vais préciser ma question. Nous avons entendu le témoignage d'un représentant de Wealthsimple, qui nous a indiqué qu'il avait fallu près de quatre jours à Meta pour retirer une escroquerie que son entreprise avait signalée. Y a-t-il un délai comparable chez Google?

Jeanette Patell: Cela dépend vraiment du contexte. Nous nous efforçons d'agir rapidement. Nous avons créé des outils — comme le programme des signaleurs prioritaires — afin d'accélérer l'examen des signalements de publicités problématiques soumis par des partenaires de confiance reconnus, notamment le Centre antifraude du Canada. Ces signalements sont alors traités en priorité.

Raquel Dancho: Merci.

Comment YouTube vérifie-t-il l'authenticité des publicités? S'il y a une annonce de RBC, de Mark Carney ou de la CBC, comment vous assurez-vous qu'elle provient réellement de la CBC, du Cabinet du premier ministre ou de la RBC? Disposez-vous d'un processus de vérification?

Jeanette Patell: Oui.

Raquel Dancho: Dans ce cas, le système semble avoir échoué, du moins si on se fie aux allégations. Je reconnais toutefois que cela n'a pas été prouvé.

Jeanette Patell: Nous devons intervenir sur plusieurs fronts. Il faut d'abord mettre en place des mesures de protection « à la porte d'entrée » — un peu comme un système de sécurité à l'entrée d'une maison — afin d'empêcher les acteurs malveillants d'accéder à la plateforme. C'est à cette étape que nous effectuons ce que nous appelons la « validation des annonceurs ». Nous évaluons la fiabilité des annonceurs lors de leur intégration. Nous cherchons à valider leur authenticité afin de déterminer s'ils doivent être soumis à un processus de vérification standard ou renforcé. Dans les secteurs à risque élevé, comme les services financiers, une vérification renforcée est exigée.

De plus, nos systèmes interviennent également en aval en analysant continuellement les signaux comportementaux afin d'établir le profil de risque de l'annonceur.

Toute une série de mécanismes sont déployés, notamment au moment de l'intégration, pour nous assurer que les annonceurs présents sur la plateforme sont bien ceux qu'ils prétendent être...

Raquel Dancho: Merci.

Il ne me reste que peu de temps, alors je vais conclure sur ce point. À première vue, chaque plateforme semble avoir sa propre façon de vérifier qu'une publicité provient bel et bien de la RBC, du Cabinet du premier ministre ou de toute autre organisation. Il ne semble pas exister d'approche uniforme à cet égard. Nous nous demandons donc s'il y aurait lieu d'établir certaines exigences par voie réglementaire. C'est le genre de question que le Comité examine actuellement et il pourrait formuler des recommandations à cet égard. Je vous invite à nous faire part de vos observations ou à répondre brièvement. Merci.

Jeanette Patell: Nous serions heureux de discuter de questions comme celle-ci, notamment de la façon dont on vérifie les annonceurs.

Je dirais simplement au Comité qu'il faut éviter de fournir aux acteurs malveillants une feuille de route leur permettant de contourner nos mécanismes de protection. C'est un défi auquel nous sommes confrontés quotidiennement. Cela dit, il faut disposer d'un ensemble de mesures souples et évolutives afin de pouvoir tirer parti de l'IA pour vérifier l'authenticité du contenu qui entre dans l'écosystème.

Nous sommes tout à fait ouverts à cette discussion. Le gouvernement du Canada peut prendre certaines mesures pour faciliter cela, et les plateformes numériques peuvent également en prendre pour continuer à relever la barre.

Nous nous considérons comme un chef de file dans ce domaine. Nous avons mis en place un programme de validation des annonceurs dans 240 pays et territoires, et nous l'appliquons de façon proactive. Aujourd'hui, plus de 90 % des annonceurs qui utilisent nos systèmes sont vérifiés. Nous sommes donc tout à fait ouverts à cette discussion.

• (1115)

Raquel Dancho: Merci.

Le président: Merci, madame Dancho.

Madame O'Rourke, je crois comprendre que vous allez peut-être partager votre temps avec Mme Begum. Je vous laisse décider de la répartition du temps. Il vous reste six minutes à vous deux. La parole est à vous.

Dominique O'Rourke (Guelph, Lib.): Formidable. Merci, monsieur le président.

Merci d'être ici, madame Patell.

Plusieurs témoins nous ont dit qu'il fallait prendre des mesures à grande échelle pour lutter contre ces escroqueries, qui constituent une forme de criminalité transnationale. Il est difficile d'imaginer une entreprise plus vaste ou plus mondialisée que Google. D'ailleurs, votre entreprise est devenue un verbe: quand le nom d'une entreprise devient un verbe, c'est qu'elle occupe une place considérable.

Vous avez parlé du Global Signal Exchange et de votre participation à l'opération Érable. Qu'est-ce qui nous manque? Vous avez mentionné l'échange d'information dans l'ensemble de l'écosystème, une approche plus proactive des plateformes et la sensibilisation du public... C'est ce que nous faisons. D'après ce que vous avez observé ailleurs dans le monde, quelles mesures le Canada devrait-il envisager d'adopter pour intercepter ce dernier 10 % de publicités frauduleuses ou de pourriels qui passent encore entre les mailles du filet?

Jeanette Patell: Je vous remercie de la question. C'est une excellente question.

Je pense que, même dans la question posée par Mme Dancho, une chose qui m'a frappée, c'est le nombre d'éléments d'information et le nombre d'acteurs en jeu dans un scénario d'escroquerie donné. Google détiendrait une pièce du casse-tête, une institution financière en détiendrait une autre, mais sans mécanisme permettant de mettre ces renseignements en commun, il serait impossible d'obtenir un portrait complet de la situation. Si l'on insiste autant sur la nécessité d'échanger l'information, c'est précisément pour cette raison: à défaut d'agréger les données de manière à en tirer quelque chose d'utile, on ne se retrouve qu'avec une multitude de renseignements fragmentaires.

Le Global Signal Exchange a été créé il y a un peu plus d'un an. C'est encore relativement nouveau, mais des pays comme le Royaume-Uni et la Pologne y participent. Plus récemment, un dossier a illustré son utilité. L'équivalent britannique du FBI a versé des renseignements dans le système. Google a pu s'appuyer sur ces renseignements pour approfondir sa compréhension de la menace dans ce dossier précis et, dans le respect des pouvoirs légaux applicables, transmettre en retour des renseignements aux autorités britanniques. Grâce à cette collaboration et à la coopération transfrontalière avec des autorités d'Afrique de l'Ouest, celles-ci ont pu démanteler une importante opération d'escroquerie liée à des dizaines de milliers de comptes. Ce genre de collaboration transfrontalière et de coopération entre les différents intervenants est essentiel si nous voulons obtenir de tels résultats.

J'encourage le Canada à envisager d'adhérer au Global Signal Exchange. Nous souhaiterions certainement que les organismes d'application de la loi et le gouvernement puissent y participer eux aussi. Je pourrais également parler d'autres possibilités de partenariat et de sensibilisation du public, mais cela illustre bien comment cette initiative peut produire des résultats concrets.

Dominique O'Rourke: Il ne me reste que deux secondes. La souveraineté dans le domaine de la gestion des données est-elle le principal défi à relever pour participer à une telle initiative? Répondez simplement par oui ou par non. Je cède le reste de mon temps de parole à Mme Begum.

Jeanette Patell: Non, absolument pas.

Dominique O'Rourke: D'accord.

Doly Begum (Scarborough-Sud-Ouest, Lib.): Merci beaucoup, madame O'Rourke.

Merci beaucoup, madame Patell, d'être ici.

C'est impressionnant de constater que Google retire et bloque des milliards d'annonces avant qu'elles ne nous parviennent. Vous venez de parler des millions de comptes suspendus. Franchement, le taux de réussite que vous avez mentionné est très impressionnant. Je sais également que bon nombre de ces personnes sont des récidivistes et qu'elles cherchent constamment à contourner les mesures en place pour revenir sur la plateforme.

vistes et qu'elles cherchent constamment à contourner les mesures en place pour revenir sur la plateforme.

Je me demande s'il existe des moyens de mieux protéger les utilisateurs contre les fraudeurs qui reviennent sans cesse sur la plateforme. À mon avis, cet aspect ne semble pas être pris en compte dans le calcul de votre taux de réussite, c'est-à-dire votre capacité à empêcher les acteurs malveillants de réintégrer la plateforme après en avoir été exclus. Ce serait ma première question.

Deuxièmement, comme notre temps est limité, j'aimerais vous poser la question suivante: quelle est la mesure la plus utile que le gouvernement puisse prendre pour aider des plateformes comme la vôtre à mieux protéger les citoyens contre la fraude et les escroqueries, compte tenu de la situation actuelle et de l'ampleur qu'a prise ce phénomène?

• (1120)

Jeanette Patell: Pour ce qui est d'empêcher les récidivistes de... Je pense aux escroqueries et à la fraude dans nos systèmes. Ces criminels abusent de nos systèmes. Ils sont toxiques pour la santé de l'économie numérique, et nous sommes très investis dans nos efforts pour protéger l'économie numérique et la garder fonctionnelle et fiable. Nous sommes très motivés à prévenir la récidive.

Si l'on regarde le taux de réussite... Le contournement d'une fermeture de compte constitue une violation en soi. Nous faisons tout ce que nous pouvons pour détecter les liens avec les anciens comptes suspendus, pour comprendre et cartographier les tendances qui ne sont peut-être pas visibles à l'œil nu, disons. C'est quelque chose que nous faisons pour comprendre les liens entre les acteurs et les anciens comptes. Cela contribue à notre succès et nous aide à prévenir les récidives dans ce domaine.

En réalité, comme pour tout type de criminalité, il s'agit d'une lutte sans fin. Nous avons affaire à des organisations criminelles de pointe qui s'adaptent constamment et cherchent constamment de nouvelles vulnérabilités à exploiter. Nous nous engageons à investir continuellement dans ces systèmes.

Pour répondre à la deuxième partie de la question, sur les mesures qu'on peut prendre en plus de ce partenariat — et j'encourage vraiment le Canada à explorer tout cela —, l'éducation du public est vraiment importante. Les Canadiens ont besoin d'outils, de formation et de ressources pour détecter et éviter les escroqueries. L'escroquerie est souvent l'aboutissement de tout un stratagème. Il se peut bien qu'il ne s'agisse pas que d'une transaction. Comment pouvons-nous tous être des partenaires pour les aider à reconnaître quand quelque chose cloche et à se sortir du pétrin? Je me ferai un plaisir de vous expliquer comment nous y parvenons avec deux ou trois de nos produits. Cela nous aiderait beaucoup d'avoir plus de budget et de ressources consacrés à l'éducation du public.

Je sais que le temps est limité, mais j'ajouterais que cela s'applique également aux forces de l'ordre. Il faut fournir des ressources aux forces de l'ordre afin qu'elles aient les moyens et la formation nécessaires pour mener ce genre d'intervention. Cela contribuerait grandement à accroître leur efficacité.

Doly Begum: Je suis heureuse que vous le mentionniez, parce que nous avons actuellement une loi...

Le président: Madame Begum, je crains que nous ayons déjà pas mal dépassé le temps imparti. Merci beaucoup.

[Français]

Monsieur Ste-Marie, vous avez la parole pour six minutes.

Gabriel Ste-Marie (Joliette—Manawan, BQ): Merci, monsieur le président.

Je salue mes collègues.

Bonjour, madame Patell. Je vous remercie de votre présence.

Je vais commencer en vous parlant d'un cas concret. Il y a trois semaines, mon adjoint Marc-André a vu en regardant YouTube une fausse publicité dans laquelle un faux Mark Carney disait de faire des investissements. Cette publicité était semblable à celle qui a entraîné un recours collectif il y a un an. De fausses publicités comme celle-là se produisent encore un an plus tard.

Mon adjoint a pris une capture d'écran et a envoyé ça à YouTube pour leur dire qu'il fallait faire attention, que c'était une publicité frauduleuse à retirer. Il n'a reçu aucun accusé de réception ni aucun retour de la part de YouTube, et la publicité frauduleuse a continué à être diffusée pendant des jours. Est-ce que c'est ce que vous appelez être proactif contre les publicités frauduleuses?

Jeanette Patell: Je vous remercie de la question. C'est manifestement une situation très sérieuse. Je vais répondre en anglais, juste pour être plus précise.

[Traduction]

Je ne suis pas au courant de cette situation particulière. Il semble que ce soit quelque chose que nous devons analyser pour comprendre exactement ce qui s'est passé. Je me ferai un plaisir de travailler avec votre bureau pour mieux comprendre cela.

Dans ce genre de cas, nous voulons que les publicités soient signalées, et nous disposons d'un mécanisme de signalement des publicités qui nous permettra de découvrir l'identifiant publicitaire associé, afin de pouvoir le retracer. Lorsque des choses comme celle-ci se produisent — il s'agit ici d'une escroquerie par usurpation de l'identité d'une personnalité publique —, nous voulons absolument agir rapidement. Je serai heureuse de travailler avec votre bureau pour comprendre la situation et voir comment nous pouvons mieux y réagir.

Comme je l'ai dit, c'est une tendance que nous observons dans l'écosystème. Nous affinons nos outils de détection, mais il semble bien que cette publicité soit passée entre les mailles du filet. Nous voulons donc être en mesure d'agir rapidement.

• (1125)

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Merci.

Il ne s'agit pas seulement d'un cas en particulier, mais du mécanisme de façon générale. Nous l'avons vu dans le cas de Meta. Des témoins sont venus nous dire que lorsqu'ils signalaient une publicité frauduleuse, ça prenait plusieurs jours avant qu'il y ait un suivi. Tout à l'heure, vous avez répondu en disant qu'il s'agissait de questions hypothétiques. Nous avons ici un cas concret et ce genre de situation arrive souvent. Vous devez donc mettre en place des mécanismes pour retirer immédiatement ces publicités.

J'aimerais poser une autre question: au Canada, quel pourcentage des revenus publicitaires de YouTube est issu de publicités frauduleuses, d'escroquerie? Avez-vous ce pourcentage?

[Traduction]

Jeanette Patell: C'est peut-être là que les pratiques commerciales et la façon dont nos entreprises sont construites peuvent différer de ce qui se fait ailleurs. Je m'excuse d'entrer un peu plus dans les détails que vous ne le souhaiteriez.

Nos systèmes fonctionnent de telle sorte que lorsqu'on établit qu'une publicité génère des revenus, on appelle généralement cela le modèle de coût par clic. Cela signifie qu'un utilisateur doit interagir avec la publicité afin que l'annonceur soit payé pour la publicité. Il n'est pas payé selon une impression préalable. Cela signifie que quand j'affirme que nos systèmes sont en mesure de bloquer 99 % des publicités problématiques avant même qu'elles ne soient présentées à l'utilisateur, je me trouve à dire que ces publicités ne génèrent aucun revenu. Cela veut dire que nous ne prenons pas l'argent des fraudeurs, parce que nous ne voulons pas de leur argent. Nous ne voulons pas que l'écosystème soit pollué par ce genre d'activité, parce que cela compromet toute notre mission.

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Merci.

Ce que vous êtes en train de nous dire, c'est que vos plateformes comme YouTube diffusent des publicités frauduleuses mettant en scène de faux Mark Carney. Une personne a perdu 30 000 \$ à cause de ça, et vous dites que vous ne faites même pas d'argent avec ça. Ne serait-il donc pas urgent de bloquer toutes ces publicités?

Dans le même ordre d'idées, pourquoi les annonceurs qui diffusent ces publicités sur YouTube et sur vos autres plateformes continuent-ils d'apparaître dans vos publicités et vos résultats, même lorsqu'ils ont été identifiés comme frauduleux par l'Autorité des marchés financiers au Québec, par exemple?

[Traduction]

Jeanette Patell: De toute évidence, c'est un grand défi. C'est un défi partagé. Je vous dirais que nous sommes du même côté dans cette bataille; nous sommes des partenaires dans la lutte contre ce fléau.

Nous travaillons très fort pour améliorer la détection de ce type d'arnaques et les empêcher d'exploiter nos systèmes. Pour les personnalités publiques, sur YouTube, par exemple, nous avons mis au point un outil de détection de la ressemblance. Cet outil permettrait à une personnalité publique d'approuver ou de refuser l'utilisation de son image dans un contenu ou une publicité. C'est l'une des solutions que nous avons conçues pour contrer la menace. La réalité, toutefois, c'est que nous avons affaire à des criminels qui cherchent constamment à contourner les protections que nous mettons en place.

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Je vous remercie de votre réponse, mais permettez-moi de préciser ma question.

Des ordonnances de retrait ont été émises par l'Autorité des marchés financiers ou encore par l'Office de la protection du consommateur au Québec. Vous engagez-vous à vous conformer immédiatement à ces ordonnances de retrait, même sans décision judiciaire?

[Traduction]

Jeanette Patell: Je ne suis pas au courant, alors je vais devoir vous revenir sur cette question, mais je le ferai avec plaisir quand j'aurai une meilleure compréhension du scénario que vous évoquez et des autorités en question.

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Pourrez-vous nous fournir une réponse par écrit? C'est une loi entrée en vigueur au Québec la semaine passée qui demande ça. Nous aimerions recevoir une réponse écrite.

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci, monsieur Ste-Marie.

● (1130)

[Traduction]

Monsieur Falk, je crois comprendre que vous allez partager votre temps avec Mme Borrelli. Je vais vous laisser vous entendre entre vous, mais vous avez cinq minutes à vous partager.

La parole est à vous.

Ted Falk (Provencher, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président, c'est exact.

Merci, madame Patell, de votre témoignage devant le Comité aujourd'hui.

J'ai quelques questions à vous poser.

J'aimerais avoir une précision: à partir du moment où vous prenez connaissance d'une publicité frauduleuse ou d'une escroquerie, combien de temps vous faut-il pour la retirer de vos sites?

Jeanette Patell: Je pense que la réponse dépend du contexte. Il faut tenir compte de la portée de l'activité, de son étendue et des surfaces qui entrent en jeu. Tout dépend vraiment de l'endroit et du moment. Nous agissons le plus rapidement possible, non seulement pour retirer du contenu ou une publicité problématique ou pour identifier un site malveillant, par exemple, mais aussi...

Ted Falk: Y a-t-il des données que vous pourriez nous fournir sur la rapidité avec laquelle, une fois que vous êtes mis au courant de quelque chose, c'est retiré de vos plateformes?

Jeanette Patell: Cela dépend vraiment du type de données. Je me ferai un plaisir de voir ce que nous pourrions vous envoyer à cet égard. Je tiens également à souligner que nous nous efforçons de travailler non seulement le plus rapidement possible, mais aussi le plus efficacement possible.

Par le truchement de Global Signal Exchange, nous pouvons intervenir à plus grande échelle. Cela nous permet de renforcer et de protéger nos systèmes, mais aussi de donner à nos interventions une dimension mondiale, afin que d'autres fournisseurs soient également en mesure de détecter l'escroquerie en question et de prévenir tout abus de leurs systèmes.

Ted Falk: Bien souvent, les banques assument la responsabilité lorsque leurs clients se font escroquer. Quel niveau de responsabilité Google assume-t-elle lorsque ses clients se font frauder à cause d'une escroquerie sur votre plateforme?

Jeanette Patell: Comme je l'ai dit, l'activité criminelle a un coût humain très tangible.

Ted Falk: Vous arrive-t-il de rembourser quelqu'un pour les pertes subies?

Jeanette Patell: Nous sommes très clairs quant au rôle que nous sommes appelés à jouer ici pour protéger nos systèmes, protéger nos utilisateurs...

Ted Falk: Répondez simplement par oui ou par non. Vous arrive-t-il de rembourser vos clients pour les pertes subies à cause d'une escroquerie qui s'est produite sur votre plateforme?

Jeanette Patell: C'est beaucoup plus complexe que [inaudible].

Ted Falk: La réponse est non. Vous n'assumez aucune responsabilité.

Le président: Madame Patell et monsieur Falk, je vais vous interrompre un instant, car nous devons vérifier si le micro de Mme Patell est allumé. Monsieur Falk, j'ai arrêté le chronomètre, ne vous inquiétez pas.

Je vais laisser M. Falk répéter la question, et nous vérifierons que votre micro fonctionne, madame Patell.

Monsieur Falk, vous avez la parole.

Ted Falk: Madame Patell, vous n'assumez aucune responsabilité pour les pertes subies par les utilisateurs de votre plateforme à cause d'escroqueries sur votre plateforme.

Jeanette Patell: Nous assumons une part incroyable de responsabilité en renforçant nos systèmes...

Ted Falk: Dans quelle mesure rembourseriez-vous quelqu'un?

Jeanette Patell: ... et prévenir tout cela en amont.

Nous sommes conscients du coût humain que cela représente et nous reconnaissons également que les criminels doivent être tenus responsables de leurs actes.

Ted Falk: Merci. Je dois partager mon temps de parole.

Kathy Borrelli (Windsor—Tecumseh—Lakeshore, PCC): Madame Patell, une étude de 2026 portant sur 434 applications de prêt dans plusieurs pays a révélé que 141 d'entre elles semblaient violer les réglementations nationales, tandis que 147 semblaient violer les politiques de Google lui-même. Après publication de ces constats des chercheurs, Google a retiré 93 des applications signalées de Google Play, qui cumulaient plus de 300 millions d'installations en tout.

Si ces applications violaient les propres règles de Google, pourquoi étaient-elles accessibles sur Google Play au départ? Pourquoi a-t-il fallu que des chercheurs externes les signalent, et pourquoi les 147 applications problématiques n'ont-elles pas toutes été retirées?

Jeanette Patell: Il y a beaucoup de choses à dire à ce sujet. Je vais d'abord parler de la façon dont nous appliquons nos règles à Google Play.

Comme je l'ai dit, nous examinons 200 milliards d'applications chaque jour. Par exemple, nous avons constaté que 95 % des applications problématiques sont téléchargées latéralement. C'est une statistique importante à comprendre en ce qui concerne les applications qui exploitent des autorisations sensibles.

Kathy Borrelli: Je pense particulièrement aux applications financières qui demandent des renseignements très sensibles, plutôt qu'à des jeux inoffensifs ou à des services de base. Pourquoi la norme n'est-elle pas beaucoup plus élevée pour les applications de prêt, d'investissement, de cryptomonnaies, de services bancaires et d'allègement de la dette? Pourquoi ne les attrapez-vous pas avant même qu'ils n'atteignent les utilisateurs?

● (1135)

Jeanette Patell: Les normes sont élevées pour qu'une application soit offerte sur Google Play. Nous évaluons constamment et à répétition si les applications les respectent.

Pour ce qui est des raisons précises pour lesquelles un chercheur externe a pu déterminer qu'un segment d'applications était problématique et pourquoi son évaluation différait de la nôtre, je ne peux pas en parler. Tout ce que je peux dire, c'est que nous sommes déterminés à faire appliquer nos règles de la même façon à toutes les applications.

Nous accueillons les demandes de renseignements provenant d'experts externes. Nous travaillons constamment avec des experts externes dans ce domaine. Je serais ravie d'inviter certains de mes collègues à discuter avec vous des normes que nous imposons aux applications financières dans notre magasin Google Play, parce que c'est quelque chose que nous prenons très au sérieux.

J'ai déjà dit que c'était un défi constant. Nous évoluons dans un espace très ciblé par les criminels qui cherchent à contourner les protections. Nous nous réjouissons d'avoir cette conversation, parce que nous prenons la chose très au sérieux, mais il s'agit d'une lutte sans fin. Nous devons continuellement être aux aguets, jour après jour, et investir dans le renforcement de nos systèmes, ce que nous ne pouvons faire qu'en partenariat.

Kathy Borrelli: Merci.

Le président: Merci, madame Borrelli.

Monsieur Bardeesy, vous avez la parole pour cinq minutes.

Karim Bardeesy (Taiaiko'n—Parkdale—High Park, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je suis désolé de ne pas être parmi vous en personne aujourd'hui, mais je suis très reconnaissant de pouvoir participer à la réunion.

Madame Patell, j'aimerais commencer par quelques questions sur le cadre d'intervention qui s'applique quand des gens soupçonnent d'être témoins d'activités frauduleuses, jusqu'au règlement concret du problème.

Pour l'ensemble de vos produits, avez-vous une norme de service concernant le temps de réponse quand une annonce vous est signalée comme potentiellement frauduleuse? Est-ce différent d'un produit à l'autre? Quelle est cette norme?

Jeanette Patell: Si je vous comprends bien, votre question porte sur le temps qu'il nous faut pour évaluer le signalement d'un utilisateur concernant une publicité ou un autre type de contenu problématique.

Karim Bardeesy: Exactement, et sur le temps de réponse ou de résolution.

Jeanette Patell: Comme je l'ai dit plus tôt, cela dépend vraiment du contexte. L'une des choses à garder à l'esprit au sujet des délais d'exécution pour la prise de décisions, c'est qu'un cadre décisionnel trop rigide pourrait essentiellement nous mener à bloquer inutilement trop de contenu ou à pénaliser des acteurs légitimes pour le comportement d'acteurs malveillants. Lorsque je dis que cela dépend du contexte, c'est que nous devons faire une analyse rigoureuse pour déterminer si quelque chose est contraire à la politique ou non et pour comprendre le comportement du compte visé.

Ce que je dis au Comité, c'est que nous voulons vraiment agir rapidement et rester agiles dans nos réactions à mesure que la menace évolue.

Karim Bardeesy: Avez-vous une norme de service prescrivant le moment où une personne peut s'attendre à recevoir une réponse de quelqu'un de chez Google?

Jeanette Patell: Comme je l'ai dit, je pense que nous cherchons surtout à trouver une façon de faire qui soit efficace et réactive et qui mène essentiellement à un résultat équilibré.

Si je vous comprends bien, vous souhaiteriez que je vous donne une fourchette de temps, mais lorsque nous évaluons du contenu et les comportements qui pourraient mériter notre attention, le fait d'avoir un délai rigide ne donne pas toujours les résultats escomptés.

Karim Bardeesy: Je comprends.

Je parle surtout pour ceux qui attendent une réponse de l'entreprise lorsqu'ils signalent quelque chose.

J'aimerais revenir aux questions de M. Falk sur le remboursement.

Encore une fois, c'est une question semblable. Avez-vous une norme de service ou une politique écrite concernant la possibilité d'un remboursement lorsque quelqu'un s'est fait frauder en cliquant sur des liens qui pouvaient se trouver sur la plateforme?

• (1140)

Jeanette Patell: Quand on parle de tout cela, je tiens à garder à l'esprit qu'il y a des victimes qui sont profondément lésées et que les auteurs de ces crimes doivent en être tenus responsables. Nous faisons ce que nous pouvons pour qu'ils soient poursuivis, pour geler leurs biens et perturber l'infrastructure qui sous-tend leurs activités. Nous faisons également tout ce que nous pouvons pour ne jamais percevoir de revenus de leurs activités.

Nous devons, selon nous, comprendre où est la source du problème et sur quoi nous devons nous concentrer. La source du problème, ce sont les organisations criminelles qui doivent être tenues responsables de leurs actes, il ne faut pas donner de passe-droit aux auteurs de ces actes.

Karim Bardeesy: Je comprends. Je vous remercie de signaler quelques-unes des activités que vous menez sur [*Difficultés techniques*].

Pourriez-vous nous parler du rôle de l'agence des crimes financiers qui est proposée ici au Canada? Selon vous, quel genre de relation pourrait-elle avoir avec Google Canada ou avec la gamme des produits de Google, qui sont profondément ancrés au Canada? Comment la nouvelle agence mise sur pied pourrait-elle interagir avec vous?

Jeanette Patell: Je vais devoir y réfléchir.

Je pense, par exemple, que cette agence devrait potentiellement se joindre à Global Signals Exchange pour pouvoir bénéficier de l'ingestion et de la distillation de milliards de signalements et être en mesure de collaborer avec toutes sortes de plateformes pour détecter et contrer rapidement les escroqueries et freiner les organisations criminelles.

Je pense que nous serions très ouverts à la collaboration sur ce plan. Nous serons heureux de poursuivre les discussions avec le ministère des Finances du Canada à ce sujet.

Karim Bardeesy: Merci beaucoup.

Le président: Merci, monsieur Bardeesy.

[*Français*]

Monsieur Ste-Marie, vous avez la parole pour deux minutes et demie.

Gabriel Ste-Marie: Merci, monsieur le président.

Madame Patell, s'il y a des fraudes faites par des fraudeurs et que ces publicités sont diffusées sur vos plateformes, vous avez certainement une part de responsabilité, à mon avis, et vous devez la prendre.

Quand on regarde la société mère de Google, Alphabet, on voit qu'elle ne déclare pas et qu'elle ne publie pas ses profits ou ses revenus pays par pays, mais que, à l'échelle mondiale, ses profits nets dépassent 130 milliards de dollars américains.

Les revenus estimés de Google au Canada sont de 12 milliards de dollars canadiens. Votre marge de profits nette mondiale est de 30 %. On peut donc penser que vous faites 4 milliards de dollars canadiens de profits par année, grâce surtout aux publicités que vous vendez. Ensuite, vous ne payez à peu près pas d'impôts ici parce que vous comptabilisez les profits dans des paradis fiscaux, comme l'Irlande et les Bermudes.

En sachant tout ça et en sachant que vous contribuez à diffuser les publicités d'organisations criminelles qui font perdre des milliers de dollars aux résidents d'ici, comme en faisait état l'escroquerie de 30 000 \$ rapportée dans *La Presse* il y a deux jours, est-ce que vous vous considérez comme une entreprise socialement responsable ici au Canada?

[Traduction]

Jeanette Patell: Je m'excuse, je n'ai pas entendu la dernière partie de la question.

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Est-ce que vous vous considérez comme une entreprise socialement responsable ici au Canada?

[Traduction]

Jeanette Patell: Je vous remercie de me donner l'occasion de répondre à cela. Absolument. Je pense que le leadership dont Google fait preuve ici va bien au-delà de ce qu'on peut voir.

Tout d'abord, nous avons cofondé Global Signal Exchange, qui nous permet d'obtenir des résultats concrets. Nous nous attaquons à la source du problème et utilisons nos ressources pour tenter des poursuites de façon proactive et démanteler et perturber l'infrastructure des organisations criminelles de pointe. Nous concevons des produits et des modèles d'affaires complets qui reposent sur un écosystème numérique sain et fiable, dans lequel nous superposons les couches de protection et nous renforçons nos produits pour qu'ils soient sécuritaires dès la conception.

C'est tout ce dont j'ai déjà parlé: des milliards d'appareils protégés, des milliards de tentatives problématiques de criminels de victimiser des Canadiens bloqués... Nous évoluons tous dans un environnement où les défis sont immenses. Nous travaillons chaque jour à atteindre la perfection, pour pouvoir dire que nous serons en mesure d'empêcher tous les intrus de pénétrer dans les systèmes. Cela nécessite un investissement massif, un dévouement de tous les instants et des équipes qui le font non seulement pour nos produits, mais qui partagent librement le fruit de leurs efforts avec d'autres plateformes du monde, afin qu'elles puissent bénéficier de nos investissements dans ce domaine.

Absolument, et j'en suis extrêmement fière. Lorsqu'on s'attaque au problème à la source, je veux qu'il soit très clair que je trouve... Nous avons tous vécu... nous connaissons tous quelqu'un qui a été victime de ce genre de fraude. Nous sommes ici comme partenaires

dans cette lutte et pour dire que nous ne voulons pas que nos systèmes soient utilisés à mauvais escient, que nous faisons tout en notre pouvoir pour améliorer constamment les mesures de protection appliquées et que nous voulons travailler en partenariat afin de nous attaquer à ce problème.

• (1145)

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Mon temps de parole est écoulé, mais je veux juste rappeler que j'ai commencé ma première intervention en disant qu'à la suite du signalement d'une publicité frauduleuse par mon adjoint, aucun mécanisme n'a été mis en place, il n'a reçu aucun accusé de réception et la publicité a continué d'être diffusée pendant des jours.

Merci beaucoup.

[Traduction]

Jeanette Patell: Je me ferai un plaisir de regarder cela de plus près avec votre bureau.

[Français]

Le président: Merci, monsieur Ste-Marie.

[Traduction]

M. Guglielmin a la parole pour cinq minutes.

Michael Guglielmin (Vaughan—Woodbridge, PCC): Merci, monsieur le président.

Merci à notre témoin d'être ici aujourd'hui.

Google affirme utiliser Gemini pour détecter et bloquer les publicités frauduleuses en temps réel. Il analyse les indices comportementaux, l'ancienneté des comptes et les tendances récurrentes. Pouvez-vous nous expliquer à quoi cela ressemble concrètement? À quel moment Gemini intervient-il?

Jeanette Patell: C'est une excellente question qu'il vaudrait probablement mieux poser à un expert en la matière. Je me ferai un plaisir de communiquer avec vous après la réunion et de creuser la question avec nos spécialistes du domaine. En résumé, il y a une analyse des différents indices comportementaux qui s'effectue en continu en arrière-plan. Par exemple, j'ai parlé de notre processus d'intégration. Lorsque nous acceptons un nouvel annonceur et que nous en évaluons la fiabilité, nous avons tout un processus de vérification de l'annonceur. Ensuite, il y a ce qu'on appelle la diffusion limitée des annonces.

Le fait est que les réseaux d'escroquerie se fondent sur trois choses. Ils misent sur la vitesse, le volume et la tromperie. Nous avons construit nos systèmes de manière à ce qu'ils ne soient pas économiquement attrayants pour les arnaqueurs, de sorte qu'ils sont trop lents, que le rayonnement y est trop limité et que nous exigeons trop de transparence pour que cela vaille la peine pour eux.

Tout d'abord, il y a le processus de vérification de l'annonceur. Ensuite, la diffusion des publicités est limitée. Cela limite leur capacité de joindre les utilisateurs. Un escroc ratisse large. Il veut joindre des millions de personnes dans l'espoir qu'une poignée d'entre elles se laisseront bernier. Ensuite, nous appliquons les règles de transparence de votre centre publicitaire, afin qu'on puisse voir qui est l'annonceur et où il se trouve. C'est là où la diffusion limitée des annonces... En arrière-plan, Gemini évaluera les tendances comportementales pour déterminer si cet acteur est digne de confiance ou s'il y a...

Par exemple...

Michael Guglielmin: Je vais vous interrompre. Je veux justement parler de Gemini, pendant que nous y sommes.

Récemment, vous avez intenté une poursuite dans l'affaire d'Outsider Enterprise. Pour les gens qui ne le savent pas, qui nous écoutent peut-être de la maison, un cyberréseau criminel étranger a utilisé Gemini pour créer des liens et des sites Web d'hameçonnage. Il a envoyé quelque 2,5 millions de messages textes frauduleux, a créé 9 000 sites Web et a réussi ainsi à escroquer des gens.

Gemini est-il en mesure de suivre le rythme d'évolution des mal-fauteurs, ou voyez-vous un écart se creuser entre la façon dont les escrocs professionnels, les fraudeurs et les acteurs étrangers peuvent utiliser des outils comme Gemini pour escroquer les gens, alors que vous n'arrivez pas à utiliser Gemini pour les protéger exactement à la même vitesse?

Jeanette Patell: C'est un défi constant. Nous voyons le pouvoir de l'intelligence artificielle pour les défenseurs, et nous l'utilisons au quotidien. Cependant, c'est une arme à double tranchant. L'IA doit servir à nous défendre. C'est en quelque sorte ce qui nous permet de gérer l'ampleur et la complexité du défi et sa nature dynamique, mais oui, évidemment, des acteurs malveillants s'en servent comme arme aussi. Il est très triste qu'ils utilisent à mauvais escient une technologie qui a le potentiel de nous permettre de guérir le cancer, d'améliorer les diagnostics et de nous procurer une multitude d'avantages sociétaux incroyables.

Je pense que nous sommes dans une sorte de course à l'armement. Notre entreprise se concentre sur la façon de renforcer les protections. C'est une tactique assez nouvelle de nous lancer à la poursuite des acteurs qui abusent de nos outils.

• (1150)

Michael Guglielmin: Diriez-vous que vous êtes en mode rattrapage, cependant? Les gens qui utilisent ces outils réussissent à vous devancer, en quelque sorte, puis vous devez faire du rattrapage, ne serait-ce qu'à cause de la façon dont la technologie fonctionne actuellement.

Jeanette Patell: Je ne sais pas si je le décrirais ainsi, mais je pense que c'est un domaine en constante innovation. Nous devons nous y attaquer avec beaucoup d'énergie et de diligence.

Michael Guglielmin: Dans ce cas particulier, des centaines de milliers d'Américains ont été touchés. Y a-t-il des Canadiens qui ont été touchés par cette arnaque?

Jeanette Patell: Je ne suis pas au courant. Je pourrai vérifier si je peux trouver l'information.

Michael Guglielmin: D'accord, merci.

Le président: Merci, monsieur Guglielmin.

Monsieur Ma, vous avez la parole.

Michael Ma (Markham—Unionville, Lib.): Merci, monsieur le président.

Merci, madame Patell.

Tout à l'heure, vous avez parlé d'être proactif en matière d'éducation du public. Pouvez-vous nous dire précisément quel est le plan de Google à cet égard? Combien d'argent Google dépense-t-il pour éduquer le public?

Jeanette Patell: Je vous remercie de la question.

C'est en fait un domaine où nous serions vraiment heureux de travailler en partenariat avec les membres de ce comité, et avec n'importe quel député, pour favoriser l'éducation des citoyens.

Il y a deux ou peut-être trois choses que j'aimerais mentionner.

Il y a d'abord notre travail avec la Coalition canadienne anti-fraude et notre appui à ses efforts visant à enrichir les ressources éducatives destinées au public canadien. Nous sommes en train de préparer des ateliers visant à accroître la littératie des retraités. Nous espérons les lancer pendant la deuxième moitié de l'année. N'hésitez pas à communiquer avec nous à ce sujet.

Il y a aussi le jeu *Be Scam Ready*. Je le souligne, parce qu'il a été créé en partie par nos équipes de Toronto. Il rend l'apprentissage ludique et permet d'apprendre par la pratique.

Mme Begum parlait des mesures que le gouvernement peut prendre. L'une des choses que nous avons observées dans le domaine de l'éducation publique, c'est qu'au lieu de simplement diffuser un message général dans l'espoir que les gens le lisent et le comprennent, il faut favoriser l'apprentissage par la pratique. *Be Scam Ready* peut être installé par n'importe qui. Nous serons heureux de vous le faire connaître. Il fournit aux Canadiens et aux utilisateurs du monde entier des compétences essentielles pour repérer les escroqueries lorsqu'elles se produisent, il propose de prendre un moment pour s'arrêter et réfléchir, de sorte que les escrocs qui misent sur la rapidité et la pression n'aient plus cet outil à leur disposition.

Je n'ai pas de montant précis à vous donner, mais c'est quelque chose dans quoi nous investissons chaque année. Nous voulons en faire plus au Canada, et nous serons heureux de travailler avec vous tous à cet égard.

Michael Ma: La deuxième partie de ma question initiale était la suivante: combien Google dépense-t-il là-dedans?

Jeanette Patell: Je disais que je n'ai pas de montant à vous donner pour cela.

Michael Ma: Seriez-vous en mesure d'estimer le pourcentage de vos revenus que cela représente?

Jeanette Patell: Malheureusement, je ne suis pas en mesure de le faire à brûle-pourpoint, non. C'est aussi assez dynamique. Nous sommes à l'affût des solutions. Ce n'est pas seulement une question de dépenses. C'est la façon dont on conçoit les produits et les outils pour mieux outiller le public. Il ne s'agit pas seulement d'offrir des ateliers. Si vous avez un téléphone Android, nous avons maintenant un outil qui avertit les utilisateurs — en temps réel — que si un appel téléphonique présente une tendance suspecte, il pourrait s'agir d'une arnaque.

Nous le faisons d'une multitude de façons différentes, de sorte que notre investissement englobe vraiment un vaste éventail de mesures.

Michael Ma: Sans objectif clair, comment pouvez-vous savoir si vous dépensez suffisamment à cet égard?

Jeanette Patell: Je pense qu'il s'agit d'un enjeu pour lequel nous devons toujours en faire plus, et c'est pourquoi nous mettons tout en œuvre, jour après jour, pour nous attaquer à ce problème. Nous sommes résolus à poursuivre nos efforts tous les jours et à investir dans nos produits, nos partenariats et nos initiatives de sensibilisation du public. Je ne crois pas qu'il y ait de limites. Nous devons tout simplement continuer à travailler ensemble pour relever ce défi.

• (1155)

Michael Ma: D'accord.

Nous savons tous que les annonceurs frauduleux tentent souvent d'acheter de la visibilité au moyen des mêmes systèmes publicitaires utilisés par des entreprises légitimes. Comment Google s'assure-t-il que les motivations commerciales ne l'emportent jamais sur la protection des consommateurs lorsqu'il applique ses décisions?

Jeanette Patell: Je vous remercie.

Je pense que cela rejoint la question de savoir comment nous envisageons l'écosystème numérique. Je ne sais pas si certains d'entre vous répondent encore aux appels téléphoniques provenant de numéros inconnus. Il y a toute une génération de personnes qui ne décrochent plus leur téléphone parce que la confiance a été rompue. Notre motivation est donc de préserver la confiance dans l'écosystème numérique. C'est ainsi que nous voyons les choses. C'est pourquoi nous avons élaboré notre modèle d'affaires et nos mécanismes d'application des règles de manière à ne pas tirer profit de ce type d'activités. Nous sommes en mesure de bloquer ces publicités avant qu'elles ne soient vues par les utilisateurs afin qu'elles n'entrent pas dans notre écosystème.

Nous cherchons à rendre Google aussi peu attrayant que possible pour les escrocs afin qu'ils aillent voir ailleurs.

Michael Ma: Merci.

Le président: Merci, monsieur Ma.

Chers collègues, je vais prendre quelques instants pour poser des questions, après quoi nous passerons rapidement à M. Ste-Marie, aux conservateurs et aux libéraux pour un dernier tour.

Madame Patell, j'aimerais revenir sur une observation que vous venez de faire en réponse à M. Ma, ainsi qu'à M. Falk plus tôt. Si je comprends bien, vous affirmez que, dans la plupart des cas — je crois que vous avez dit dans 99 % des cas —, vous bloquez les activités frauduleuses avant qu'elles ne se produisent. Mettons cela de côté un instant. Lorsqu'une fraude se produit malgré tout, comme dans le cas de cette vidéo hypertruquée du premier ministre, qui a servi à frauder une personne... Avez-vous tiré des revenus de cette publicité?

Jeanette Patell: Vous me posez une question précise sur une publicité en particulier, et je ne suis pas vraiment en mesure de...

Le président: Alors, ne parlons pas de cette publicité précise. Supposons qu'une publicité soit mise en ligne sur YouTube. Une personne finit par être victime de la fraude. Un mois plus tard, elle a perdu 30 000 \$ à cause de cette escroquerie. On signale le problème à YouTube. On prouve qu'il s'agissait d'une publicité frauduleuse diffusée sur votre plateforme. YouTube aurait reçu un paiement pour sa diffusion.

Gardez-vous cet argent? Le remboursez-vous à la personne qui a été victime de la fraude? Vous en servez-vous pour couvrir vos frais juridiques? Récupérez-vous cet argent? Aidez-nous à comprendre ce qui se passe dans un tel cas.

Jeanette Patell: En fait, c'est une question très importante parce qu'elle met en lumière, selon moi, deux processus parallèles que l'on semble confondre: d'une part, un contenu contraire aux politiques de la plateforme et, d'autre part, une activité criminelle. Notre rôle, en tant qu'acteur non étatique — nous ne sommes pas un organisme d'application de la loi — consiste à évaluer le contenu, y compris les publicités, pour déterminer s'il contrevient à nos

politiques. Nous ne pouvons pas conclure à son caractère frauduleux. Cette responsabilité appartient aux forces de l'ordre.

Le président: Je comprends.

Jeanette Patell: Nous n'intervenons pas au même rythme. Lorsqu'on nous signale une publicité contraire à nos politiques — par exemple, en matière de fausses déclarations —, nous pouvons agir rapidement pour la retirer et fermer le compte.

Le président: Madame Patell, permettez-moi d'être clair. Je pense que nous parlons de deux choses différentes. Je vais donc reformuler ma question. Dans la situation évoquée, la publicité n'a pas été retirée. Une personne a été victime d'une fraude à partir d'une publicité que YouTube, pour une raison ou une autre, n'a pas supprimée de sa plateforme. Pendant que cette publicité était diffusée, est-ce que YouTube aurait perçu des revenus?

Jeanette Patell: Tout dépend vraiment des circonstances; je ne peux pas vous donner une réponse précise quant au modèle de revenus applicable à une publicité en particulier.

• (1200)

Le président: Je croyais pourtant que votre modèle d'affaires reposait sur les revenus générés par les publicités diffusées sur votre plateforme. Vous avez dit tout à l'heure que des revenus ne sont générés que lorsqu'un utilisateur interagit avec une publicité. Ma question est la suivante: si un utilisateur interagit avec une publicité, qui s'avère par la suite frauduleuse, percevez-vous quand même des revenus associés à cette interaction?

Jeanette Patell: Ce que j'essaie d'expliquer, c'est que, d'après mon expérience, l'établissement officiel du caractère frauduleux d'une publicité survient généralement beaucoup plus tard, dans le cadre d'une poursuite criminelle. De notre côté, nous pouvons agir dès qu'un contenu va à l'encontre de nos politiques.

Le président: Je comprends. Une fois le caractère criminel établi, que faites-vous de l'argent tiré de cette publicité?

Jeanette Patell: Je crois que je vais devoir vous fournir une réponse plus tard. N'oubliez pas que...

Le président: Je suis désolé de vous interrompre, madame Patell. Si je comprends bien, vous n'êtes pas en mesure de dire catégoriquement que YouTube ne conserve pas l'argent. Pour l'instant, vous ne pouvez pas confirmer que YouTube ne conserve pas l'argent qu'il a peut-être tiré d'une publicité frauduleuse ayant causé un préjudice à un utilisateur.

Jeanette Patell: Je suis à peu près certaine que nous ne percevons pas de revenu de ce genre d'activité.

Le président: Qu'est-ce qui vous permet d'en être aussi certaine?

Jeanette Patell: C'est parce que nous n'avons tout simplement aucun intérêt à le faire.

Le président: Je comprends, mais l'argent généré par la publicité aurait déjà été encaissé. C'est ce que je veux faire valoir.

Nous y reviendrons, madame Patell. Je pense que vous comprenez ce que nous cherchons à établir.

J'ai deux ou trois autres questions très brèves à vous poser. Vous avez dit que vous disposez d'outils technologiques qui permettent notamment à des personnalités publiques de demander le retrait d'un hypertrucage. Vous avez parlé de produits « sûrs dès leur conception ». La publicité dont M. Ste-Marie et Mme Dancho ont parlé au début de la séance mettait prétendument en scène le premier ministre Carney. Est-ce exact?

Jeanette Patell: C'est exact.

Le président: Dans ce cas précis, est-ce que YouTube a communiqué avec le premier ministre pour vérifier s'il s'agissait bien de lui dans cette publicité?

Jeanette Patell: Je ne peux pas parler de cette situation en particulier. Ce que je dirais, c'est que nous...

Le président: Pourtant, si je comprends bien votre politique de produits « sûrs dès leur conception », une telle vérification aurait dû être envisagée, n'est-ce pas?

Jeanette Patell: Nous avons créé un système de détection de ressemblance, auquel les personnalités publiques peuvent avoir accès. Nous ne demanderions pas nécessairement de manière proactive au premier ministre de s'y inscrire, mais nous offririons à toute personnalité publique la possibilité d'utiliser la fonction de détection de ressemblance. Je pense simplement que l'ordre des étapes est différent. Lorsqu'on découvre une escroquerie par usurpation de l'identité d'une personnalité publique, nous commençons évidemment par retirer le contenu, puis nous fermons le compte en question.

Le président: Avez-vous informé le Cabinet du premier ministre de cette escroquerie en particulier?

Jeanette Patell: Encore une fois, vous me demandez de parler d'un scénario très précis, alors...

Le président: Je suis conscient qu'il s'agit d'un scénario précis. Nous parlons ici d'un hypertrucage mettant en scène le premier ministre du Canada. Il s'agissait d'une publicité qui encourageait les Canadiens à investir frauduleusement. Cette vidéo, qui a été diffusée sur une plateforme que vous possédez et exploitez, a entraîné une perte de 30 000 \$ pour une personne. Il s'agit donc d'un cas très précis et très médiatisé.

Si je comprends bien, madame Patell, vous affirmez que, dans le cadre actuel de vos politiques, Google et YouTube ne considèrent pas qu'il leur incombe de communiquer avec la personne dont l'identité est usurpée et dont l'image peut servir à escroquer des Canadiens. Ce que vous dites, c'est qu'il revient à la personnalité publique concernée de s'inscrire d'abord à un programme que vous offrez et que ce n'est qu'à partir de ce moment-là qu'elle peut faire des démarches auprès de vous.

Ai-je bien compris?

Jeanette Patell: Non. Je suis désolée si c'est l'impression que j'ai donnée. Je parle de deux choses différentes.

Lorsqu'un contenu enfreint nos politiques... Soyons clairs. Je crois que le Cabinet du premier ministre est très au courant de l'existence d'escroqueries par usurpation de l'identité. Lorsqu'il en prend connaissance, il doit nous le signaler. À partir de là, nous pourrions certes intervenir rapidement, mais je dirais que nous travaillons à empêcher ce type de contenu d'entrer dans notre système.

En ce qui concerne l'outil de détection de ressemblance que j'ai mentionné, il ne se limite pas aux publicités. Il s'agit en fait d'une fonction qui peut être utilisée sur YouTube. Cet outil fonctionne indépendamment d'un contenu précis. Nous l'offrons aux personnalités publiques, si elles souhaitent s'en prévaloir.

• (1205)

Le président: D'accord. Merci.

Ma dernière question revient sur un point que j'ai déjà soulevé. Vous avez dit ne pas savoir si YouTube ou Google a remboursé la personne qui a été victime d'une fraude diffusée sur votre plate-

forme, et vous n'êtes pas certaine si YouTube ou Google a tiré des revenus d'une publicité qui a, après coup, été jugée frauduleuse. Ai-je bien compris?

Jeanette Patell: Je pense qu'il y a beaucoup de mécanismes...

Le président: Non, non...

Jeanette Patell: ... qui entrent en jeu, et c'est pourquoi je ne suis pas en mesure de vous fournir une réponse par oui ou par non.

Le président: Ce n'est pas grave.

Voici ma question complémentaire. Pensez-vous que Google et YouTube devraient offrir un remboursement?

Jeanette Patell: Je pense que nous devons faire tout ce qui est en notre pouvoir pour être...

Le président: Il ne s'agit pas ici d'une question de pouvoir. À mes yeux, il s'agit plutôt d'une question de morale et de justice. Je vous demande simplement si, selon vous, YouTube et Google devraient rembourser les victimes. Que ce soit déjà le cas ou non, et que vous le sachiez ou non à ce stade-ci — je peux comprendre que vous n'ayez pas la réponse en ce moment —, je vous demande, en votre qualité de représentante de Google au Canada et de témoin comparaisant au nom de l'entreprise devant notre comité parlementaire, si vous pensez qu'une telle mesure s'impose.

Jeanette Patell: À mon avis, nous ne devrions avoir aucun lien d'affaires avec des escrocs...

Le président: Pourtant, manifestement, vous en avez.

Jeanette Patell: ... et c'est l'objectif que nous poursuivons chaque jour.

Le président: Oui, mais il est évident que cela se produit tout de même.

Je dois avouer que cette réponse me déçoit, madame Patell. Elle ressemble beaucoup à celle que nous avons entendue de la part des représentants de Meta lorsqu'ils ont comparu devant nous il y a quelques semaines. Je crois parler au nom de la plupart des membres du Comité en disant que nous aurions espéré obtenir une réponse affirmative à cette question.

Je vais céder la parole à M. Ste-Marie pendant quelques minutes afin qu'il puisse poser une dernière question très rapidement. Ce sera ensuite au tour des libéraux pour une autre question, après quoi nous conclurons la séance.

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Merci, monsieur le président.

Des gens de Wealhtsimple sont venus nous dire en comité que d'autres pays ont des lois exigeant que les plateformes comme YouTube vérifient l'identité des acheteurs de publicités lorsque ces publicités à caractère financier promettent aux gens qui les voyaient d'obtenir des rendements élevés. On leur demande de vérifier l'identité des annonceurs pour s'assurer que ce ne sont pas des fraudeurs, et que ce soit bien fait par une institution qui est reconnue dans le pays.

Pourquoi ne faites-vous pas ça ici? Ça simplifierait bien des affaires. Ça éviterait beaucoup de fraudes. Pourquoi ne vérifiez-vous pas l'identité de l'acheteur de publicité pour vous assurer qu'il n'est pas un criminel, avant de diffuser la publicité sur vos plateformes?

[Traduction]

Jeanette Patell: En fait, c'est déjà ce que nous faisons. Je pense que nous avons affaire à... Nous procédons de plusieurs façons. D'abord, nous appliquons un processus de vérification des annonceurs lors de leur inscription. Nous imposons aussi des exigences de vérification renforcées pour certains secteurs névralgiques ou à risque élevé, notamment les services financiers. Par exemple, nous vérifions les permis et d'autres éléments de ce genre.

Sur Google, nous n'autorisons pas la plupart des publicités liées aux cryptomonnaies. Dans les rares cas où elles sont permises — par exemple, pour une plateforme d'échange de cryptomonnaies —, nous exigeons une inscription auprès du Centre d'analyse des opérations et déclarations financières du Canada, ou CANAFE. Ce sont des mesures que nous appuyons et que nous prenons de façon proactive. Nous ne les appliquons pas parce que la loi nous y oblige. Comme je l'ai dit, nous avons déployé ces mécanismes dans 240 pays.

Je tiens également à souligner qu'il faut adopter une approche globale. Si je dis cela, c'est parce que les pièces d'identité constituent un outil parmi d'autres pour établir l'identité d'une personne, mais...

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Je vous remercie de votre réponse, mais, pour une publicité à caractère financier, regarder le permis de conduire du fraudeur ou de la personne honnête n'est pas suffisant. Il faut plutôt vérifier si l'institution est reconnue par les autorités ici, et donc si elle est autorisée à diffuser ce type de publicité. Si un individu vous dit de faire telle chose, ça devrait être bloqué tout simplement, et on devrait permettre seulement aux véritables institutions qui sont enregistrées auprès des autorités officielles de faire de la publicité.

C'est ce que vous devriez faire. Vous avez beau dire que vous regardez le permis de conduire, ce n'est pas suffisant. Est-ce que vous vous engagez à faire plus pour bloquer les publicités frauduleuses financières?

• (1210)

[Traduction]

Jeanette Patell: Je crois que vous parlez de la vérification des fournisseurs de services financiers. C'est un domaine dans lequel nous espérons collaborer avec le gouvernement du Canada, car il y a certaines mesures préalables qui doivent être mises en place à cette fin et qui sont propres au contexte canadien; elles ne s'appliquent pas dans d'autres pays. Nous avons instauré un tel système, par exemple, en Australie. Je suis sûre que vous en avez entendu parler.

Au Canada, la réglementation des services financiers est une compétence partagée. Nous estimons que le gouvernement fédéral a un rôle à jouer dans ce domaine. Il faudrait travailler ensemble à la création de ce qui constitue essentiellement un registre unique et obligatoire, lisible par machine et assorti de paramètres exigeant certains identifiants. Ce registre servirait de guichet de validation des fournisseurs de services financiers et pourrait être intégré à nos systèmes. Il faut donc prendre quelques mesures ici au Canada avant qu'un tel mécanisme soit possible, mais il s'agit d'un sujet dont nous avons discuté avec Finances Canada et sur lequel nous avons hâte de poursuivre les échanges. C'est une discussion que nous accueillons favorablement.

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Merci beaucoup.

Le président: Merci, monsieur Ste-Marie.

[Traduction]

Madame Dancho, vous avez la parole.

Raquel Dancho: Merci, madame Patell.

Encore une fois, nous vous sommes reconnaissants d'avoir répondu à bon nombre de nos questions. Je crois que nous sommes tous un peu frustrés par certaines des réponses, mais je salue les efforts que vous faites aujourd'hui pour nous éclairer.

Nous reconnaissons que Google prend de nombreuses mesures sur l'ensemble de ses plateformes et qu'elle en ajoute constamment de nouvelles pour lutter contre ce problème qui évolue sans cesse. Nous sommes conscients du travail considérable qui est accompli, mais, bien sûr, vous avez aussi un intérêt financier à le faire. Il ne s'agit pas uniquement de bienveillance. Il est important que les utilisateurs aient confiance dans les plateformes de Google; il est donc dans votre intérêt de combattre les fraudes et les escroqueries. La plupart des gens dans le monde occidental utilisent vos services. Google, Gmail et YouTube sont omniprésents. Nous les utilisons tous les jours. Vous comptez des milliards d'utilisateurs.

Ce que nous cherchons à déterminer... Nous comprenons ce que vous dites. Les gouvernements ont un rôle à jouer pour prévenir la fraude. Les banques, Interac et les services de paiement ont aussi la responsabilité de bloquer les transferts d'argent frauduleux. Les citoyens doivent également être mieux informés afin d'éviter de tomber dans les pièges. Nous reconnaissons donc qu'il s'agit d'une question multidimensionnelle.

Soyons toutefois clairs: ce que nous avons entendu de la part de nombreuses entreprises technologiques — dont la vôtre —, c'est qu'aucun pourcentage déterminé de leurs revenus n'est consacré à la sensibilisation. Vous n'avez pas non plus de norme de service à la clientèle distincte pour répondre aux signalements de fraude ou pour retirer le contenu frauduleux. Pourtant, des milliards de personnes utilisent vos plateformes chaque jour. Vous êtes l'une des plus grandes entreprises de l'histoire. Vous générez des centaines de milliards de dollars de revenus chaque année.

L'impression qui se dégage de la discussion d'aujourd'hui et des témoignages d'autres entreprises technologiques, c'est que, malgré les nombreuses mesures déjà prises, celles-ci demeurent insuffisantes. Il se peut que nous recommandions au gouvernement d'imposer certaines exigences aux entreprises technologiques, comme celles d'adopter une norme de service à la clientèle, de consacrer une part déterminée du budget à la sensibilisation ou encore d'assumer une responsabilité financière en remboursant les utilisateurs qui perdent de l'argent après avoir cliqué sur un contenu frauduleux autorisé sur votre plateforme — par exemple, une publicité sur YouTube qui leur fait perdre 31 000 \$. Voilà autant de questions auxquelles nous réfléchissons en ce moment. Il y a certaines mesures dont nous allons discuter et que nous allons peut-être recommander au gouvernement.

Encore une fois, comme vous représentez l'une des entreprises les plus importantes et les plus rentables qui aient jamais existé, il nous est difficile d'entendre que nos concitoyens perdent des dizaines de milliers de dollars à cause de contenus trompeurs que vous autorisez sur votre plateforme et qui sont suffisamment convaincants pour induire les utilisateurs en erreur. Compte tenu de l'ampleur de vos ressources, nous avons du mal à accepter l'idée que vous faites tout ce qui s'impose. Il est un peu décevant de constater l'absence de réponses concrètes sur le remboursement des victimes, l'adoption de normes de service à la clientèle et l'établissement de budgets consacrés à la sensibilisation.

Nous vous sommes tout de même reconnaissants de votre présence parmi nous aujourd'hui, et je vais vous laisser le mot de la fin.

Merci.

Jeanette Patell: Merci.

Écoutez, c'est une situation qui a des conséquences sur le plan humain. Nous prenons cela très au sérieux. Grâce aux mesures que nous prenons — qu'il s'agisse de produits, de partenariats ou d'initiatives de sensibilisation du public —, notre objectif est de perturber le modèle d'affaires des escrocs, et non de le réinventer. Lorsque nous examinons les mécanismes d'incitation créés dans les cadres législatifs, nous voulons comprendre comment encourager l'échange d'information entre les différents acteurs. Comment pouvons-nous faire en sorte que des politiques, notamment en matière de concurrence et de protection de la vie privée, n'empêchent pas ou ne pénalisent pas ce type d'échange d'information? Nous souhaitons également favoriser la sensibilisation du public et encourager l'adoption de normes, comme le fait d'avoir une connaissance de base des annonceurs présents sur les plateformes, le tout d'une manière adaptée à l'ère de l'intelligence artificielle.

Il y a des mesures que les gouvernements peuvent prendre pour instaurer des mécanismes d'incitation qui amènent les acteurs de l'industrie à respecter des normes élevées, sans pour autant détourner la responsabilité des véritables auteurs des fraudes. Il est également question de ressources, très honnêtement. Nous consacrons énormément de temps, d'énergie et de ressources à la prévention de ce type d'activités. Je crois que Google est un chef de file dans ce domaine. Je tiens simplement à dire que nous poursuivons le même objectif dans ce débat et dans cette lutte. Il s'agit bel et bien d'une lutte. Voilà l'ampleur des efforts et de l'engagement que nous y consacrons.

• (1215)

Raquel Dancho: Je vous remercie beaucoup de votre témoignage d'aujourd'hui.

Le président: Merci beaucoup.

Madame Patell, je vous remercie d'avoir été des nôtres. Nous allons maintenant passer à deux ou trois autres points. Vous êtes libre de partir. Nous vous sommes reconnaissants d'avoir pris le temps de comparaître et de nous faire part de vos observations. Merci beaucoup.

Chers collègues, je vais céder brièvement la parole à Mme O'Rourke. Nous disposerons ensuite de quelques minutes pour conclure nos travaux.

Madame O'Rourke, nous vous écoutons.

Dominique O'Rourke: Merci, monsieur le président.

J'aimerais simplement proposer la motion, dont l'avis a été donné vendredi dernier, concernant la croissance et le maintien d'entreprises de taille moyenne.

Voulez-vous que j'en fasse la lecture intégrale?

Le président: Je ne pense pas que ce soit nécessaire, madame O'Rourke.

Nous cherchons simplement à savoir si des députés souhaitent parler de cette motion, qui a fait l'objet d'un avis le vendredi 12 juin.

Madame la greffière, je vais avoir besoin de votre aide, car nous allons procéder à un vote.

Raquel Dancho: Puis-je répondre?

Le président: Madame Dancho, allez-y.

Raquel Dancho: Merci, monsieur le président.

Madame O'Rourke, je trouve cette motion très pertinente. Elle est le fruit d'une réflexion approfondie. Si je comprends bien, elle s'inspire en partie de l'étude sur la productivité que nous avons menée ensemble plus tôt cette année. J'estime qu'il s'agit d'une motion réfléchie qui vise à combler certaines lacunes.

Je suis également favorable à toute motion visant à examiner les dépenses gouvernementales, comme celle que vous proposez aujourd'hui et comme celles que nous avons nous-mêmes présentées par le passé.

Nous appuyons cette motion, et nous vous remercions de l'avoir présentée.

[Français]

Le président: Monsieur Ste-Marie, vous avez la parole.

Gabriel Ste-Marie: C'est un sujet très important et très intéressant. J'aimerais dire rapidement qu'il pourrait être bon à l'avenir que nous nous réunissions en sous-comité ou de façon informelle, tous les partis ensemble, pour nous donner un aperçu de chaque période de travaux parlementaires. Néanmoins, je soutiens pleinement cette motion.

[Traduction]

Le président: Comme personne d'autre ne souhaite intervenir et puisqu'il n'y a pas d'opposition, je vais considérer que la motion est adoptée.

(La motion est adoptée. [Voir le Procès-verbal])

Le président: Chers collègues, avant de terminer, j'ai deux ou trois choses à dire.

Tout d'abord, je tiens à remercier l'ensemble du personnel de l'Administration de la Chambre, nos interprètes, nos analystes ainsi que toutes les personnes qui contribuent au bon fonctionnement du Comité, semaine après semaine. Nous savons que ce n'est pas toujours facile. Je tiens aussi à adresser mes remerciements au personnel politique de tous les partis. Nous vous sommes très reconnaissants de votre dévouement au service du pays. Vous accomplissez souvent un travail très difficile en coulisses. Même si nous ne sommes pas toujours d'accord sur la façon de faire les choses, nous saluons les efforts que vous déployez. Nous vous en remercions.

J'ai deux dernières choses à dire. Ce comité s'est distingué par un niveau de collaboration peu commun. Ce n'est pas le cas de tous les comités. J'aimerais donc prendre un moment pour remercier et féliciter les députés de tous les partis pour l'esprit de collaboration dont ils ont fait preuve. Ce n'est pas toujours facile, et nous n'obtenons pas toujours les résultats escomptés, mais nous travaillons tous dans le but de faire progresser les dossiers dont nous sommes saisis. Je tiens donc à vous en remercier.

Enfin, j'aimerais souligner qu'aujourd'hui marque le dernier jour de notre formidable greffière au sein du comité de l'industrie. Je vais laisser quelques instants à Mme Dancho, à M. Ste-Marie et à M. Bardeesy, s'ils le souhaitent, pour exprimer leur gratitude, mais je voudrais d'abord exprimer la mienne. Le rôle de greffier est essentiel au fonctionnement du Parlement, surtout dans le contexte des comités.

Madame Burke, vous avez toujours fait preuve de générosité, de bienveillance, de discernement et, surtout, vous avez été d'une aide précieuse dans l'accomplissement de notre travail. Au nom de tous les membres du Comité et à titre de président, je vous remercie sincèrement de tout ce que vous avez fait. Je vais maintenant donner à Mme Dancho l'occasion d'ajouter quelques mots.

Raquel Dancho: Merci beaucoup, monsieur le président.

Madame la greffière, je vous remercie du fond du cœur de votre dévouement au service de la population canadienne dans le cadre d'un rôle aussi essentiel. Étant toutes deux des Manitobaines, nous avons eu de nombreux échanges chaleureux.

Comme vous me l'avez rappelé aujourd'hui, lorsque j'ai présidé mon tout premier comité, vous étiez à mes côtés. Je me souviens d'avoir été franchement intimidée par la tâche. Vous avez été pour moi un véritable point d'ancrage, une présence rassurante et une source précieuse de conseils. Je vous suis profondément reconnaissante de votre contribution à ce comité et de l'ensemble de votre carrière de 35 ans. Le Canada a la chance de compter sur des fonctionnaires exceptionnels comme vous. Vous êtes assurément l'une des meilleures. Je vous remercie d'avoir joué un rôle exemplaire au service du pays et de ce comité, et de nous avoir montré ce que signifie véritablement servir le public avec professionnalisme et selon les normes les plus élevées.

Merci infiniment.

• (1220)

Le président: Allez-y, monsieur Ste-Marie.

[Français]

Gabriel Ste-Marie: Madame Burke, c'est vraiment un plaisir de travailler avec vous. Je vous remercie de tout ce que vous avez fait et je vous souhaite le meilleur pour la suite. C'est amplement mérité.

J'ai travaillé avec plusieurs greffiers et plusieurs greffières au cours des 10 dernières années et, comme Mme Dancho l'a dit, vous êtes sans aucun doute l'une des plus aguerries. Ce que j'apprécie chez vous, c'est que, même quand il y a beaucoup de pression, même quand la situation est complexe, même quand il faut réagir vite, vous le faites toujours avec le sourire. C'est toujours très cool. Tout semble très simple, alors que ça ne l'est pas. Vous nous rassurez énormément. C'est vraiment un grand plaisir de travailler avec vous. De plus, pour le francophone que je suis, vous avez toujours

parlé et échangé avec moi dans un français impeccable. Je vous en suis très reconnaissant. Je vous remercie de tout et je vous souhaite le meilleur pour la suite.

[Traduction]

Le président: Monsieur Bardeesy, je vais vous donner le dernier mot pour un très bref remerciement.

[Français]

Karim Bardeesy: Je vais juste rebondir sur ce qu'a dit M. Ste-Marie au sujet de votre calme, madame Burke, et de votre état d'esprit qui fait que tout est maîtrisé, même si, dans nos caucus, ce n'est pas toujours comme ça.

[Traduction]

Cette année, je crois que notre comité a pu travailler de façon particulièrement constructive... Il faut dire que nous avons également eu la chance d'avoir un excellent président, qui a contribué à maintenir un climat de collaboration tout au long de nos travaux.

Nous savons que vous veillez, en coulisses, au bon déroulement de nos activités et que vous assurez la coordination d'une multitude de dossiers. Nous étions saisis de nombreuses études à la fois, et vous avez su garder le tout sur les rails avec une efficacité remarquable, ce qui nous a permis de mener à bien nos travaux.

Je vous remercie du rôle de premier plan que vous avez joué au sein de ce comité en offrant un soutien procédural et technique, mais aussi en nous donnant les moyens de nous acquitter de notre mandat le plus efficacement possible.

Le président: Nous vous applaudissons.

Des députés: Bravo!

Le président: Sur ce, avant de lever la séance pour ce qui sera, j'espère, la dernière fois avant septembre, madame Burke, je vais vous céder la parole afin que vous puissiez dire quelques mots, si vous le souhaitez.

La greffière du Comité (Miriam Burke): Merci, monsieur le président.

Merci à vous tous. Vous me rendez très émotive.

J'avais préparé une réplique, mais de toute évidence, ce ne sera pas nécessaire.

Je vous suis très reconnaissante du travail que vous accomplissez et de la détermination dont vous faites preuve pour améliorer le Canada. Ce fut un honneur de pouvoir vous appuyer dans cette mission.

Des députés: Bravo!

Le président: Je ne devrais sans doute pas présenter d'alcool dans le cadre d'une réunion publique, mais je vais le faire quand même. Au nom de Mme Dancho, de M. Bardeesy et de M. Ste-Marie, j'aimerais vous remettre une bouteille de scotch du Président afin que vous gardiez toujours un souvenir du Parlement à portée de main. Nous vous souhaitons tout le meilleur pour la suite, ainsi qu'un excellent été.

Sur ce, chers collègues, je vous adresse les mêmes vœux.

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>