



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du commerce international

CIIT • NUMÉRO 083 • 1^{re} SESSION • 42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mercredi 25 octobre 2017

Président

L'honorable Mark Eyking

Comité permanent du commerce international

Le mercredi 25 octobre 2017

• (1530)

[Traduction]

Le président (L'hon. Mark Eyking (Sydney—Victoria, Lib.)): Bonjour. Nous poursuivons notre importante étude sur le commerce électronique pour les entreprises et PME canadiennes progressistes. Nous en sommes à notre deuxième réunion sur le sujet. Notre dernière réunion, celle de lundi, a été très productive et instructive. Nous espérons que celle-ci le sera tout autant. Aujourd'hui, nous avons le plaisir d'accueillir les représentants d'eBay Canada Limited et de La Maison Simons Inc. Nous accueillons également Me Michael Geist, qui vient toujours nous prêter main-forte, au besoin.

C'est un plaisir de vous voir ici, monsieur.

Je demanderais à ceux qui comparaissent pour la première fois de limiter leur déclaration préliminaire à cinq minutes, tout au plus. Nous vous en serions très reconnaissants. Si vous voyez la lumière rouge, cela signifie simplement que votre temps sera bientôt écoulé. Si vous avez d'autres observations à présenter, vous pourrez les intégrer dans la discussion avec les députés.

Nous allons commencer sans plus tarder. Nous entendrons d'abord Mme Andrea Stairs, d'eBay Canada Limited.

Allez-y; la parole est à vous.

Mme Andrea Stairs (directrice générale, eBay Canada Limited): Merci, monsieur le président. Bon après-midi.

Au nom d'eBay Canada, merci de me donner l'occasion de comparaître au Comité permanent du commerce international. Avant d'entrer dans le vif du sujet, j'aimerais vous présenter des informations générales sur les activités d'eBay au Canada. Aider les petites entreprises à commercialiser leurs produits en ligne et à participer aux échanges commerciaux internationaux est au coeur de notre modèle d'affaires.

eBay est l'une des plus grandes plateformes mondiales de commerce en ligne. Lancée il y a 17 ans au Canada, eBay est la principale destination de commerce électronique; les Canadiens y dépensent plus de 1,5 milliard de dollars annuellement. Tous les mois, notre plateforme enregistre plus de neuf millions de visites uniques par des Canadiens, ce qui représente près du tiers de la population canadienne en ligne.

Le commerce électronique n'a pas seulement changé les habitudes de consommation des gens; il a aussi modifié les techniques de vente. Soulignons que les Canadiens vendent sur eBay plus d'un million d'articles par mois. Le commerce électronique a aussi pour effet d'égaliser les chances pour les détaillants des régions rurales. Tirer parti d'Internet a permis à des plateformes comme eBay d'éliminer, pour les entreprises, la nécessité de s'établir dans les agglomérations d'importance pour connaître du succès. À titre d'exemple, prenez le cas de Mme Christine Deslauriers, qui a réussi à

bâtir une entreprise d'équipement de sport prospère depuis la petite ville de Blezard Valley, en Ontario, principalement grâce aux ventes qu'elle fait sur son magasin eBay.

La plateforme eBay permet également aux entreprises les plus petites d'être présentes sur les marchés internationaux. En effet, 99 % des vendeurs commerciaux canadiens qui utilisent notre plateforme exportent leurs produits à l'échelle internationale, ce qui contraste vivement avec les taux d'exportation des PME conventionnelles, qui est de moins de 15 %. En outre, les entreprises présentes sur eBay parviennent à percer dans beaucoup plus de marchés que les entreprises conventionnelles, soit 18 pays, comparativement à une moyenne de 2,5 pays chaque année pour les PME conventionnelles. Enfin, nos données indiquent que plus de la moitié des ventes des entreprises exportatrices qui sont sur eBay sont liées à des acheteurs internationaux. Dans les faits, ces vendeurs sont des micromultinationales.

Il convient de souligner qu'il existe d'importantes différences entre le commerce sur Internet et le commerce conventionnel. Les exportateurs n'ont pas à déplacer leur inventaire ou à conclure des accords de distribution à l'étranger. Les plateformes comme eBay stimulent la demande dans les pays étrangers et favorisent l'établissement de liens et la confiance entre les consommateurs et les détaillants. Contrairement aux exportations conventionnelles, ces activités commerciales sont des commandes de particuliers de partout dans le monde, et le dédouanement des expéditions passe par les consommateurs plutôt que par les entreprises commerciales.

Étant donné le rôle que joue eBay auprès de ces micromultinationales, mon équipe et moi sommes très au fait des restrictions qui touchent ce secteur du commerce et des mesures que pourrait prendre le gouvernement fédéral pour y remédier. Plus précisément, je recommande de modifier le seuil de minimis du Canada afin d'aider les PME canadiennes à prospérer dans l'économie mondiale. Comme vous le savez, le seuil de minimis est la valeur au-dessus de laquelle les marchandises expédiées au pays peuvent être évaluées aux fins d'imposition de droits et de taxes. Le seuil de 20 \$ a été établi en 1985, avant l'avènement du commerce électronique. Précisons que s'il avait simplement été ajusté en fonction de l'inflation, le seuil de minimis s'établirait actuellement à près de 45 \$. Au lieu de cela, le seuil de minimis du Canada est le plus faible parmi les pays industrialisés, et l'un des plus faibles au monde.

Ce seuil de minimis peu élevé entraîne d'importantes restrictions pour les petites entreprises canadiennes. Cela nuit à leur accès aux chaînes d'approvisionnement internationales à faible valeur et entraîne des tracasseries administratives pour les marchandises retournées par des acheteurs de l'étranger. En fait, selon un rapport de l'Institut C.D. Howe, une augmentation du seuil de minimis de 20 à 80 \$ représenterait pour les entreprises canadiennes des économies de plus de 100 millions de dollars sur les frais administratifs et d'autres coûts.

En outre, le faible seuil de minimis fixé au Canada ne correspond pas aux besoins des consommateurs canadiens, qui veulent de l'équité et du choix. Le commerce électronique permet aux Canadiens des régions rurales ou à ceux qui ont des limitations physiques d'acheter des marchandises qu'il leur serait difficile de se procurer autrement. On comprend facilement pourquoi, selon un sondage réalisé par Nanos research, 76 % des Canadiens sont favorables à une légère augmentation du seuil de minimis.

Enfin, la hausse du seuil de minimis pourrait accroître les gains d'efficacité du gouvernement. Selon le rapport de l'Institut C. D. Howe mentionné précédemment, le gouvernement du Canada dépense 166 millions de dollars pour percevoir seulement 39 millions de dollars en droits et en taxes pour les marchandises d'une valeur de 20 à 80 \$. En tant que contribuables, nous devrions tous être préoccupés d'apprendre que les coûts de l'application du seuil de minimis dépassent considérablement les recettes générées pour les achats de faible valeur.

Étant donné son rôle de plateforme pour les petites entreprises, eBay demande respectueusement au Comité d'examiner, dans le cadre de son étude sur le commerce électronique pour les entreprises canadiennes progressistes, la pertinence d'augmenter le seuil de minimis du Canada, une mesure désuète.

C'est avec plaisir que je répondrai à vos questions.

• (1535)

Le président: Merci, madame Stairs.

Nous passons maintenant à M. Simons.

Monsieur Simons, votre entreprise est la plus vieille entreprise familiale au Canada. Elle a été fondée en 1840. Je vous félicite, vous et votre famille, de votre succès.

La parole est à vous, monsieur.

M. Peter Simons (président-directeur général, La Maison Simons inc.): Merci.

Je remercie le Comité de me donner l'occasion d'exprimer mon avis sur cet enjeu aujourd'hui. Comme vous l'avez mentionné, notre entreprise est la plus vieille entreprise familiale à capitaux privés au Canada. Je pense que cela nous donne un point de vue unique sur l'évolution de diverses technologies dont l'incidence commence à se faire sentir dans notre économie, comme l'automatisation, l'intelligence artificielle, le raffinement des mathématiques appliquées utilisées pour la gestion de l'entreprise.

En tant que détaillant national, Simons est au premier rang de ces changements. Par conséquent, cela nous donne un point de vue singulier sur l'incidence que pourrait avoir cette troisième révolution industrielle sur notre économie et notre pays, mais surtout sur nos valeurs d'entreprise familiale et nos valeurs en tant que Canadiens.

Aujourd'hui, je ne suis pas venu pour promouvoir une vision étroite de l'industrie du commerce de détail ni tout autre intérêt étroit et égocentrique. Je tiens aujourd'hui à parler en tant que citoyen, père de deux jeunes enfants, technophile — j'insiste sur ce point — et fier Canadien qui a une vision claire du potentiel qu'offre notre grand pays.

Aujourd'hui, ma thèse, ou mon objectif, est de faire réagir la classe politique sur la nécessité d'amorcer un changement courageux et visionnaire pour assurer l'équité non seulement fiscale, mais aussi pour que le pays ait la capacité de construire nos communautés autour des valeurs et des projets auxquels nous aspirons. Voilà l'enjeu.

Malgré le potentiel formidable que nous offrent les changements technologiques, les impacts négatifs causeront un énorme bouleversement social si nous continuons d'aborder ces changements avec un régime fiscal archaïque créé il y a 100 ans. Une approche ad hoc basée sur des actions fragmentées et axées sur des changements simples ne suffira pas. Les efforts de notre gouvernement apparaîtront arbitraires et impossibles à expliquer ou à défendre, entraînant ainsi une plus grande injustice sociale et une plus grande instabilité politique. Ultimement, nous ne pourrions plus, en tant que nation, nous permettre les valeurs essentielles qui définissent notre projet de société.

Nous sommes au début d'une révolution et dans le secteur du détail, je suis aux premières loges de cette révolution. Comme l'affirme McAfee dans son livre intitulé *Le Deuxième âge de la machine*, nous sommes rendus à « la deuxième moitié de l'échiquier », soit le point où l'accélération géométrique révèle et souligne le potentiel et les dangers qui nous attendent. En tant qu'homme d'affaires, j'ai un pied dans la vieille économie, avec les magasins, et l'autre dans la nouvelle économie, avec le deuxième site Web en importance au Québec et parmi les 10 premiers de sa catégorie au Canada.

Je suis ici aujourd'hui pour vous donner une image bien réelle du champ de bataille et des tranchées de cette guerre. Il doit y avoir un sentiment d'urgence et d'anticipation de crise. À mon avis, une action réfléchie s'impose, sans quoi nous n'exercerons aucun contrôle sur notre destinée. En fin de compte, cette révolution cognera à votre porte ici même, à Ottawa, et vous serez confrontés à l'érosion des assiettes fiscales et à l'incapacité d'assurer la prestation adéquate de services essentiels comme l'éducation et les soins de santé, ainsi qu'à l'incapacité de procéder à des changements essentiels, notamment le virage vers une économie plus durable et à faibles émissions.

Sans une prise de conscience des problèmes et des liens de causalité, je crois que nous nous retrouverons dans un cycle continu: austérité, compressions budgétaires, surplus temporaires, puis retour à l'austérité. C'est ce qui nous attend jusqu'à ce que nous ayons cerné les causes et modernisé nos lois.

Je dirais que si vous prenez acte du sentiment d'urgence que je tente de faire valoir aujourd'hui, le gouvernement se doit d'examiner divers aspects.

Premièrement, si nous croyons en un système commercial mondial, les gouvernements, les entreprises et les citoyens doivent accepter la nécessité d'un nouveau cadre budgétaire mondial. Par conséquent, le Canada doit s'engager avec un groupe émergent de pays, comme la France, l'Allemagne et l'Australie, qui ne se limitent pas à la promotion de leurs propres intérêts, mais qui ont entrepris une réflexion sur un nouveau consensus mondial sur l'équité fiscale du XXI^e siècle. L'accès à un réseau mondial ouvert n'est pas un droit, mais un privilège qui découle d'efforts acharnés menés pendant des décennies et qui doit s'accompagner de responsabilités. Un refus de s'engager avec transparence dans de nouvelles initiatives mondiales devrait être puni par de sévères sanctions.

Deuxièmement, nous devons comprendre que ce sont les citoyens qui ont besoin de services et que la fiscalité doit donc être appliquée aux points de consommation. Sans ce principe fondamental, les nations plus petites et moins peuplées seront toujours en mesure de profiter de la capacité des particuliers et des organisations de transférer leurs activités vers des administrations fiscalement favorables.

Troisièmement, les produits tangibles et intangibles doivent être taxés de la même manière. En réalité, le prix de la plupart des produits est une combinaison des deux. Dans un restaurant, la nourriture représente 25 % du produit, tandis que l'expérience représente 75 % du produit. Il est tout simplement illogique de penser qu'on puisse établir une distinction entre les deux ou les traiter différemment. Cela mènera à l'érosion massive de notre assiette fiscale alors que l'économie continue de se « dématérialiser », ce qui aura un impact sur les villes et sur leur capacité d'évoluer.

• (1540)

Quatrièmement, les gouvernements doivent éviter de se concentrer sur des idées et actions simples, jusqu'à ce qu'une plate-forme plus globale d'idées et d'orientations soit en place. À mon avis, nous sommes en crise; le fait de se concentrer sur des problématiques secondaires telles que la taxation des rabais aux employés — par exemple une jeune femme qui travaille 15 heures chez Simons, un enjeu qui a été soulevé il y a deux ou trois semaines, environ — témoigne d'un manque de vision. Ce sera toujours considéré comme arbitraire par les citoyens et il n'y aura pas de changement.

Cinquièmement, la taxe de vente au Canada doit être perçue sur tous les produits, tangibles et intangibles. Nous devons trouver un moyen de taxer aux points de consommation, et ce, partout dans le monde.

Sixièmement, le niveau minimum doit être fixé à zéro. J'ai de la difficulté à croire que cela est toujours maintenu. Je suis favorable à la perméabilité des frontières. Je suis partisan du libre-échange. Toutefois, ne pas fixer le minimum à zéro va essentiellement à l'encontre du principe de la perception des droits aux points de vente. Faire des affaires au Canada est un privilège et les entreprises doivent accepter les responsabilités qui accompagnent ce privilège avec honnêteté et transparence. Des minimums plus élevés décupleront les liens entre la fiscalité et la localité de consommation.

Septièmement, les gouvernements doivent repenser les politiques industrielles de création d'emplois et les subventions. L'éducation, tant universitaire que technique, sera la clé de notre avenir.

Huitièmement, le Canada doit participer à un mouvement visant à redéfinir l'imposition des sociétés, en se fondant sur les endroits où sont situés les ventes réelles, la consommation, les employés, les citoyens et les biens matériels.

Neuvièmement, le Canada doit faire pression...

Le président: Je suis désolé; je vous demanderais de conclure.

M. Peter Simons: Ce sont les neuf mesures essentielles au changement.

Le président: Merci, monsieur. Merci de cet exposé d'une grande franchise. C'était très bien.

Monsieur Geist, la parole est à vous.

M. Michael Geist (titulaire de la chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique, Faculté de droit, Université d'Ottawa, à titre personnel): Merci beaucoup. Bon après-midi.

Je suis Michael Geist. Je suis professeur de droit à l'Université d'Ottawa, où je suis titulaire de la Chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique. Comme toujours, je comparais aujourd'hui à titre personnel pour vous présenter mes opinions.

Bien qu'il y ait de nombreuses histoires de réussites avec le commerce électronique, des entreprises qui ont connu des débuts

modestes — allant de plateformes de commerce électronique comme Shopify à des services comme Hootsuite en passant par des détaillants comme Clearly Contacts —, il y a aussi, comme vous venez de l'entendre, de nombreuses petites entreprises qui utilisent à la fois le commerce électronique, les médias sociaux et des plateformes en ligne pour mieux sensibiliser les gens et favoriser la fidélisation de la clientèle.

À mon avis, la question à poser au Comité est de savoir quelles mesures le gouvernement devrait prendre pour faciliter davantage le commerce électronique au Canada. Y a-t-il actuellement des obstacles réglementaires ou juridiques? Le gouvernement peut-il favoriser la croissance du commerce électronique? Y a-t-il des cas où les règles du jeu ne sont pas égales et où les entreprises canadiennes en ligne sont désavantagées? Je crois que la réponse est oui, et j'aimerais aborder brièvement ces cinq cas.

Je vais commencer avec l'accès. J'énonce peut-être une évidence, mais l'accès à Internet universel et abordable est la base du commerce électronique. Si les Canadiens ne sont pas en ligne, ils n'achètent pas en ligne. Le ministre Navdeep Bains avait raison lorsqu'il a dit ceci plus tôt cette année:

Nous voulons que chaque Canadien soit prêt à innover: prêt à repérer des débouchés, à imaginer des possibilités, à découvrir de nouvelles idées, à lancer une entreprise et à créer des emplois.

Tous les Canadiens ont besoin d'un accès à Internet haute vitesse, quel que soit leur revenu ou leur code postal.

Tant que nous n'aurons pas comblé ce fossé numérique, les Canadiens ne réaliseront pas leur plein potentiel.

Il y a encore beaucoup à faire pour combler ce fossé numérique. Trop de Canadiens n'ont toujours pas un accès abordable à Internet, et nos tarifs, particulièrement pour les services sans fil, demeurent parmi les plus élevés dans le monde développé. Nous avons besoin d'investissements publics pour appuyer l'accès universel et abordable et des mesures stratégiques conçues pour favoriser une concurrence sans fil améliorée. De plus, on devrait rejeter des propositions comme celles que le Comité a entendues plus tôt cette semaine pour demander d'imposer une taxe aux fournisseurs de services Internet et une taxe sur Internet qui, selon les estimations du défenseur, ajouteraient plus de 100 millions par année aux coûts de l'accès à Internet pour les consommateurs.

Deuxièmement, il y a la confiance du consommateur. Même si les Canadiens sont en ligne, leur volonté de participer dépend de la confiance — la confiance que leurs renseignements seront utilisés de manière appropriée et que les vendeurs en ligne respecteront leurs promesses. La nécessité de favoriser la confiance a une dimension politique gouvernementale.

Par exemple, des préoccupations associées à des courriels frauduleux minent la réussite éventuelle de toutes les activités de commerce électronique. Le Comité de l'industrie passe actuellement en revue la LCAP, la loi anti-pourriel, et il y a des groupes commerciaux qui critiquent et disent que la loi est trop vaste. Or, elle a une incidence positive, puisque certaines études ont révélé qu'il y a une réduction de 37 % des pourriels provenant du Canada et une réduction des pourriels dans les boîtes de courriels des Canadiens.

Il est essentiel que le Canada ait une loi anti-pourriel sévère pour contribuer à instaurer cette confiance en ligne. De plus, nous devons nous assurer que ces règles en matière de divulgation des atteintes à la protection des données attendues depuis longtemps entreront en vigueur le plus rapidement possible pour nous assurer que notre législation relative à la protection de la vie privée est conforme aux normes mondiales, particulièrement celles de l'Union européenne.

Le troisième est la responsabilité des intermédiaires. Si vous deviez consulter bon nombre des plus grandes entreprises qui accordent la priorité au numérique à l'heure actuelle — les médias sociaux, les entreprises et d'autres services en ligne — au sujet des risques judiciaires au Canada par opposition aux États-Unis, elles seraient fort probablement nombreuses à souligner l'absence de règles de protection et les contributions des tierces parties au Canada.

C'est un problème qui demeure en partie caché au public, mais aux États-Unis, les géants d'Internet comme Google, Facebook, Amazon et eBay, de même que les petites entreprises qui invitent les gens à faire des observations et à participer, sont exemptés de toute responsabilité pour le contenu des tierces parties par l'entremise d'une loi connue sous le nom de Communications Decency Act, qui prévoit qu'un intermédiaire n'est pas responsable pour le contenu de la tierce partie qu'il affiche sur son site mais ne passe pas activement en revue.

La norme est logique. Dans un monde où les plateformes peuvent avoir des millions ou des milliards d'utilisateurs, imposer une responsabilité éditoriale au site court droit au désastre, et les utilisateurs se tourneront ailleurs.

Le Canada n'a pas de loi équivalente. Dans les faits, les sites vont aux États-Unis, où il y a une règle de non-responsabilité, où ils suppriment simplement le contenu — qui est souvent atroce — de peur d'être tenus responsables. Si nous voulons soutenir la concurrence sur la scène mondiale du commerce électronique, nous devons avoir des lois qui ne placent pas les entreprises canadiennes en situation concurrentielle désavantageuse.

Quatrièmement, il y a les lois relatives à la propriété intellectuelle. Comme je l'ai mentionné dans ma dernière comparution devant le Comité sur l'ALENA, les entreprises canadiennes, plus particulièrement celles qui sont actives dans l'environnement numérique, pourraient être désavantagées par nos lois sur la propriété intellectuelle restrictives, comparativement à quelques-unes des règles plus flexibles que l'on retrouve aux États-Unis. Par exemple, la disponibilité d'« utilisation équitable » en matière de droits d'auteurs aux États-Unis représente un avantage concurrentiel considérable pour les entreprises et les créateurs américains.

• (1545)

De plus, les dispositions sur l'anti-contournement du Canada, que l'on appelle souvent des règles de verrous numériques, sont parmi les plus restrictives au monde et limitent inutilement l'innovation.

Enfin, cinquièmement, le Comité a entendu parler cette semaine de la nécessité d'intégrer un chapitre sur le commerce électronique ou le commerce numérique dans les accords commerciaux. Je pense que c'est important, mais nous devrions nous méfier des dispositions qui minent les politiques légitimes des pouvoirs publics, dont la vie privée et la sécurité. Par exemple, les États-Unis ont relevé l'imposition de restrictions relatives au stockage des données locales, que l'on appelle souvent de la localisation des données, comme étant l'un de leurs objectifs. Le gouvernement canadien devrait s'opposer à ces efforts au sein de l'ALENA, ou sein du PTP-11 réétabli, pour restreindre la capacité des gouvernements fédéral et provinciaux de mettre en place des mesures de protection des renseignements personnels et des mesures de sécurité légitimes par l'entremise d'exigences en matière de localisation des données.

Les limites sur les restrictions relatives au transfert des données, qui prévoient la libre circulation de l'information au sujet des réseaux par-delà les frontières, peuvent soulever des préoccupations semblables. Les États-Unis veulent imposer une interdiction sur les

restrictions relatives au transfert des données, et je pense que nous devons nous assurer que nos règles en matière de protection des renseignements personnels et de sécurité ne sont pas remplacées par des accords commerciaux tels que l'ALENA et le PTP-11.

En somme, nous réussissons dans le commerce électronique, mais nous pouvons nous améliorer et le gouvernement fédéral peut jouer un rôle en ce sens.

Je me ferai un plaisir de répondre aux questions.

• (1550)

Le président: Merci, monsieur.

Voilà qui met fin aux exposés des témoins. Nous allons entamer immédiatement la discussion avec les députés, en commençant par le Parti conservateur.

Monsieur Allison, la parole est à vous pour cinq minutes.

M. Dean Allison (Niagara-Ouest, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président. Monsieur le président, merci, et merci aux témoins d'être ici aujourd'hui.

L'un de nos témoins qui ont comparu plus tôt cette semaine, Startup Canada, a décrit à quel point c'était difficile pour les entreprises en démarrage. Je ne dirais pas « difficile », mais à quel point il est plus problématique de comprendre ce qu'elles peuvent exporter et de s'y retrouver dans le processus. De toute évidence, les entreprises de plus grande taille ont la capacité de le faire à l'interne ou elles prennent de l'expansion avec le temps et trouvent des solutions.

Madame Stairs, ma première question s'adresse à vous. Vous avez dit que, si vous vendez des produits sur eBay, la question des exportations est très importante. Parlez-nous de certains des défis auxquels les entreprises de plus petite taille sont confrontées pour tenter de comprendre le processus et certaines mesures que vous prenez pour les aider à gérer cet aspect.

Mme Andrea Stairs: La bonne nouvelle est que les choses deviennent de plus en plus faciles. L'utilisation d'outils en ligne et d'Internet pour permettre d'effectuer des exportations est de plus en plus facile maintenant grâce à des plateformes comme Shopify, où l'on peut payer efficacement au fur et à mesure, et ces outils peuvent évoluer avec l'entreprise. Il n'est pas nécessaire d'avoir d'importants investissements initiaux, d'investir dans des logiciels, pour avoir des opérations en ligne et commencer à exporter.

Ce que nous constatons certainement, c'est que les petites entreprises peuvent commencer quelque part, même sur eBay, pour sonder le terrain. C'est une façon à très faible risque de tâter le terrain avec les exportations, et eBay crée une fiducie, facilite la transaction et offre des garanties des deux côtés.

Cela dit, lorsque nous discutons avec les petites entreprises qui font du commerce sur eBay, elles ne sont pas aussi au courant qu'elles le devraient de tous les programmes et avantages qui s'offrent à elles, pour les inciter à se lancer dans ce commerce.

Nous avons tenu des tables rondes avec le ministre du Commerce international actuel et le ministre du gouvernement précédent, et dans les deux cas, on a demandé aux vendeurs, « Quels programmes gouvernementaux avez-vous utilisés? ». La réponse était, « Aucun ». Il doit y avoir une meilleure communication et un bien meilleur, faute d'un meilleur terme, marketing pour les petites entreprises afin qu'elles sachent ce qui s'offrent à elles.

Faire du commerce en ligne sur eBay et d'autres plateformes peut alléger le gros du travail, car ces plateformes peuvent les jumeler immédiatement avec la demande dans un certain nombre de pays.

M. Dean Allison: Comment vous y prendriez-vous? Je comprends que c'est un problème pour les entreprises en démarrage, lorsqu'elles ne savent pas toujours ce qui est disponible. À quoi ressemblerait la commercialisation, ou y en aurait-il?

Le gouvernement offre de bons programmes, et vous avez raison, les gens ne sont pas forcément au courant qu'ils existent.

Mme Andrea Stairs: Je suis tout à fait d'accord. Il y a d'excellents programmes.

Nous devons créer des programmes qui répondent à cette nouvelle version de commerce offrant un accès à Internet car bon nombre des programmes réagissent à un ancien modèle commercial où il faut des ententes de distribution dans des marchés étrangers où vous devez avoir des relations, et le délégué commercial aidera en ce sens.

Cela dit, le fait d'avoir un guichet unique, de pouvoir faire de la publicité là où les entreprises sont, à savoir sur les médias sociaux, et d'utiliser des plateformes telles que eBay pour combler cette lacune sont toutes des bonnes idées.

M. Dean Allison: Monsieur Geist, vous avez parlé du chapitre sur le commerce électronique et vous avez mentionné quelques points. De toute évidence, il y a la protection des renseignements personnels et la sécurité, mais quels sont quelques-uns des autres éléments qu'il faut examiner, alors que nous négocions et modernisons ce chapitre de l'ALENA, pour gérer ce chapitre sur le commerce électronique et le commerce numérique?

M. Michael Geist: Je pense que nous avons fait du bon travail à l'échelle nationale, de façon générale, pour établir des règles relatives au commerce électronique. Nous avons des normes assez élevées en matière de protection des renseignements personnels. Nous avons des règles de protection des consommateurs qui pourraient être améliorées, mais nous nous en tirons assez bien. Nous avons la loi anti-pourriel à laquelle j'ai fait référence également.

Je croyais que l'un des problèmes avec le PTP-12, le PTP original, est qu'il fixait une norme très faible. En fait, sur bon nombre de ces questions, le Canada se contentait d'avoir des dispositions qui étaient loin de celles que nous avons établies ici. Si nous voulons des règles du jeu équitables et si nous voulons que les entreprises canadiennes aient l'occasion de retirer des avantages dans d'autres pays et de prendre de l'expansion ailleurs, alors je pense que nous devons établir une norme plus élevée.

Un bon exemple serait le PTP-11. Par exemple, ce sont les États-Unis qui ont voulu abaisser la norme en matière de protection des renseignements personnels dans le PTP. Étant donné qu'ils ne prennent plus part aux discussions sur le PTP-11, le Canada pourrait plaider en faveur d'une norme plus élevée pour les dispositions relatives aux renseignements personnels dans ce chapitre.

•(1555)

M. Dean Allison: Merci beaucoup.

Le président: Merci, monsieur. Vous avez terminé juste à temps. Vous devez avoir un chronomètre. Bravo.

Nous allons entendre les libéraux maintenant.

Madame Lapointe, la parole est à vous.

[Français]

Mme Linda Lapointe (Rivière-des-Mille-Îles, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Chers témoins, je suis vraiment contente que vous soyez tous ici aujourd'hui. Je vous remercie de votre présence.

Mes questions vont s'adresser à M. Simons.

Monsieur Simons, vous avez participé à l'émission *Tout le monde en parle*, une émission très populaire au Québec qui compte 2 millions d'auditeurs. Vous y parliez du commerce et de la concurrence.

Croyez-vous qu'il soit possible que le Canada concurrence de façon équitable les compagnies d'électronique, qu'elles soient situées au sud du Canada ou en Asie?

M. Peter Simons: Oui, assurément.

Personnellement, je fais des investissements ici, au Québec, et je prévois en faire d'autres. Cela dit, je ne pense pas que tous les joueurs soient sur un pied d'égalité. C'est pour cette raison que je reviens sur la question du seuil *de minimis* à zéro. Nous pourrions certainement en discuter, puisque nous allons en arriver là ultimement.

Une fois que tous les joueurs seront sur un pied d'égalité, nous serons en mesure de concurrencer les autres. Présentement, nous envisageons un investissement de classe mondiale en robotique et distribution de 150 millions de dollars, avec un seuil *de minimis* à 800 \$. Tous les partenaires financiers, tous les actionnaires du projet veulent s'asseoir et en discuter, parce que ces questions doivent être examinées attentivement.

Selon moi, il s'agit de faire en sorte que tous les joueurs soient sur un pied d'égalité, et ensuite il faut laisser les entreprises se concurrencer. Je pense que nous en sommes capables.

Mme Linda Lapointe: Vous dites que ce sera possible si vous êtes à armes égales. Plus tôt, vous avez parlé de ramener le système de taxation...

M. Peter Simons: Non, nous ne sommes certainement pas à armes égales présentement, parce qu'il y a toute la question de la douane et des taxes de vente qui sont perçues ou non. Il y a évidemment une incertitude concernant le seuil *de minimis* qui nous inquiète.

Même lorsque tout cela sera en place, il y aura encore des défis importants à relever. Je crois toutefois que nous serons en mesure de les relever, puisque nous possédons la connaissance technologique et les équipes pour le faire. Cependant, ce sera une tout autre affaire si nous commençons la course avec le désavantage d'avoir des frais de dédouanement de 18 %, des taxes de 15 % et un seuil *de minimis* à 800 \$.

Mme Linda Lapointe: Vous avez suggéré de percevoir les taxes là où se font les ventes physiquement, mais aussi là où se trouvent les employés. De plus, vous avez mentionné qu'il faudrait rapprocher la taxation de l'endroit où se fait la consommation.

Avez-vous réfléchi à la façon dont cela pourrait s'effectuer?

M. Peter Simons: En fait, je n'ai pas d'équipe capable de structurer tout cela.

Mme Linda Lapointe: Auriez-vous des suggestions à faire cet égard?

M. Peter Simons: À la base, quand les compagnies refusent, pour des raisons technologiques, de percevoir une taxe de vente, par exemple, il ne faut pas être naïf. S'il y a des voitures sans chauffeur à Los Angeles, on peut bien percevoir une taxe de vente.

C'est sûr que cela demandera une coordination internationale. Je serais très content que le Canada s'engage de manière plus proactive dans un consensus qui commence doucement à se former. Vous allez croire que je suis un utopiste, mais ultimement, on peut y arriver ou bien en passant à travers une crise, ou bien en étant visionnaire. Notre pays a le choix. Je préfère que le Canada s'engage avec des pays comme la France ou l'Allemagne. L'Australie aussi a déjà réfléchi beaucoup à ces points. Je pense qu'il y a un début de concertation à l'égard de ces questions.

Mme Linda Lapointe: Lors de cette émission de télévision, vous avez mentionné que le Conseil québécois du commerce de détail disait qu'il y avait une perte de 1,3 milliard de dollars. D'où vient ce chiffre?

M. Peter Simons: Honnêtement, je ne sais pas où le Conseil a pris ce chiffre. Je ne sais pas quelle en est la source.

Mme Linda Lapointe: Nous aurions dû inviter des représentants du Conseil pour leur poser la question.

M. Peter Simons: Oui.

Mme Linda Lapointe: Vous avez dit qu'il y avait des pertes fiscales énormes. Ce n'est pas juste au Québec, mais aussi au Canada, n'est-ce pas?

M. Peter Simons: Oui, parce qu'on ne perçoit pas les droits de douane, d'une part. D'autre part, il y a des pertes du fait que la taxe de vente n'est pas perçue. C'est un désavantage.

De mon côté, tous les produits que je vends sont pleinement taxés et font l'objet de droits de douane. Cependant, ce n'est pas le cas pour toutes les autres entreprises, de sorte qu'il y a un déséquilibre ou une iniquité sur le plan de la concurrence.

Je ne demande pas que mon entreprise soit subventionnée ou protégée, mais simplement que ce soit équitable. Comme citoyens, nous avons des responsabilités et cela coûte cher. Par exemple, mon entreprise paie des frais de livraison et des taxes qui servent à entretenir nos routes. De son côté, Amazon emprunte nos routes pour livrer des produits qui ne font pas l'objet d'une taxe de vente.

• (1600)

Mme Linda Lapointe: J'ai une dernière question.

À l'émission, vous avez dit qu'un autre commerce très connu au Québec, DeSerres, avait eu la possibilité de s'installer aux États-Unis pour bénéficier justement de l'avantage que cet emplacement lui aurait procuré. De votre côté, vous avez rejeté du revers de la main la possibilité de vous y installer.

[Traduction]

Le président: Répondez brièvement, s'il vous plaît.

[Français]

M. Peter Simons: Je ne me souviens pas exactement de ce commentaire.

Évidemment, un seuil *de minimis* fixé à 800 \$ aurait une très grande incidence sur le choix de l'endroit où s'installer, choix qui serait aussi fonction de la disponibilité de la main-d'œuvre et du salaire minimum. Cela aurait une incidence sur un grand éventail de décisions.

Mme Linda Lapointe: Merci beaucoup.

[Traduction]

Le président: Merci.

Nous allons poursuivre.

Je rappelle aux députés de faire attention aux questions qu'ils posent à la fin des cinq minutes. Cela laisse un...

[Français]

Mme Linda Lapointe: Je n'étais pas là lundi; cela compte.

[Traduction]

Le président: Je sais. C'était une bonne question, mais vous pourrez la poser à la prochaine série d'interventions.

Nous allons maintenant entendre Mme Ramsey.

Allez-y. Vous avez cinq minutes.

Mme Tracey Ramsey (Essex, NPD): Je m'excuse de mon retard.

Monsieur Simons, je crois savoir que vous nous avez envoyé votre mémoire à l'avance pour que je puisse en prendre connaissance. Je pense connaître très bien la position de l'entreprise eBay et de M. Geist.

Je veux parler des niveaux de protection des renseignements personnels entourant le commerce électronique. Je sais, maître Geist, que vous critiquez le fait qu'il y a eu des initiatives volontaires dans nos accords jusqu'à présent. Comment le gouvernement peut-il aider les petites et moyennes entreprises et leurs consommateurs en ce qui concerne ces règles relatives à la protection des renseignements personnels? À quel point est-ce important pour les citoyens et consommateurs canadiens?

Vous avez mentionné le PTP. Pouvez-vous nous en dire un peu plus sur ce que nous pourrions incorporer dans les accords commerciaux pour assurer la croissance des petites et moyennes entreprises mais aussi pour protéger nos renseignements personnels?

M. Michael Geist: Je pense que la loi canadienne sur la protection des renseignements personnels respecte en grande partie les normes mondiales, bien que nous commençons à voir l'Union européenne plus particulièrement, par l'entremise du RGPD, rehausser ces normes. Je pense que nous allons rapidement être confrontés à des défis si l'Union européenne commence à vérifier si nous continuons ou non à respecter ces normes.

Pour ce qui est de la conformité à l'échelle nationale, nous avons un commissaire à la vie privée qui, bien entendu, fait appliquer les règles anti-pourriel. C'est une responsabilité commune entre le commissaire et le Bureau de la concurrence et le CRTC. Nous avons un certain nombre d'intervenants à l'échelle nationale.

Comment le Canada peut-il élaborer de meilleurs mécanismes de protection des renseignements personnels à l'échelle mondiale, plus particulièrement lorsque les Canadiens peuvent acheter ou communiquer avec des entités étrangères, pour s'assurer que des mesures de protection des renseignements personnels adéquates sont en place? J'imagine que c'est là où le potentiel d'accords commerciaux entre en ligne de compte.

Comme je l'ai mentionné dans ma réponse à M. Allison plus tôt, l'un des défis auxquels nous sommes confrontés semble être dans quelle mesure nous négocions avec les États-Unis... Les États-Unis ne sont pas de grands défenseurs de la protection des renseignements personnels. Il semble adopter davantage une approche « tout est permis ». À mesure que vous divulguez ce que vous allez faire et que quelqu'un l'approuve, alors qu'il en soit ainsi. Je dirais que c'est un peu de la fiction. La majorité des gens ne savent pas dans quoi ils s'engagent lorsqu'ils cliquent sur des liens.

Il est important d'élaborer des normes de base en matière de protection de la vie privée, et c'est certainement vrai à l'échelle nationale. De plus, à mesure que nous concluons des accords commerciaux, que ce soit l'ALENA ou le PTP-11, ou d'autres peut-être, nous devons nous assurer que nous fixons un point de référence dans ces accords.

Mme Tracey Ramsey: Merci.

L'autre argument qui a été soulevé dans le cadre de cette étude porte sur l'imposition équitable et des règles du jeu équitables avec les entreprises américaines, les multinationales comme Netflix, Facebook et Google, qui ne paient pas les mêmes taxes, ou qui ne paient pas de taxe pour exploiter ces plateformes ici au Canada. Il y a d'autres instances comme la Nouvelle-Zélande, l'Australie, le Japon et l'Union européenne qui ont commencé à mettre en place des lois et des règlements qui leur permettront de percevoir une partie de ces taxes.

Je me demande si vous pouvez nous dire à quel point il est important d'éliminer cette échappatoire. J'adresse la question à tous les témoins.

Je pense que nos entreprises et entrepreneurs canadiens ont besoin d'avoir des règles du jeu équitables dans l'espace numérique. J'aimerais entendre vos réflexions sur l'importance d'éliminer cette échappatoire.

M. Michael Geist: Évidemment, M. Simons a bien expliqué les raisons pour lesquelles il croit qu'il y a un problème.

J'aimerais souligner quelques points. D'abord, je crois que les taxes de vente dans l'environnement virtuel sont inévitables. Donc, concernant ce débat sur la taxe de vente sur les produits Netflix, la notion selon laquelle beaucoup de clients de Netflix vont se désabonner me paraît très peu probable. Le produit est offert à un bon prix. Je ne crois pas que l'ajout d'une taxe de vente aura beaucoup d'impact.

Ceci dit, certains pays font des expériences. Je crois qu'il y a des risques à imposer une taxe de vente sur tous les produits vendus. Les coûts de conformité et d'application pour des ventes modestes au Canada pourraient pousser de nombreuses entreprises à éviter totalement le marché canadien. Cela aurait pour effet de limiter les choix des consommateurs et de réduire la concurrence.

Le dernier point que j'aimerais souligner — et sauf le respect que j'ai pour mes collègues —, c'est qu'aucune entreprise canadienne ne peut connaître du succès dans le commerce électronique en ne ciblant que le marché canadien. Donc, la notion selon laquelle l'imposition d'une taxe à tous ceux qui vendent quelque chose sur le marché canadien permettrait aux entreprises canadiennes de connaître du succès en ligne ne correspond pas à ce que nous avons constaté jusqu'à maintenant.

Depuis une dizaine d'années, les entreprises canadiennes réussissent à concurrencer sur le marché mondial et la seule façon de concurrencer sur le marché mondial, c'est d'être présent sur le marché mondial. Accroître les coûts pour certains concurrents sur le marché canadien n'est pas une façon efficace d'y arriver.

• (1605)

Mme Tracey Ramsey: D'accord. Je crois qu'il est question d'uniformiser les règles du jeu...

Le président: Merci.

Je suis désolé, madame Ramsey, mais votre temps est écoulé. Je sais que votre intervention vous a paru brève, mais c'est ce qui se produit lorsque les échanges sont intéressants.

Nous devons poursuivre. Vous disposerez d'une autre intervention de trois minutes un peu plus tard. Nous allons maintenant entendre un membre du parti libéral.

Monsieur Dhaliwal, vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Sukh Dhaliwal (Surrey—Newton, Lib.): Merci, monsieur le président.

Merci aux témoins d'avoir accepté notre invitation.

Madame Stairs, en janvier dernier, un article a été publié dans *The Globe and Mail* selon lequel 50 000 clients d'eBay avaient signé une pétition à l'intention du ministre des Finances demandant à ce que le seuil soit relevé. D'un autre côté, les consommateurs locaux s'opposent à une telle augmentation.

Selon vous, et pour poursuivre sur ce que disais M. Geist, comment l'augmentation du seuil pourrait-il avoir un impact négatif sur les entreprises canadiennes?

Mme Andrea Stairs: Comment cela pourrait-il avoir un impact négatif sur les entreprises canadiennes?

M. Sukh Dhaliwal: Oui.

Mme Andrea Stairs: En fait, je ne crois pas que cela aurait un impact négatif sur les entreprises canadiennes. Le rapport de l'institut C.D. Howe a été très clair: une augmentation du seuil aurait pour effet d'éliminer des lourdeurs administratives et permettrait aux petites entreprises canadiennes d'économiser 100 millions de dollars.

La raison pour laquelle eBay défend une augmentation du seuil au nom des petites et moyennes entreprises, c'est justement, pour revenir à ce que disait Me Geist, pour éliminer les restrictions avec lesquelles les petites entreprises doivent composer lorsqu'elles tentent de transiger sur le marché mondial.

À mon avis, les règles du jeu ne sont pas uniformes, justement parce que les petites et moyennes entreprises canadiennes tentent de faire du commerce électronique à l'échelle mondiale en utilisant un seuil de minimis fixé à 20 \$ il y a plus de 30 ans, à l'époque où le commerce électronique n'existait pas, et doivent concurrencer des vendeurs américains qui eux utilisent un seuil de minimis de 800 \$. En fait, je crois que relever le seuil pour créer un commerce libre pour les petites et moyennes entreprises serait avantageux pour le pays. Ce serait certainement avantageux pour les contribuables canadiens.

Nous sommes conscients que même avec un seuil d'application faible ou une faible application, on laisse passer la plupart des colis de faible valeur expédiés par la poste et le gouvernement canadien dépense 170 millions de dollars pour tirer 40 millions de dollars en revenu. Il doit y avoir une meilleure façon de dépenser cet argent.

M. Sukh Dhaliwal: Dans ma circonscription de Surrey—Newton, 90 % des entreprises sont de petites entreprises. Comment eBay et d'autres plateformes peuvent-elles les aider à se développer sans avoir à composer avec les défis avec lesquels ils doivent composer actuellement?

Mme Andrea Stairs: Justement. Nos vendeurs sont de micro-entreprises. Ce sont des entreprises d'une, de deux, de trois ou de quatre personnes qui n'ont peut-être pas l'expertise nécessaire pour mettre sur pied une grande entreprise d'exportation. Mais, en affichant leurs produits sur une plateforme comme eBay, elles peuvent combler cet écart. Elles peuvent transiger avec des clients en Australie, en Royaume-Uni, aux États-Unis et partout ailleurs, et ce, à très faible coût. Pour les exportations, les frais initiaux ont disparu.

Je crois justement que des plateformes comme eBay permettent d'ouvrir et de démocratiser le commerce international comme jamais, alors que le commerce était auparavant le domaine des grandes entreprises capables d'expédier de grandes quantités de marchandises partout dans le monde. Ce n'est plus le cas.

M. Sukh Dhaliwal: Quelles mesures avez-vous prises pour que les vendeurs soient plus familiers avec les types de plateformes qui existent sur le marché? Est-ce que vous leur dites que le gouvernement devrait...?

•(1610)

Mme Andrea Stairs: Nous investissons beaucoup en marketing. Nous tentons de vendre une histoire. La semaine dernière, nous avons organisé une activité, à Ottawa. D'ailleurs, j'ai été heureuse de constater que des membres du Comité y ont participé. Nous avons rendu hommage à de petites et moyennes entreprises ayant obtenu du succès sur notre plateforme. Nous utilisons ce genre d'activité et d'autres activités de marketing pour raconter une histoire.

Nous devons mettre plus d'effort au Canada à populariser la réussite des petites entreprises pour montrer que c'est possible et qu'il n'est pas nécessaire de faire partie des Shopifys de ce monde. Shopify est un exemple excellent et une belle histoire de réussite, mais il y a beaucoup de microentreprises qui réussissent très bien. eBay investit beaucoup de ressources pour tenter de trouver ces entreprises et raconter leurs histoires.

Le président: Ceci met fin à notre première série de questions. Nous allons maintenant amorcer notre deuxième série de questions. Les intervenants disposeront chacun de cinq minutes. Nous allons commencer avec un membre du Parti libéral.

Monsieur Fonseca, vous avez la parole.

M. Peter Fonseca (Mississauga-Est—Cookville, Lib.): Merci, monsieur le président. Merci aux témoins d'avoir accepté notre invitation.

Monsieur Simons, je tiens à vous féliciter pour vos succès au cours des nombreuses décennies — en fait, ce succès s'étend sur deux centaines. Nous avons vu Eaton, Simpsons et Sears s'effondrer. J'aimerais vous demander ce que vous avez fait pour vous réinventer.

Merci beaucoup d'avoir ouvert votre premier magasin, votre magasin vedette, à Mississauga, en Ontario, dans ma circonscription. Étant donné tous les emplois que vous avez créés et tous les investissements que vous avez faits, c'est vraiment très bien.

J'aimerais savoir ce que vous avez fait pour assurer cette prospérité. Quelle est votre relation avec les petites entreprises qui vous approvisionnent? Est-ce que vous les intégrez dans votre chaîne d'approvisionnement? Est-ce que vous leur fournissez les ressources et l'expertise nécessaires pour qu'elles intègrent votre chaîne d'approvisionnement, qu'elles y restent et qu'elles se développent?

M. Peter Simons: Je vais vous répondre en deux parties.

Qu'avons-nous fait pour assurer notre prospérité? Au cours des 10 dernières années, cela a été très exigeant pour une entreprise

privée. Nous avons beaucoup investi dans le commerce électronique. Nous croyons toujours qu'un nouveau modèle d'affaires équilibré se développe entre les magasins et le commerce électronique.

Aujourd'hui, nous exploitons une plateforme de premier niveau de renommée mondiale. Nous utilisons une technologie espagnole de reconnaissance d'image. Nous tentons de rester à l'avant-garde de la technologie, mais cela est très exigeant du point de vue de l'investissement. Toutefois, cela est également essentiel, car le commerce électronique n'est plus considéré comme un domaine distinct. Nous vendons aux États-Unis, donc, nous sommes une entreprise internationale. Le commerce électronique est devenu l'élément central de notre infrastructure de TI et le demeurera.

C'est mon opinion. Pourriez-vous me rappeler quelle était votre deuxième question?

M. Peter Fonseca: Je m'interrogeais au sujet de votre chaîne d'approvisionnement. Achetez-vous des produits auprès de PME et de petits fabricants?

M. Peter Simons: Oui. Il est incroyable de constater toute la créativité qu'il y a au Canada au niveau micro. Par exemple, il y a Philippe Dubuc, un créateur, qui a un atelier à Montréal. Nous l'appuyons dans ses activités et travaillons avec de nouvelles entreprises de partout au pays.

Nous n'achetons pas uniquement des produits de nouvelles entreprises. Nous trouverons de jeunes artistes créatifs qui n'ont aucun intérêt à commercialiser leur art. Nous tentons de trouver de nouvelles façons à commercialiser leurs talents. Par exemple, A'Shop et En Masse sont des ateliers artistiques et artisanaux qui connaissent du succès.

Je suis très fier des efforts que nous déployons pour travailler avec ces ressources créatives au Canada et nos clients sont très heureux des résultats. Oui, nous les intégrons et tentons de les aider à grandir. Tout le monde y gagne.

M. Peter Fonseca: Vous semblez toujours avoir une longueur d'avance. On dit souvent que les gouvernements ont parfois de la difficulté à suivre la parade en ce qui a trait aux services offerts par l'entremise de CanExport ou des commissions du commerce.

Ce programme et ces commissions vous aident-ils?

M. Peter Simons: À ce jour, je n'ai jamais accepté un seul sou — pardonnez-moi. C'est faux. Nous avons profité d'un crédit d'impôt scientifique pour l'innovation en raison de la chaîne d'approvisionnement que nous avons utilisée, mais ce n'est pas pertinent pour nous. Nous avons créé une vision pour notre avenir et avons dû travailler fort pour y arriver, mais je suis prêt à continuer sur cette voie. Comme je l'ai dit, nous sommes sur le point d'investir 100 millions de dollars en robotique — un projet d'une valeur totale de 150 millions de dollars — pour disposer d'un système de distribution de renommée mondiale.

Nous sommes prêts à concurrencer. Les règles du jeu devraient être uniformisées et nous devons accepter que cela est inévitable. Nous avons la technologie nécessaire pour... Honnêtement, je crois que la suggestion selon laquelle la perception d'impôts sur les petites commandes n'est pas possible est hypocrite. Nous avons la technologie nécessaire de nos jours pour percevoir facilement toutes ces taxes. Oui, je crois que le de minimis des États-Unis devrait être fixé à zéro, sans quoi il y aura des problèmes. Je ne dis pas que les règles du jeu ne devraient pas être uniformisées. Je dis que nous devons faire preuve de bon sens. Notre société vieillit. C'est un fait. Certaines des choses que nous voulons faire au Canada ont de la valeur et nous devons les financer.

À mon avis, les changements seront apportés principalement dans les villes, notamment en ce qui a trait à la durabilité et au réseau électrique. Je crois que la dématérialisation des villes, comme Mississauga, entraînera une réduction des impôts fonciers et une érosion de l'assiette fiscale des villes. Cela nuira beaucoup à notre capacité à moderniser les villes canadiennes. Je reviens à l'idée d'uniformiser les règles du jeu.

• (1615)

M. Peter Fonseca: Madame Stairs...

Le président: Je sais que vous êtes sur une lancée, mais votre temps est écoulé.

Tout se déroule bien cet après-midi. Nous entendrons maintenant un membre du Parti conservateur.

Monsieur Dreeshen, vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Earl Dreeshen (Red Deer—Mountain View, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Je suis très heureux de pouvoir m'entretenir avec vous. Encore une fois, Internet est l'un des sujets clés qui ont été soulevés plus tôt et, évidemment, il a été question de la façon de gérer ce réseau. Je siège au Comité permanent de l'industrie, des sciences et de la technologie et nous sommes sur le point d'amorcer une étude sur les capacités d'Internet dans les régions rurales et éloignées du Canada. J'espère que cette étude aura lieu. Il s'agit vraiment de l'une de nos principales critiques et préoccupations. Les meilleurs prix et la meilleure couverture semblent être offerts là où la population est plus élevée. C'est une question sur laquelle il faut se pencher. Encore une fois, je crois que les entreprises peuvent pousser les gouvernements à se concentrer sur cette question.

Il faut aussi reconnaître que les technologies perturbatrices sont présentes sur le marché. Je reviens à l'exemple de Sears. Lorsque j'étais jeune, Sears était un catalogue. J'ignorais qu'il y avait des magasins. L'entreprise ne semble pas avoir été en mesure de suivre l'évolution du marché. Avec tellement de magasins, on se retrouve avec des actifs abandonnés dans lesquels des millions de dollars ont été investis. Mais, ce n'est pas ce dont nous aurons besoin à l'avenir.

C'est l'un des points sur lequel j'aimerais que nous nous concentrions. Y a-t-il des façons pour nous de nous assurer que les services Internet nécessaires soient suffisants pour l'ensemble du Canada et non seulement dans les régions plus peuplées?

M^e Geist.

M. Michael Geist: Il y a une raison pour laquelle ma première recommandation portait sur l'accès. Je crois vraiment qu'il s'agit d'une question fondamentale sur laquelle vous devez vous pencher. Vous avez raison de dire que les citoyens n'ont pas tous un accès de qualité à Internet. Même lorsque le service est accessible, dans bien des endroits, il demeure dispendieux, ce qui crée, dans une certaine mesure, un fossé numérique au Canada.

Nous avons parfois un fossé numérique entre les communautés urbaines et rurales qui n'ont pas accès du tout à Internet. Même dans les communautés urbaines où Internet est accessible, le service n'est pas abordable. C'est la raison pour laquelle, à mon avis, nous devons nous concentrer sur l'accessibilité économique et l'accessibilité du service.

Divers programmes ont été lancés et des gouvernements successifs, peu importe le parti, s'appliquent à mettre en place des programmes et à accorder la priorité à la question. Nous n'avons pas réalisé les progrès souhaités, puisque de nombreux Canadiens n'ont toujours pas accès à Internet. Cela ne peut que faire en sorte que

certaines accusent un retard en ce qui a trait au commerce électronique, qu'il s'agisse de consommateurs ou d'entreprises.

Cela signifie qu'il faut investir là où le marché ne veut pas investir. Nous devons trouver des façons d'accroître la concurrence, notamment dans le secteur du sans-fil, par exemple, des NVNO, des entreprises virtuelles qui utilisent le réseau, mais qui permettent de hausser le niveau de concurrence — on voit ce genre d'entreprises dans d'autres régions — et de maintenir une politique du spectre pour accroître le nombre de compétiteurs sur le marché.

La situation ne changera pas du jour au lendemain, mais, si nous n'accordons pas la priorité à cette question en établissant des cibles et objectifs clairs — comme a tenté de le faire le CRTC —, je crains que dans cinq ans, nous soyons encore ici à parler du nombre de Canadiens qui n'ont pas accès à Internet ou qui n'ont pas les moyens de payer pour ce service.

• (1620)

M. Earl Dreeshen: Madame Stairs, en ce qui a trait au commerce électronique, notamment, vos organisations seraient les plus touchées par ces restrictions. Vos organisations ont-elles discuté de la façon d'améliorer la situation, à tout le moins en ce qui a trait au commerce électronique?

Mme Andrea Stairs: Nous recommandons certainement d'investir dans l'accessibilité, car nous en voyons tout le potentiel. Les plateformes comme eBay, et bien d'autres, permettent aux gens de générer des revenus, de soutenir leur famille, d'embaucher des gens de leur communauté et de rester dans leur communauté. Nous le voyons régulièrement. Concernant la façon de combler l'écart, nous avons participé à des consultations menées par ISDE et nous appuyons beaucoup ce processus, mais, ce que nous avons, c'est une plateforme.

Pour revenir aux propos de M^e Geist, les gens doivent avoir accès à la plateforme. Dès que vous avez accès à la plateforme à une vitesse et à un coût respectables, le monde vous appartient et vous pouvez faire des affaires, peu importe où vous êtes au pays.

Nous avons établi une grille des impacts possibles des activités commerciales en fonction de la population. Nous avons constaté des points chauds dans le sud de l'Ontario, mais aussi dans le nord de la Colombie-Britannique et dans le sud des Territoires du-Nord-Ouest où il y a des foyers de commerce électronique. C'est justement parce que les gens ont accès à Internet. Cet accès leur permet de rester dans leur petite communauté et de faire des affaires intéressantes.

M. Earl Dreeshen: Merci.

Le président: Merci.

Nous allons passer aux libéraux. Madame Ludwig, la parole est à vous.

Mme Karen Ludwig (Nouveau-Brunswick-Sud-Ouest, Lib.): Vos témoignages sont fascinants. Merci beaucoup.

Ma première question porte sur les entreprises mêmes. De nombreuses personnes ont déclaré que les entreprises s'uniformisent à mesure que le commerce électronique prend de l'expansion. Plus tôt cette semaine, nous avons reçu M. Mathew Wilson, de Manufacturiers et exportateurs du Canada, et il a parlé de l'importance de valoriser les produits fabriqués au Canada.

En ce qui touche le commerce électronique, est-ce important que les gens sachent qu'ils achètent un habit, un article ou un service fait au Canada?

Mme Andrea Stairs: Oui, absolument. Michael a raison. Le Canada est considéré comme ayant de bonnes mesures de protection et une infrastructure solide, et les entreprises canadiennes sont vues comme des partenaires commerciaux plus sûrs que les entreprises d'autres territoires. Les produits fabriqués au Canada apportent d'énormes avantages.

La marque des produits fabriqués au Canada atteint-elle son plein potentiel? Peut-être que non, mais elle apporte certainement des avantages.

Mme Karen Ludwig: Pour ma prochaine question, je demanderais à M^e Geist de répondre en premier, suivi des autres témoins.

Je sais que vous avez déjà parlé de la cybersécurité dans des témoignages antérieurs. Je vais donner un exemple local. Quelqu'un a fait une copie frauduleuse du site Web d'une petite auberge située dans ma circonscription. Les gens pensaient qu'ils payaient pour rester à cette auberge. L'auberge a perdu non seulement les recettes de ces réservations, mais aussi les réservations elles-mêmes puisque lorsque les personnes se sont présentées, les chambres étaient déjà réservées. En outre, les personnes concernées ont perdu une belle expérience et elles se sont fait voler des renseignements personnels.

Selon chacun de vous, comment pouvons-nous assurer la protection des consommateurs et des entreprises au moyen de la cybersécurité?

M. Michael Geist: Je vais commencer par souligner qu'il n'y a pas de solution unique; vous avez raison de soulever la question. Durant mon exposé, j'ai parlé de l'importance de la confiance dans le contexte de la loi anti-pourriel.

Il vaut la peine de souligner que la loi anti-pourriel ne lutte pas uniquement contre le pourriel frauduleux. Elle s'en prend également aux logiciels malveillants et aux tentatives d'hameçonnage, utilisés dans certains cas. Des règles ont déjà été mises en place, et à mon avis, il faut reconnaître les efforts concertés qui ont été déployés en vue d'assouplir la mesure législative. J'ai comparu devant le Comité de l'industrie il y a environ une semaine et j'ai vu une partie des témoignages à cet égard.

Les données montrent que nous avons établi une loi de calibre mondiale. De fait, selon les données, même dans le domaine du commerce électronique par courriel, les taux de livraison et de clics sont plus élevés au Canada qu'ailleurs. Autrement dit, les gens font plus confiance au commerce électronique par courriel au Canada qu'aux États-Unis, car ils ont plus tendance à cliquer. L'augmentation que nous avons constatée pourrait être le résultat des dispositions législatives anti-pourriel sévères, qui ont permis de faire le ménage dans les listes et qui ont amélioré l'efficacité de cet aspect du commerce électronique.

• (1625)

Mme Karen Ludwig: Merci.

Monsieur Simons, votre entreprise doit accorder beaucoup d'importance à la cybersécurité.

M. Peter Simons: C'est un enjeu important. Personnellement, la seule chose que je dirais, sans avoir réfléchi longuement à la question, c'est qu'il doit y avoir une bonne collaboration avec les fournisseurs de services de paiement.

Plus d'une fois, nous avons détecté, au moyen de l'intelligence artificielle, des transactions potentiellement frauduleuses. Nous

bloquons ces transactions et nous les examinons automatiquement. Lorsque je les examine, je sais qu'elles sont frauduleuses. J'appelle les banques pour les avertir, mais personne ne veut me parler. On me dit de faire la livraison quand même parce que cela fait partie des pertes que les banques répercutent sur leurs clients.

Tous les volets de la sécurité sont un travail d'équipe. D'après moi, il faudrait faire quelque chose pour sensibiliser non seulement les exploitants de sites Web, mais aussi les fournisseurs de services de paiement, afin que les transactions frauduleuses ne soient pas considérées simplement comme un coût d'entreprise.

Mme Karen Ludwig: Les fournisseurs de services de paiement perçoivent-ils aussi des taxes qui seront versées aux collectivités?

M. Peter Simons: Voulez-vous dire par rapport aux paiements frauduleux?

Mme Karen Ludwig: Non, simplement de manière générale.

M. Peter Simons: De manière générale, non. Je perçois les taxes et je les remets à...

Mme Karen Ludwig: D'accord. Merci.

Madame Stairs.

Mme Andrea Stairs: Pour revenir sur ce qui a été dit plus tôt, la confiance est cruciale, pour les transactions intérieures, mais surtout pour les transactions internationales effectuées au moyen du commerce électronique. Chez eBay, c'est une de nos plus hautes priorités. Ce n'est pas mon domaine d'expertise, mais je sais pertinemment que nous investissons beaucoup là-dedans. Des acteurs mal intentionnés sont toujours à la recherche de moyens d'exploiter les lacunes.

Comme M. Simons l'a dit, la sécurité doit être l'aspect privilégié à toutes les étapes de la transaction, parce que le point faible sera décelé et exploité. C'est dommage, mais c'est ainsi. Il faut donc que l'ensemble des consommateurs, du gouvernement et des entreprises collaborent et jouent un rôle actif. Si l'un de ces groupes ne contribue pas aux efforts, c'est exactement à cette étape que les acteurs mal intentionnés interviendront.

Mme Karen Ludwig: Merci.

Le président: Votre temps de parole est écoulé. Nous passons maintenant aux conservateurs.

Monsieur Carrie, la parole est à vous.

M. Colin Carrie (Oshawa, PCC): Maître Geist, vous avez dit, je crois, qu'accroître les coûts sur le marché canadien n'était pas la solution. Rappelez-vous que je viens d'Oshawa, où le milieu des affaires était centré sur la construction. Les politiques du gouvernement font une grande différence. Lorsque les tarifs d'électricité augmentent ou lorsque de nouvelles taxes sont imposées, comme nous l'avons vu, beaucoup de nos emplois sont envoyés à l'étranger.

Dans le domaine du commerce électronique, une grande partie des emplois et des entreprises sont mobiles. Ils ne doivent pas nécessairement être au Canada. Je constate qu'il y a une certaine urgence si nous voulons promouvoir le Canada à l'échelle mondiale et faire en sorte que les Canadiens soient dans une position avantageuse.

Je vais commencer par vous, maître Geist, puis je vais demander aux autres témoins de répondre. Vous nous avez présenté cinq arguments très valables, mais quels sont les objectifs facilement atteignables? Quelles mesures stratégiques le gouvernement pourrait-il prendre dans les 6 à 12 prochains mois pour renforcer notre compétitivité à l'échelle mondiale? Le commerce électronique aidera-t-il les entreprises canadiennes à être plus concurrentielles à l'échelle internationale?

Selon vous, que pourrions-nous faire dès maintenant pour améliorer la situation?

M. Michael Geist: Je suis heureux que vous voyiez d'un bon œil les cinq arguments que j'ai présentés au début. Selon moi, ce sont des dossiers très actuels, étant donné que nous négocions activement l'ALENA et que nous poursuivons les négociations concernant le Partenariat transpacifique.

Adopter le point de vue que le commerce électronique représente une menace et que ces emplois peuvent être envoyés ailleurs empêche de voir le plein potentiel de ce type de commerce. Bien sûr, eBay est l'exemple typique qui montre que de nombreuses personnes peuvent réussir à l'échelle mondiale, mais beaucoup d'autres exemples ont vu le jour au cours des dernières années. Nous devrions peut-être arrêter d'employer le terme « commerce électronique » et parler tout simplement de commerce puisque c'est la façon dont les gens font des affaires aujourd'hui.

Je suis convaincu que les Canadiens peuvent soutenir la concurrence. Nous devons cesser de penser qu'il est nécessaire de dresser des obstacles ou que le gouvernement crée des programmes d'appui. Cela ne signifie pas que le gouvernement n'a pas un rôle à jouer pour aider à informer et à jeter les bases, comme je l'ai déjà dit, par exemple, sur le plan de l'accès. Toutefois, il s'agit d'un marché mondial, et ce que nous devons reconnaître, c'est que si nous n'arrivons pas à être concurrentiels à l'échelle mondiale, d'autres entreprises viendront nous faire concurrence ici même au Canada. Amazon, par exemple, comme nous le savons tous, est un géant dans le milieu, et ce, non seulement dans le domaine des livres traditionnels, bien sûr, mais dans presque tous les domaines, y compris celui de l'épicerie maintenant.

Le commerce électronique est en train de transformer le système, et ce dont nous avons besoin, ce ne sont pas des encouragements. Nous devons profiter des débouchés commerciaux que nous procure Internet et reconnaître que nous avons beaucoup à offrir et que nous pouvons soutenir la concurrence.

• (1630)

M. Colin Carrie: Monsieur Simons.

M. Peter Simons: Je crois, moi aussi, que nous avons beaucoup à offrir et que nous pouvons soutenir la concurrence. De notre côté, en ce moment, l'obstacle que nous devons surmonter est lié à notre capacité de gérer de manière productive la quantité de transactions que nous recevons. Cela nécessite des investissements énormes.

J'ai parlé de conclure l'ALENA avec un seuil de minimis à zéro parce que les économies d'échelle... Plus les entreprises utilisent de robots, plus elles peuvent exercer leurs activités à coût fixe, et en quelque sorte, la clé pour arriver à exercer ses activités à coût fixe, c'est le volume. Fixer le seuil de minimis à zéro n'a pas rapport à dresser des obstacles. Cela a rapport à la façon dont nous finançons notre société.

L'autre point, c'est la formation technique. L'investissement que nous devons faire à Québec nous obligera à embaucher 25 ingénieurs électriciens à temps plein pour faire fonctionner et entretenir les

robots nécessaires pour continuer à expédier nos produits. À l'heure actuelle, ces ingénieurs ne se trouvent pas au Québec. Il faudrait probablement bonifier la formation technique afin que nous disposions des compétences nécessaires pour soutenir l'infrastructure qui favorisera la croissance rapide de nos entreprises, car cela représente un obstacle actuellement — l'ALENA et les compétences techniques.

M. Colin Carrie: Madame Stairs, pouvez-vous nous donner votre avis?

Mme Andrea Stairs: Oui, je suis d'accord avec M^e Geist. D'après moi, les Canadiens sont disposés à soutenir la concurrence. La myriade de vendeurs sur eBay montre que c'est possible. Je pense qu'ils aimeraient que la réglementation datant du début des années 1980 soit remplacée par des règles conçues pour le XXI^e siècle. Ils m'ont parlé de deux choses. La première était les frais d'envoi, ce qui concerne un autre comité, et la deuxième était le seuil de minimis, ainsi que le besoin de leur laisser le champ libre et de réduire les frais administratifs qui leur incombent.

M. Colin Carrie: Très bien.

D'accord.

Le président: Votre temps de parole est écoulé. Vous tombez juste à point, monsieur Carrie. Bravo.

Nous passons maintenant au NPD.

Madame Ramsey, vous avez trois minutes.

Mme Tracey Ramsey: D'accord. Je sais que le temps va passer vite.

J'ai trouvé intéressant d'apprendre que le sud-ouest de l'Ontario est un point chaud pour le commerce électronique. J'aimerais en parler davantage.

Un tiers de tous les échanges transite entre Windsor et Détroit, et les douanes représentent un élément très important du commerce électronique. Évidemment, vous expédiez vos produits dans d'autres pays. J'aimerais donc vous interroger sur les formalités douanières, sur la complexité et sur les restrictions transfrontalières liées au commerce électronique.

Mme Stairs est probablement la mieux placée pour répondre. Nous vous écoutons, madame Stairs.

Mme Andrea Stairs: Ce qui est intéressant, c'est que le commerce électronique emprunte les mêmes voies que les choses que vous et moi envoyons à notre tante à Bethesda. Il ne passe pas par des programmes conçus à des fins commerciales. Cela crée des restrictions spécifiques. Personne ne sera surpris d'entendre que le seuil de minimis est une des restrictions principales, tant sur le plan de l'augmentation du coût des intrants de faible valeur — la réalité est que les microentreprises importent des produits pour la revente et qu'ils font des centaines de dollars — que sur le plan du traitement des retours.

Le retour des produits est un enjeu important dans le commerce électronique. Pour pouvoir faire concurrence aujourd'hui, il faut offrir la possibilité de retourner les produits. Lorsque vous faites plus de la moitié de vos affaires à l'extérieur du Canada, comme la plupart des vendeurs commerciaux sur eBay, des produits vous seront certainement retournés par des clients internationaux. Les produits retournés sont souvent frappés de droits et de taxes, que vous pouvez réclamer, mais le processus est coûteux, il prend du temps et il détourne votre attention de ce que vous voulez réellement être en train de faire, soit diriger votre entreprise.

Pour cette raison, comme M^e Geist le disait, il nous faut des règles qui reconnaissent ce nouveau type de commerce et qui éliminent une partie des restrictions, tout en demeurant axées sur la protection contre les biens dangereux et le genre de choses qui devraient être la priorité de l'ASFC. C'est évident qu'évaluer les droits et les taxes payables sur un colis de 21 \$ coûte beaucoup plus cher que les revenus ainsi générés.

Si nous sentons le besoin de protéger la vente au détail au Canada, nous devons trouver une façon plus efficace de procéder, un moyen qui permettra aux consommateurs de savoir que les colis valant au-delà d'un certain seuil seront évalués et les autres, non. À l'heure actuelle, nous y allons au hasard. La moitié des colis qui franchissent la frontière sont évalués, et les autres ne le sont pas. Cette réalité crée beaucoup de formalités administratives. De plus, elle ne permet pas aux consommateurs canadiens de participer au commerce électronique mondial de la même manière que les consommateurs d'autres pays, et d'avoir recours au commerce électronique mondial pour obtenir les produits qui ne sont pas vendus au Canada.

• (1635)

Le président: D'accord. C'est tout, à moins que quelqu'un veuille ajouter quelque chose brièvement.

Mme Tracey Ramsey: Monsieur Simons.

M. Peter Simons: J'appuie ce qui a été dit concernant le retour des produits. C'est un aspect important du commerce électronique. Les retours coûtent cher. Ils doivent être automatisés, ce qui est une grande restriction. J'étais dans mon magasin ce matin et j'ai vendu un accessoire pour les cheveux de 3 \$. Les taxes que j'ai perçues ne constituent pas une restriction, c'est tout simplement comme cela. Nous avons choisi de percevoir les taxes.

L'autodéclaration ne fonctionne pas. C'est le vendeur, la personne qui expédie le produit au Canada qui devrait percevoir les taxes. Devrait-ce être fait de manière efficace? Oui, mais dire qu'il s'agit de restrictions et de protectionnisme... À mon avis, tout le monde devrait payer les mêmes taxes, mais les taxes devraient être réduites pour tout le monde. Réduisez-les de 5 % pour tout ce que nous achetons au Canada. Vous rentriez probablement dans vos fonds. Toutefois, les taxes ne peuvent pas être considérées par une personne comme une restriction et par l'autre, comme une responsabilité légale. Je trouve cela illogique.

Le président: Merci.

La parole est de nouveau aux libéraux.

Monsieur Peterson, vous avez la parole.

M. Kyle Peterson (Newmarket—Aurora, Lib.): Merci, monsieur le président.

J'aimerais remercier tous les témoins d'être ici aujourd'hui. Les exposés étaient très informatifs et ils sont manifestement importants pour notre étude sur le commerce électronique au Canada.

J'ai une question. Il me semble qu'on parle manifestement du seuil de minimis. Je ne crois pas qu'il y ait consensus parmi les parties intéressées et il faudra visiblement recueillir d'autres commentaires.

J'aimerais d'abord m'adresser à Andrea. J'aimerais savoir si, selon vous, l'augmentation du seuil de minimis fera une différence à l'échelle régionale. L'augmentation du seuil de minimis produit-elle des avantages à l'échelle régionale?

Mme Andrea Stairs: Cela procurera surtout des avantages aux Canadiens qui ne vivent pas près de la frontière, n'est-ce pas? En ce qui concerne les consommateurs, les Canadiens qui vivent près de la frontière profitent manifestement d'un seuil plus élevé en personne

depuis longtemps. Les petites entreprises situées près de la frontière ont également l'avantage d'être en mesure de traverser la frontière, d'obtenir des biens et un meilleur rendement aux États-Unis et de ramener ces biens au Canada. Nous savons que cela se produit. Ce sont donc les consommateurs et les petites entreprises qui vivent loin de la frontière qui tireront réellement parti d'une telle mesure.

Nous devons établir un niveau. Le commerce électronique représente toujours une proportion minuscule, c'est-à-dire moins de 10 % de l'ensemble des ventes au détail. Même si ce secteur est en croissance, cette croissance est attribuable au commerce électronique intérieur. Les Canadiens préfèrent d'abord acheter dans les magasins, ensuite en ligne, et lorsqu'ils achètent leurs produits en ligne, ils préfèrent l'acheter au pays. Ils utilisent le commerce électronique international pour combler les lacunes.

Pour revenir au point que fait valoir M^e Geist, les petites entreprises doivent faire du commerce à l'extérieur du Canada si elles souhaitent survivre et prospérer. Je ne crois pas que j'apprends quoi que ce soit aux membres du Comité. Il est essentiel d'être en mesure d'avoir accès efficacement à ces marchés étrangers, peu importe où l'on se situe au pays.

M. Kyle Peterson: Monsieur Simons, croyez-vous que votre suggestion de ramener le seuil de minimis à zéro aurait des effets à l'échelle régionale?

M. Peter Simons: À mon avis, si vous augmentez le seuil de minimis, par exemple, vous sacrifiez en quelque sorte la souveraineté ou l'indépendance nationale pour prendre certaines décisions. J'aimerais aborder la question du salaire minimum. Si vous souhaitez construire une usine de robotique dans le sud de l'Ontario ou dans la péninsule Upper Michigan, vous examinerez manifestement le taux de chômage, l'accessibilité à la main-d'oeuvre et le salaire minimum.

Si vous augmentez le seuil de minimis, vous n'êtes probablement plus libres de faire d'autres choix en matière de politique publique — ce que notre pays regretterait probablement, car nous devrions descendre à un niveau encore plus bas. Les effets à l'échelle régionale dépendent surtout de l'endroit où les gens installeront leurs entreprises.

M. Kyle Peterson: Merci.

Un point important lié à l'infrastructure du commerce électronique n'a pas encore été abordé. Il s'agit des systèmes de paiement et de la façon dont l'argent se déplace dans Internet lorsque nous achetons des produits en ligne.

Évidemment, nous avons les cartes Visa et MasterCard. Les grandes cartes de crédit jouent un rôle important. Toutefois, on observe maintenant une certaine résistance contre ces produits, car ils entraînent des frais qui ne sont peut-être pas commercialement viables pour certaines personnes qui utilisent ces services. Il y a des options comme PayPal, un système hybride, et d'autres options comme le bitcoin qui, évidemment, remplace complètement les méthodes de paiement traditionnelles.

Avez-vous réfléchi à cette infrastructure et au rôle qu'elle jouera pour veiller à ce que les Canadiens et le Canada puissent profiter des avantages du commerce électronique?

Maître Geist, j'aimerais d'abord entendre votre réponse.

•(1640)

M. Michael Geist: J'aimerais faire une brève intervention au sujet de la dernière question sur l'aspect régional et reconnaître qu'il y a au moins deux côtés à cette médaille. En effet, il y a le côté des consommateurs, surtout dans les collectivités rurales, où ils n'ont pas tous ces magasins et où ils n'ont peut-être pas autant de choix que les gens qui vivent dans les collectivités urbaines. Au bout du compte, cela signifie que ces consommateurs n'ont pas eu autant de choix ou qu'ils ont dû utiliser le catalogue Sears, par exemple, il y a quelques décennies.

Le commerce électronique a rendu les règles du jeu beaucoup plus équitables pour les consommateurs, car il a énormément augmenté les choix qui leur sont offerts. J'aimerais faire valoir que si nous disions à toutes ces microentreprises que peu importe où elles se trouvent dans le monde, elles doivent maintenant percevoir et verser des taxes de vente canadiennes, nous nous rendrions compte que cela causerait de la frustration chez un grand nombre de ces consommateurs, car ils devraient faire face au problème auquel nous sommes confrontés de temps en temps, c'est-à-dire que certaines entreprises annoncent qu'elles ne peuvent pas vendre de produits dans notre pays, car les coûts qu'elles doivent payer sont tout simplement beaucoup plus élevés que les revenus qu'elles pourraient générer.

Oui, cela facilite les choses aux vendeurs canadiens, car ils n'ont pas à affronter cette concurrence, mais en ce qui concerne les choix offerts aux consommateurs, surtout dans des régions où il y a traditionnellement moins de choix, cela fait une grosse différence.

En ce qui concerne les paiements, pour répondre à votre question, il se produit déjà beaucoup de choses, mais honnêtement, il s'en produit beaucoup plus aux États-Unis avec les services de paiements novateurs. Nous sommes très fiers de notre système bancaire et de son niveau de sécurité, mais cela signifie également que ce type d'innovation perturbatrice dans le secteur des paiements financiers se produit beaucoup plus rapidement aux États-Unis qu'au Canada. C'est en partie parce que nous profitons des avantages d'un système bancaire sécuritaire, mais en même temps, nous ne profitons pas du type d'innovation perturbatrice que nous observons ailleurs. À long terme, cela représente réellement un risque pour la croissance du commerce électronique.

Le président: Merci, monsieur Peterson.

Nous respectons bien le temps qui nous est imparti. On m'a demandé la permission de poser deux brèves questions, et je vais donc permettre de brèves questions et réponses.

Allez-y, madame Lapointe.

[Français]

Mme Linda Lapointe: Merci beaucoup, monsieur le président.

Ce qui est dit aujourd'hui est très intéressant.

Monsieur Simons, merci d'être parmi nous.

Plus tôt, vous avez fait référence à l'éducation comme faisant partie des solutions afin de rendre les entreprises plus concurrentielles en matière de commerce électronique international.

Je fais une parenthèse en vous félicitant de vos investissements en robotique.

J'aimerais entendre vos réflexions à ce sujet.

M. Peter Simons: Le mouvement vers le commerce électronique nécessite toute une nouvelle gamme de compétences. Clairement, le Québec connaît actuellement une pénurie de ces compétences. Je suis en faveur d'un renforcement de l'éducation. Dans le fond, c'est la clé pour avancer. On peut construire la robotique, mais après, il faut être en mesure d'assurer l'entretien et la programmation des outils.

Au sein de mon entreprise, il y a deux personnes qui possèdent un doctorat en mathématiques appliquées, et ni l'une ni l'autre n'est du Canada. L'une est de la France, l'autre de l'Iran. Elles sont en train de travailler à des projets naissants.

Selon moi, l'éducation fait partie de l'entretien de l'infrastructure. Il y a une réflexion à faire pour s'assurer d'avoir accès à la gamme de compétences nécessaires pour concurrencer les autres entreprises.

Mme Linda Lapointe: Merci beaucoup.

[Traduction]

Le président: Monsieur Fonseca, aimeriez-vous poser une brève question?

M. Peter Fonseca: Merci, monsieur le président.

Ma question s'adresse à Mme Stairs. Elle concerne les grands organismes à plateforme électronique comme le vôtre.

Les taxes perçues localement, ainsi que l'impôt sur le revenu des sociétés, restent-elles ici au Canada dans le cas de toutes les ventes qui se produisent au Canada ou sont-elles envoyées ailleurs dans le monde? Par exemple, tout l'argent d'Airbnb est envoyé en Irlande.

Nous ne sommes pas sûrs, même si les taxes sont perçues localement... Je dis cela pour les collectivités rurales et d'autres collectivités. En effet, il faut bâtir des routes, une infrastructure, etc. Si nous ne percevons pas ces taxes, ces collectivités rurales ne pourront pas obtenir une infrastructure pour Internet, car nous ne serons pas en mesure de la construire. J'aimerais avoir votre avis à cet égard.

Mme Andrea Stairs: Je travaille pour une entité appelée eBay Canada Limited. Il s'agit d'une société canadienne. Nous percevons et nous versons des taxes sur les services que nous fournissons. Nous percevons la taxe de vente sur les frais que nous imposons à nos vendeurs — ces frais sont nos revenus —, et ces taxes sont versées au gouvernement fédéral.

Nous permettons également à nos vendeurs canadiens de créer des tableaux de taxes. Ils peuvent également imposer la taxe appropriée selon la province canadienne, ce qui leur permet aussi de percevoir et de verser des taxes sur la vente de biens.

•(1645)

Le président: Merci.

Notre temps est écoulé. C'est ce qui termine notre discussion avec les députés.

J'aimerais remercier tous les témoins. Nous avons entendu des points de vue très différents. Nous vivons certainement dans une période de transformation du commerce avec l'arrivée du commerce électronique.

C'est ce qui termine notre réunion. Mesdames et messieurs les députés, j'aimerais prendre cinq minutes pour vous parler des nouveaux travaux du Comité. La séance sera suspendue pendant une minute et nous nous remettrons ensuite immédiatement au travail.

[La réunion se poursuit à huis clos.]

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.

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 : <http://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: <http://www.ourcommons.ca>