



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent des finances

FINA • NUMÉRO 098 • 1^{re} SESSION • 42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le lundi 5 juin 2017

Président

L'honorable Wayne Easter

Comité permanent des finances

Le lundi 5 juin 2017

• (1715)

[Traduction]

Le président (L'hon. Wayne Easter (Malpeque, Lib.)): Silence, s'il vous plaît.

Merci à tous. Nous débutons maintenant la portion publique de notre séance qui portera sur la protection des consommateurs et la surveillance en ce qui concerne les banques de l'annexe I.

Nous accueillons pour ce faire les représentants de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) et de l'Association des banquiers canadiens (ABC). Nous allons d'abord entendre Mme Tedesco, M. Bilodeau et M. Ryan de l'ACFC.

Nous vous écoutons.

Mme Lucie Tedesco (commissaire, Services exécutifs, Agence de la consommation en matière financière du Canada): Merci, monsieur le président, et bonjour à tous.

Nous sommes heureux d'avoir été invités pour vous parler du rôle de l'ACFC relativement aux pratiques commerciales des banques. Je suis accompagnée de mon collègue, Richard Bilodeau, qui est à la tête de la Direction de la surveillance et de la promotion et qui dirige notre examen de l'industrie portant sur les pratiques commerciales des banques. Un autre collègue, Jérémie Ryan, directeur de la littératie financière et de l'engagement des intervenants, est également avec nous.

En tant qu'organisation fédérale, l'ACFC est chargée de protéger les consommateurs de produits et de services financiers. Nous nous acquitons de notre mandat au moyen de deux programmes distincts, mais complémentaires. Il y a d'abord la surveillance des entités financières sous réglementation fédérale, puis le renforcement de la littératie financière des Canadiens.

C'est par le truchement de ces programmes que l'ACFC contribue au cadre de surveillance fédéral des entités financières qui visent à conforter la confiance du public envers un système financier solide, stable et concurrentiel.

[Français]

Nous exerçons notre fonction de surveillance à l'égard de trois types d'entités. Le premier type est celui des institutions financières assujetties à la réglementation fédérale, soit les banques, les coopératives d'épargne et de crédit ainsi que les sociétés d'assurances, de fiducie et de prêts enregistrées ou constituées en vertu d'une loi fédérale. Appartiennent au deuxième type les organismes externes de traitement des plaintes, et au troisième, les exploitants de réseaux de cartes de paiement, notamment VISA, MasterCard, American Express et Interac.

• (1720)

[Traduction]

Nous surveillons les institutions financières sous réglementation fédérale pour nous assurer qu'elles respectent leurs obligations en matière de pratiques commerciales, lesquelles sont établies par diverses lois fédérales. La surveillance des organismes externes de traitement des plaintes — ou services de protection des citoyens, comme on les appelle parfois — vise à assurer la conformité aux règlements en vigueur.

Ces organismes ont pour mandat de traiter les plaintes qui n'ont pas été réglées à la satisfaction du consommateur par le processus de traitement des plaintes de l'institution financière concernée. Toutes les banques doivent être membres d'un organisme externe approuvé de traitement des plaintes.

L'ACFC surveille également les exploitants de réseaux de cartes de paiement pour s'assurer qu'ils respectent leurs obligations et appliquent les pratiques commerciales visant à protéger les commerçants.

[Français]

En complément de notre mandat de supervision et de promotion, nous sommes chargés de renforcer la littératie financière des Canadiens et d'améliorer leur bien-être financier en les aidant à prendre des décisions éclairées qui répondent à leurs besoins.

[Traduction]

Cela étant dit, je voudrais maintenant aborder le sujet des pratiques commerciales des banques.

Lorsque les médias ont rapporté les faits touchant la Wells Fargo aux États-Unis en septembre 2016, nous avons réalisé une analyse des plaintes formulées au cours des trois années précédentes par des consommateurs alléguant qu'ils avaient reçu des produits ou des services dont ils n'avaient pas fait la demande ou pour lesquels on ne leur avait pas fourni les documents d'information requis. Nous avons alors constaté que le nombre de plaintes reçues qui concernaient ces deux problèmes était demeuré stable d'une année à l'autre. Nous avons cependant continué de surveiller les plaintes qui nous sont adressées et avons décidé d'axer notre examen de l'industrie pour l'exercice suivant sur les pratiques commerciales des banques concernant les cartes de crédit.

Des examens de l'industrie sont menés annuellement afin de s'assurer que l'on respecte les obligations établies en matière de pratiques commerciales et de nous aider à déceler les tendances émergentes et les problèmes pouvant nuire aux intérêts des consommateurs de produits et services financiers.

Dans une lettre datée du 3 février 2017, nous avons rappelé aux banques qu'elles étaient tenues en vertu de la loi de fournir aux consommateurs les documents d'information requis et d'obtenir leur consentement exprès lorsqu'elles leur vendent des produits ou services financiers. Le même jour, nous avons publié un avis aux consommateurs pour les informer que les banques doivent obtenir leur consentement exprès avant de leur remettre des cartes de crédit.

Puis, à la suite de reportages dans les médias suggérant que des pratiques peu scrupuleuses étaient appliquées par les grandes banques canadiennes, j'ai annoncé que nous allions examiner les pratiques des banques en ce qui concerne l'obtention du consentement exprès et la communication de l'information. C'était le 15 mars 2017.

[Français]

Depuis cette date, notre équipe chargée de la supervision et de l'application de la loi travaille assidûment en vue d'examiner les plaintes et de mener les enquêtes voulues. Les membres de l'équipe se penchent sur tous les facteurs qui pourraient contribuer à la non-conformité et ils ont reçu la directive de prendre les mesures nécessaires pour appliquer la loi dans tous les cas de violation qu'ils découvriront.

[Traduction]

J'ai également demandé à mon équipe d'accélérer les choses aux fins de l'examen de l'industrie sur les pratiques commerciales des banques qui bat maintenant son plein. Dans le cadre de l'examen, nous essayons de déterminer si les objectifs de vente et les mesures incitatives établis par les banques contribuent à des pratiques commerciales pouvant nuire aux intérêts des consommateurs. Pour ce faire, nous nous entretenons avec des consommateurs et des représentants de groupes de consommateurs pour acquérir une meilleure compréhension de l'expérience client dans le contexte des ventes; nous examinons les programmes de rémunération des banques; nous examinons les contrôles internes; et nous rencontrons tous les employés des banques qu'il est pertinent de rencontrer, quel que soit leur rôle ou leur niveau hiérarchique.

Les conclusions préliminaires de notre examen seront rendues publiques d'ici la fin de 2017. Je tiens à souligner que nous enquêterons de façon approfondie sur toute violation des dispositions de protection des consommateurs que nous découvrirons dans le cadre de notre examen, et que nous ferons respecter la loi, le cas échéant, en utilisant les outils à notre disposition.

Cet examen de l'industrie est une illustration de l'approche de l'ACFC en matière de supervision. Cette approche se fonde sur trois piliers. En premier lieu, nous encourageons le recours à des pratiques commerciales responsables. Deuxièmement, nous surveillons les pratiques commerciales. Troisièmement, nous faisons respecter les obligations en matière de pratiques commerciales.

Au cours de l'an dernier et des quatre premiers mois de cette année, notre approche en matière de supervision a fait en sorte que les institutions financières canadiennes ont dû rembourser près de 15 millions de dollars aux consommateurs.

Sur ce, je termine mon exposé en vous remerciant de m'avoir invitée à vous rencontrer. Il nous fera plaisir, à mes collègues et à moi, de répondre maintenant à vos questions.

• (1725)

Le président: Merci beaucoup, madame Tedesco.

De l'Association des banquiers canadiens, nous accueillons M. Hannah, vice-président, Finances, risques et politique prudentielle; et Me Stephens, avocate en chef adjointe.

Bienvenue et merci de votre présence. La parole est à vous.

M. Darren Hannah (vice-président, Finances, risques et politique prudentielle, Association des banquiers canadiens): Merci.

Au nom de l'Association des banquiers canadiens, je remercie le Comité de nous avoir invités à participer au débat portant sur la protection des consommateurs dans le contexte des services bancaires. Je m'appelle Darren Hannah. Je suis vice-président, Finances, risques et politique prudentielle. Je suis accompagné aujourd'hui de ma collègue Sandy Stephens, avocate en chef adjointe.

L'Association des banquiers canadiens représente 63 banques membres, soit des banques canadiennes ainsi que des filiales et des succursales de banques étrangères exerçant des activités au Canada. Les banques aident les familles à acheter une maison, les individus à épargner pour la retraite, les petites entreprises à croître et l'économie à performer. Au Canada, plus de la moitié du crédit consenti aux entreprises est fourni par les banques, qui sont des prêteurs prudents, s'efforçant de rendre le crédit accessible aux individus et aux sociétés solvables.

Les banques opèrent dans la sphère du service à la clientèle, et ont établi des relations solides de longue durée avec leurs clients. À la base de ces relations se trouvent, d'une part, les conseils que les banques fournissent à leurs clients au sujet des produits et des services susceptibles de les aider à réaliser leurs objectifs financiers et, d'autre part, le respect du droit de chaque client de choisir librement les produits et les services financiers qui lui conviennent. Avec plus de 40 banques et des centaines de coopératives de crédit offrant des produits et des services financiers, les clients savent qu'ils ont le contrôle lorsque vient le temps de choisir.

Dans ce contexte, les banques donnent à leurs employés une formation et des renseignements au sujet des principes de la primauté du client. Elles s'efforcent de fournir les services et les produits bancaires qui sont les plus adéquats pour leurs clients, ce qui implique qu'elles tiennent toujours compte des besoins et de l'intérêt de chaque client. Ces derniers reçoivent donc les renseignements nécessaires pour prendre une décision éclairée au moment de choisir un produit ou un service financier.

Les banques sont connues pour suivre tant le texte que l'esprit de la loi dans leurs relations avec les clients. Elles investissent donc une quantité considérable de temps, d'efforts et de ressources pour garantir un niveau élevé de conformité. Elles prennent ainsi d'importantes mesures pour veiller à ce que leurs clients ne paient que pour les produits et les services qu'ils désirent et auxquels ils ont consenti.

En outre, les banques ont adopté des lignes directrices, des politiques et des procédures très claires pour veiller à ce que les produits offerts aux clients soient décrits de façon précise et complète. Chaque banque a également adopté un code de conduite qui décrit le comportement des employés, et notamment les attentes relatives à l'intégrité et aux pratiques de vente. Chaque employé est tenu de confirmer annuellement son adhésion à ce code de conduite. Les banques ont recours à des mesures correctives pour remédier au comportement des employés qui ne se conforment pas au code de conduite.

Les systèmes de gestion du rendement et les incitatifs prévus par les banques sont conçus de façon à favoriser des pratiques, des comportements et une culture propices à une approche axée sur les clients et les conseils personnalisés. Les systèmes de gestion du rendement comprennent plusieurs mécanismes de contrôle, de gouvernance et de supervision, ce qui permet d'assurer le maintien d'un comportement adéquat ainsi que de détecter les risques de comportement inapproprié et de prendre les mesures qui s'imposent. Il est essentiel que les objectifs de vente soient établis pour les employés de manière à susciter la création de valeurs pour les clients, et que ces objectifs soient réalisables et uniformes pour l'ensemble des produits et des canaux de service.

Les banques servent bien leurs clients. Comme je l'ai déjà mentionné, les banques s'efforcent de répondre aux besoins de leurs clients et se livrent concurrence afin d'attirer et de fidéliser la clientèle. Les Canadiens apprécient la fiabilité, la crédibilité et la stabilité des banques au pays. Il importe tout autant de considérer la valeur que les clients accordent aux services reçus de leur banque. Les banques déploient des efforts considérables pour faciliter l'accès des clients aux services bancaires, en prolongeant les heures d'ouverture de leurs succursales, en adoptant le paiement et les services mobiles, et en élargissant les services en ligne, ce qui permet un accès de n'importe où dans le monde et à n'importe quel moment. Les Canadiens constatent ces améliorations et les apprécient.

La satisfaction des clients dépend également de la manière dont les banques traitent leurs plaintes. La plupart de ces plaintes peuvent être réglées grâce à un processus interne de traitement à la fois solide et exhaustif. Le peu de cas qui ne sont pas ainsi réglés à l'interne — seulement 515 en 2016 — sont acheminés vers un ombudsman indépendant. Avec plus de neuf milliards de transactions effectuées par les millions de clients que comptent les banques, le faible nombre de plaintes témoigne d'une expérience client positive dans l'ensemble du secteur.

En terminant, j'aurais de brèves observations concernant la relation entre les banques et leurs organismes de réglementation. Nous collaborons étroitement avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et le Bureau du surintendant des institutions financières relativement aux enjeux liés à la consommation et à la gerance prudentielle, respectivement. Le système de réglementation harmonisé et efficace du Canada est devenu un modèle pour le monde du fait qu'il offre aux banques un encadrement fédéral solide pour toutes les questions liées à la consommation et aux règlements prudentiels.

• (1730)

Par ailleurs, les banques collaborent avec l'ACFC en vue d'assurer le respect des règlements relatifs aux consommateurs, notamment en ce qui concerne le consentement explicite et la communication. Comme vous le savez déjà, l'ACFC effectue des examens périodiques des pratiques commerciales des banques, des examens auxquels les banques collaborent.

Merci encore une fois de nous avoir donné l'occasion de présenter notre point de vue. Nous serons heureux de répondre à vos questions.

Le président: Merci beaucoup à tous nos témoins.

Au premier tour, chaque député a droit à sept minutes.

Monsieur Fergus.

[Français]

M. Greg Fergus (Hull—Aylmer, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je remercie beaucoup de leur présence M. Hannah, Mme Tedesco et tous leurs collègues.

Ma première question s'adresse à M. Hannah.

Nous avons appris par les journaux l'existence de plaintes signalées par d'anciens employés de certaines grandes banques au sujet des pratiques de ces dernières concernant l'obtention du consentement. Du moins, il ne semblait pas y avoir de consentement avisé.

Selon vous, les membres des grandes banques canadiennes prennent-elles au sérieux cette situation quant aux plaintes?

À première vue, croyez-vous qu'il y ait un problème et qu'il faille s'y attaquer ou croyez-vous qu'il s'agisse plutôt d'un malentendu entre elles et les clients?

[Traduction]

M. Darren Hannah: Il est bien certain que les banques prennent ces allégations très au sérieux. Je crois d'ailleurs qu'elles l'ont toutes indiqué publiquement. Elles ont également fait valoir que cela n'était assurément pas conforme à leurs attentes ou à leurs façons de voir la culture ou les activités de leurs institutions respectives. Elles ont donc examiné minutieusement la situation pour veiller à favoriser le maintien d'une culture axée sur le service à la clientèle.

Les services bancaires sont vraiment fondés sur l'établissement de bonnes relations. On cherche sans cesse à bâtir et à maintenir des liens solides et durables avec les clients, et il faut s'assurer de mobiliser et de motiver ses employés à cette fin. En fin de compte, c'est tout à fait primordial.

M. Greg Fergus: Est-ce que les banques estiment à première vue que les plaintes logées sont légitimes, ou a-t-on l'impression qu'il peut y avoir malentendu?

M. Darren Hannah: Je crois que les banques ont indiqué que cela ne correspondait pas à leurs attentes ou à ce que révèlent leurs propres examens à l'interne, tant du point de vue du service à la clientèle que dans la perspective du client lui-même. Je suis convaincu que leurs représentants pourront vous fournir de plus amples précisions lorsqu'ils comparaitront devant vous.

M. Greg Fergus: Je peux comprendre que cela ne corresponde pas à leurs attentes, mais j'aimerais bien que l'on précise ce qu'on entend exactement par « attentes ». Est-il vraiment question des attentes des banques ou ne s'agit-il pas également de leurs codes de conduite relativement aux pratiques commerciales?

M. Darren Hannah: Je pense qu'il y a un lien qu'il est peut-être préférable d'essayer d'expliquer dans le contexte du système dans son ensemble.

Une banque s'appuie toujours au départ sur une culture organisationnelle. Il faut que cette culture soit bien ancrée, car elle définit tout ce que vous essayez d'accomplir au sein de votre organisation, soit la façon dont vos employés vont se comporter, l'optique dans laquelle vous envisagez les relations avec la clientèle, et la manière dont vous voulez que les clients se sentent. Vous intégrez le tout à votre code de conduite qui doit définir la teneur souhaitable des relations avec la clientèle ainsi que le genre de valeurs que vous voulez incarner au sein de l'organisation. Tout cela est transmis au moyen des mesures prises et des directives données aux employés. Le rendement est ensuite évalué en fonction de ces critères.

M. Greg Fergus: Je présume que toutes les banques de l'annexe I ont un code de conduite relativement à leurs pratiques commerciales?

M. Darren Hannah: Il est bien certain qu'elles ont toutes un code de conduite pour leurs employés.

M. Greg Fergus: Très bien, nous pourrions essayer d'approfondir la question, mais je suppose que nous pourrions en traiter avec chacune des banques de l'annexe I...

Est-ce que vos membres ont pu constater un vide à combler quant à un code de conduite qui porterait expressément sur les pratiques commerciales?

M. Darren Hannah: Le code de conduite et, en fait, les objectifs établis pour chaque employé sont conçus de manière à porter sur plusieurs aspects de la culture bancaire, car il s'agit d'un concept très vaste. Les pratiques commerciales sont sans doute l'une des dimensions de cette culture, mais il faut aussi tenir compte de la rétroaction des clients, entre autres facteurs, dans l'établissement des objectifs.

Ce sont des entreprises solides en pleine croissance. Il peut y avoir des enjeux liés à la direction du personnel, au mentorat et à l'engagement communautaire. Tout dépend de la position de l'organisation. En fin de compte, on s'efforce d'intégrer différents aspects contribuant à l'implantation de la culture souhaitée dans le contexte des relations avec les employés.

• (1735)

Mme Sandy Stephens (avocate en chef adjointe, Association des banquiers canadiens): Me permettez-vous d'enchaîner?

Au sein d'une banque, il existe différents mécanismes de contrôle liés à la gestion du rendement. Le code de conduite en fait partie, mais il y en a plusieurs autres comme la formation et l'encadrement. C'est donc un mécanisme parmi d'autres.

M. Greg Fergus: Il y a longtemps, avant même que je fasse de la politique — et j'en fais depuis un bon moment déjà — je travaillais pour une association sectorielle dans l'industrie des produits pharmaceutiques. Nous avons établi non seulement un code de conduite, qui peut bien sûr être un document assez volumineux, mais également des principes directeurs, une formule que je trouvais plutôt novatrice. C'était quelque chose de très succinct, un peu comme « les dix commandements » sur les pratiques à encourager ou les principes de base à suivre.

Est-ce que certains de vos membres ont adopté des principes directeurs de la sorte?

M. Darren Hannah: Il faudrait leur poser la question. Je ne pourrais pas moi-même vous le dire.

M. Greg Fergus: D'accord. L'Association des banquiers canadiens n'a-t-elle jamais établi cette distinction entre principes directeurs et code de conduite?

M. Darren Hannah: Nous ne nous intéressons pas généralement aux codes de conduite que les différentes institutions peuvent se donner, et il ne fait aucun doute qu'elles pourront vous en dire plus long quant à la manière dont elles s'y prennent.

[Français]

M. Greg Fergus: Merci beaucoup.

Madame Tedesco, j'aimerais que vous précisiez votre responsabilité à l'Agence. Je sais que celle-ci va réglementer ou surveiller les codes de conduite volontaires des institutions financières qui ont été élaborés par l'industrie. Si l'institution financière ou les grandes banques établissent qu'il y a un écart dans une situation et qu'elles élaborent un code de conduite ou des principes directeurs, cela relèvera-t-il automatiquement de votre responsabilité et devrez-vous veiller à ce qu'elles suivent ces codes?

Mme Lucie Tedesco: Certainement.

J'aimerais cependant préciser deux points.

D'une part, il existe des codes de conduite auxquels les membres de l'industrie financière adhèrent. Ces codes régissent leur comportement relativement à des aspects précis, et nous avons un pouvoir de surveillance à cet égard. Je peux citer, entre autres, le Code de conduite destiné à l'industrie canadienne des cartes de crédit et de débit.

D'autre part, il peut exister divers codes de conduite internes qui régissent les activités des institutions financières et auxquels les employés adhèrent. Nous n'avons pas de pouvoir de surveillance concernant ces codes de conduite.

M. Greg Fergus: Merci de cette excellente précision.

[Traduction]

Le président: Merci. Nous avons nettement dépassé le temps prévu, Greg.

Monsieur Albas.

M. Dan Albas (Central Okanagan—Similkameen—Nicola, PCC): Merci, monsieur le président.

Merci à tous nos témoins. C'est un plaisir de vous accueillir aujourd'hui.

Je vais m'adresser surtout aux gens de l'ACFC.

J'aimerais d'abord savoir si vous avez regardé l'émission de CBC *Marketplace* où ces questions ont été soulevées pour la première fois.

Mme Lucie Tedesco: J'étais à l'extérieur du pays, mais je l'ai regardée à mon retour.

M. Dan Albas: Quelle a été votre première réaction?

Mme Lucie Tedesco: Si je peux me permettre de revenir un peu en arrière, lorsque le problème de Wells Fargo a commencé à faire la manchette en septembre, nous avons pris différentes mesures comme je vous l'ai indiqué dans mes observations préliminaires. Aussitôt que la nouvelle a été diffusée par CBC, nous avons décidé de devancer l'examen de l'industrie que nous allions mener de toute manière, car nous devons composer avec une augmentation des plaintes sans doute attribuable au battage médiatique entourant Wells Fargo et au reportage publié via Go Public. J'ai alors communiqué avec les PDG des six grandes banques pour leur faire savoir que nous allions soumettre leurs pratiques commerciales à un examen de l'industrie qui pourrait mener à des enquêtes et à des mesures d'application de la loi, et que je m'attendais à obtenir leur collaboration et leur aide en la matière.

• (1740)

M. Dan Albas: Donc, lorsque vous avez vu l'émission, vous avez communiqué sur-le-champ avec les PDG des banques pour leur indiquer que ces questions suscitaient un grand intérêt et que vous vous attendiez à ce qu'ils coopèrent. C'est bien. Reste quand même que les gens qui ont vu l'émission avaient tout lieu de penser que quelque chose ne tournait pas rond.

Pouvez-vous nous dire quel était le problème exactement? Était-ce un manque de surveillance? Un manque de ressources? Une lacune dans le système? Comment est-il possible que ces pratiques...? Je dois dire, monsieur le président, que les Canadiens estiment que nous avons un système bancaire qui est très bien administré.

À votre avis, qu'est-ce qui est à l'origine du problème?

Mme Lucie Tedesco: Nous procédons actuellement à un examen de l'industrie qui vise précisément à savoir, d'abord et avant tout, s'il y a effectivement un problème, car il faut bien avouer que nous n'avons pas eu à mener d'enquête à ce sujet. Cet examen que nous avons entrepris le 1^{er} avril nous permettra donc de déterminer s'il y a bel et bien un problème, ce que nous devons arriver à établir au moyen des outils à notre disposition.

M. Dan Albas: Comme votre travail est axé sur l'aspect consommation, pouvez-vous nous dire si vous disposez des moyens nécessaires pour mener une enquête approfondie sur les préoccupations soulevées par ces anciens employés ou ces employés actuels, je ne sais plus trop? Disposez-vous de tous les pouvoirs nécessaires à cette fin?

Mme Lucie Tedesco: Je ne sais pas trop de quels employés...

M. Dan Albas: Il y a une différence entre un consommateur qui téléphone en disant qu'il a eu un problème que l'ombudsman n'a pas pu régler et qu'il souhaiterait exprimer ses préoccupations, par rapport à un employé ou un ancien employé qui dit: « Voici les pratiques en place au sein de mon service. »

Avez-vous tous les outils et toutes les ressources nécessaires pour mener une enquête?

Mme Lucie Tedesco: Je dirais que dans le cadre de notre examen de l'industrie, nous interrogerons tous les employés concernés, à tous les niveaux, quel que soit leur titre. Cela nous aidera à faire progresser l'enquête. Nous devons nous pencher sur les programmes de rémunération, car le but ici est de déterminer si les programmes de rémunération et les objectifs de vente donnent lieu à de mauvaises pratiques commerciales.

Nous avons eu la chance de travailler avec des administrations internationales qui ont réalisé des examens semblables et qui ont constaté que les cibles de vente, particulièrement les incitatifs salariaux, influençaient la culture et pouvaient se traduire par de mauvaises pratiques de vente et de piètres résultats pour les consommateurs.

M. Dan Albas: J'apprécie votre réponse, car je considère que nous arrivons au coeur de la question. Nous voulons savoir où en sont les choses.

Toutefois, je vous ai posé une question très précise. Est-ce que vous disposez des ressources et des outils nécessaires pour mener une enquête qui nous permettrait de faire la lumière sur ces situations dès maintenant?

Mme Lucie Tedesco: Je dirais que oui. Nous sommes en train de créer une nouvelle unité d'application de la loi qui épaulera notre personnel responsable de la surveillance. De plus, nous ajoutons des ressources à notre équipe chargée de la surveillance. D'ici la fin de l'année prochaine, nous aurons ajouté 10 personnes supplémentaires pour prêter main-forte à notre équipe. Dans le cadre de nos examens de l'industrie, et dans ce cas-ci en particulier, nous serons en mesure d'examiner les incitatifs tels que les programmes de rémunération.

On a fait valoir que s'il y a une culture d'entreprise et une culture de gouvernance, et que toutes les politiques et procédures sont en place, où le problème se pose-t-il? Nous devons nous pencher là-dessus. Nous serons en mesure de voir comment le personnel est géré et comment le rendement est évalué. Si les employés n'atteignent pas leurs objectifs de vente, à quoi s'exposent-ils? Ce sont des éléments qui sont susceptibles d'entraîner de mauvais comportements.

Richard, aviez-vous quelque chose à ajouter?

• (1745)

Le président: Il reste du temps pour une brève réponse.

M. Richard Bilodeau (directeur, Surveillance et promotion, Agence de la consommation en matière financière du Canada): J'allais ajouter que dans le cadre de notre examen des plaintes, nous ferons un suivi de tous les renseignements que nous fourniront les employés.

M. Dan Albas: Merci.

Le président: Si je peux me permettre, Pierre-Luc, c'était ma question.

Pourriez-vous me parler du processus que vous utiliseriez pour ce type d'enquête? Comment vous y prendriez-vous pour traiter la plainte d'un employé que nous avons pu voir dans les médias?

Je me pose la question. Est-ce que cela relève de vous? Est-ce que cela relève du Code canadien du travail ou des règlements provinciaux sur le travail?

Vous êtes bien placés pour gérer les plaintes des consommateurs, mais qu'en est-il des plaintes des employés?

M. Richard Bilodeau: Je pense qu'il est important de bien mettre les choses au clair ici. Votre question est très pertinente.

Sachez que nous n'avons pas la capacité de prendre part à un litige entre employeur et employé. Ce n'est pas notre rôle, et nous n'avons pas envie de jouer ce rôle.

Cependant, si un employé détient de l'information et qu'il peut nous la transmettre, nous pourrions nous appuyer là-dessus, que ce soit dans le cadre d'une enquête ou d'un examen de l'industrie.

N'empêche, cela ne relève pas de notre mandat. C'est simplement une source d'information.

Le président: D'accord, merci.

Monsieur Dusseault.

[Français]

M. Pierre-Luc Dusseault (Sherbrooke, NPD): Merci, monsieur le président.

Mes premières questions s'adressent à vous, monsieur Hannah.

Malheureusement, vous semblez avoir complètement évacué le fait qu'il existe un problème, bien que les témoignages soient nombreux en ce sens. Nous le constatons non seulement dans les reportages, mais aussi à partir des témoignages que nous recevons. Mes collègues autour de la table seront certainement du même avis. Pour d'anciens employés et des clients des banques, le problème existe bel et bien. Je suis donc un peu surpris de vous entendre évacuer cela de vos remarques préliminaires.

Je voulais surtout m'attarder à votre expertise en ce qui a trait aux objectifs de vente fixés par les banques et qui sont imposés aux employés. Cette pratique est-elle bien réelle? Dans quelle mesure les employés doivent-ils respecter ces objectifs fixés par leur employeur, c'est-à-dire les banques?

[Traduction]

M. Darren Hannah: Comme je l'ai dit, essentiellement, la banque tente de fixer des objectifs en harmonie avec la culture que l'institution s'efforce d'instaurer et de renforcer. La culture vise à établir et à maintenir une relation solide avec les clients, et cela comporte de multiples dimensions.

Pour les clients qui ont une fonction de ventes, il y a un élément de ventes qui s'y rattache, mais ce n'est qu'une dimension. La rétroaction des clients en est certainement une autre.

Il y a aussi le leadership, le mentorat, la formation, la participation communautaire et la participation civique qui sont tous des facteurs qui entrent en ligne de compte dans la création d'une culture destinée à renforcer et à élargir la relation avec les clients, de sorte que les clients soient satisfaits et souhaitent maintenir, améliorer et resserrer leurs liens avec l'institution financière.

Les services bancaires sont d'abord et avant tout une affaire de relations. Les banques s'efforcent de bâtir et de consolider des relations à long terme avec leurs clients qui comportent de nombreuses dimensions.

[Français]

M. Pierre-Luc Dusseault: Merci.

Je pense qu'on peut probablement ajouter à cela le désir des banques de faire des profits, puisqu'on fixe de tels objectifs qui visent la vente de produits. Outre la volonté dont vous parlez d'offrir de bons services aux consommateurs, je pense qu'il ne faut pas négliger la part de profits escomptés par les grandes banques canadiennes.

Êtes-vous au courant de certaines mesures disciplinaires prises contre des employés qui n'atteignent pas les objectifs? Par exemple, on enverrait par courriel à l'ensemble des employés des listes indiquant quels employés ont un bon rendement et quels autres ont un rendement inférieur aux attentes, créant ainsi une sous-catégorie d'employés dont le rendement laisse à désirer et qui vivent avec une épée de Damoclès suspendue au-dessus de leur tête, car cela équivaut à leur dire que s'ils ne font pas mieux, ils devront s'attendre à être écartés. Croyez-vous qu'il s'agisse d'une pratique adéquate?

Êtes-vous au courant de ces pratiques qui font en sorte d'exercer une pression sur des employés et qui les exposent à des sanctions lorsqu'ils n'atteignent pas leurs objectifs? Pensez-vous que cela sert bien les consommateurs?

• (1750)

[Traduction]

M. Darren Hannah: Je ne peux pas parler de cas individuels d'employés, mais je peux vous dire que, du point de vue de l'institution, si on essaie d'instaurer une culture axée sur le client, on doit également s'assurer que les employés se sentent pleinement engagés. Évidemment, on veut avoir des employés motivés, et habituellement, les banques ont des notes très élevées pour ce qui est de l'engagement des employés, ce qui est une bonne chose. En ce sens, la banque est une entreprise très personnelle. On a des employés qui traitent avec les clients, et on veut s'assurer que le client est à l'aise. On veut que le client soit bien servi. Pour ce faire, on a besoin d'un employé confiant qui sent qu'il a un rôle à jouer et qu'il est bien outillé. C'est très important.

[Français]

M. Pierre-Luc Dusseault: Ce n'est pas nécessairement ce que nous entendons dans les témoignages.

Quelqu'un a raconté qu'il avait demandé à un de ses collègues comment il faisait pour atteindre ses objectifs, ce à quoi celui-ci lui a répondu qu'il donnait parfois des produits aux consommateurs sans que ces derniers en aient fait la demande, qu'il falsifiait des signatures et qu'il augmentait les frais d'intérêt et les marges de crédit sans l'autorisation des clients.

Les témoignages que nous avons recueillis démontrent que ces mesures incitatives font que certains employés doivent se livrer à des pratiques douteuses pour atteindre leurs objectifs. Vous n'avez malheureusement pas abordé ce problème aujourd'hui.

Concernant les recours que peuvent exercer des clients ou des employés témoins d'une situation frauduleuse, je comprends qu'il y a un processus de plaintes pouvant mener à la prise de sanctions.

Afin que nous puissions avoir une meilleure idée de l'ampleur du problème, pouvez-vous nous dire quelles ont été les sanctions infligées aux banques au cours des dernières années?

M. Richard Bilodeau: Je vais répondre à votre question de façon générale, parce qu'il me serait difficile de détailler chaque enjeu et chacune des sanctions prises en conséquence.

Je peux vous dire que la commissaire a rendu trois décisions au cours de l'exercice 2016-2017, dont certaines ne sont pas encore publiées. Ces décisions faisaient état de huit violations, qui ont entraîné des sanctions administratives d'ordre pécuniaire s'élevant à 465 000 \$.

J'ajoute toutefois, à l'instar de la commissaire, que cela ne rend compte que d'une partie de l'histoire. Au cours de la dernière année, nous avons réussi à obtenir des institutions financières qu'elles remboursent aux clients près de 15 millions de dollars, à la suite de cas de divulgations erronées ou encore de situations où le compte de clients avait été débité d'une somme supérieure à ce qui leur avait été mentionné. Nous avons été en mesure d'accomplir cela grâce à nos activités de supervision, au moyen des différents outils dont nous disposons, ainsi qu'au travail entrepris en collaboration avec les institutions financières.

Mis à part l'aspect pécuniaire, dans les cas où des clients avaient obtenu de l'information erronée au cours de leurs transactions auprès de leur institution financière, nous avons également réussi à faire marche arrière, à avertir les clients qu'ils avaient reçu la mauvaise information et à leur donner la bonne information. C'est tout aussi important de corriger les divulgations erronées. Ce n'est pas parce qu'il n'y a pas eu de problèmes ou de pertes d'ordre financier que le client ne subit pas pour autant un préjudice à caractère plus général.

M. Pierre-Luc Dusseault: Merci.

Le fait que 15 millions de dollars soient retournés dans les poches des consommateurs constitue évidemment une bonne nouvelle. Je pense toutefois que nous pourrions être plus sévères à l'égard des banques elles-mêmes. Cela m'amène d'ailleurs à ma prochaine question.

Lorsque vous infligez des pénalités ou des sanctions, ou encore lorsque vous reconnaissez coupable une banque au terme d'une enquête, est-ce que cette information est rendue publique?

À mon avis, une des façons de dissuader les banques est de les nommer lorsqu'elles sont fautives. Cela fait-il partie de votre façon de faire? Sinon, serait-ce une bonne idée de procéder ainsi?

• (1755)

M. Richard Bilodeau: Je peux commencer à répondre à la question en ce qui concerne le processus, mais je laisserai la commissaire terminer.

Le processus s'enclenche lorsqu'un procès-verbal de violation est dressé et qu'il est question d'une possible sanction administrative d'ordre pécuniaire. L'institution financière a alors la possibilité de se faire entendre par la commissaire, qui doit ensuite rendre une décision.

Des principes de publication s'appliquent à toutes les décisions de la commissaire. Cette dernière a le pouvoir discrétionnaire d'y nommer ou non une institution financière, et elle pourra en discuter plus longuement avec vous. En revanche, si les fautes constituant une violation entraînent une sanction administrative d'ordre pécuniaire, la commissaire en divulgue le montant dans sa décision. Par ailleurs, pour des raisons évidentes, toute information commerciale sensible en est retirée.

Nous cherchons non seulement à informer les consommateurs des enjeux que nous examinons, mais également à utiliser les décisions comme outil d'information à l'intention des autres institutions financières afin qu'elles connaissent bien leurs obligations de conformité à la loi.

[Traduction]

Le président: Vous avez largement dépassé le temps qui vous était alloué, Pierre.

Madame Tedesco, voulez-vous ajouter quelque chose?

Mme Lucie Tedesco: Merci. Étant donné que je connais davantage les termes en anglais, si vous me permettez, je vais m'exprimer en anglais.

En vertu de notre loi, le commissaire a le pouvoir de publier ou non le nom de l'institution, la nature de la violation et la sanction qui est imposée. Il s'agit d'un aspect très important de l'approche souple de l'ACFC visant à favoriser et à assurer la conformité et à changer le comportement institutionnel. Je pense que c'est précisément le but de la loi: amener les institutions à se conformer et à modifier leur comportement, tout en obtenant les meilleurs résultats possible pour les consommateurs.

Notre régime n'est pas punitif, alors au moment de déterminer si le nom d'une institution doit être rendu public, je dois examiner chaque cas séparément et en toute objectivité. Je tiens compte de divers facteurs, notamment la gravité des actes, la volonté de l'institution de reconnaître sa responsabilité relativement à l'infraction, l'effet dissuasif que le fait de nommer l'institution pourrait avoir, l'impact de l'infraction sur les consommateurs et leur confiance, le degré de collaboration obtenu tout au long de l'enquête et les efforts déployés par l'institution pour éviter d'autres violations à l'avenir et remédier à celles qui ont déjà été commises.

Je dirais que les avis de violation et les décisions, ainsi que le pouvoir discrétionnaire conféré par l'article 31, ne sont qu'une partie de l'équation. Avant de publier ou non le nom d'une institution, je regarde ce qui va changer le comportement de l'institution, ce qui va l'amener à respecter la loi et, surtout, si cela va lui permettre d'obtenir de meilleurs résultats pour les consommateurs, y compris des remboursements.

Le président: Nous allons devoir nous arrêter là. Le temps est largement écoulé.

Madame O'Connell, allez-y.

Mme Jennifer O'Connell (Pickering—Uxbridge, Lib.): Merci, monsieur le président.

Merci à vous tous d'être ici aujourd'hui. J'ai plusieurs questions à vous poser, alors je vais tout de suite me lancer.

Selon moi, l'évidence dont on n'a pas parlé... Les reportages qui ont été diffusés portaient en partie sur les pratiques de vente douteuses des fonds communs de placement. Je sais que ce n'est pas du ressort de l'ACFC. Cependant, je me demande s'il n'y a pas justement une lacune importante à ce niveau-là. Peut-être que lorsque ces bureaux ont été établis, et que le cadre de surveillance...

Je me souviens qu'à une certaine époque, lorsqu'on voulait faire des placements, ce n'était pas forcément par l'entremise de notre banque; il pouvait s'agir d'une société de placement distincte. Maintenant, étant donné que les deux se sont en quelque sorte fusionnées, et qu'on peut demander une carte de crédit ou effectuer des transactions bancaires courantes... Monsieur Hannah, vous avez dit que les banques sont une affaire de relations. Vous l'avez dit à maintes reprises. Je peux en témoigner. Au sein de ma collectivité, je connais les banquiers; ce sont des gens avec qui je fais affaire depuis très longtemps. Pour établir une relation, les gens vont dire: « Je vois que vous avez beaucoup d'argent dans votre compte d'épargne. » Ce compte relève de l'ACFC, tout comme les tactiques de vente, mais si vous déplacez cet argent dans un portefeuille de placement que gère désormais la banque, il ne sera plus régi par l'ACFC ni assujéti à sa surveillance.

À ma connaissance, les Autorités canadiennes en valeurs mobilières supervisent tous les organismes provinciaux de réglementation des valeurs mobilières. D'après mes recherches et les reportages qui ont été diffusés, je crois savoir qu'en 2013, les Autorités canadiennes en valeurs mobilières disaient que les pratiques de vente des fonds communs de placement étaient une source de préoccupation. Le fait de retenir les services d'un conseiller financier compétent peut aussi avoir une grande incidence sur les consommateurs, et il est d'ailleurs question de la littératie financière des consommateurs. Selon moi, l'élément manquant est le fait que les banques offrent aujourd'hui des services financiers totalement différents de ce qu'ils étaient au moment où le cadre de surveillance a été établi.

N'y a-t-il pas là une lacune importante au chapitre de la surveillance et de la réglementation? Ne serait-il pas bon de commencer à réunir certains de ces groupes de surveillance provinciaux et territoriaux et de faire en sorte que l'ACFC examine les techniques de vente à l'intérieur des banques, plutôt que chacun travaille de manière cloisonnée?

• (1800)

Mme Lucie Tedesco: Je peux répondre à cette question.

En général, les fonds communs de placement et les valeurs mobilières sont gérés par une branche différente de la banque, qui est assujéti à la réglementation provinciale. C'est donc très difficile, étant donné que ce sont des entités distinctes. Autrement dit, nous n'avons pas compétence en la matière. Il s'agit de toute évidence d'un domaine de compétence provinciale. Les provinces ont des programmes d'éducation des investisseurs et elles tâchent de renseigner les consommateurs sur les risques ainsi que sur les avantages et les inconvénients de certains produits d'investissement.

Mme Jennifer O'Connell: Il s'agit bien sûr de nos premiers témoignages dans le cadre de cette étude, mais si on constate que les clients qui s'adressent à la banque pour obtenir un produit ou un service se voient systématiquement redirigés vers les fonds communs de placement ou les valeurs mobilières — et même s'il s'agit de deux entités distinctes sur le plan légal, il n'en demeure pas moins que les deux se trouvent dans la même enceinte —, le Comité pourrait être amené à faire des recommandations sur les mesures à prendre dans ce cas, allant même jusqu'à une collaboration avec les entités provinciales.

En ce qui a trait aux connaissances des consommateurs, si l'ACFC n'est pas en mesure de réglementer ou de surveiller toutes les activités de la banque, à ce moment-là, ne devrait-on pas recommander une approche de surveillance essentialisée au sein de ces banques?

Mme Lucie Tedesco: Cela pourrait soulever des questions constitutionnelles, et malheureusement, cela ne relève pas de notre mandat. Nous laissons ces questions aux experts en droit constitutionnel. C'est tout ce que je peux dire là-dessus.

Mme Jennifer O'Connell: Très bien, mais nous avons également des codes de conduite volontaires. Loin de moi l'idée de vouloir aller à l'encontre de la Constitution, toutefois, les consommateurs doivent être sur un pied d'égalité et, en effet, les banques adoptent volontairement des pratiques exemplaires parce que c'est dans leur intérêt, si elles se soucient réellement de leurs relations. N'est-ce pas une conversation que l'on pourrait avoir?

• (1805)

Mme Lucie Tedesco: Peut-être, mais je dirais que les branches des institutions financières qui offrent des services en matière de valeurs mobilières sont bien réglementées par les provinces et, s'il y a des problèmes ou de la fraude liés aux valeurs mobilières, les provinces vont s'en occuper.

Mme Jennifer O'Connell: J'aimerais parler de la littératie des consommateurs. Quel est le rôle de l'ACFC au chapitre de la littératie financière? Est-ce une responsabilité que vous laissez aux banques?

Personnellement, je n'ai jamais reçu un seul cours, que ce soit à l'école primaire, à l'école secondaire ou à l'université, qui m'a enseigné les notions financières de base. Par conséquent, est-ce qu'on s'en remet aux banques? Que doit-on faire?

Mme Lucie Tedesco: Je vais commencer, puis je vais laisser mon collègue enchaîner.

Je peux vous dire que nous avons le mandat d'améliorer les connaissances financières des Canadiens et nous y travaillons, grâce à notre chef de développement de la littératie financière, Mme Jane Rooney, qui a été nommée à cette fin pour élaborer une stratégie nationale en matière de littératie financière. La stratégie comporte des objectifs et oriente les personnes qui travaillent à accroître le niveau de littératie financière des Canadiens en les aidant à cibler divers groupes de la population tels que les enfants et les jeunes, les adultes et les personnes âgées.

Il y a également une stratégie distincte visant à renforcer la littératie financière des aînés, et certaines des populations cibles sont des populations vulnérables.

Je vais laisser Jérémie poursuivre.

M. Jérémie Ryan (directeur, Littératie financière, Agence de la consommation en matière financière du Canada): L'avenir semble prometteur au chapitre de l'éducation. Vous avez mentionné n'avoir reçu aucune formation en matière de littératie financière. Au cours des derniers mois, nous avons fait des annonces importantes. L'Ontario et le Québec ont annoncé que l'éducation financière serait obligatoire. Voilà une très bonne nouvelle.

Je dois également mentionner qu'en 2007, lorsque le mandat relatif à l'éducation des consommateurs de l'ACFC a été élargi, c'était dans le but de nous pencher sur les carences en littératie financière chez les jeunes. Cela dit, nous nous sommes associés à la province de la Colombie-Britannique pour mettre au point une ressource didactique, intitulée La Zone, qui aide les jeunes à renforcer leurs connaissances du monde financier. Ce programme est enseigné à l'heure actuelle à l'échelle du pays à différents niveaux. Dans certaines provinces, les cours sont obligatoires, alors que dans d'autres, ils sont facultatifs. Les provinces ont réellement emboîté le pas et développent également leurs propres ressources.

Comme Lucie l'a indiqué, nous collaborons avec un certain nombre d'intervenants partout au pays. On compte 13 réseaux de

littératie financière représentant 532 organisations qui travaillent auprès de divers groupes cibles, que ce soit les Autochtones au Canada, les nouveaux arrivants, les personnes âgées, les personnes à faible revenu et les personnes ayant une déficience. Nous élaborons des initiatives, des ateliers et du matériel que nous diffusons par l'entremise des réseaux.

Mme Jennifer O'Connell: Juste pour préciser, avez-vous dit que le programme s'intitulait...

M. Jérémie Ryan: C'est La Zone. Il s'agit d'une ressource éducative en matière financière; ce n'est pas l'institution financière.

Mme Jennifer O'Connell: Merci.

Le président: Monsieur Généreux, vous disposez de cinq minutes.

[Français]

M. Bernard Généreux (Montmagny—L'Islet—Kamouraska—Rivière-du-Loup, PCC): Merci, monsieur le président.

Madame Tedesco, je veux m'assurer de bien comprendre une chose. M. Dusseault a parlé plus tôt de 15 millions de dollars. En fait, il en a été fait mention dans sa question ou dans la réponse à sa question. Pour ma part, j'avais vu que les remboursements pour l'année dernière s'élevaient à 50 millions de dollars.

Quel est le montant exact? Est-ce que j'ai imaginé cette somme de 50 millions de dollars?

M. Richard Bilodeau: Il s'agit d'environ 15 millions de dollars.

M. Bernard Généreux: Dans le cas de ces 15 millions de dollars, il s'agit donc de montants retournés...

[Traduction]

Le président: Lorsque vous hochez la tête, cela ne figure pas au compte rendu. Pourriez-vous nous donner un chiffre?

M. Richard Bilodeau: Je croyais avoir répondu. Je suis désolé. C'est environ 15 millions de dollars.

Le président: Quinze millions de dollars.

[Français]

M. Bernard Généreux: Quel genre de remboursements cette somme représente-t-elle pour les consommateurs? S'agit-il de frais qui ont été imposés?

Mme Lucie Tedesco: Il pourrait s'agir de frais qui ont été imposés ou d'intérêts. Nous évaluons la différence entre ce que le consommateur a payé et ce qu'il aurait dû payer, et c'est ce qui est remboursé au consommateur. C'est ce qui lui était dû, en fin de compte.

• (1810)

M. Bernard Généreux: Combien d'enquêtes y a-t-il eu pour que les remboursements s'élèvent à 15 millions de dollars? Y en a-t-il eu des milliers, des dizaines de milliers ou des centaines de milliers?

M. Richard Bilodeau: Je ne peux pas vous répondre exactement. Pour certains dossiers, il n'y a pas nécessairement de pertes financières, alors qu'il y en a peut-être pour d'autres. Je ne pourrais pas vous dire exactement combien de dossiers cela implique.

Par contre, je peux vous dire que cela a touché approximativement 1,5 million de comptes. Je ne parle pas de personnes, mais bien de comptes.

M. Bernard Généreux: Madame Tedesco, votre organisme n'est pas un tribunal, mais dans le cadre de l'examen que vous entamez et des enquêtes que vous allez mener, pourriez-vous même imposer des sanctions, financières et autres, notamment à des banques?

Selon un article de la CBC paru il y a deux ou trois jours, au moins 130 cas de falsification de signature auraient été observés. Il semble que le nombre de ces cas soit gravement sous-estimé.

Madame Tedesco, sans vouloir faire de jeu de mots, j'aimerais vous demander à quel point vous pourriez mettre du Tabasco dans la sauce pour qu'il y ait plus de piquant.

Mme Lucie Tedesco: Nous allons réaliser notre examen et, si nous déterminons que la loi a été enfreinte, nous allons faire enquête et prendre les mesures qui s'imposent. Cela inclut des sanctions contre les institutions financières. Cette décision m'incombe, en tant que commissaire.

L'équipe va procéder à une enquête, va remettre son rapport à la commissaire adjointe, et celle-ci va émettre un procès-verbal de violation. Elle va ensuite aviser la banque qu'elle croit, pour des motifs raisonnables, qu'il y a eu violation et, le cas échéant, elle va proposer une sanction.

M. Bernard Généreux: À quel moment croyez-vous être en mesure de publier le rapport? Est-ce qu'il sera rendu public?

Mme Lucie Tedesco: Le rapport sera rendu public vers la fin de l'année.

Au fur et à mesure que notre enquête avancera, si nous déterminons qu'il y a eu infraction, nous allons procéder immédiatement à des enquêtes.

M. Bernard Généreux: Par la suite, ce sera rendu public, n'est-ce pas?

Mme Lucie Tedesco: Les enquêtes seront rendues publiques conformément à nos règles de publication.

M. Bernard Généreux: Merci.

Si vous me le permettez, je vais maintenant m'adresser à M. Hannah.

Contrairement aux députés du NPD, je n'ai aucune objection à ce que les banques fassent de l'argent. Je suis moi-même en affaires. C'est inévitable: quand on est en affaires, on veut faire de l'argent, car on veut pouvoir réinvestir.

Cependant, cela peut être problématique si les banques sont *too greedy*, comme on dit en bon anglais, qu'elles en veulent trop et qu'elles sont rendues au point de vouloir falsifier des signatures. Si des coordonnateurs des ventes demandent aux employés de falsifier des signatures pour aller chercher des frais chez des clients — c'est évidemment avec les frais que les banques font de l'argent —, je considère que c'est un sérieux problème.

En ce qui a trait à la présentation que vous avez faite aujourd'hui, tout comme M. Dusseault, je n'ai pas l'impression que vous vous rendez compte de la profondeur de ce problème. L'enquête va continuer; les gens qui ont fait les enquêtes jusqu'à maintenant ne vous lâcheront pas. J'imagine que vous devez prendre cela au sérieux.

Au Canada, on ne peut pas se permettre de laisser des banques tout ruiner. En effet, vous avez une influence non seulement sur vous-mêmes, en tant que banques canadiennes, mais aussi sur l'ensemble du système bancaire canadien. Personnellement, j'espère que vos employés prennent le taureau par les cornes et s'assurent que cela ne se reproduira plus jamais. Cela est inacceptable.

Que répondez-vous à cela?

[Traduction]

M. Darren Hannah: Je veux être bien clair. Les banques prennent ce type d'allégations très au sérieux, souhaitent qu'on mène

une enquête et accueillent très favorablement l'examen de l'ACFC. Nous ne croyons pas que ce qui a été exposé correspond à la culture ni aux pratiques en place au sein des institutions. Chose certaine, toute allégation de ce genre sera prise très au sérieux.

• (1815)

Le président: Merci à vous deux.

En ce qui concerne la falsification des signatures — un ancien directeur de banque m'a écrit ce matin à ce sujet —, quelle est la sanction qui est imposée pour falsifier des signatures? Je suppose que c'est la même dans toutes les banques. Est-ce le renvoi?

M. Darren Hannah: Je suis désolé. C'est une question que vous devrez poser aux représentants de chacune des institutions, mais ce sera sans aucun doute une sanction très sévère.

Le président: D'accord. Je sais que cet homme a dû congédier quelques personnes pour cette raison.

J'aimerais obtenir un éclaircissement. En ce qui concerne le nombre de comptes qui ont été touchés, avez-vous dit qu'il y en avait « 1,5 million » ou « 1,5 mille »?

M. Richard Bilodeau: C'était environ 1,5 million.

Le président: C'était 1,5 million. Merci. Cela lève l'ambiguïté.

Monsieur Sorbara.

M. Francesco Sorbara (Vaughan—Woodbridge, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je souhaite la bienvenue à tous.

J'essaierai d'être le plus bref possible. Ma première question porte sur la littératie financière, qui semble une priorité pour l'ACFC. Je crois que le mois de novembre est le mois de la littératie financière, mais qu'il devrait se poursuivre toute l'année... L'ACFC travaille-t-elle avec ma province, l'Ontario? Il a été annoncé en mars qu'à compter de l'automne 2018, tous les étudiants du secondaire devraient suivre des cours de littératie financière à l'école. Y a-t-il des synergies? Travaillez-vous avec la province de l'Ontario à ce chapitre?

Mme Lucie Tedesco: Avant de désigner la chef du développement de la littératie financière, je suis entrée en contact avec des représentants de l'Ontario, et je sais que Jane Rooney, notre chef du développement de la littératie financière, a consacré beaucoup de temps, d'efforts et d'énergie à son travail avec le gouvernement de l'Ontario. J'ose croire que notre influence a contribué à la décision du gouvernement de rendre l'éducation financière obligatoire.

Nous avons bâti des ponts avec toutes les provinces, dont l'Ontario, effectivement, ainsi que sa ministre de l'Éducation, plus particulièrement.

M. Jérémie Ryan: Il y a quelques années, le gouvernement de l'Ontario a entrepris de consulter les Ontariens afin de réfléchir à la façon d'intégrer la littératie financière au programme scolaire. Nous avons été invités — la chef du développement de la littératie financière et l'ACFC — à parler de l'importance de l'enseignement de la littératie financière aux jeunes Canadiens...

M. Francesco Sorbara: Si je peux vous arrêter ici, ce serait très bien, parce que je n'ai que cinq minutes et que j'ai beaucoup à dire.

J'ai relevé des incongruités dans le mémoire que vous nous avez remis, puisque vous surveillez les pratiques de recouvrement de dettes, mais pas les sociétés de vérification de crédit. Cela me semble un peu étrange, mais c'est ainsi.

L'un des piliers de votre mandat consiste à « surveiller et évaluer les tendances et questions qui se dessinent et qui peuvent influencer sur les consommateurs de produits et services financiers ». Estimez-vous avoir la capacité ou même les ressources nécessaires pour surveiller le secteur des services financiers — ce qu'on appelle la technologie financière et bancaire —, pour rester à l'affût des pratiques de vente qui touchent les consommateurs?

Mme Lucie Tedesco: Comme je l'ai mentionné, quand je me suis jointe à l'agence, je pense que nous avions à peu près 75 employés. D'ici la fin de l'année prochaine, nous devrions en avoir 104. Nous nous rattrapons et réévaluons nos besoins au fur et à mesure que nous gagnons en force. Il ne fait aucun doute qu'en ce moment, nous faisons tout en notre pouvoir pour suivre l'évolution du secteur financier.

M. Francesco Sorbara: À mon avis, c'est la bonne orientation à prendre, même pour ce qui est des codes de conduite volontaires sur les échanges pour les marchands concernant les cartes de débit et le remboursement anticipé des hypothèques. Je pense que c'est ce qu'il faut préconiser, plutôt que de légiférer sur tout. Je veux être certain que les ressources seront au rendez-vous pour protéger les consommateurs.

Je vais maintenant m'adresser aux représentants de l'ABC. Je ne vous laisserai pas vous en tirer à si bon compte.

J'ai travaillé de nombreuses années au sein d'une institution financière, au Canada et aux États-Unis. Elle emploie des dizaines de milliers de personnes et fait de l'excellent boulot, en général. Parfois moins.

Je veux m'assurer que les pratiques de vente mises en place... Il peut parfois y avoir du zèle. Certaines pratiques peuvent non seulement représenter un risque pour les Canadiens, mais compromettre certains pans du système financier. Je pense notamment à la contrefaçon ou à l'offre de crédit (de cartes de crédit ou d'autres formes de crédit sécurisées ou non) à des Canadiens n'en ayant pas les moyens. Pour moi, c'est très important. Compte tenu du ralentissement économique, entre autres, ces pratiques peuvent avoir des répercussions importantes.

Je crois que l'association de l'industrie... Il faut, en collaboration avec les banques figurant à l'annexe I, mettre en place des mesures pour que le genre d'histoire présenté à l'émission *Marketplace*, sur les ondes de la CBC, ne se répète pas.

● (1820)

M. Darren Hannah: Tout le monde prend ces accusations au sérieux. Cela ne fait aucun doute. Tout le monde s'en inquiète. Mais il est vrai aussi que les institutions évaluent leurs propres pratiques pour s'assurer que leurs systèmes sont robustes et qu'ils favorisent les comportements voulus pour bâtir la culture qu'elles souhaitent bâtir.

M. Francesco Sorbara: Permettez-moi de vous interrompre. Il n'y a rien d'incompatible entre l'établissement d'objectifs de vente (toutes les entreprises en ont, c'est la nature même du secteur privé) et la mise en place de bonnes pratiques de vente. Nous devons assurer un bon mariage entre les deux. Si l'on dévie de la trajectoire un peu, lorsque des pratiques de vente saines sont établies, on rectifie le tir et des mesures sont mises en place pour que le problème ne se reproduise plus.

Ces mesures peuvent être prises volontairement par les organisations elles-mêmes, ou elles pourraient être prescrites par la loi, si c'est...

Je vais m'arrêter là.

M. Darren Hannah: C'est lié à une autre chose que j'ai déjà dite. L'intention est toujours d'établir des incitatifs multidimensionnels qui contribueront à la longue à bâtir la culture que l'organisation souhaite créer. Cela va exactement dans le sens de vos observations. Le but est qu'il en ressorte une expérience client dans laquelle le client à l'impression de recevoir le bon produit, le bon service, de tirer avantage de cette relation au point de souhaiter la prolonger. C'est exactement ce que vous avez décrit.

Il faut tenir compte de différentes dimensions lorsqu'on établit les objectifs des employés, pour que l'organisation évolue dans la direction voulue. Il faut ensuite prévoir un suivi pour vérifier si les comportements restent fidèles à la culture qu'on essaie d'établir et la renforcent.

Le président: Monsieur Liepert.

M. Ron Liepert (Calgary Signal Hill, PCC): Merci, monsieur le président.

Je pense que la plupart des questions qui ont été posées à nos témoins... Il y a un certain nombre de choses qui me turlupinent dans les réponses données aux questions. Les questions sont teintées par les incidents qui ont eu lieu. Je pense qu'il faut faire attention, parce que nous n'avons encore entendu aucun des acteurs directement touchés. J'espère que nous aurons l'occasion d'en entendre au cours des prochaines séances.

Je suis la conversation, j'entends tout ce que l'organisation de Mme Tedesco fait, et je me demande si notre intervention ajoutera quoi que ce soit, puisque l'agence semble avoir déjà lancé une enquête assez importante. Je suppose que nous serons mieux à même d'en juger après le témoignage des dirigeants des banques et des personnes touchées ici.

J'ai l'impression qu'il pourrait être préférable d'attendre que cet examen soit terminé, parce que bien honnêtement, c'est exactement ce que l'Agence de la consommation en matière financière du Canada compte faire. Nous semblons être en train de réinventer la roue.

Sur ces quelques observations, je céderai le temps qu'il me reste à mon collègue, M. Albas.

Merci.

Le président: Monsieur Albas.

M. Dan Albas: Merci infiniment, monsieur le président.

Rapidement, madame Tedesco, vous avez mentionné avoir lancé une enquête, qui suit son cours. Avez-vous une idée approximative du moment où elle se terminera?

Mme Lucie Tedesco: Richard, voulez-vous répondre à cette question, parce que c'est vous qui dirigez l'exercice? Nous en tirerons des conclusions préliminaires d'ici la fin de l'année, mais le travail se poursuivra par étapes. L'exercice se tiendra en deux volets, et l'un des deux s'étend sur deux phases. Je crois que la seconde phase s'achèvera en juin 2018.

•(1825)

M. Dan Albas: Concernant cette enquête et la façon dont ses résultats seront communiqués, y aura-t-il un rapport sur chaque cas ou plutôt un rapport général? Ce rapport sera-t-il présenté au ministre des Finances et à Finances Canada pour l'examen préalable à la révision de la Loi sur les banques ou y aura-t-il un quelconque mécanisme public? J'aimerais savoir si l'information que votre équipe recueillera, et les conclusions qu'elle en tirera, seront présentées au gouvernement sans faire de bruit ou s'il y aura un mécanisme de rapport très public.

Mme Lucie Tedesco: Nous avons l'intention de publier nos conclusions.

M. Richard Bilodeau: Je peux peut-être répondre à la partie de votre question sur l'enquête. Il est très important de souligner que c'est une chose que l'industrie évalue elle-même les pratiques de vente des banques et leur incidence sur les interactions des employés avec les consommateurs lorsque vient le temps pour eux d'exprimer leur consentement. Toute enquête qui pourra découler de notre travail ou être lancée séparément, parce que nous aurions reçu des plaintes ou que les banques nous auraient demandé de l'information, sera distincte de la révision législative et considérée à part. Donc ces enquêtes suivront leur cours, et nous suivrons nos règles de fonctionnement habituelles. Je peux vous garantir que cette enquête est une priorité pour l'agence et mon groupe et que nous publierons les décisions qui en ressortiront, selon nos principes de publication. Toutefois, cet exercice est totalement indépendant du ministre ou du ministère des Finances. Cette enquête est réalisée entièrement par l'agence.

M. Dan Albas: Je vous remercie de le préciser.

Merci.

Le président: Toujours à ce sujet, bon nombre des lettres que j'ai reçues portent sur des cas d'employés qui se sont adressés aux services des ressources humaines et estiment avoir été traités inéquitablement. Je ne crois pas que ce soit votre domaine de compétence. À qui les personnes qui souhaitent se plaindre peuvent-elles s'adresser? C'est parfois un problème de relations interpersonnelles, je le comprends bien, mais il y a parfois effectivement iniquité. Comme répondons-nous aux doléances de ces personnes? Comme je l'ai déjà dit, nous sommes coincés, parce qu'il y a des lois provinciales, des lois fédérales, le code du travail fédéral, le code du travail provincial, il y a les pratiques bancaires et il y a leurs droits. Il y a également les droits individuels des employés qui s'estiment lésés et qui n'arrivent pas à trouver de recours pour obtenir réparation. Je peux vous dire que certaines personnes expriment un point de vue assez dur dans ces lettres, qu'elles ont l'impression d'être prises dans le système de santé en raison de la façon dont elles ont été traitées au travail. Est-ce que quelqu'un a une idée des recours à la disposition de ces personnes?

M. Darren Hannah: Sandy, voulez-vous nous présenter le système de recours pour les employés?

Mme Sandy Stephens: Dans une banque, il y a une pléthore d'outils à la disposition des employés qui souhaitent signaler un problème. Ils peuvent s'adresser à leur supérieur immédiat ou passer par les RH, mais ils ont également accès à un ombudsman interne indépendant, qui peut examiner leur plainte. De même, comme nous sommes assujettis au régime fédéral, nous devons respecter le Code du travail, et dans certaines circonstances, le code prévoit également un mécanisme de plainte.

Le président: C'est bon à savoir. Merci.

Monsieur Dusseault, vous pouvez poser une question rapidement, après quoi nous donnerons la parole à M. Grewal, de l'autre côté.

[Français]

M. Pierre-Luc Dusseault: J'aimerais entendre les commentaires des représentants de l'ACFC sur les mesures incitatives et les objectifs de rendement, qui semblent s'inscrire dans un monde idéal pour l'Association des banquiers canadiens. Selon cette dernière, les consommateurs sont très bien servis par un système où le rendement est récompensé: plus on vend de produits financiers, plus on est rémunéré.

Selon vous, ce genre de pratique au sein des banques, qui vise à vendre toujours plus de produits même si les consommateurs n'en ont pas vraiment besoin, est-il une façon de bien servir les consommateurs canadiens?

Mme Lucie Tedesco: Nous avons la chance d'avoir des collègues ailleurs dans le monde qui ont effectué des révisions similaires. À la suite de leur travail, ils ont trouvé que les programmes incitatifs, qui sont axés sur des objectifs de vente plutôt que sur l'intérêt supérieur des consommateurs, avaient justement entraîné de mauvaises pratiques de vente et de mauvais résultats pour les consommateurs.

Ils ont aussi trouvé que les programmes incitatifs étaient un facteur clé dans l'instauration de la culture d'une organisation, comme le disait M. Hannah, parce que cela illustre vraiment les comportements qui sont valorisés par les institutions. C'est une constatation qui a été faite ailleurs dans le monde.

Ils ont aussi trouvé que certains aspects de gouvernance manquaient. En effet, les contrôles en place n'étaient pas adéquats et il n'y avait pas assez de règles.

•(1830)

[Traduction]

Le président: Je vous remercie tous deux.

Pour la dernière série de questions, je donne la parole à M. Grewal.

M. Raj Grewal (Brampton-Est, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins de leurs témoignages d'aujourd'hui.

Madame Tedesco, vous avez mentionné qu'après ce qui s'est passé chez Wells Fargo, vous vous êtes mis à analyser proactivement les autres techniques de vente des banques canadiennes.

Vous êtes-vous rendus en personne dans les succursales pour observer ce qui se passe quand un client s'y présente et quel genre d'interaction le client a avec le représentant du service à la clientèle, qu'on appelle souvent le caissier ou la caissière?

Mme Lucie Tedesco: Si c'est ce que j'ai dit, je me suis mal exprimée.

M. Raj Grewal: Non, je vous interroge sur cette partie de votre rapport.

Mme Lucie Tedesco: Pour l'instant, il n'y a pas encore de rapport.

M. Raj Grewal: Cela apparaissait dans votre réponse au témoignage sur les incidents de Wells Fargo.

Mme Lucie Tedesco: Oui.

M. Raj Grewal: Vous avez affirmé être en train d'analyser les pratiques de vente actuelles.

Mme Lucie Tedesco: Nous avons analysé les plaintes de ce type que nous avons reçues, c'est-à-dire sur le consentement exprès et la divulgation. Nous sommes remontés trois ans en arrière pour cette analyse et avons déterminé que le nombre de plaintes était stable d'une année à l'autre. Malgré le fait qu'il ne semblait pas y avoir lieu de nous alarmer, compte tenu du nombre de plaintes reçues, nous avons continué de surveiller les plaintes depuis.

Nous avons décidé d'axer notre prochain examen de l'industrie sur les pratiques de ventes, afin de recueillir de plus amples renseignements sur le sujet. Nous savions ce qui se passait aux États-Unis, et nous voulions dresser un portrait de la situation au Canada.

M. Raj Grewal: En vue de la rédaction de votre rapport, y aura-t-il quelqu'un qui se rendra en personne dans les banques pour interagir avec les représentants du service à la clientèle?

Mme Lucie Tedesco: Nous ferons sûrement un genre de magasinage mystère.

Je peux laisser Richard vous en parler.

M. Raj Grewal: Parfait, c'est très bien. Je voulais simplement m'assurer que ce soit dans les plans.

Selon mon expérience de consommateur, chaque fois que je me présente dans une succursale différente d'une grande banque, je me fais demander: « Pourquoi n'achèteriez-vous pas le produit illimité? Que ferez-vous de ce solde dans votre compte? Vous devriez l'investir dans des fonds mutuels. »

C'est très bien, parce que les banques sont là pour générer des profits. Je souligne que nous ne sommes pas là pour nous en prendre aux banques. Nous affirmons seulement que dans une certaine mesure, elles profitent des Canadiens vulnérables qui n'ont pas toutes les connaissances financières nécessaires pour prendre des décisions éclairées.

Les services bancaires sont offerts en continu. Dans une circonscription comme la mienne, Brampton-Est, où le modèle de la banque classique existe toujours et il y a des gens qui se rendent en personne à la banque pour effectuer leurs transactions, la TD multiplie les efforts (c'est un exemple de banque) et embauche des personnes qui parlent couramment le pendjabi, l'hindi, le cantonais et le mandarin. Ses employés peuvent parler directement avec les personnes âgées ou les nouveaux immigrants qui travaillent très fort et viennent ouvrir des comptes dans ces institutions. Compte tenu de leur propre expérience personnelle, ces personnes ne font pas confiance aux guichets automatiques pour déposer de l'argent ni aux ordinateurs pour le faire en ligne, donc elles se rendent en personne au comptoir pour voir l'argent déposé à la banque. J'ai l'impression que c'est le genre de consommateur vulnérable aux pratiques de ventes trompeuses, qu'il faudrait mieux protéger.

De plus, pour protéger les consommateurs, je trouve absolument incroyable que les titres « conseiller financier » et « conseiller en finances personnelles » ne s'équivalent pas, puisque l'un est un titre réglementé mais pas l'autre, et que les banques les utilisent tous les deux. Si vous êtes au courant de ce phénomène, pourquoi n'y avez-vous pas mis un terme immédiatement?

•(1835)

Mme Lucie Tedesco: Le problème des titres « conseiller financier » et « conseiller en finances personnelles » concerne les valeurs mobilières. Nous n'exerçons pas de fonction de surveillance sur...

M. Raj Grewal: C'est bon. Je me demandais seulement si ce problème avait été mis au jour.

Un moment donné, peu importe le partage des pouvoirs pour les consommateurs. Un contribuable est un contribuable. Votre travail est de protéger les Canadiens, au final.

Je vais passer à l'Association des banquiers canadiens. Vos membres profitent de cette échappatoire. Vous pourriez me renvoyer la balle en me disant que ce n'est pas une question de compétence fédérale, et ce serait de bonne guerre. Ce serait votre droit de le faire.

Je comprends totalement l'argument constitutionnel, mais un moment donné, ne croyez-vous pas que c'est la définition même du leurre que d'utiliser le titre « conseiller en finances personnelles » pour désigner un représentant du service à la clientèle parce que c'est un titre non réglementé?

M. Darren Hannah: Je suis très heureux que vous posiez la question, parce qu'elle est bien mal comprise. Je vais laisser ma collègue, Mme Stephens, vous en parler quelques instants, parce que je crois qu'il faut vraiment clarifier certaines choses.

Mme Sandy Stephens: « Conseiller financier » est le terme qu'on trouve dans la réglementation sur les valeurs mobilières pour un ensemble défini de fonctions, alors que le terme « conseiller en finances personnelles » est plus générique. Le fait est que les postes sont réglementés selon les fonctions et les activités qui y sont associées. Si une personne assume des fonctions qui relèvent d'un poste de « conseiller financier », elle sera régie en conséquence.

M. Darren Hannah: Autrement dit, si une institution réglementée exerce une activité réglementée, l'organisme de réglementation appliquera la réglementation, et ce n'est pas une variante dans le titre qui y changera quoi que ce soit.

M. Raj Grewal: Cela fait beaucoup de réglementation en une phrase.

M. Darren Hannah: C'est une règle qui s'applique à l'industrie.

M. Raj Grewal: Je vous dirai ceci.

Supposons que vous soyez un Canadien ordinaire qui entre dans l'une des six grandes banques. Supposons que vous soyez accueilli par un étudiant qui travaille à la caisse ce jour-là et dont le titre anglais est « conseiller en finances personnelles », soit la version non réglementée. Supposons qu'il essaie de vous convaincre que vous pourriez économiser de l'argent en transférant vos fonds dans un compte x et que vous devriez investir votre argent dans des fonds y , puis que vous vous fiez à ses conseils. C'est là à mon avis une transaction de valeurs mobilières non réglementée.

D'après mon expérience — et corrigez-moi si je me trompe — cela arrive plus souvent qu'autrement dans nos banques. Je pense que c'est un problème. Encore une fois, loin de moi l'idée de m'attaquer aux banques. Je trouve seulement incroyable qu'elles produisent des cartes d'affaires avec le titre « conseiller financier » et d'autres avec le titre « conseiller en finances personnelles ». Cela me semble constituer un problème qu'elles voudraient pourtant éviter, n'en convenez-vous pas?

M. Darren Hannah: Je vous dis seulement, en toute candeur, que dans ce cas-ci, c'est une distinction qui ne fait aucune différence du point de vue de la réglementation. En bout de ligne, le consommateur devrait assurément s'attendre, lorsqu'il se présente dans une banque, à recevoir des conseils financiers et à se faire offrir des produits et services adaptés à sa situation financière, quel que soit le titre de l'employé. C'est l'objectif visé de toutes les institutions, et c'est ce qui permet de tisser une relation forte et durable avec le client.

Le président: Nous devons nous arrêter là.

Voudriez-vous faire quelques dernières observations, madame Tedesco?

Mme Lucie Tedesco: Sur ce dernier point, peut-être, si vous parlez du caissier qui utiliserait le titre « conseiller en finances personnelles », il faut dire que nous ne surveillons pas les titres utilisés dans les banques. La Loi sur les banques ne contient pas de disposition à ce sujet pour protéger les consommateurs, et c'est de cette loi que relève notre surveillance. Cependant, si une banque ouvre des comptes ou vend des cartes de crédit, elle doit communiquer avec les consommateurs qui manifestent un intérêt à

acheter ces produits de façon claire, simple et sans équivoque. Voilà une chose que nous pouvons surveiller.

Le président: Sur ce, je vous remercie tous et toutes de votre comparution d'aujourd'hui. Je vous remercie également d'avoir su vous adapter à notre court préavis. Vous n'avez pas eu beaucoup de temps pour vous préparer en vue de cette réunion. Nous avons nous aussi un calendrier serré.

Je vous remercie donc toutes et tous de vos témoignages.

La séance est levée.

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

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

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

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>