



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent des opérations gouvernementales et des prévisions budgétaires

OGGO • NUMÉRO 042 • 1^{re} SESSION • 42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le lundi 17 octobre 2016

—
Président

M. Tom Lukiwski

Comité permanent des opérations gouvernementales et des prévisions budgétaires

Le lundi 17 octobre 2016

• (0905)

[Traduction]

Le président (M. Tom Lukiwski (Moose Jaw—Lake Centre—Lanigan, PCC)): Mesdames et messieurs, mettons-nous au travail.

Merci aux témoins d'être parmi nous.

Comme vous le savez, la ministre responsable de Postes Canada, l'honorable Judy Foote a mené de larges consultations pour discuter de l'avenir de Postes Canada. Les consultations ont pris deux formes. Dans un premier temps, il s'agissait d'établir un groupe de travail dont le mandat était d'étudier la viabilité financière de Postes Canada et la pérennité de ses services. Le groupe de travail a achevé son rapport, il l'a présenté et il a comparu devant le comité.

Dans un deuxième temps, les consultations s'adressent aux Canadiens de tout le pays. Ils sont invités à donner leur opinion sur l'avenir de Postes Canada et son fonctionnement aujourd'hui et à l'avenir. Voilà pourquoi nous sommes ici aujourd'hui. Merci d'être parmi nous.

Comme la greffière vous l'aura dit, notre façon de faire est plutôt simple. À tour de rôle, chacun de vous sera invité à faire une brève déclaration d'ouverture de cinq minutes. Quand tous les témoins se seront exécutés, une période de questions et réponses suivra avec tous les membres du comité. D'après notre expérience, la majeure partie de l'information que vous voulez donner au comité est présentée à cette étape-là. Par conséquent, si vous dépassez vos cinq minutes, je vais intervenir pour vous rappeler la limite de temps. Je suis sûr que tous les points dont vous voulez parler seront abordés pendant les questions et réponses.

Après cette brève entrée en matière, nous allons commencer.

Madame Huberman, vous êtes la première. Vous avez un maximum de cinq minutes. À vous la parole.

Mme Anita Huberman (directrice générale, Chambre de commerce de Surrey): Merci beaucoup de me permettre de témoigner.

La Chambre de commerce de Surrey est une organisation du monde des affaires présente depuis 1918 dans cette ville, où elle attire et soutient des entreprises.

La Chambre de commerce de Surrey est heureuse de participer à l'examen indépendant de Postes Canada entrepris pour étudier des options viables pour le service postal au Canada. Nous reconnaissons que Postes Canada doit apporter des changements pour demeurer rentable et remplir son mandat de service postal pour tous les Canadiens. Bien que, à l'avenir, Postes Canada doive acheminer moins de lettres et davantage de colis, la charte du service postal au Canada oblige la société à assurer les services. Pour respecter son mandat d'autonomie financière, Postes Canada, qui est une société d'État, doit se réorganiser. Il est certain que nous reconnaissons ce fait.

Parmi nos membres, nous comptons 6 000 contacts représentant un peu plus de 2 200 entreprises membres. Nous avons aussi environ 80 organismes de bienfaisance pour qui Postes Canada est un important moyen de transmettre leur message.

En prévision de notre témoignage, nous avons réalisé un sondage. Un organisme de bienfaisance particulier expédie des dépliants à plus de 3 500 entreprises de la ville. Elle compte toujours vraiment sur le service de courrier de Postes Canada. Elle a recours au courrier ordinaire pour distribuer ses brochures, ses formulaires de dons et les enveloppes de retour. Cette façon de faire a été vraiment efficace pour les organismes de bienfaisance.

Je voudrais vous signaler un autre élément qui a été très important non seulement pour notre chambre de commerce et nos membres, mais aussi pour la Chambre de commerce du Canada. Il s'agit de la promotion du programme Entrepreneur, surtout auprès des petites entreprises. Il s'agit d'un programme intégré qui permet vraiment aux petites entreprises d'économiser sur les coûts de base. Il existe des occasions de travailler avec les entreprises et de promouvoir des programmes de cette nature.

Nous voudrions aussi travailler avec Postes Canada afin de promouvoir les dépliants d'entreprises et la distribution d'annonces postales et de vraiment mettre l'accent sur la distribution des colis comme mesure pour permettre aux entreprises de réaliser des économies. Postes Canada doit réduire ses frais d'exploitation. Nous savons qu'il faut mettre l'accent sur les mécanismes de sécurité des futures boîtes communautaires.

Je voudrais aussi parler du plan d'action en cinq points que Postes Canada a proposé. Lorsqu'il est question d'installer des boîtes postales communautaires — et je sais qu'elles sont intégrées dans les nouveaux ensembles résidentiels —, nous demandons qu'on examine ce qui est accordé en contrepartie des frais de 200 \$ par adresse. Il y a des frais d'aménagement, surtout dans les ensembles résidentiels, sur lesquels on pourrait faire des compromis. Il y a des façons de collaborer avec les promoteurs, surtout dans une ville en croissance comme Surrey, qui sera la plus grande ville de la Colombie-Britannique d'ici moins de 12 ans.

Un dernier point: un peu plus de 50 % de notre population parle une langue autre que l'anglais. Il existe des occasions de travailler avec nos communautés d'immigrants et de réfugiés. Notre ville est celle qui a la plus forte population de réfugiés en Colombie-Britannique. Postes Canada peut vraiment travailler avec nos communautés d'immigrants et de réfugiés.

Merci.

Le président: Merci beaucoup.

Nous entendrons maintenant Mme Stern. Cinq minutes, s'il vous plaît.

Mme Pamela Stern (professeure adjointe, Département de sociologie et d'anthropologie, Simon Fraser University): Merci de m'avoir invitée. Je m'appelle Pamela Stern, et j'enseigne l'anthropologie à la Simon Fraser University.

Mes recherches portent sur la façon dont les Canadiens se sentent et agissent comme citoyens dans leurs interactions entre eux et avec tous les ordres de gouvernement. Il faut savoir que je n'ai pas fait d'étude sur Postes Canada et que je ne peux donc pas parler expressément des relations des Canadiens avec cette institution. Je peux cependant parler de façon générale de la façon dont des institutions comme Postes Canada s'efforcent de favoriser une identité commune chez les Canadiens et, plus précisément, d'un service de Postes Canada, les transferts d'argent internationaux.

J'ai lu le rapport des consultants, *Postes Canada à l'ère du numérique*, et je l'ai trouvé très intéressant, mais je voudrais attirer votre attention sur une contradiction inhérente dans le mandat de la société. Il s'agit de l'exigence que le Parlement lui a imposée d'abord d'assurer un service à tous les Canadiens, deuxièmement, de concurrencer des entreprises privées à but lucratif et, enfin, de le faire sans aucune subvention des contribuables.

Comme le rapport le signale, les Canadiens ont une opinion favorable de Postes Canada. Je soutiens que c'est au moins en partie grâce au service universel qu'elle assure, mais nous savons tous qu'aucune société privée ne saurait être tenue de servir sans subventions toutes les villes et localités.

Il n'y a pas si longtemps, le Canada a créé et financé avec l'argent des contribuables un certain nombre d'institutions expressément pour unifier notre population dispersée sur le territoire et ethniquement diversifiée. Notons la SRC, l'Office national du film, les parcs nationaux, les règles sur le contenu canadien et les aéroports. Le gouvernement ayant réduit son aide à ces institutions, les Canadiens connaissent moins bien leur pays. Pour cette raison, entre autres, Postes Canada et son service universel sont essentiels.

Comme le rapport le dit, Postes Canada offre le dernier réseau national complet de service public au Canada. Ses préposés et ses facteurs sont les représentants du gouvernement fédéral que les Canadiens rencontrent le plus fréquemment. De ce fait, Postes Canada est le visage tangible de la nation et de l'État.

Postes Canada est une représentation symbolique du Canada, et les symboles ont une importance qu'on ne peut monétiser. Il y a quelques années, j'ai dirigé un projet de recherche sur l'engagement citoyen dans une petite localité du Nord de l'Ontario, une localité qui a eu autrefois son importance économique, mais qui ne tient plus aujourd'hui que grâce à la détermination de ses habitants. En discutant avec ces habitants de leur participation citoyenne et de leur identité de citoyens, j'ai été étonnée du nombre de fois où ils ont parlé spontanément de la désignation de leur localité, par Postes Canada, comme adresse postale, comme lieu où les habitants d'autres petites localités des environs devaient venir chercher leur courrier. La présence physique du bureau de poste renforçait leur foi dans l'avenir de leur localité.

Pendant le temps qu'il me reste, je voudrais parler de la participation de Postes Canada aux transferts d'argent grâce à son contrat avec MoneyGram. Les connaissances que j'ai de la question

me viennent de recherches effectuées par des étudiants dans un cours que j'ai donné en 2013.

Beaucoup de citoyens canadiens envoient régulièrement de l'argent, des remises de fonds, à des parents à l'étranger. Dans presque toute la littérature universitaire et populaire, on considère ces remises comme une forme d'aide à l'étranger, mais mes étudiants ont plutôt constaté que ces Canadiens envoient de l'argent à des parents à l'étranger pour exactement les mêmes raisons qu'on en envoie à des parents au Canada: pour les frais de scolarité d'un enfant, pour les soins à dispenser à un parent âgé, pour un prêt à une petite entreprise. Beaucoup de ceux qui envoient ainsi de l'argent ont un revenu fort modeste, et pourtant, les Canadiens doivent acquitter des frais parmi les plus élevés qui soient, en pourcentage, pour expédier de l'argent.

Les transferts internationaux d'argent sont un service important que Postes Canada devrait maintenir, mais peut-être en appliquant un modèle sans but lucratif, comme celui que propose l'Union postale universelle. Je souhaiterais en fait que Postes Canada offre d'autres services financiers aux Canadiens, comme l'encaissement de chèques de paye, et le fasse en exigeant des frais justes et modestes. À mon avis, cela renforcerait la position de Postes Canada comme institution publique accessible, équitable et universelle.

J'exhorte le Comité à faire en sorte que toute modification qu'il recommanderait pour Postes Canada rappelle aux Canadiens leurs intérêts communs et incite les Canadiens à s'identifier davantage à leur pays au lieu d'affaiblir davantage les liens qui les unissent.

● (0910)

Le président: Merci beaucoup.

M. Armstrong est notre dernier témoin.

Vous avez la parole.

M. Tim Armstrong (directeur national, Région du Pacifique, Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes): Je suis heureux de comparaître devant le Comité permanent des opérations gouvernementales et des prévisions budgétaires au nom du Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes.

Je voudrais utiliser le temps qui m'est accordé pour parler d'un élément clé de notre service postal public, soit le service universel à un prix uniforme. J'ai pris la liberté de vous distribuer cette partie de notre long mémoire pour que vous l'ayez sous les yeux.

À titre de société d'État, Postes Canada a des activités publiques et privées, mais elle est destinée en fin de compte à servir l'intérêt public, et pas seulement à maximiser les bénéfices. Le service universel à prix uniforme est pour la société l'un des moyens de servir l'intérêt public. Le Canada a un vaste territoire et sa population, en dehors des grands centres urbains, est très peu dense. Le service postal a joué un rôle clé dans le développement de notre très grand territoire. Il a su lier les collectivités et unir les régions et territoires. Il a fait en sorte que tous, où qu'ils se trouvent, aient un accès suffisant à un moyen abordable de communication. C'est pourquoi le principe central de la poste publique veut qu'une simple lettre puisse être acheminée partout au Canada au même prix.

Toutes les adresses se valent, où qu'elles se trouvent au Canada. Malgré l'évolution de l'utilisation du courrier au fil des ans, l'appui pour ce principe demeure toujours très solide. Bien que cela ne figure pas dans la liste des 37 options, nous sommes très inquiets de constater que le groupe de travail a mentionné la possibilité de prix qui soient fonction de la distance. Une politique de prix comme celle-là sape l'idée même d'universalité. Il est difficile de voir comment cela serait dans l'intérêt des Canadiens ou de Postes Canada comme service public.

Certains usagers pourraient être contraints de payer plus cher simplement à cause de l'endroit où ils habitent ou mènent leurs affaires. Nous craignons fort que cela ne décourage l'utilisation du système postal et ne fasse donc diminuer le volume et les revenus. Cela pourrait avoir des conséquences disproportionnées pour les aînés, les ruraux à revenu faible ou moyen et les habitants des localités du Nord ou autochtones. La situation serait d'autant plus grave que la connectivité à Internet laisse à désirer. Ceux qui comptent sur le courrier comme moyen essentiel d'accéder aux services gouvernementaux et autres non disponibles à proximité seraient d'autant plus marginalisés.

Comme il est dit dans notre mémoire, et je vous renvoie à la page 12, la tarification selon la distance va à l'encontre des conclusions et des recommandations d'examen antérieurs du service postal. Nous avons aussi fait état de données de sondages qui s'étalent sur les 20 dernières années, qui traduisent un soutien quasi immuable pour une tarification uniforme. Dès 1996, Angus Reid disait que 91 % des répondants étaient favorables à un service universel à tarification uniforme. Des sondages d'Ipsos Reid en 2008 et de Stratcom en 2013 ont porté sur l'élimination des prix uniformes en cas de déréglementation. Dans les deux cas, l'opposition à la déréglementation a été très vive: sept personnes contre dix. Toutefois, de nombreux partisans de la déréglementation, soit 44 % en 2008 et 58 % en 2013, reverraient leur appui à la distribution du courrier par des entreprises privées si cela devait menacer la tarification uniforme.

Vu la nécessité et la popularité de taux uniformes, comment faudrait-il établir le prix de base de l'expédition d'une lettre? Comme le prévoit le paragraphe 19(2) de la Loi sur la Société canadienne des postes, les tarifs postaux doivent être justes et réalistes et leurs recettes, jointes à celles d'autres sources, suffire à équilibrer les dépenses engagées par la société pour l'exécution de sa mission.

Pour ce qui est de la tarification postale, nous recommandons que le comité envisage l'adoption d'un modèle global plafonnant les taux qui tiennent compte de l'inflation et des coûts des intrants de Postes Canada. Je vous renvoie à la page 10 du mémoire.

L'examen stratégique de 2008 a recommandé des mesures semblables. Une mesure aussi simple et claire crée une politique transparente qui fait respecter l'obligation de prix justes et réalistes. Cela assurerait une certaine indépendance par rapport aux pressions politiques sur la tarification postale et donnerait au grand public, aux organismes sans but lucratif, aux petites entreprises et aux expéditeurs commerciaux la possibilité de prévoir des augmentations progressives.

Enfin, cela permettrait d'éviter le choc des hausses radicales des taux qui semblent être une préoccupation générale pour le public et les entreprises, comme nous l'avons vu avec l'augmentation de 35 % à 59 % qui fait partie du plan en cinq points de Postes Canada.

Nous souhaiterions aussi un rétrécissement de l'écart entre les taux des commerces et des particuliers, à une exception près. Nous voudrions que le comité recommande la création d'un taux spécial

pour les organismes sans but lucratif admissibles, semblable à celui offert par le service postal américain.

● (0915)

Je vous remercie du temps que vous nous avez donné pour témoigner. Ce sera un plaisir de répondre à vos questions, si vous en avez.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Armstrong.

Merci à vous tous.

Nous commencerons par des interventions de sept minutes.

Madame Ratansi.

Mme Yasmin Ratansi (Don Valley-Est, Lib.): Madame Huberman, vous avez parlé de vos 3 500 entreprises qui voudraient s'assurer que leurs publicités postales et leurs colis sont distribués. Souhaiteriez-vous une distribution quotidienne ou, comme le propose le groupe de travail, une distribution aux deux jours? Que devrait faire Postes Canada?

Mme Anita Huberman: La distribution quotidienne du courrier me semble un luxe. Le comité peut étudier la question, et nous serions prêts à accepter la distribution trois jours par semaine.

La vérité, c'est que nous sommes devant un nouveau paradigme économique, un nouveau paradigme social. Je crois que même nos membres qui sont des organismes de bienfaisance ou des entreprises sans but lucratif accepteraient un niveau de service réduit.

● (0920)

Mme Yasmin Ratansi: Les autres entreprises ont opposé un refus: si elles expédient un colis, elles veulent qu'il soit livré à temps. Quant aux différentes dates de livraison des colis ou des lettres, elles ont dit: « Nous suivons le même parcours. Il nous faudrait trouver des gains d'efficacité. »

Il est agréable d'entendre de votre part un autre son de cloche. Nous sommes ici pour recueillir de nouvelles idées.

Vous avez parlé du programme Entrepreneur. Dans quelles autres pistes Postes Canada devrait-elle s'engager pour accroître ses revenus?

Je vous invite à répondre à la question tous les trois.

Mme Anita Huberman: Il est possible d'entretenir un dialogue, surtout avec notre ville d'entreprises de taille moyenne. Surrey est le genre de ville où les PME sont nombreuses. C'est une ville d'innovateurs et d'entrepreneurs. Nous sommes disposés aux échanges sur les nouvelles façons, pour Postes Canada, d'envisager des mécanismes pour se procurer des revenus.

Les ensembles de services, qu'il s'agisse des timbres ou de services de messagerie, qu'il s'agisse d'occasions de... Postes Canada possède un programme de partenariat, des possibilités de commercialisation, une formation en commercialisation pour les PME. Ce sont des avenues qui s'ouvrent à la société.

Mme Yasmin Ratansi: Merci.

Madame Stern, avez-vous des réflexions à ce sujet?

Mme Pamela Stern: Oui, comme j'y ai fait allusion dans ma déclaration, je voudrais que Postes Canada offre de nouveau des services bancaires en commençant lentement peut-être. Il y a peut-être un million de Canadiens qui n'ont aucun service bancaire, ou alors un service insuffisant, et ils sont à la merci de services d'encaissement de chèques qui imposent des frais scandaleux. Il y a des petites localités éloignées ou rurales qui n'ont pas de banque, mais qui ont un bureau de poste.

Mme Yasmin Ratansi: Avez-vous étudié la situation d'autres pays qui...

Les services postaux de toute la planète ont éprouvé des difficultés. À cause des nouveaux moyens technologiques, il y a moins de courrier. Les gens ne postent plus de lettres.

Notre population est clairsemée. Si nous comparons notre population à celle de l'Angleterre, de l'Irlande, de l'Écosse, de la Suisse, etc. nous pouvons dire que la poste peut y concurrencer les banques. Proposeriez-vous un partenariat public-privé?

Mme Pamela Stern: Pour ma part, j'estime que le service doit être public et non privé. Postes Canada doit faire ses frais. Elle n'a pas besoin de dégager des bénéficiaires. Il s'agit d'un service public et c'est ainsi qu'elle doit être traitée, et non comme une société commerciale.

Mme Yasmin Ratansi: Monsieur Armstrong, avez-vous entendu parler de UPS Store? C'est une bonne façon de vous engager avec lui pour accroître vos revenus? Il s'agit de UPS Store, et non d'UPS.

M. Tim Armstrong: J'en ai entendu parler, mais je ne vois pas parfaitement comment cela marcherait avec nous.

Je suis tout à fait d'accord avec Mme Stern au sujet des services bancaires postaux. Quant aux nombreux autres pays dans le monde, ceux qui n'avaient pas déjà des banques postales qui marchaient bien en ont mis en place pour s'adapter aux changements.

Pour revenir à votre question de tout à l'heure sur les services, je dirai que Postes Canada est un service du secteur des communications. Elle est rentable depuis plus de 20 ans, avec une tarification qui est restée inférieure à celle de 1983, si on traduit en dollars de 2015. C'était avant la grande hausse de 2014.

Comme nous sommes dans le secteur des communications, nous estimons que Postes Canada devrait offrir des services de large bande. Nous avons vu récemment des rapports sur le fossé numérique au Canada. Nous sommes dans le même secteur que les autres services de communication. Nous pourrions donc aussi offrir des services de téléphone.

Mme Yasmin Ratansi: Très bien. Je vous interromps parce que j'ai une dernière question à poser.

Vous avez parlé de communautés d'immigrants. Vous vous occupez tous de la question. Comment Postes Canada peut-elle établir des synergies pour exploiter le marché des immigrants? Il me faut une réponse rapide. Si vous avez davantage de renseignements, vous pourriez toujours nous les transmettre par l'entremise de la présidence.

Mme Anita Huberman: Il faut s'assurer que le personnel et les services en ligne peuvent proposer leurs services dans d'autres langues et que le service s'adresse aussi aux populations d'immigrants et de réfugiés. L'offre d'une deuxième langue permettrait de multiplier les occasions d'accroître les revenus et l'utilisation des services de Postes Canada.

• (0925)

Mme Yasmin Ratansi: Madame Stern.

Mme Pamela Stern: Pour ce qui est des transferts d'argent, les immigrants sont le groupe le plus important de gens qui font ces transferts. Ils prennent souvent leurs décisions en fonction du prix. Il est très difficile de comprendre quel est le prix lorsqu'il faut tenir compte du taux de change. En faisant en sorte que les choses soient claires, en offrant ce service et en ramenant les frais à un niveau raisonnable, on stimulerait les affaires.

Mme Yasmin Ratansi: Monsieur Armstrong.

Le président: Soyez très bref, monsieur Armstrong, s'il vous plaît.

M. Tim Armstrong: Je dirai simplement que je suis d'accord avec Mme Stern au sujet des transferts d'argent et des remises pour les Canadiens immigrants. Bien des gens viennent au Canada pour gagner de l'argent et l'envoyer à leur famille. Au lieu de payer des frais considérables, ils pourraient obtenir des taux raisonnables de Postes Canada.

Mme Yasmin Ratansi: Merci.

Le président: Merci, madame Ratansi.

Monsieur Clarke, vous avez sept minutes. Je vous en prie.

M. Alupa Clarke (Beauport—Limoilou, PCC): Bonjour à tous. Merci aux témoins d'être là. J'ai grandi dans l'Est, mais mon nom, Clarke, vient de Vancouver. Mon père est né ici. Je suis donc fier d'être ici.

Je suis le nouveau porte-parole de l'opposition pour les travaux publics et l'approvisionnement. J'essaie de trouver mon rythme dans ce nouveau rôle. Soyez patient si je suis un peu perdu, mais je crois que nous nous débrouillerons bien.

Ma première question s'adresse à vous, madame Huberman. Croyez-vous que, à l'avenir, vos membres auront besoin de plus de services de Postes Canada, ou moins?

Mme Anita Huberman: D'après notre sondage, nos membres font toujours appel aux services de Postes Canada, mais pas autant que par le passé. Je dirais qu'environ 90 % des répondants ont dit qu'ils avaient transféré vers des services électroniques toutes leurs procédures de facturation et une grande partie de leurs communications.

Comme je l'ai déjà dit, nos membres ont besoin de services réduits, mais il leur faut toujours des services.

M. Alupa Clarke: Très bien.

Madame Stern, ma femme est aussi anthropologue. C'est donc un plaisir de vous rencontrer ce matin. J'ai une question rapide à vous poser et une question plus étoffée viendra plus tard.

Vous avez dit que nous devrions revenir aux services bancaires postaux. J'ignorais qu'il y en ait déjà eu.

Mme Pamela Stern: Il semble que nous ayons eu une banque postale dans les années 1960.

M. Alupa Clarke: Très bien. Merci beaucoup. Nous savons maintenant à quoi nous en tenir.

Vous avez parlé de symboles, et je suis d'accord avec vous. Postes Canada est un symbole national très important. Il me plaît que, dans les petits villages, il y ait un drapeau canadien grâce à Postes Canada. Si les services étaient ramenés de cinq jours à deux ou trois, ce qui est l'une des solutions avancées, croyez-vous que cela aurait un impact sur cette valeur de symbole national?

Mme Pamela Stern: Non, je ne le crois pas, pourvu que le service reste universel et que circulent toujours des camions de Postes Canada avec son logo dessus. J'ai lu dans le rapport qu'on proposait d'y ajouter des publicités. Il me semble que c'est une façon horrible de diluer l'image de marque. Je ne vois aucun problème à la réduction du service à trois ou quatre jours par semaine, pourvu qu'il reste universel.

M. Alupa Clarke: Très bien. C'est bon à savoir.

Je vous pose la même question, monsieur Armstrong. Vous avez parlé de symboles plutôt sous l'angle de la prestation de services d'État. Selon vous, la réduction du nombre de jours de distribution aurait-elle des conséquences pour cette approche de services universels?

M. Tim Armstrong: Selon moi, ce serait horriblement préjudiciable pour l'approche universelle, et je ne crois pas que ce soit nécessaire. Postes Canada a été financièrement viable pendant plus de 20 ans, comme je l'ai dit, tout en versant 1,5 milliard de dollars dans les coffres de l'État, en impôts et dividendes, depuis 1991.

En ce moment, la société réalise d'excellents bénéfices dans la distribution de colis et de publicité. Elle y est parvenue grâce à une meilleure productivité rendue possible par le syndicat. Elle a pu réduire ses effectifs. Nous avons accepté récemment d'autres modifications de notre convention collective qui se traduiront par une meilleure productivité et des revenus plus importants tirés de la distribution de colis et de publicités.

M. Alupa Clarke: Désolé de vous interrompre, mais cela m'amène à vous poser une autre question.

À Québec, le Comité a rencontré un de vos collègues syndiqués et, sauf erreur, ce collègue a semblé dire que, selon Postes Canada, il y aura un déficit de 700 millions de dollars. Croyez-vous que d'ici à 2026, le déficit atteindra ce niveau?

• (0930)

M. Tim Armstrong: Voulez-vous parler de notre régime de retraite ou de Postes Canada en général?

Une voix: Des revenus.

Le président: [Note de la rédaction: inaudible] ... qu'il pourrait y avoir, si le statu quo est maintenu, un déficit de 700 millions de dollars d'ici 2026.

M. Tim Armstrong: Postes Canada a l'habitude de prévoir des revenus trop modestes. Il y a un certain temps, elle a prédit de lourdes pertes, et ces prévisions se sont révélées inexactes.

D'après les prévisions actuelles, je ne crois pas que ce sera le cas. Au cours des deux premiers trimestres de cette année, la Société a déclaré des bénéfices record, plus élevés que ceux des 10 dernières années. Elle est en bonne voie de réaliser des bénéfices cette année encore. Du côté de la distribution de colis, les chiffres augmentent sans cesse. Nous avons aussi une foule de propositions, notamment les services bancaires postaux, des services élargis de large bande, etc. qui donneraient un meilleur accès aux Canadiens et donc de nouveaux moyens d'accroître les revenus et le volume d'activité de Postes Canada.

M. Alupa Clarke: Très bien, mais qu'est-ce que le syndicat accepte dans le plan en cinq points de Postes Canada?

M. Tim Armstrong: En fait, nous rejetons tout. Selon nous, c'est une erreur d'augmenter les prix tout en réduisant les services. Ce n'est un bon plan de commercialisation pour aucune entreprise.

De plus, comme je l'ai dit tout à l'heure, Postes Canada est un service public. Nous sommes là pour unir le pays. Le Canada ne se résume pas aux grands centres urbains le long du 49^e parallèle. Notre territoire est vaste, mais depuis plus de 20 ans, Postes Canada y offre des services efficaces, rentables et durables. Le syndicat et moi ne voyons pas pourquoi elle ne pourrait pas continuer à le faire. Je le répète, nous avons de bonnes solutions pour accroître les revenus et ainsi garantir qu'elle puisse le faire.

M. Alupa Clarke: Pendant les audiences du Comité, beaucoup de maires ont déploré que Postes Canada ne les consulte pas au sujet

des boîtes postales communautaires. Quelles consultations ou discussions y a-t-il eu entre vous et la direction de Postes Canada? Par exemple, a-t-elle discuté avec vous des changements qui s'annoncent et de l'avenir qu'elle entrevoit pour Postes Canada?

M. Tim Armstrong: Elle n'a pas consulté les Canadiens, elle n'a pas consulté les gouvernements et municipalités, et elle ne nous a certainement pas consultés. Le plan en cinq points a été une surprise absolue, lorsqu'il a été annoncé, en décembre 2013. Nous n'en avons aucune idée. Nous en avons appris l'existence par les informations.

Nous voulons et nous pouvons discuter avec Postes Canada, et nous avons de bonnes idées pour assurer un meilleur avenir. Nous venons de négocier notre convention collective avec cette idée en tête. Si Postes Canada veut discuter avec nous, nous serons heureux de le faire.

Le président: Merci beaucoup.

Madame Malcolmson, bienvenue au Comité. Vous avez sept minutes.

Mme Sheila Malcolmson (Nanaimo—Ladysmith, NPD): Merci, monsieur le président. Et merci au chauffeur de taxi qui a fini par me conduire ici.

Merci à tous les témoins, et merci plus particulièrement aux travailleurs postaux, qui distribuent un volume énorme de courrier pour les députés. Nos bulletins et tout le reste, cela fait un volume considérable, je le sais.

Monsieur Armstrong, j'ai une ou deux questions à vous poser. Pourriez-vous parler un peu plus longuement des conséquences de la proposition d'élimination de l'approche du timbre-poste de prix uniforme pour distribuer le courrier? Quelles seront les conséquences pour les zones rurales et éloignées, si nous finissons par demander plus cher pour acheminer du courrier sur une plus longue distance?

M. Tim Armstrong: C'est une autre attaque lancée contre les collectivités rurales. Cela ne ferait que creuser le fossé qui sépare les villes et les campagnes. Souvent, ceux qui habitent dans les localités rurales ne le font pas par choix. Ils y sont nés et ils doivent y travailler. Payer plus cher à cause de l'endroit où on habite, cela sera une épreuve pour les gens.

Augmenter le prix des timbres, par exemple, pour les ruraux, cela occasionnera des difficultés financières. Les entreprises seront certainement touchées parce que leurs coûts seront plus élevés et leurs résultats moins bons. Je m'en tiendrai là.

Mme Sheila Malcolmson: Pour en rester aux collectivités rurales, pourrais-je vous demander, madame Stern, ce que vous pensez d'un phénomène qui touche ma circonscription et l'île de Vancouver? Dans les régions éloignées, même les coopératives de crédit se retirent des zones éloignées. Pourriez-vous dire un mot de la capacité des services bancaires postaux de combler ce vide?

Mme Pamela Stern: Oui. J'ai travaillé dans deux petites localités qui avaient un service postal, mais pas de banques. L'une d'elles est Cobalt, en Ontario, et l'autre est la localité inuite d'Ulukhaktok, dans les Territoires du Nord-Ouest. Si le bureau de poste de ces localités offrait des services bancaires, cela faciliterait grandement le quotidien de la population. Les gens ont hâte que le courrier arrive, mais ils ont beaucoup de mal à s'occuper de leurs affaires bancaires, et ils n'ont pas un bon accès aux services de large bande.

À Cobalt, en Ontario, la population prend de l'âge et, même si les gens avaient accès à ces services Internet, ils ne se sentiraient pas à l'aise pour les utiliser. Ils préféreraient traiter avec un préposé.

• (0935)

Mme Sheila Malcolmson: C'est un discours que j'entends beaucoup. Il est difficile d'accepter le paradoxe qu'est la coïncidence d'un important vieillissement démographique avec une réduction de la distribution du courrier et un accès plus difficile aux services bancaires, surtout dans les régions rurales. Oui, j'entends des gens dire qu'ils ne vont pas aller en ligne pour leurs services bancaires.

Je reviens à M. Armstrong. Pourriez-vous parler un peu plus du travail précaire auquel vos travailleurs sont de plus en plus réduits à cause d'une plus grande externalisation et de la plus grande fréquence du travail à court terme et sans sécurité? Quel impact cela a-t-il sur notre économie locale, à cause de la baisse du pouvoir de dépenser et de la capacité des employés de s'engager dans leur milieu?

M. Tim Armstrong: Quand on n'a pas de revenu discrétionnaire, on ne contribue pas à l'économie locale. Quand on n'a pas un emploi sûr, on ne peut pas obtenir un prêt immobilier ou personnel des banques, on n'achète pas de biens et services, etc. Voilà pourquoi il est important d'avoir une institution comme Postes Canada, avec ses emplois bien payés qui permettent de faire vivre la famille et apportent des avantages aux collectivités, puisque nous leur apportons notre contribution.

Ce sont surtout les localités rurales qui ont été durement frappées, vous le savez, par les réductions des dernières années dans le secteur minier et par les problèmes environnementaux, puisqu'un grand nombre d'entre elles comptent sur l'exploitation forestière et minière, sur la pêche, etc., et cela leur a fait perdre beaucoup de revenus.

Il est important que le gouvernement utilise son vaste réseau. Postes Canada est le plus grand réseau au Canada pour le commerce de détail, la logistique et la distribution. Postes Canada et le gouvernement peuvent s'en servir pour préserver la vigueur de l'économie et la stimuler dans les localités rurales. C'est pourquoi nous avons des propositions au sujet des services bancaires postaux. À bien des endroits, il n'y a plus de banques et on n'a pas accès à Internet. Certains prétendent qu'il suffit de faire ses opérations bancaires en ligne, mais quand on habite dans une localité comme Sayward, qui est à une heure au nord de Campbell River, il n'y a que la ligne téléphonique. Il n'y a pas de banque. Je discutais récemment avec l'une de nos membres là-bas. Elle doit faire toutes ses affaires bancaires par guichet automatique, ce qui lui coûte 5 \$ chaque fois.

Si on n'a pas Internet, on n'aura pas accès à ce merveilleux système bancaire qui existera toujours lorsque toutes les succursales auront disparu. Il y a un bureau de poste dans chaque localité, et nous pourrions certainement y offrir des services supplémentaires de cet ordre et aider à soutenir l'économie de chaque localité, où qu'elle se trouve.

Mme Sheila Malcolmson: Enfin, l'un ou l'autre des témoins aurait-il quelque chose à dire des propositions concernant l'offre de la large bande dans les services de Postes Canada, étant donné ce

qu'on a dit du fait que l'accès est insuffisant et que certaines localités doivent toujours utiliser une ligne commutée?

M. Tim Armstrong: Il faut se tourner vers d'autres pays qui se sont engagés dans cette voie. L'Italie, par exemple, a PosteMobile. La poste vend des services Internet et engrange des profits. En 2015, c'était 31 millions d'euros, contre 14 millions d'euros l'année précédente.

Les Français ont aussi un système, La Poste mobile, qui compte maintenant 1,3 million de lignes téléphoniques. En juin dernier, le service avait enregistré une progression de 10 % par rapport à 2015. Le revenu de La Poste mobile a augmenté de 6,4 % à la fin de juin 2016.

• (0940)

Le président: Merci beaucoup.

Monsieur Whalen, de la côte Est à la côte Ouest.

M. Nick Whalen (St. John's-Est, Lib.): Oui, monsieur le président, et il est magnifique d'être ici. Je souffre du décalage. J'espère quand même poser des questions pertinentes.

Je voudrais me concentrer sur l'avenir de Postes Canada. Même si nous n'acceptons pas entièrement les chiffres fournis par le groupe de travail, nous savons que Postes Canada est aux prises avec de très graves problèmes structurels, depuis le vieillissement de son effectif et le passif de la caisse des retraites jusqu'à la baisse de la demande de services postaux. Il est important de lui trouver de nouvelles sources de revenus, de fournir de nouveaux emplois pour la classe moyenne et d'exploiter la valeur de la marque.

Madame Huberman, vous avez beaucoup d'expérience dans le milieu des affaires dans une grande ville en croissance. Quels types de services que Postes Canada pourrait offrir vos membres utiliseraient-ils, selon vous: large bande, services bancaires, services logistiques?

Mme Anita Huberman: Tous, je crois. Il s'agit de définir les besoins précis des entreprises. Surrey regroupe le plus grand nombre de fabricants en Colombie-Britannique. Leurs besoins sont différents. Les organismes de bienfaisance et sans but lucratif ont des besoins différents.

Du point de vue de l'industrie, il s'agit de définir ces services, de les présenter correctement et de recourir aux organisations industrielles et à d'autres acteurs pour les mettre en marché.

M. Nick Whalen: Postes Canada a-t-elle les compétences et la capacité voulues pour concurrencer les banques et les fournisseurs de services à large bande et de services Internet sur le marché de la Colombie-Britannique?

Mme Anita Huberman: Elle commence à les avoir. L'un de ceux qui ont répondu à notre sondage a dit que son entreprise utilisait le programme de commercialisation en ligne dont Postes Canada s'occupe. Même à notre congrès national de la Chambre de commerce du Canada, on a fait valoir que beaucoup d'entreprises commencent à faire appel aux compétences de Postes Canada, mais que beaucoup d'autres ne sont pas au courant. La sensibilisation est donc un élément central.

M. Nick Whalen: Magnifique. Merci beaucoup.

Monsieur Armstrong, vous avez parlé des bénéfices que Postes Canada a réalisés ces deux dernières décennies, mais il faut tenir compte de certaines des mesures que la direction a prises pour rationaliser les opérations, proposant d'installer des boîtes communautaires pour économiser 80 millions de dollars par an et de concentrer le tri dans des installations plus importantes afin de préserver la rentabilité. Faut-il mettre au crédit de la direction passée les bénéfices que la Société a dégagés ces 10 dernières années?

M. Tim Armstrong: Postes Canada a fait un bon boulot pour tirer de l'argent des opérations, puisque vous me demandez mon opinion, mais je présume que la direction gère l'entreprise et qu'elle a pris quelques mesures qui ont amélioré la situation. Le syndicat a aussi apporté sa contribution.

Je ne crois pas que limiter la distribution à moins de cinq jours par semaine soit une bonne idée. Ce n'est pas bon pour les entreprises qui veulent livrer leurs produits et services à leurs clients. Certaines peuvent opter pour les services en ligne pour l'envoi de chèques, de facture et de diverses choses, mais ils comptent toujours sur les postes pour assurer la rentrée de leurs recettes, pour l'expédition des factures afin de recevoir les paiements.

Ce n'est pas bon non plus pour Postes Canada de réduire la distribution. Je dirai seulement ceci: faire livrer un colis par Postes Canada peut dégager des émissions de CO₂ jusqu'à six fois moins importantes que la livraison le lendemain par messagerie.

M. Nick Whalen: Monsieur Armstrong, vous n'avez pas besoin de me convaincre.

Passons à d'autres moyens de réaliser des économies.

Le groupe de travail a signalé la conversion des boîtes postales. Voyez-vous là une certaine convergence avec la réduction de l'effectif à la faveur du vieillissement de l'effectif? Il semble qu'environ 25 % de l'effectif partira à la retraite pendant la période considérée. Peut-on agir en synergie pour que la conversion aux boîtes communautaires se fasse en phase avec les départs à la retraite? Ainsi, il y aura moins d'impact sur les effectifs, mais nous pourrions toujours réaliser les économies et rationaliser l'offre de service.

M. Tim Armstrong: Je le répète, nous sommes contre les boîtes communautaires. Nous ne croyons pas qu'elles aient quoi que ce soit à voir avec la communauté, bien honnêtement. C'est plutôt du libre-service. Dans les collectivités, il y a quelques réductions d'effectif, évidemment, mais Postes Canada engage sans cesse du personnel. Elle ouvre toujours de nouvelles écoles de formation, etc.

Le moyen le plus sûr et le plus commode de recevoir son courrier, c'est toujours à la maison, surtout lorsqu'il s'agit de la distribution de colis. Si nous...

• (0945)

M. Nick Whalen: Madame Huberman, à Surrey, la plupart des gens reçoivent-ils leur courrier directement à la maison ou surtout dans des boîtes communautaires?

Mme Anita Huberman: Il y a les deux. Cela dépend de la densité de chaque zone.

M. Nick Whalen: Des membres de votre organisation ont-ils déploré la différence de service, entre les boîtes communautaires et la distribution à la maison?

Mme Anita Huberman: Je n'ai rien entendu à ce sujet.

M. Nick Whalen: Madame Stern, j'aime vraiment l'idée que Postes Canada a une marque solide et qu'il faut en tirer parti.

Selon vous, existe-t-il une différence notable entre utiliser les services de Postes Canada grâce à un comptoir postal, chez Shoppers Drug Mart ou dans quelque autre pharmacie ou encore dans un autre magasin, et le faire à un endroit où Postes Canada est l'élément le plus en vue de l'offre de services?

Mme Pamela Stern: Comme citadine, j'ai beaucoup de mal à le dire. J'habite à New Westminster, où nous n'avons pas de bureau de Postes Canada, mais seulement un comptoir franchisé. Le service est commode, mais nous ne traitons pas avec le personnel de Postes Canada. On a affaire à du personnel qui porte l'uniforme de Shoppers Drug Mart. C'est le visage de l'État, mais ce n'est pas...

M. Nick Whalen: ... l'image de marque est moins forte.

Mme Pamela Stern: Un peu moins. Je n'envisage pas forcément que nous revenions à...

M. Nick Whalen: Obtenez-vous un bon service quand vous vous rendez au comptoir?

Mme Pamela Stern: Oui, et je suppose que la plupart des Canadiens y reçoivent un bon service.

M. Nick Whalen: Simple remarque, pour ceux qui n'ont pas pu participer à autant de réunions que certains d'entre nous ont pu le faire. La Société, les syndicats et bien des dirigeants d'entreprise nous ont dit que la distribution aux deux jours est acceptable, du point de vue de ceux qui reçoivent le service, mais les vrais clients de Postes Canada, ceux qui expédient du courrier, veulent une distribution quotidienne. Autrement, ils s'adresseront à un autre fournisseur, car c'est pour eux un impératif.

Je rappelle seulement ce que nous avons déjà entendu.

Le président: Merci, monsieur Whalen.

Passons aux deux derniers intervenants. Ils auront cinq minutes chacun. D'abord Mme Watts.

Mme Dianne L. Watts (Surrey-Sud—White Rock, PCC): Merci beaucoup. Je vous suis reconnaissante et je trouve les échanges intéressants. Je ne suis que remplaçante.

Vous avez dit, Tim, que vous nous opposiez aux boîtes communautaires. À Surrey, dont j'ai été mairesse, il y en a toujours eu, que je me souviens. Peut-être n'y en avait-il pas dans les années 1960 ou 1970.

Si elles permettent des économies de 80 millions de dollars par année, pourquoi est-ce une mauvaise chose?

M. Tim Armstrong: Il s'agit de savoir quelle est la raison d'être de Postes Canada. Nous sommes là pour servir les Canadiens et apporter leur courrier et leurs colis chez eux, pas dans des boîtes communautaires.

Comme vous le savez probablement, ayant été mairesse de Surrey, cette ville est la capitale du crime ou du vol. Je ne veux pas parler de toute la criminalité, mais du vol dans les boîtes communautaires. Surrey est la capitale du vol dans les boîtes communautaires.

Mme Dianne L. Watts: Cela m'amène à ma question suivante.

Je dirais que cela doit fluctuer dans toutes les villes. La nôtre a été très lourdement frappée par les vols d'identité et les entrées par effraction et tout le reste, et le phénomène a touché tout le Lower Mainland... Ce que je dirais sans doute, c'est qu'il faut voir comment on gère le problème. Des mesures ont été prises et Postes Canada en a pris à cet égard.

Je passe à la question des zones rurales. L'idée que Postes Canada y offre des services bancaires et tout le reste me semble aller de soi. C'est logique. Par contre, dans les villes, où il s'agirait de concurrencer toutes les banques, cela est loin d'être évident.

Je voudrais vous demander... Il y a eu une progression. On nous l'a beaucoup dit. Les détaillants nous disent qu'il y a plus d'achats en ligne. Extrapolons. Il y a plus d'achats en ligne et il faut envoyer les colis à l'adresse ou au client. Voyez-vous une augmentation de l'activité de ce côté?

Je vous pose la question, Tim.

• (0950)

M. Tim Armstrong: Je vais vous demander de reformuler. Une augmentation de quoi?

Mme Dianne L. Watts: Des livraisons. Si les achats en ligne sont plus nombreux, tendance qui a été marquée, nous le savons tous, il doit y avoir augmentation des livraisons de colis.

M. Tim Armstrong: Oui.

Mme Dianne L. Watts: De quel ordre?

M. Tim Armstrong: Il y a eu une énorme augmentation du volume dans la livraison de colis à Postes Canada à cause des achats en ligne. Les revenus qui en découlent ont commencé à dépasser les pertes accusées dans l'acheminement de lettres, car il y a eu un déclin de ce côté, quoique le volume soit toujours important. Nous avons observé cette évolution. C'est une des activités les plus rentables de Postes Canada.

Je reviens sur la question en parlant des boîtes communautaires. Si le fournisseur ne peut pas faire parvenir le produit à la maison du client, qui doit par tous les temps se rendre à pied ou en voiture pour le prendre dans une boîte quelconque, espérant que le colis sera là quand il y arrivera, les expéditeurs trouveront des moyens plus sûrs et sécuritaires d'envoyer leur courrier, parce que Postes Canada, puisqu'elle ne l'apportera pas à la maison, va probablement devoir se retirer des affaires.

Mme Dianne L. Watts: Le problème, et c'est l'une des raisons pour lesquelles on est passé aux boîtes collectives, c'est que bien des gens ne sont pas à la maison toute la journée pour attendre un colis. Quelqu'un se présente, mais il n'y a personne à la maison. Tout le monde est au travail. Il faut rapporter le colis. Il faut passer trois ou quatre jours à essayer de livrer le colis au lieu de le déposer dans la boîte. Vous voyez ce que je veux dire?

Il faut prévoir un programme quelconque, étant donné qu'on livre davantage de colis, pour que les gens reçoivent rapidement leurs produits. La distribution quotidienne est certainement un moyen.

Ce sont là des choses que j'entends dire. Je le signale simplement.

Le président: Merci.

Pour la dernière intervention de cinq minutes, Mme Shanahan. Je vous en prie.

Mme Brenda Shanahan (Châteauguay—Lacolle, Lib.): Merci aux témoins d'être là. Ce que vous avez à dire est très intéressant.

J'en suis à ma première journée avec ce comité itinérant. Je voudrais en revenir à une question très élémentaire pour chacun de vous. Postes Canada est-elle un service ou une entreprise?

Mme Huberman d'abord.

Mme Anita Huberman: Je la vois comme une entreprise. Étant donné surtout que nous sommes dans un nouveau paradigme économique, avec les besoins d'un nouveau paradigme social, il nous faut penser à toutes les entités, notamment celles de l'État et les entreprises. Elle peut simplement faire ses frais, mais nous devons songer à de nouvelles façons de faire des affaires et de distribuer le courrier.

Vous essayez de vous acquitter de votre mandat d'offrir des services postaux aux Canadiens, mais vous devez le faire par des moyens innovateurs et vous assurez de faire vos frais, de dégager des revenus et d'économiser pour faire des investissements ultérieurement.

Mme Brenda Shanahan: Merci.

Madame Stern.

Mme Pamela Stern: Je dirais que Postes Canada est et devrait être un service. Si elle fait de l'argent, splendide, mais si on veut que les Canadiens aient un service équitable, ils ont besoin de prix équitables. Il faut que Postes Canada soit perçue comme un service plutôt que comme une source de revenus.

Postes Canada peut rapidement perdre des appuis si elle est perçue comme une source de revenus pour d'autres éléments de l'État. Il suffit de voir par exemple comment BC Hydro est perçue par les gens parce qu'elle ne cherche pas simplement à recouvrer ses coûts, mais aussi à verser de l'argent dans les coffres de la Colombie-Britannique. Les gens sont mécontents de BC Hydro.

Mme Brenda Shanahan: C'est intéressant. Merci.

Monsieur Armstrong.

M. Tim Armstrong: Le syndicat est plutôt d'avis que Postes Canada doit être exploitée d'abord comme un service. Mais, bien sûr, elle doit être dirigée comme une entreprise pour qu'elle fasse de l'argent et reste rentable.

Pourquoi ces profits? Où vont-ils? J'ai dit que Postes Canada avait versé 1,5 milliard de dollars en impôts et en dividendes à l'État depuis 1991. Ces dividendes pourraient être réinjectés, peut-être, pour élargir la gamme des services offerts aux Canadiens et améliorer l'efficacité opérationnelle.

Elle devrait donc être un service d'abord et une entreprise ensuite. Si le syndicat a approuvé la conversion de Postes Canada en société d'État dans les années 1980, c'est pour qu'elle soit plus efficace et durable à long terme. Son bilan, si on se fie aux profits déclarés, d'après ses propres documents, montre que ce fut un énorme succès.

• (0955)

Mme Brenda Shanahan: C'est là le problème. Nous avons l'entreprise et le service, une alliance des deux et il faut trouver le juste milieu. Et le contexte des affaires évolue extrêmement vite.

Nous avons entendu des témoignages sur les services de Postes Canada que les Canadiens apprécient et sur les défis, sur les éléments qui marchent ou ne marchent pas. Pourquoi ne pas sortir des sentiers battus? Quels services attendons-nous de Postes Canada, monsieur Armstrong, que la Société soit un service, une entreprise ou un peu des deux?

M. Tim Armstrong: Il est important de voir ce qui s'est passé dans le monde. Postes Canada — et le Canada — a eu des services bancaires postaux fructueux depuis avant la Confédération, jusqu'en 1968, mais on les a éliminés. D'autres pays ont ces services depuis des décennies. Ceux qui ne les avaient pas les ont créés pour diversifier l'activité et accroître les revenus. Les réussites éclatantes du Portugal et du Maroc sont deux exemples récents.

Mme Brenda Shanahan: Autre chose? Vous avez parlé des services bancaires. Y a-t-il autre chose?

M. Tim Armstrong: Sans doute des choses comme le UPS Store. La question a été posée tout à l'heure. Il faut s'assurer que nos réseaux de détail ont les produits et services que les consommateurs

peuvent utiliser pour les expédier à d'autres Canadiens. Peu importe ce dont on a besoin, lorsqu'on entre dans le magasin, il doit s'agir d'un guichet unique: on peut acheter le cadeau, en assurer la présentation, mettre un timbre et peut-être même le faire emballer. Il y a toutes sortes de services comme cela, en plus de la numismatique et des autres choses. Nous avons d'autres idées au sujet des services à large bande.

Le président: Nous allons devoir prendre note de ces idées plus tard.

Voici ce que j'ai à dire aux témoins. D'abord, merci beaucoup d'avoir pris le temps de comparaître malgré votre horaire chargé. Si vous avez d'autres renseignements à communiquer au Comité qui pourraient être utiles dans nos délibérations, sentez-vous bien libres de les communiquer directement à la greffière. Cela fera partie de toute l'information que nous recevrons de tout le pays.

Enfin, nous remettrons un rapport au Parlement. Il sera probablement déposé vers la fin de novembre. En tout cas, pas plus tard que le début de décembre. Si vous avez d'autres renseignements, veuillez les communiquer d'ici une quinzaine de jours. Je vous en serais très reconnaissant.

Encore une fois, merci à vous tous d'avoir été là.

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>