



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

44<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 1<sup>re</sup> SESSION

---

# Comité permanent du patrimoine canadien

TÉMOIGNAGES

**NUMÉRO 075**

Le jeudi 20 avril 2023

---

Présidente : L'honorable Hedy Fry





## Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 20 avril 2023

• (1530)

[Traduction]

**Le vice-président (M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC)):** Bonjour à tous. Madame Fry est absente aujourd'hui, et je vais donc assurer la présidence aujourd'hui et probablement aussi lundi. Il semble qu'elle ait subi un petit accident à la maison en jouant avec ses petits-enfants. Nous lui souhaitons un prompt rétablissement.

La séance est ouverte. Bienvenue à la 75<sup>e</sup> réunion du Comité permanent du patrimoine canadien de la Chambre des communes.

Conformément à l'article 108(2) du Règlement et à la motion adoptée par le Comité le mardi 28 février, le Comité se réunit aux fins de son étude des activités de Google en réaction au projet de loi C-18. Nous avons déjà eu une réunion avec des représentants de Google, et celle-ci est la deuxième. La réunion durera deux heures. Nous aurons l'occasion d'interroger Kent Walker, président des Affaires globales, qui se joint à nous par vidéoconférence. Nous accueillons également Richard Gingras, vice-président des Nouvelles, également par vidéoconférence.

Je vous souhaite la bienvenue. Comme je l'ai dit, nous aurons plusieurs minutes de questions, plusieurs tours, par les parties qui sont devant vous.

Je souhaite également la bienvenue à Alexandre Lafrenière, qui est notre analyste aujourd'hui. Gabrielle de Billy Brown est à l'étranger, mais nous sommes entre de bonnes mains avec vous, monsieur. Comme d'habitude, notre greffier est Mike MacPherson.

Monsieur Walker, vous avez 10 minutes. La parole est à vous.

**M. Kent Walker (président, Affaires globales, Google LLC):** Merci beaucoup, monsieur le vice-président.

Mesdames et messieurs les membres du Comité, merci de m'avoir donné l'occasion de comparaître aujourd'hui. Je m'appelle Kent Walker et je suis président des affaires mondiales et directeur juridique de Google et Alphabet. Je suis accompagné aujourd'hui de Richard Gingras, vice-président de Google pour les actualités.

Permettez-moi tout d'abord de rappeler que Google est profondément engagé envers le Canada. Nous avons ouvert notre premier bureau ici il y a plus de 20 ans, et aujourd'hui, Google Canada emploie plus de 3 000 personnes à Waterloo, à Toronto, à Montréal et dans bien d'autres régions dans tout le pays.

Nous sommes fiers de soutenir la croissance économique du Canada. En 2021, les produits et outils de Google ont contribué à générer 37 milliards de dollars d'activité économique pour les entreprises, les éditeurs, les créateurs, les développeurs et les organisations à but non lucratif du Canada. Au cours des cinq dernières années seulement, nous avons fourni plus de 16 millions de dollars

en subventions Google.org à des organismes de bienfaisance et à but non lucratif canadiens, les aidant à étendre la portée de programmes de compétences numériques innovants, à donner aux Canadiens les moyens de rester en sécurité en ligne et à créer des occasions économiques plus inclusives pour les communautés autochtones.

Notre engagement envers le Canada comprend une participation constructive à l'innovation en matière de réglementation et de politique — ce qui signifie parfois d'identifier certains défis avec des propositions législatives qui, selon nous, pourraient ne pas atteindre leurs objectifs ou pourraient avoir des impacts négatifs inattendus.

Nous soutenons une réglementation réfléchie et plaidons dans le monde entier pour des règles actualisées sur des questions importantes telles que la confidentialité, le développement responsable de l'IA et un système fiscal international équilibré pour les entreprises. Nous avons également la responsabilité d'être clairs sur les impacts potentiels de la réglementation des nouvelles technologies et de défendre les intérêts des personnes et des entreprises qui utilisent nos produits et services.

Tout au long de notre présence au Canada, nous avons collaboré étroitement avec l'industrie de l'information et fourni des milliards de dollars pour soutenir la création de journalisme de qualité à l'ère numérique. Grâce à nos programmes, partenariats, financement et produits, Google est l'un des plus grands partenaires du journalisme au monde.

Nous reconnaissons tous que l'Internet a complètement changé les modèles commerciaux des organismes de presse. Les entreprises technologiques, les organismes de nouvelles et les gouvernements doivent donc collaborer pour assurer un avenir solide pour le secteur et du contenu de qualité sans perturber l'accès au Web.

Depuis plus d'un an maintenant, nous préconisons des solutions pratiques à nos principales préoccupations concernant le projet de loi C-18. M. Gingras et moi avons été directement impliqués dans certains de ces engagements. Le Canada est important pour nous et nous croyons qu'une solution raisonnable et équilibrée est non seulement nécessaire, mais réalisable.

Lors de nos conversations avec le gouvernement et les députés, nous avons proposé à plusieurs reprises des solutions spécifiques et pratiques aux problèmes que nous avons identifiés. Nous pensons que la législation pourrait être modifiée pour soutenir le journalisme et offrir aux consommateurs un éventail de perspectives plus diversifié, présenté dans des formats innovants et accessibles, sans porter atteinte aux principes fondamentaux qui permettent à Internet de profiter aux Canadiens et aux personnes du monde entier.

Il existe également d'autres possibilités réfléchies qui, selon nous, seraient plus efficaces pour atteindre les objectifs de ce projet de loi, comme un fonds auquel Google contribuerait, mais qui serait géré indépendamment. Ce fonds serait distribué selon des critères clairs, régis par un conseil d'experts indépendant, conformément à l'approche déjà adoptée par le Canada par le biais de son crédit d'impôt pour la main-d'oeuvre journalistique.

Ce n'est pas la voie sur laquelle le projet de loi C-18 est actuellement engagé, mais il n'est pas trop tard, et nous voulons travailler avec les parlementaires canadiens pour faire en sorte que cette loi soit adéquate.

Je tiens à reconnaître que les membres de ce comité ont été surpris par nos tests de produits visant à évaluer les impacts potentiels de la loi, et nous sommes heureux d'avoir l'occasion d'aborder ces questions aujourd'hui.

Permettez-moi maintenant de donner la parole à mon collègue, M. Gingras, pour qu'il nous parle de l'approche de Google en matière d'actualités, de nos préoccupations particulières concernant le projet de loi C-18 et de notre profond engagement envers le journalisme.

• (1535)

**M. Richard Gingras (vice-président, Nouvelles, Google LLC):** Merci, monsieur Walker.

Merci, monsieur le président. Je m'appelle Richard Gingras. Je suis le vice-président de Google pour les actualités. Il y a 15 ans, j'étais éditeur de Salon.com, la première offre d'informations numériques sur le Web. J'ai donc une certaine appréciation de l'évolution des conditions du marché auxquelles sont confrontés les éditeurs.

Pendant plus d'une décennie, j'ai travaillé avec des journalistes et des éditeurs du monde entier pour faire progresser le journalisme de qualité. Nous collaborons étroitement avec la communauté journalistique. Nous avons formé un demi-million de journalistes sur des sujets allant de la sécurité des journalistes à l'élargissement de l'auditoire. Nous avons développé des outils pour aider à générer des abonnements. Nous offrons des outils gratuits pour aider les journalistes dans leur travail d'investigation. Nous avons créé des fonds pour stimuler l'innovation dans le monde entier. Récemment, nous avons annoncé un fonds pluriannuel à Taïwan appelé Digital Co-Prosperity Fund, conçu avec des parties prenantes de tous horizons, géré par des personnes de l'extérieur et avec le soutien du ministère des Affaires numériques de Taïwan.

J'ai également travaillé en étroite collaboration avec des dizaines de salles de presse et d'éditeurs à travers le Canada, y compris des éditeurs historiques de longue date et des nouveaux acteurs sur la scène numérique. Le Canada possède l'écosystème de nouvelles numériques le plus innovateur au monde, que ce soit des efforts primés du *Globe and Mail* aux entreprises en démarrage comme *Discourse Media* et *The Narwhal*, en passant par la rentabilité remarquable du réseau de sites de nouvelles locales de *Village Media* dans plus de 100 collectivités dans tout le Canada.

Nous, et bien d'autres, sommes préoccupés par l'impact du projet de loi C-18 sur l'évolution du journalisme dans la société. Si le projet de loi est implémenté tel quel, il sera plus difficile pour les journalistes et les éditeurs innovateurs et entrepreneurs sur le plan numérique d'aider les Canadiens à comprendre les enjeux importants de leurs collectivités.

Le projet de loi C-18 ferait du Canada le premier pays au monde à mettre un prix sur les liens gratuits vers des pages Web, créant un dangereux précédent qui est contraire aux intérêts à long terme des lecteurs canadiens et de la presse indépendante du Canada.

L'année dernière, nous avons envoyé plus de 3,6 milliards de visites aux éditeurs de nouvelles canadiens, contribuant ainsi à accroître leur audience et à gagner de l'argent grâce aux publicités et aux abonnements. Ce trafic de référence a été évalué à 250 millions de dollars l'an dernier seulement.

Mettre un prix sur les liens, comme le fait le projet de loi C-18, amènera naturellement toute entreprise à reconsidérer la façon dont elle les utilise. Prenez Google News, par exemple, un agrégateur spécialisé et un service de recherche que beaucoup d'entre vous connaissent. Google News a été créé pour aider les utilisateurs à découvrir plusieurs histoires provenant de diverses sources.

Veillez comprendre que Google News, comme Google Search, ne distribue pas d'articles provenant de publications d'actualités. Nous ne fournissons qu'un lien et un court extrait de texte, souvent uniquement le titre. Google News, comme Google Search, est un kiosque à journaux pour lequel les éditeurs ne paient pas, assez différent du monde de l'actualité imprimée. Nous envoyons gratuitement des millions de visiteurs sur leurs sites. Google News nous coûte des millions pour fonctionner, mais ne génère aucun revenu. Si nous devions payer les éditeurs simplement pour afficher des liens vers leurs sites, nous faisant perdre de l'argent à chaque clic, il serait raisonnable pour nous, ou pour toute entreprise, de reconsidérer pourquoi nous continuerions à le faire.

Le projet de loi C-18 subventionnerait les grands organismes et radiodiffuseurs traditionnels de manière beaucoup plus importante que les organismes plus petits, émergents et innovateurs qui fournissent des nouvelles locales de qualité aux communautés, ce qui les placerait dans une situation de désavantage comparativement aux entreprises de nouvelles traditionnelles. Cela encouragerait la création de contenu de type piège à clics plutôt qu'un journalisme local de haute qualité et obligerait probablement Google à payer les éditeurs pour du contenu non factuel ou trompeur.

Si le projet de loi C-18 est adopté dans sa forme actuelle, cela pourrait donc affecter notre capacité à fournir des produits et des services que les Canadiens utilisent et apprécient tous les jours. Pour comprendre cet impact et nos options, nous avons effectué des tests, basés sur le libellé actuel du projet de loi. Ces tests ont limité le nombre de liens vers des nouvelles pour 3,3 % des utilisateurs canadiens, sélectionnés au hasard, pendant cinq semaines.

Plusieurs d'entre vous ont des questions sur ces tests. J'espère fournir plus de clarté sur ce qu'ils impliquaient et pourquoi nous les avons exécutés. Nous sommes engagés à créer un avenir durable pour les nouvelles au Canada. Mais ce projet de loi menace de créer une situation où tout le monde est perdant. Nous voulons travailler ensemble pour nous assurer que cela n'arrive pas.

Vos questions sont les bienvenues et nous nous réjouissons de poursuivre notre engagement.

Je vous remercie de votre attention.

• (1540)

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci monsieur Walker et monsieur Gingras. Comme vous le savez, la première série de questions dure six minutes. Nous commençons par le Parti conservateur.

Madame Thomas, allez-y, s'il vous plaît.

**Mme Rachael Thomas (Lethbridge, PCC):** Merci.

Quiconque veut répondre peut le faire, sauf indication contraire de ma part.

Ma première question est de savoir si vous avez effectué un test semblable dans d'autres pays. Par exemple, avez-vous procédé à un test semblable en Australie avant l'entrée en vigueur de leur loi?

**M. Richard Gingras:** Nous avons effectué dans divers pays des tests concernant la façon dont nous pourrions aborder la réglementation dans ces pays. Comme vous le savez peut-être, nous effectuons des milliers de tests au fur et à mesure que nous faisons évoluer nos produits, que nous faisons évoluer Google Search.

**Mme Rachael Thomas:** Je suis désolée, je vais être plus précise. En Australie, avez-vous fait un test avant l'entrée en vigueur de la loi?

**M. Richard Gingras:** Nous avons fait un test de courte durée en Australie, oui.

**Mme Rachael Thomas:** Quel pourcentage d'utilisateurs a été touché?

**M. Richard Gingras:** Je ne me souviens pas. Je crois que c'était du même ordre que le test effectué ici, au Canada, mais je ne me souviens pas du nombre précis.

**Mme Rachael Thomas:** Pourriez-vous fournir cette information au Comité?

**M. Richard Gingras:** Je ne vois aucune objection.

**Mme Rachael Thomas:** Très bien, merci.

En ce qui concerne le projet de loi C-18, une fois la loi en vigueur, utiliserez-vous des algorithmes pour référencer ou promouvoir certains contenus par rapport à d'autres?

**M. Richard Gingras:** Comme vous le savez, avec Google Search et Google News, notre objectif est de fournir à nos utilisateurs des sources d'information qui font autorité et qui répondent aux questions qu'ils nous posent. En effet, dans le cadre de ce processus, nous prenons en compte de nombreux signaux afin de déterminer quelles sources nous devons fournir.

Notre objectif dans tous les cas est de fournir une gamme diversifiée de perspectives et de sources sur n'importe laquelle de ces questions, pour veiller, encore une fois, à ce que les utilisateurs canadiens, comme nos utilisateurs partout dans le monde, aient la possibilité de décider eux-mêmes des perspectives qu'ils souhaitent sur les questions en cause.

**Mme Rachael Thomas:** Merci.

Vous avez utilisé un mot clé, celui de diversité. Vous avez dit que les algorithmes sont utilisés pour s'assurer que les sources fournies sont diverses. Vous avez acquiescé d'un signe de tête en ce sens.

Avec le projet de loi C-18, vous allez devoir conclure des contrats avec diverses entreprises de presse. Si j'ai bien compris, vous avez déjà entamé ce processus en concluant de nombreux contrats. Dans le cadre de ces contrats, y a-t-il des promesses de privilégier certaines sources de nouvelles par rapport à d'autres?

• (1545)

**M. Richard Gingras:** Merci pour cette question. Encore une fois, c'est une question très importante.

Non, nous ne ferions jamais cela, pour aucune des sources avec lesquelles nous avons des relations. Nous sommes extrêmement prudents en principe et nous protégeons la façon dont nous abordons notre classement dans Google Search ou dans Google News. Cela nous empêcherait de faire ce que vous avez mentionné.

En fait, chez Google, nous avons une politique interne de résultats honnêtes qui ne permet pas, même à des personnes comme moi, d'avoir une conversation avec un éditeur sur la façon dont nous classons son contenu individuellement. Cela irait à l'encontre des principes que nous défendons et suivons chez Google Search et Google News.

**Mme Rachael Thomas:** Je vous remercie.

Ai-je donc l'assurance qu'aucun contrat actuel ou futur ne précéderait l'utilisation de préférences algorithmiques à l'avantage d'une société de nouvelles plutôt qu'une autre?

**M. Richard Gingras:** Oui, certainement. Nous souscrivons absolument à l'idée que nous ne concluons pas d'ententes contractuelles qui nous engagent à classer un certain site d'une certaine façon, à atteindre certains niveaux de trafic ou quoi que ce soit qui se rapproche de cette notion.

**Mme Rachael Thomas:** Je vous remercie.

Selon un document déposé au Parlement il y a un certain temps, le gouvernement actuel aurait fait pression à 214 reprises sur des entreprises de médias sociaux pour qu'elles retirent des contenus qu'il jugeait embarrassants ou auxquels il ne voulait pas que le public ait accès. Dans un article de la CBC, il est indiqué que Google a également reçu de nombreuses demandes de retrait de contenu de la part du gouvernement.

Google a-t-il déjà retiré du contenu à la demande du gouvernement fédéral?

**M. Kent Walker:** Je pourrais peut-être intervenir sur ce point.

Je n'ai pas les détails ici, mais nous publions un rapport de transparence tous les six mois, je crois. Il fournit une liste détaillée — ventilée par pays — des demandes de retrait que nous avons reçues de pays du monde entier. C'est la source d'information qui fait le plus autorité en la matière.

**Mme Rachael Thomas:** Je vous remercie. Je l'ai en effet. Il y est dit que le gouvernement fédéral a effectivement fait cette demande, et je me demande si vous pouvez me dire quelle est la nature de ces demandes.

**M. Kent Walker:** Je n'ai pas ce renseignement à ma disposition, mais je serais heureux d'y donner suite.

**Mme Rachael Thomas:** Pourriez-vous en faire le suivi pour le Comité?

**M. Kent Walker:** Oui, je pense que nous pouvons le faire. Il y a évidemment toute une série de demandes éventuelles. Je serais heureux d'en faire part au Comité.

**Mme Rachael Thomas:** Bien. J'aimerais beaucoup connaître le nombre de demandes au cours des huit dernières années, et j'aimerais beaucoup connaître la nature de ces demandes de la part du gouvernement fédéral.

**M. Kent Walker:** Nous verrons ce que nous pouvons faire à ce sujet.

**Mme Rachael Thomas:** Merci beaucoup, monsieur Walker.

Je suis curieuse de connaître le résultat de vos tests ici, au Canada. Quels ont été les résultats?

**M. Richard Gingras:** Comme je l'ai mentionné plus tôt, nous procédons à des milliers de tests pour continuer à faire évoluer nos produits. Souvent, ces tests nous aident à prendre en compte et à traiter les renseignements erronés ou à mieux comprendre ce que nos utilisateurs voient lorsqu'ils arrivent sur nos sites. Nous les effectuons en permanence pour améliorer ce que nous faisons.

Il est toujours important, pour ces tests, que nous appliquions une méthodologie de recherche saine — par exemple, en randomisant les échantillons de personnes qui participent aux tests. C'est ce que nous avons également fait au Canada. Nos efforts au Canada visaient à comprendre le comportement de nos utilisateurs en ce qui concerne l'inclusion de sites qui sont référencés, pour autant que nous puissions le savoir, en ce qui concerne la rédaction du projet de loi C-18. Pour des raisons de sécurité, nous ne divulguons pas les résultats de ces tests.

Je peux cependant vous dire qu'à un palier très élevé, les tests ont confirmé plusieurs choses. Tout d'abord, les requêtes d'actualités représentent un très faible pourcentage pour Google — moins de 2 %, généralement — et il n'y a pas eu d'impact sur nos utilisateurs en ce qui concerne les requêtes autres que d'actualités, qu'il s'agisse, par exemple, de renseignements provenant du monde universitaire, de renseignements provenant du gouvernement ou, d'ailleurs, de la manière de trouver un restaurant de fruits de mer dans la région.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci, madame Thomas.

Pour les députés présents dans la salle et aussi pour Mme Hepfner, je serai un peu plus indulgent sur le plan du temps aujourd'hui parce que nous disposons de deux heures.

Monsieur Gingras et monsieur Walker, je ne vais pas vous interrompre au milieu d'une phrase, mais vous savez que ce premier tour dure six minutes, alors si vous voulez bien en tenir compte. Nous avons dépassé le temps imparti, mais ce n'est pas grave.

Nous passons maintenant au Parti libéral et à M. Housefather.

• (1550)

**M. Anthony Housefather (Mont-Royal, Lib.):** Merci beaucoup.

Messieurs Walker et Gingras, merci beaucoup d'être ici aujourd'hui. Je pense que cela montre vraiment le respect de Google pour le Parlement canadien et le système canadien. Nous en prenons note et vous en sommes reconnaissants.

J'ai plusieurs séries de questions à poser aujourd'hui, et je vais préciser ce que j'espère que nous réaliserons.

Lorsque je pose une question à laquelle on peut répondre par oui ou par non, j'aimerais que la réponse soit un oui ou un non. Pour les questions ouvertes, j'aimerais que les réponses soient succinctes, car j'ai beaucoup de questions. Si vous ne connaissez pas la réponse, dites simplement que vous ne savez pas et je passerai à autre chose. Je ne suis pas là pour essayer de vous pousser à dire des choses que vous ignorez.

En vous posant des questions, monsieur Walker, je suis bien conscient de votre double rôle commercial et juridique et je ne cherche pas à obtenir des renseignements privilégiés. Je ne cherche pas à attaquer le secret professionnel. Si vous pensez que l'information que je cherche à obtenir est confidentielle, dites-le. Par ailleurs, si je pose des questions sur le droit, je sais qu'il y a beaucoup de

problèmes qui se posent dans le monde entier. Je ne suis pas qualifié en dehors de l'Amérique du Nord. Si je pose des questions sur la loi Sherman ou la loi sur la concurrence, je ne pose pas de questions sur les sources d'information étrangères et les lois étrangères.

Monsieur Walker, lors de notre dernière réunion, les témoins de Google ont reconnu que vous étiez au courant de la tenue prévue des tests dont nous parlons pour ce qui est d'empêcher certains utilisateurs canadiens de voir les nouvelles. Quel est le pourcentage approximatif de tests de Google dont vous seriez informé à l'avance?

**M. Kent Walker:** Je dirais rapidement que nous n'avons pas l'impression d'avoir empêché les utilisateurs canadiens de voir les nouvelles. Il y a beaucoup de façons différentes de voir les nouvelles, mais il y a eu moins de nouvelles paraissant sur nos services.

Je dirais que je suis principalement informé des tests qui concernent le respect des lois dans le monde entier. Il peut s'agir des sites de nouvelles en Espagne, de Street View en Allemagne, de la situation en Australie ou de cette situation. Comme M. Gingras l'a mentionné, nous effectuons des milliers de tests chaque année, il s'agit donc d'un pourcentage relativement faible.

**M. Anthony Housefather:** J'estimerai, compte tenu de votre position dans la suite C de Google, qu'il s'agit de moins de 1 % des tests de Google que quelqu'un jugerait suffisamment importants pour vous en faire part. Est-ce exact?

**M. Kent Walker:** D'après ce que je sais du nombre de tests que nous effectuons, c'est probablement exact.

**M. Anthony Housefather:** Le sujet des tests est-il jamais abordé lors des réunions de direction ou du conseil d'administration d'Alphabet ou de Google?

**M. Kent Walker:** Une fois de plus, les tests dont j'ai connaissance portent globalement sur la loi, le respect de la loi, etc., donc je ne veux pas entrer dans le détail de ces conversations, mais je dirais qu'en général, nous avons clairement indiqué que nous procédons à des tests régulièrement, ce qui est de notoriété publique, et la notion générale selon laquelle nous effectuons des tests de conformité à la loi est également largement répandue, je pense.

**M. Anthony Housefather:** Parce que la façon dont cela a été dit lors de la première réunion...

**M. Kent Walker:** Je suis désolé, monsieur; j'ai perdu le début de votre remarque.

**M. Anthony Housefather:** Je disais simplement qu'en raison de l'impression donnée lors de la dernière réunion, je tiens à préciser que ces tests avaient été considérés au plus haut niveau de Google et qu'il s'agissait de tests qui n'étaient pas des tests standard normaux. C'était quelque chose spécifiquement lié au projet de loi C-18.

La question suivante que j'ai, monsieur Walker, est celle-ci: votre équipe a-t-elle entrepris une analyse juridique pour déterminer si les tests pouvaient violer une loi canadienne? Je ne vous demande pas votre avis; je vous demande seulement si vous avez entrepris une discussion à ce sujet.

**M. Kent Walker:** Je ne connais pas la réponse à cette question. Nous avons des avocats au Canada qui sont chargés de veiller à ce que nous respections la législation canadienne, et je ne me souviens pas avoir entendu dire qu'il y avait eu violation de lois canadiennes. Au contraire, nous essayions d'interpréter cette loi canadienne potentielle pour nous assurer que nous pourrions nous y conformer et comprendre quelles en seraient les ramifications.

**M. Anthony Housefather:** Certainement.

Il y a eu, je crois, diverses remarques selon lesquelles il pourrait y avoir eu infraction à la Loi sur la concurrence et à la Loi sur la protection de la vie privée. C'est pourquoi je cherchais à savoir si votre équipe avait analysé la question.

Savez-vous si les services d'un avocat de l'extérieur ont été retenus pour examiner cette question avant que vous n'entrepreniez le test?

**M. Kent Walker:** Je ne connais pas la réponse à cette question. Je peux vous dire que nous pensons qu'il s'agit d'une pratique commerciale normale. Lorsqu'il y a un tarif ou une redevance pour un bien ou un service, les entreprises cherchent naturellement à savoir si elles doivent fournir autant de ce bien ou de ce service.

**M. Anthony Housefather:** Tout à fait.

Pourriez-vous dire au Comité si vous avez demandé cette analyse? Je veux juste un oui ou un non; vous n'avez pas besoin de me donner d'autres informations.

**M. Kent Walker:** Je comprends. Nous y donnerons suite.

**M. Anthony Housefather:** Merci beaucoup.

En ce qui concerne la première réponse que M. Gingras a donnée à ma collègue Mme Harder au sujet de sa question sur les résultats des tests, c'était ma question suivante et il y a répondu. Merci.

M. Gingras n'a pas abordé un point qui, j'imagine, a été pris en compte par Google dans le cadre de ce test: le montant des recettes que Google pourrait perdre s'il empêchait certains utilisateurs canadiens de voir certaines nouvelles.

Ma question est de savoir si l'un des éléments de ce test pour déterminer que si Google entreprenait cette mesure éventuellement... Et nous pouvons l'appeler de différentes façons, monsieur Walker; je comprends parfaitement que nous ayons des termes différents pour la désigner. L'une des choses qui vous préoccupaient dans ce test était-elle le montant des revenus que vous pourriez perdre?

• (1555)

**M. Kent Walker:** Je ne crois pas que c'était l'objectif. Je pense que c'est un point important, cependant, parce que les nouvelles ont une grande valeur sociale, mais dans de nombreux cas, elles n'ont pas une grande valeur économique.

Comme M. Gingras l'a mentionné, elles représentent peut-être moins de 2 % des requêtes. Il s'agit généralement des requêtes les moins monétisables — en d'autres termes, les requêtes les moins susceptibles d'être accompagnées d'une publicité. Si vous cherchez un appareil photo numérique, vous verrez un certain nombre d'annonces publicitaires, mais si vous cherchez à connaître la hauteur du Kilimandjaro ou ce qui se passe au Parlement canadien aujourd'hui, vous ne verrez probablement que très peu d'annonces, et très peu de gens cliqueront dessus. Ce n'est tout simplement pas un signal très fort d'intention commerciale.

Pour nous, les nouvelles n'ont jamais été une question d'ordre économique. Il s'agit plutôt de savoir comment nous pouvons fournir le meilleur éventail de nouvelles possible.

**M. Anthony Housefather:** Je comprends. Je pense qu'il s'agissait plutôt de savoir si vous perdriez des revenus auxiliaires parce que les gens quitteraient votre plateforme parce qu'ils n'auraient pas accès aux nouvelles sur la plateforme.

Ma dernière question s'adresse à M. Gingras. Je sais que je vais manquer de temps.

Je sais que Google est préoccupé par le projet de loi C-18. Si le Congrès américain adoptait un projet de loi identique au projet de loi C-18 et qu'il était signé par le président, les mesures prises par Google seraient-elles identiques à celles que vous prendriez au Canada, ou traiteriez-vous les États-Unis différemment?

**M. Richard Gingras:** C'est une question intéressante. Franchement, si les faits étaient tous les mêmes, nos considérations seraient semblables, voire identiques.

**M. Anthony Housefather:** Merci à vous deux.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Nous passons maintenant au Bloc québécois, Martin Champoux, pour six minutes.

[Français]

**M. Martin Champoux (Drummond, BQ):** Merci, monsieur le président.

Monsieur Gingras, la question de mon collègue M. Housefather ne visait pas à savoir si Google aurait les mêmes préoccupations au sujet d'une législation similaire aux États-Unis, mais plutôt si l'entreprise aurait pris les mêmes mesures que celles que Google a prises ou entend prendre au Canada. Il s'agit d'une nuance que je trouve importante.

Est-ce que vous seriez aussi téméraire dans vos interventions? Par exemple, est-ce que les tests que vous avez menés au printemps l'auraient été à n'importe quel autre moment? Je dois dire que le moment qui a été choisi était tout de même été assez étrange.

Est-ce que vous auriez adopté la même attitude et posé les mêmes gestes si une loi similaire au projet de loi C-18 avait été adoptée aux États-Unis?

[Traduction]

**M. Kent Walker:** Je m'excuse; je ne reçois pas la traduction.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Monsieur le président, pouvons-nous suspendre la séance pour permettre aux invités de se brancher correctement?

[Traduction]

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Nous allons reprendre le compte de vos six minutes. Nous attendons la traduction.

**Mme Lisa Hepfner (Hamilton Mountain, Lib.):** Monsieur le président, je n'ai pas de problème avec la traduction.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Monsieur Walker et monsieur Gingras, il pourrait y avoir un bouton au bas de votre écran. Il ressemble à un petit globe.

Monsieur Champoux, vous pourriez peut-être dire quelques mots ici.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Avec plaisir, monsieur le président.

Est-ce que tout le monde peut entendre l'interprétation, maintenant? Oui? Le problème est réglé.

[Traduction]

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** C'est notre faute. J'aurais probablement dû commencer à le faire au début de la réunion. Je m'excuse.

Allez-y, monsieur Champoux.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Merci encore, monsieur le président.

[Traduction]

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Je ne suis pas doué pour la technologie.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Monsieur Gingras, tout à l'heure, mon collègue M. Housefather vous a posé une question comportant une nuance et vous y avez répondu en la contournant assez bien. Vous avez parlé de vos préoccupations si une telle loi était adoptée par le gouvernement américain. Toutefois, la question de mon collègue visait à savoir si vous auriez mené les mêmes actions dans un tel cas.

Nous pourrions en débattre ici, mais nous avons trouvé que le moment choisi pour mener les tests réalisés auprès de 1,2 million de Canadiens au printemps, en leur bloquant l'accès au contenu de nouvelles canadiennes, était particulièrement curieux, si vous me permettez le commentaire.

La question de M. Housefather visait donc à savoir si vos actions seraient les mêmes si le gouvernement américain adoptait une telle loi et si vos intentions seraient les mêmes qu'à l'égard du projet de loi C-18. Ce n'est donc pas juste une question de préoccupations, c'est une question d'actions. Auriez-vous réalisé les mêmes tests au même moment si cela s'était passé aux États-Unis?

[Traduction]

**M. Kent Walker:** Je peux peut-être intervenir sur ce point. Il est difficile de prédire, bien sûr, mais je dirais que nous avons soulevé des préoccupations semblables au sujet des propositions aux États-Unis, comme nous l'avons fait de façon assez constante dans d'autres pays. Lorsque nous nous trouvons face à de nouveaux règlements éventuels, nous essayons d'évaluer leur incidence sur nos services. Dans le cas présent, le projet de loi fait l'objet de débats depuis un certain temps. Lorsqu'il a commencé à prendre forme et à se dessiner avec plus de précision, nous nous sommes efforcés de l'examiner et de comprendre quelles catégories de publications pourraient être touchées. C'est ce que les tests étaient censés faire ressortir.

• (1600)

[Français]

**M. Martin Champoux:** J'aimerais obtenir une réponse. Je sais que vous avez mené les tests, mais vous avez répondu à Mme Thomas tantôt que vous ne pouviez pas dévoiler les résultats de ces tests. Je suis toutefois d'avis que les Québécois et les Canadiens qui ont subi ces tests seraient en droit de savoir à quoi tout cela a servi.

Une fois que le projet de loi C-18 sera adopté, avez-vous l'intention de le respecter ou allez-vous utiliser les résultats de ces tests pour bloquer les contenus de nouvelles? Quelle est votre intention à la lumière des résultats des tests que vous venez de mener? Allez-vous bloquer les contenus?

[Traduction]

**M. Kent Walker:** Nous restons optimistes, mais le Parlement canadien a la possibilité de faire évoluer le dossier actuel du projet de loi C-18.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Monsieur Walker, supposons que le projet de loi C-18 soit adopté tel qu'il est présentement rédigé, avez-vous l'intention de continuer de vous y opposer et de tenter des manœuvres pour bloquer le contenu de nouvelles canadiennes?

[Traduction]

**M. Kent Walker:** Nous continuons à exprimer nos préoccupations, mais c'est tout à fait exact. Nous sommes d'avis qu'un meilleur modèle existe. Nous n'avons pas encore pris de décision définitive quant aux mesures que nous pourrions être amenés à prendre.

[Français]

**M. Martin Champoux:** C'est déjà une réponse plus claire que celle que nous avons obtenue jusqu'à maintenant. Je vous remercie de votre transparence.

Monsieur Gingras, vous êtes vice-président au secteur des nouvelles. Une préoccupation a été soulevée quand même assez fréquemment par Google à propos du projet de loi C-18. Cette préoccupation me fait toujours un peu sourire, car elle allègue que ce projet de loi mettrait en péril la qualité du contenu journalistique.

Vous avez déjà signé des ententes avec des entreprises de production de nouvelles, même avant que le projet de loi C-18 ne soit proposé. Quels sont vos critères d'un journalisme de qualité, chez Google? Quels sont les critères que nous avons inclus dans le projet de loi C-18 qui sont différents des vôtres? Qu'est-ce qui fait que vos critères seraient meilleurs que ceux figurant dans notre projet de loi?

[Traduction]

**M. Richard Gingras:** Dans les accords que nous avons conclus avec les éditeurs au Canada, les critères que nous avons suivis étaient très semblables aux critères utilisés au Canada pour le crédit d'impôt pour le journalisme, qui est très bien pensé. En fait, nous l'avons utilisé pour guider nos relations avec les éditeurs, non seulement au Canada, mais ailleurs. Ils ont été très bien codifiés, à notre avis.

Ce n'est pas une question de qualité, mais plutôt d'intention. Nous ne pouvons pas juger de la qualité, et nous ne jugeons pas de la qualité. Ce qui nous préoccupe dans le projet de loi C-18, comme nous l'avons exprimé, c'est que la définition d'« entreprises de nouvelles admissibles » est extrêmement large, de sorte que nous avons l'impression que le journalisme de qualité [Inaudible] qui, selon nous, est l'objectif déclaré du test ne bénéficiera pas de tous les autres types de contenu qui ne sont pas du journalisme de qualité pour les collectivités locales.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Je trouve cependant particulier que vous me disiez avoir des critères de journalisme de qualité, alors que vous vous fiez seulement à des critères qui, en fait, excluent toute adhésion à un code de déontologie.

Vous dites avoir des critères de journalisme de qualité et que le projet de loi C-18 nuira au contenu journalistique et de nouvelles de qualité. Cependant, nous avons ajouté à ce projet de loi des critères qui touchent les entreprises admissibles et selon lesquels ces dernières doivent adhérer à un code de déontologie et à un code de respect des normes journalistiques.



Je ne vois alors pas pourquoi on soulève à nouveau cette menace à la qualité du journalisme, alors qu'au contraire, le projet de loi C-18 la renforce. Vous devriez être satisfait de ça, monsieur Gingras.

[Traduction]

**M. Richard Gingras:** J'ai l'impression, à la lecture du projet de loi C-18, que l'exigence de normes d'éthique journalistique ne s'applique pas aux diverses composantes ou cohortes qui sont incluses dans les sociétés de nouvelles admissibles au Canada.

Ce n'est pas à nous, globalement, de prescrire ce qu'est cette éthique. Comme je l'ai dit, nous nous efforçons d'offrir une diversité de points de vue, de perspectives et de sources.

• (1605)

[Français]

**M. Martin Champoux:** Mon temps de parole est presque écoulé, monsieur Gingras.

Je vous inviterais simplement à bien relire le projet de loi C-18 et l'article qui traite de l'admissibilité des entreprises avec lesquelles vous pourriez avoir à signer des ententes. Il y est très clairement indiqué qu'elles doivent respecter des critères de base, soit les normes journalistiques en vigueur et reconnues de façon unanime par presque toutes les entreprises de presse au Canada, et probablement aussi aux États-Unis. J'aimerais que vous preniez connaissance de cet article. On y reviendra peut-être plus tard.

[Traduction]

**M. Richard Gingras:** Je vous remercie. C'est ce que je ferai.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci beaucoup.

Nous allons maintenant donner la parole à Peter Julian, du Nouveau Parti démocratique, pour six minutes environ.

[Français]

**M. Peter Julian (New Westminster—Burnaby, NPD):** Merci beaucoup, monsieur le président.

En examinant les témoignages entendus il y a quelques semaines, il est très clair que le Comité n'a pas obtenu les réponses souhaitées. Il y avait malheureusement un lien très évident — une similitude très claire — avec Hockey Canada au cours des premières réunions qu'on a tenues. Cependant, Hockey Canada a fini par répondre à nos questions, et on espère bien avoir des réponses aujourd'hui.

[Traduction]

Nous sommes certainement reconnaissants aux témoins de leur présence aujourd'hui. Nous espérons que nous obtiendrons des réponses que nous n'avons pas obtenues lors de la séance initiale il y a quelques semaines.

Messieurs Walker et Gingras, vous avez parlé du test australien. En réponse à une question de Mme Thomas, M. Walker a dit que le test ici était à peu près semblable à celui de l'Australie. Nous espérons que vous fournirez au Comité les détails de ce test.

J'aimerais savoir: combien d'accords commerciaux ont été signés avec Google en Australie après l'adoption de la loi dans ce pays?

**M. Richard Gingras:** En ce qui concerne la situation en Australie, nous avons des questions et des préoccupations concernant le code de négociation proposé à l'origine. Je note que ces préoccupations, du moins en partie, ont été prises en compte et codifiées dans

la loi. Toutefois, je voudrais également souligner que nous avons reçu des conseils assez judicieux...

**M. Peter Julian:** Je m'excuse, monsieur le président, auprès du témoin.

La question était, très précisément, combien de contrats ont été signés en Australie?

**M. Richard Gingras:** Nous avons signé des contrats avec, je crois, plus de 200 entreprises de nouvelles en Australie.

Je vais préciser cet aspect, parce que la première formulation de la question était combien d'accords ont été signés après l'adoption du code. La seconde formulation de la question était de savoir combien nous en avons. Je pense que certains accords ont été conclus avant le code et, bien sûr, le code n'a jamais été appliqué à Google.

Nous avons négocié en étant conscients du code, mais sans y être assujettis.

**M. Peter Julian:** Il s'agit de 200 organisations de nouvelles. Est-ce que cela inclut des collectifs comme *Country Press*?

**M. Richard Gingras:** Je crois que oui, mais encore une fois, c'était il y a longtemps. Je suis certain que *Country Press* était inclus.

**M. Peter Julian:** Nous disons en fait que le nombre de contrats serait alors bien inférieur à 200. Il peut s'agir de 200 organisations de nouvelles, mais pouvez-vous préciser au Comité le nombre de contrats signés, s'il vous plaît?

**M. Richard Gingras:** Nous pouvons certainement faire un suivi à ce sujet. Je m'excuse de ne pas avoir ce chiffre avec précision.

Vous soulignez, en fait, une chose qui est souvent difficile, soit la signature d'un contrat avec une organisation qui peut regrouper plusieurs marques ou une association qui représente plusieurs marques.

**M. Peter Julian:** Oui. Je vous remercie.

Je passe maintenant au Canada. Combien de contrats avez-vous signés au Canada jusqu'à présent?

**M. Richard Gingras:** Honnêtement, je ne me souviens pas de ce chiffre. Je crois qu'en ce qui concerne le nombre de marques, c'est plus de 100. Je ne me souviens pas, honnêtement, du nombre précis de contrats.

**M. Peter Julian:** Est-ce une chose que vous pourriez nous fournir?

**M. Richard Gingras:** Je sais que cela couvre une gamme de publications, allant des très grandes, comme le *Globe and Mail*, aux organisations de nouvelles qui couvrent Yellowknife.

**M. Peter Julian:** Ma question suivante porte sur les tests qui ont coupé l'accès à l'information. Le chiffre qui nous a été donné est de 1,2 million de Canadiens. Comment la décision interne a-t-elle été prise? Qui prend cette décision? Qui l'approuve?

• (1610)

**M. Richard Gingras:** De telles décisions concernant les tests sont généralement prises par plusieurs composantes de l'organisation...

**M. Peter Julian:** Je vous pose une question précise à ce sujet. M. Walker était au courant. Je me demande qui prend la décision et qui l'approuve au sein de l'organisation.

**M. Kent Walker:** Je peux peut-être intervenir à ce sujet, monsieur Gingras.

**M. Richard Gingras:** Je vous en prie.

**M. Kent Walker:** Comme M. Gingras commençait à le dire, je crois que les recommandations viennent des équipes de produits — les équipes de recherche, les équipes de nouvelles, etc. — et, dans le cas présent, auraient été revues par un certain nombre de membres de notre équipe de direction.

Nous sommes une entreprise relativement consensuelle, je ne peux donc pas désigner une seule personne qui a dit « oui » ou « non », mais je pense que la recommandation a probablement été acceptée et que nous l'avons mise en œuvre pendant la période de cinq semaines.

**M. Peter Julian:** En ce qui concerne la question de M. Housefather sur les conseils juridiques que vous recevez, cela serait bien sûr très utile au Comité. Cette décision a-t-elle fait l'objet d'un examen approfondi en ce qui concerne les lois canadiennes ou américaines sur la protection de la vie privée?

**M. Kent Walker:** Je pense que j'ai la même réponse que celle que j'ai donnée à M. Housefather, à savoir que nous pensons, bien sûr, que nous respectons les lois américaines et canadiennes en matière de protection de la vie privée. Je ne suis pas au courant d'un thème d'enquête distinct ici, mais honnêtement, je n'en suis pas certain.

**M. Peter Julian:** Merci.

Dans votre exposé initial, vous avez dit qu'il s'agissait d'un test « aléatoire ». De manière anecdotique, un certain nombre de journalistes ont indiqué qu'ils n'y avaient pas eu accès dans le cadre du processus d'information. Dans le ciblage, l'algorithme qui a été mis en place pour empêcher l'accès aux nouvelles — soyons francs —, les journalistes ou les organismes de nouvelles ont-ils été pris en compte dans le cadre de l'orientation générale du message que Google voulait envoyer?

**M. Richard Gingras:** Comme je l'ai indiqué à propos des détails, lorsque nous effectuons des tests, nous devons suivre une méthodologie scientifique appropriée. Il est important que ces tests soient aléatoires. Le caractère aléatoire a été déterminé par l'adresse IP, qui n'est pas liée à une personne connue de nous. Il n'y a certainement eu aucun effort pour cibler un genre de profession, de personne ou d'organisation au Canada, et je m'attendrais à ce que...

**M. Peter Julian:** Merci.

Ma prochaine question est donc...

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Résumez-la rapidement, si vous le voulez bien, monsieur Julian.

**M. Peter Julian:** Ma dernière question est la suivante: Y a-t-il eu un ciblage géographique des adresses IP?

**M. Richard Gingras:** De la même façon, c'était un échantillonnage aléatoire, de sorte que la représentation géographique serait, si les calculs fonctionnent, proportionnelle aux adresses IP ou à la population dans ces diverses régions géographiques du Canada.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci, monsieur Julian.

Il a raison en ce qui concerne les 200 organisations de nouvelles australiennes. Lorsque l'agence de presse Murdoch s'est engagée, elle a été la première à signer avec Google en Australie, et les autres ont suivi, mais nous aimerions que vous nous communiquiez le nombre exact. L'agence de presse Murdoch est assez importante, comme vous le savez, en Australie, et elle domine l'actualité dans ce pays.

Pour le deuxième tour, nous commencerons par Mme Gladu.

**Mme Marilyn Gladu (Sarnia—Lambton, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins d'être ici aujourd'hui.

À l'origine, le projet de loi C-18 était censé assurer la viabilité des médias locaux. On nous a souvent dit qu'il s'inspirait de la loi australienne, mais je crois vous avoir entendu dire dans votre témoignage que nous sommes le premier pays à fixer un prix pour les liens, ce qui veut dire que l'Australie ne l'a pas fait. Je crois que vous avez également dit que vous n'étiez pas assujettis au code australien. Est-ce exact? Pourriez-vous le confirmer?

**M. Richard Gingras:** Oui, c'est exact. Le code de négociation australien ne s'applique pas à Google. Nous n'avons pas été désignés.

Quant à votre question concernant la monétisation des liens, il est vrai que le Canada serait le premier pays à attribuer un prix aux liens. J'ajouterai que l'Union européenne a procédé à un examen approfondi et, je pense, réfléchi du droit d'auteur à l'ère numérique et a réaffirmé le droit à un moteur de recherche et d'autres droits, tels que l'utilisation d'un lien et d'un court extrait de texte.

**Mme Marilyn Gladu:** La Cour suprême du Canada a également confirmé qu'il ne devrait pas y avoir de prix pour les liens, mais je voudrais parler de la compensation qui pourrait en résulter.

Vous avez des contrats avec des particuliers, et le partage d'un lien a un coût, donc lorsque le gouvernement vous demande de retirer un message, ce que, d'après les témoignages que nous avons entendus plus tôt, il a fait, est-ce qu'il y a une compensation de quelque nature que ce soit pour qui que ce soit, à votre connaissance, dans le cadre du modèle proposé?

• (1615)

**M. Richard Gingras:** Je ne suis certainement pas au courant de quoi que ce soit de cette nature.

Je tiens à réitérer que les contrats et les relations que nous avons avec des éditeurs ne sont pas directement rattachés à des liens précis ou à une quantité de liens ou au classement de liens.

**M. Kent Walker:** J'ajouterais simplement que c'est l'une des raisons pour lesquelles nous pensons qu'un modèle de financement similaire à celui adopté à Taïwan représente une approche plus durable de l'information, parce qu'il n'incite pas à des comportements inappropriés, qu'il n'encourage pas différents sites Web à publier davantage de pièges à clics ou les sites Web extrémistes qui essaient d'être subventionnés dans ce contexte. Vous auriez un cadre dans lequel des normes journalistiques claires s'appliqueraient, comme c'est déjà le cas pour le Fonds des médias du Canada, qui favoriserait le système actuel qui, jusqu'à présent, a été bénéfique selon nous pour les Canadiens et pour les éditeurs canadiens.

**Mme Marilyn Gladu:** Juste pour confirmer, dans cet accord avec Taïwan, je pense que Google verse, quoi, 250 millions de dollars aux médias locaux pour qu'ils restent viables sans aucune ingérence gouvernementale. Est-ce exact?

**M. Richard Gingras:** Non, ce chiffre pour Taïwan n'est pas exact. Les 250 millions de dollars auxquels vous faites référence correspondent à l'estimation que de tierces parties ont faite de la valeur globale de notre offre de 3,6 milliards de liens, ou de visites devrais-je dire, pour les éditeurs au Canada, et non à la taille du fonds pour Taïwan.

**Mme Marilyn Gladu:** Je vous remercie.

Parlons un peu de l'essai qui a été effectué. Le directeur parlementaire du budget a fait des projections dans l'éventualité où le projet de loi C-18 serait adopté et il a déclaré que 75 % des recettes iraient probablement à la CBC, à Rogers et à Bell Media puisqu'ils sont les plus grands fournisseurs de contenu d'information. Avez-vous obtenu un résultat similaire dans votre test?

**M. Richard Gingras:** Nous n'avons pas analysé les résultats sous ce rapport, alors je ne peux pas vraiment me prononcer dans un sens ou dans l'autre. Je dirais qu'il n'est pas étonnant de constater que les éditeurs qui produisent le plus de contenu verront probablement plus de trafic vers ce contenu.

En ce qui concerne l'information chez Google, que ce soit dans le cadre d'une recherche ou sur Google Actualités, nous nous efforçons de présenter des sources de résultats qui se rapportent à des sujets d'actualité, alors que selon notre analyse, en vertu du projet de loi C-18, les liens et la taille de la catégorie des entreprises d'information admissibles signifieraient que la compensation irait à un contenu qui va bien au-delà de ce que nous appellerions des sujets d'actualité ou de la couverture d'événements en cours.

**Mme Marilyn Gladu:** Il ne me reste plus beaucoup de temps.

J'ai une dernière question qui concerne une préoccupation que ma chambre de commerce a soulevée. Ses membres étaient très inquiets de voir que nous demandions à consulter des documents internes d'entreprises privées qui réfléchissent à la manière de réagir au projet de loi du gouvernement. Avez-vous des inquiétudes à ce sujet?

**M. Kent Walker:** Nous y avons beaucoup réfléchi. C'est l'une des raisons pour lesquelles nous essayons de nous conformer à la demande de production d'information du Comité, mais nous reconnaissons également l'importance de maintenir des conversations démocratiques avec différentes parties prenantes tout en respectant les privilèges et en protégeant les secrets commerciaux et d'autres formes de confidentialité. Je crois que la Chambre de commerce du Canada et d'autres intervenants ont soulevé ces préoccupations. À notre connaissance, c'est plutôt inédit, mais nous nous efforçons de bonne foi de nous conformer au mieux de nos capacités.

**Mme Marilyn Gladu:** Je vous remercie.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci, madame Gladu. Vous êtes parfaitement dans les temps, en fait.

Le deuxième tour sera d'environ cinq minutes, et nous allons céder la parole à Mme Hefner.

Allez-y, madame Hefner, je vous en prie.

**Mme Lisa Hefner:** Merci, monsieur le président.

Je tiens à remercier moi aussi nos témoins de leur présence et de leur compréhension de l'importance de venir s'adresser aux parlementaires canadiens.

Tout d'abord, mes questions s'adressent à vous, monsieur Walker, si vous voulez bien y répondre.

Nous avons déjà effleuré ce sujet aujourd'hui en ce qui concerne les tests que Google a menés au Canada. Une question clé à laquelle je ne suis pas certaine que nous ayons obtenu une réponse est de savoir si Google fournit des données sur des utilisateurs individuels pour empêcher des utilisateurs d'accéder à des sources d'information. Je suppose que la question est de savoir si la vie privée

des utilisateurs a été violée d'une manière ou d'une autre lorsque vous avez effectué ces tests.

● (1620)

**M. Kent Walker:** Je ne pense pas que ce soit le cas. Hormis l'utilisation d'un groupe d'adresses IP sélectionnées au hasard, que certaines autorités de protection considéreraient comme des renseignements personnels identifiables, je ne pense pas que d'autres formes de données sur les utilisateurs aient été utilisées ici.

**Mme Lisa Hefner:** D'accord. Très bien. Merci, monsieur Walker.

Nous avons beaucoup entendu parler de liens aujourd'hui. Vous ou un représentant de Google avez dit que ces tests ont été conçus explicitement pour évaluer les effets potentiels du projet de loi C-18 sur la façon dont les nouvelles sont liées à Recherche Google et à Google Discovery. Nous l'avons entendu à plusieurs reprises aujourd'hui. Nous l'avons entendu dans le témoignage précédent de Mme Geremia lorsqu'elle a comparu devant nous le mois dernier.

Veillez nous dire comment ces tests pourraient être concluants puisque Google délaisse les liens traditionnels dans son moteur de recherche pour se tourner vers des fonctions d'intelligence artificielle. C'est ce que votre PDG a dit dans une entrevue accordée au *Wall Street Journal* le 6 avril.

Allez-y, monsieur Walker.

**M. Kent Walker:** Je dirais que M. Gingras est absolument l'expert en la matière. Je serais heureux de tenter de vous donner une réponse générale, mais si vous voulez des détails, c'est lui qui fera autorité. Cela dit, je vais répondre de mon mieux à votre question.

De façon générale, je ne pense pas que nous délaissions les liens sur le Web. Au contraire, nous pensons que les liens vers le contenu d'éditeurs restent un élément très important pour répondre aux questions de chacun de différentes façons. Il est également vrai que nous cherchons différents moyens de compléter cette expérience grâce à certains des nouveaux outils d'IA générateurs sur lesquels nous travaillons depuis un certain temps et que d'autres ont mis sur le marché, mais la proposition de liens demeure une partie importante d'une recherche sur Google, et je m'attends à ce qu'il en soit ainsi dans un avenir prévisible.

**Mme Lisa Hefner:** Veuillez nous en dire plus à ce sujet, monsieur Walker. À quoi ressemble l'avenir? Donnez-nous une idée de l'IA et de l'effet qu'elle aura sur la manière dont nous effectuons nos recherches sur Google.

**M. Kent Walker:** Nous sommes très enthousiastes quant au potentiel de l'IA, mais nous n'avons pas encore arrêté notre choix sur une application précise. Nous essayons d'exploiter l'extraordinaire créativité des modèles d'IA générateurs qui vous permettent de créer un poème ou ce que vous voulez — de répondre à un courriel ou quoi que ce soit d'autre — et, dans certains cas, de résumer ou de distiller du contenu qui se trouve sur le Web, les gens tirant profit de la possibilité de consulter directement une variété de contenus.

Vous avez peut-être entendu parler de la notion d'hallucinations d'IA. Dans certains cas, ces modèles générateurs d'IA prédisent le ou les prochains mots les plus probables, mais cela ne signifie pas forcément qu'ils sont fondés sur un contenu factuel sous-jacent, de sorte qu'une combinaison de ces deux outils s'avère vraiment très importante. L'une des choses que nous cherchons à faire est de comprendre comment ancrer au mieux les modèles de manière à exploiter leurs pouvoirs de créativité et de synthèse tout en s'appuyant sur des faits à propos du monde.

**Mme Lisa Hefner:** Je vous remercie. C'est très intéressant de l'entendre de votre bouche.

Nous avons entendu aussi cet après-midi que le projet de loi C-18 peut contribuer à la diffusion de désinformation et de propagande au Canada. Cependant, de mon point de vue d'ancienne journaliste, je dirais que pendant le test, c'est exactement ce que Google a fait en réaction à notre projet de loi.

Lorsque Google a effectué des tests similaires en Australie, elle a bloqué l'accès à des sources d'actualités factuelles et a plutôt promu des sources de qualité douteuse connues pour diffuser de la désinformation et des théories du complot. Veuillez nous confirmer si Google a favorisé ce type de sources dans ses tests au Canada.

**M. Kent Walker:** Comme M. Gingras l'a dit, nous nous efforçons de faire tout le contraire. Nous voulons que Google soit connu comme une source d'information de grande qualité, dans la mesure du possible. Voilà pourquoi, lorsque nous effectuons ce type de tests — et, je le répète, nous effectuons des millions de tests par an — nous cherchons sans cesse la valeur pour les utilisateurs en réponse à toute une série de requêtes.

Notre préoccupation concernant le projet de loi C-18, et la raison d'être du test, est qu'il pourrait bien encourager davantage de sites Web d'information de piètre qualité qui essaient de...

• (1625)

**Mme Lisa Hefner:** Merci, monsieur. Je pense que mon temps de parole est écoulé.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Il est écoulé. Merci beaucoup.

Merci, monsieur Walker.

C'est au tour du Bloc. Je cède la parole à M. Champoux pour deux minutes et demie.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Merci, monsieur le président. Comme j'ai seulement deux minutes et demie et que l'interprétation prend quelques secondes, je compte sur votre largesse et votre générosité.

Monsieur Walker ou monsieur Gingras, ma question s'adresse à l'un ou l'autre de vous deux.

Vous avez peut-être vu dans l'actualité cette semaine un sujet qui a retenu pas mal l'attention ici. Je parle de l'étiquette anglaise « *government-funded media* » que Twitter a accolée à la CBC, qui est la télévision publique au Canada, l'associant ainsi à mots couverts à des médias de propagande comme ceux qu'on retrouve en Corée du Nord, en Chine, en Russie et *tutti quanti*. Qu'en avez-vous pensé?

[Traduction]

**M. Richard Gingras:** Nous pensons qu'il est important d'offrir à nos utilisateurs la possibilité de trouver des renseignements contextuels sur les sources qu'ils pourraient trouver dans Recherche

Google, par exemple. Cependant, nous ne les étiquetons pas ainsi. Ce que vous verriez si vous utilisiez Recherche Google, c'est un petit menu à trois points à côté de chaque résultat. De là, vous pouvez obtenir plus d'information sur un résultat donné afin de faire votre propre évaluation...

[Français]

**M. Martin Champoux:** Monsieur Gingras, j'ai très peu de temps. Comme je vous le disais...

[Traduction]

**M. Richard Gingras:** Je dois ajouter brièvement, simplement pour préciser, que je crois que sur YouTube, nous pouvons qualifier la CBC de média financé par l'État. Cependant, je n'en suis pas sûr. Vous pouvez vérifier sur YouTube.

[Français]

**M. Martin Champoux:** J'y ai fait référence pour dire que l'intention un peu malveillante derrière cette étiquette était quand même de comparer la CBC indirectement à des médias de propagande de pays totalitaires.

Ce que je veux dire par là, c'est que Google, qui appartient à Alphabet, est une entreprise publique. Serait-il possible qu'un jour, un individu comme Elon Musk ou un autre ayant un peu moins de rigueur quant à la qualité de ce qu'on publie ou partage sur les plateformes se retrouve actionnaire contrôlant d'une entreprise comme la vôtre?

[Traduction]

**M. Kent Walker:** Dès le début, nous avons eu un énoncé de mission axé sur l'organisation du monde de l'information pour le rendre universellement accessible et utile. C'est un principe fondamental de l'entreprise. Lorsque nous fournissons des renseignements sur des sources individuelles, nous essayons de le faire de la manière la plus honnête et rigoureuse possible.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Je comprends très bien et vous en sais gré. Par contre, aucune entreprise n'est à l'abri de quelqu'un qui arriverait avec une vision complètement différente. C'est pour cela qu'il est important d'avoir une loi. Dans le projet de loi que nous sommes en train de débattre et de discuter, il y a des critères que nous considérons comme fondamentaux pour notre journalisme.

Quand vous proposez un fonds et d'autres méthodes, cela enlève la possibilité qu'ici, au Canada et au Québec, on garde des critères fondamentaux pour nous en matière de journalisme. Je pense que le projet de loi C-18 est bon et important, même si vous n'approuvez pas la façon dont il est libellé et la méthode que nous entendons utiliser. C'est quand même à nous de voir comment nous décidons de gérer ce genre de contenu d'information.

Mon temps doit être écoulé, mais nous aurons le temps d'y revenir tantôt, monsieur Walker, car je pense que vous vouliez répondre.

[Traduction]

**M. Kent Walker:** Je dirais brièvement que nous sommes d'accord avec ce sentiment et que nous convenons que le Fonds des médias du Canada adopte précisément le bon ensemble de critères. Nous favorisons l'utilisation de ces critères comme point de référence pour toute répartition des fonds.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci, monsieur Walker.

Nous cédon maintenant la parole à M. Julian, du Nouveau Parti démocratique, pour deux minutes et demie.

**M. Peter Julian:** Merci infiniment, monsieur le président.

J'aimerais rappeler que c'est bien là le problème. Nous avons vu Twitter foncer essentiellement vers l'abîme, avec un milliardaire qui n'a aucun respect pour la diversité des opinions, qui fait la promotion de théories du complot d'extrême droite et qui a transformé Twitter, qui était une institution forte, littéralement un forum public pour tant de gens dans le monde, en une poubelle de théories du complot, de haine et de propagande d'extrême droite.

C'est ce qui nous préoccupe et c'est pourquoi, en tant que législateurs, nous devons instaurer des règles que les entreprises doivent respecter, peu importe qui les possède et les dirige.

Sur ce, je vais passer à mes questions.

Pour poursuivre sur les tests et l'effet qu'ils ont eu sur les Canadiens, pouvez-vous confirmer que 1,2 million de Canadiens ont été touchés?

**M. Richard Gingras:** Je ne peux pas confirmer le chiffre exact. Comme nous l'avons dit, nous tenons compte des adresses IP. Il s'agit d'environ 3,3 % des adresses IP. Ces adresses peuvent correspondre à un ordinateur utilisé par plusieurs personnes, et j'éviterais donc d'associer littéralement une adresse IP à un nombre donné de personnes. Cependant, je pense qu'il est juste de dire que c'est à peu près l'ordre de grandeur.

• (1630)

**M. Peter Julian:** Combien d'adresses IP ont été touchées?

**M. Richard Gingras:** Il y a eu 3,3 % des adresses IP...

**M. Peter Julian:** Je demande un chiffre.

**M. Richard Gingras:** Je pense que l'approximation de 1,1 million est probablement juste.

**M. Peter Julian:** Je vous remercie.

Quel type de matrice démographique ou d'autres matrices ont été utilisées pour ce test? La sélection a été faite au hasard. Vous dites que les journalistes n'étaient pas ciblés. Il n'y a pas eu de ciblage géographique. Quels autres critères ont été pris en compte dans ce test précis?

**M. Richard Gingras:** Il n'y a pas eu d'autres critères.

**M. Peter Julian:** Pas de critère géométrique...

**M. Richard Gingras:** Il s'agissait simplement d'adresses IP choisies au hasard.

**M. Peter Julian:** Il n'y avait pas de critère géométrique. Sur la base du test fait au hasard, vous sauriez combien d'adresses IP ont été touchées, par exemple, en Colombie-Britannique ou en Ontario.

**M. Richard Gingras:** Encore une fois, je dirais que sur la base de la méthodologie aléatoire et des principes statistiques, la population de la Colombie-Britannique serait proportionnellement représentée dans le test en fonction de sa population, par rapport à la population globale d'environ 37 millions de Canadiens.

**M. Peter Julian:** Fournissez-nous cette information. Parmi les adresses IP, combien ont été touchées dans chaque province, et combien dans les territoires?

**M. Richard Gingras:** Nous pouvons certainement vérifier si nous pouvons vous fournir plus d'information à ce sujet.

Je ne sais pas avec quelle précision nous pourrions le faire, parce que cela comprend aussi les appareils mobiles et les gens qui se déplacent.

**M. Peter Julian:** Je pense qu'il nous serait utile de le savoir. Si vous pouviez nous fournir cette information, du mieux que vous pouvez, nous en serions reconnaissants.

**M. Richard Gingras:** Avec plaisir.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci, monsieur Julian.

C'est maintenant le tour de M. Shields, du Parti conservateur. Monsieur Shields, vous disposez de cinq minutes.

Allez-y, monsieur.

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

Je remercie les témoins de leur présence.

Tout d'abord, comme j'ai eu l'occasion d'aborder cette question à plusieurs reprises au fil des ans avec le ministère du Patrimoine, comprenez-vous à quel point il est important que vous soyez ici? Dans le passé, lorsque d'autres représentants ont comparu devant nous alors que nous vous avions invités, cela donnait le ton et pouvait être pour nous une très grande source de frustration et de colère. Comprenez-vous la différence entre le fait de déléguer des personnes que nous n'avions pas invitées et votre présence? Comprenez-vous que cela crée un contexte différent?

**M. Kent Walker:** Nous comprenons votre point de vue, monsieur. C'est la raison pour laquelle nous sommes venus de notre plein gré aujourd'hui. Nous sommes traditionnellement tournés vers nos directeurs régionaux et vers les personnes locales qui connaissent le mieux les enjeux pour répondre aux différentes questions, mais dans la situation actuelle, nous avons estimé qu'il était pertinent que nous comparaissons de notre plein gré aujourd'hui.

**M. Martin Shields:** Je vous suis très reconnaissant que vous le fassiez de votre plein gré, car il s'agit d'un enjeu important dans notre pays. Lorsque nous n'accueillons pas les représentants importants qui, selon nous, possèdent les réponses que nous aimerions entendre, cela crée un sentiment d'animosité. C'est de cela qu'il s'agit. C'est ce que vous avez créé en faisant ce choix. Le comprenez-vous?

**M. Kent Walker:** Bien sûr, nous ne souhaitons pas créer de l'animosité. C'est tout le contraire. Nous espérons travailler de manière constructive avec le Parlement pour trouver une meilleure solution à un ensemble de préoccupations communes.

**M. Martin Shields:** Je vous remercie. J'apprécie l'effort que vous avez fait pour être ici et pour répondre ainsi.

Vous avez mentionné deux ou trois choses. Vous avez parlé de la création d'un fonds. Différents chiffres ont été avancés. Nous avons entendu le chiffre que vous avez peut-être consenti à Taïwan. Nous savons que le Royaume-Uni cherche à établir un chiffre, il cherche à obtenir de l'argent. Lorsque vous parlez d'un fonds, de quel chiffre parlez-vous pour le Canada?

**M. Richard Gingras:** Tout d'abord, en ce qui concerne un fonds, nous pensons que cela présente de nombreux avantages notables. Je tiens à préciser...

**M. Martin Shields:** Je connais ces avantages, monsieur, mais je cherche un chiffre. Vous ne voulez peut-être pas négocier avec moi, mais vous avez évoqué cette possibilité. Vous avez évoqué le fonds, et vous l'avez mentionné à plusieurs reprises. Mettez le chiffre sur la table.

**M. Richard Gingras:** Il ne nous appartient pas de fixer un chiffre, et aucun chiffre n'a été fixé pour le projet de loi C-18. J'espère et je pense qu'il s'agira d'un chiffre compatible avec nos intérêts commerciaux et qu'il nous permettra de continuer à bien gérer notre entreprise.

**M. Martin Shields:** Je suis d'accord. Bien sûr, vous n'allez pas nous donner des centaines de milliards de dollars et je le comprends. Cependant, vous faites référence au fonds à répétition. Pour que vos propos soient valables, il faut qu'il y ait un chiffre. Nous entendons qu'il s'agit de 300 millions de dollars. Nous entendons qu'il s'agit de 75 % selon ce que vous avez déjà négocié.

Je représente 13 hebdomadaires dans ma circonscription. Monsieur, pour être franc, je ne pense pas qu'ils obtiendront deux sous de ce fonds. Vous pouvez dire tout ce que vous voulez. Je rencontre les propriétaires-éditeurs de ces journaux. Ils savent quel sera le résultat, à moins qu'il n'y ait beaucoup plus d'argent que ce qui a déjà été négocié.

• (1635)

**M. Kent Walker:** Je pourrais peut-être tenter une réponse.

Je pense que notre approche serait cohérente avec ce que nous avons fait en Europe et dans d'autres pays, à savoir conclure des accords qui tiennent compte des avantages que les journaux et les éditeurs tirent du trafic de Google, mais qui reconnaissent aussi leurs contributions. Au Canada, nous ne cherchons pas à faire quelque chose de radicalement différent de ce que nous avons fait dans d'autres pays. Bien au contraire, nous voulons essayer de trouver une solution viable pour tout le monde.

**M. Martin Shields:** Avez-vous déjà négocié des fonds pour les médias dans ce pays?

**M. Richard Gingras:** Je...

**M. Martin Shields:** Avez-vous négocié? Avez-vous déjà conclu des ententes?

**M. Richard Gingras:** Nous avons pris des dispositions avec des éditeurs canadiens dans le cadre d'un programme appelé Showcase. Donc, oui, la réponse est que nous avons conclu de telles ententes.

**M. Martin Shields:** Vous devez donc avoir un chiffre total que vous utiliseriez pour le fonds que vous négociez. Pourriez-vous me donner un chiffre, quel serait votre maximum pour négocier l'ensemble des accords?

**M. Richard Gingras:** Comme M. Walker l'a dit, je pense qu'il serait important de tenir compte de la valeur totale de ce que nous avons déjà...

**M. Martin Shields:** Je vous remercie. Si vous ne voulez pas me donner le chiffre, c'est bon.

Pourriez-vous préciser dans votre analyse — car je sais que vous faites beaucoup d'analyses — combien de liens vers des actualités proviennent d'hebdomadaires de ce pays?

**M. Richard Gingras:** Je ne connais pas la réponse pour l'instant.

**M. Martin Shields:** Pourriez-vous la trouver?

**M. Richard Gingras:** Vous parlez de liens tirés d'hebdomadaires en ligne? Je suppose que c'est théoriquement possible, mais ce se-

rait assez difficile, je pense. Si nous prenons seulement les sites, nous ne savons pas très bien quelle est leur fréquence de publication. Nous pouvons noter cette demande en vue de faire des vérifications.

**M. Martin Shields:** Je vous en serais reconnaissant, car il s'agit d'un élément essentiel pour les hebdomadaires. Comme je l'ai dit, je n'ai pas de quotidien dans ma circonscription. J'ai 13 hebdomadaires. Ils jouent un rôle essentiel dans mes collectivités.

**M. Richard Gingras:** Je pense que nous serions en mesure de donner une meilleure idée du contexte local par rapport au contexte national, par exemple, mais nous ferons de notre mieux pour vous répondre.

**M. Martin Shields:** Je vous remercie.

Le *Globe and Mail* a publié cette semaine un article qui disait que Google apporte des changements radicaux pour rester au sommet. Connaissez-vous cet article?

**M. Richard Gingras:** Je ne le connais pas.

**M. Martin Shields:** Lorsqu'il a été publié pour la première fois, on pouvait le trouver en utilisant Google, mais quelques heures plus tard, il avait disparu. Savez-vous combien de temps il faut pour trouver cet article depuis? Vous l'avez enterré.

**M. Richard Gingras:** Je suis désolé, monsieur. Je ne suis pas au courant, mais nous n'enterrons certainement pas d'articles.

**M. Martin Shields:** C'est ce que vous avez fait avec celui-là. Il a disparu. Essayez de le trouver maintenant. Il était sur votre site et quelques heures plus tard, il avait disparu. C'est l'article dont le titre anglais est: « Google devises radical changes to stay on top ». Il n'appuyait pas ce que vous faites et il a disparu de votre site.

**M. Richard Gingras:** En ce qui concerne la question, je serais heureux d'entendre d'autres détails, mais je peux vous assurer que ce n'est pas une pratique à laquelle nous ne nous livrerions jamais, jamais. Nous n'avons jamais fait une telle chose. C'est tout à fait contraire à nos principes.

**M. Martin Shields:** Vous l'avez fait.

**M. Kent Walker:** Je peux vous garantir que si vous tapez « Google » dans Google, vous trouverez plusieurs articles critiques, plusieurs articles favorables, etc., mais le fait qu'un article donné ou qu'un éditeur adopte ou non une position favorable ou défavorable envers Google ne sera pas pris en compte dans notre...

**M. Martin Shields:** C'était un article du *Globe and Mail* et il a disparu de vos résultats de recherche Google en quelques heures. Il est difficile à trouver.

**M. Kent Walker:** Nous ne voulons pas vous contredire. Il se peut très bien qu'il y ait eu des changements dans le codage ou l'extraction du site Web. Plusieurs éléments techniques ont pu se produire. Nous serions heureux d'assurer le suivi avec votre bureau.

**M. Martin Shields:** J'espère que vous le ferez, parce que ce que vous avez fait de cet article m'effraie.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci, monsieur Shields.

Cela faisait partie de ma question, car j'ai vu l'article dans le *Globe and Mail* de lundi, mais je n'ai pas pu le télécharger. La Bibliothèque du Parlement ne pouvait pas me fournir l'article parce qu'un de vos concurrents volait les moteurs de recherche de Google. Au début, votre site l'affichait en tête, puis nous ne pouvions plus le trouver, et nous avons dû aller chez le concurrent pour le trouver. C'est ce qui nous préoccupe.

Merci, monsieur Shields, d'avoir soulevé cette question.

Il a raison. Lorsque nous sommes allés sur Google pour trouver l'article, il n'y était pas. Nous l'avons trouvé sur le site du concurrent, et vous l'avez enterré très loin dans la liste. En fait, il n'est jamais apparu sur Google. Nous pouvons vous fournir l'article, monsieur Walker, et il devrait vous intéresser.

Nous cédon la parole à M. Bittle pour cinq minutes.

• (1640)

**M. Chris Bittle (St. Catharines, Lib.):** Merci infiniment, monsieur le président.

Il est décevant d'entendre les mêmes points que la dernière fois. Nous avons entendu dire que vous avez donné 250 millions de dollars d'exposition gratuite aux médias canadiens et que vous êtes comme un kiosque à journaux, mais vous avez omis de dire que votre kiosque à journaux est un monopole et a la mainmise sur les revenus numériques. Cependant, nous laisserons ce sujet de côté.

Monsieur Walker, avez-vous déjà entendu parler du terme « astroturfing »?

**M. Kent Walker:** Oui.

Pour réagir à la première partie de votre question, nous croyons évidemment...

**M. Chris Bittle:** Non, non. Ma question était de savoir si vous connaissiez le terme « astroturfing ». Vous avez dit que oui.

**M. Kent Walker:** Oui.

**M. Chris Bittle:** Dans une réponse précédente, vous avez parlé d'une approche « cohérente avec ce que nous avons fait en Europe » à propos d'autre chose. Cependant, nous avons vu Google et d'autres plateformes s'engager dans des pratiques de lobbying douteuses ici au Canada et à l'étranger.

Un document confidentiel de votre entreprise intitulé « DSA 60-day plan update » exposait la stratégie de Google pour affaiblir le soutien aux projets de loi visant à réglementer les grandes sociétés de technologie dans l'Union européenne. Pour vous rafraîchir la mémoire, je crois que votre PDG a présenté ses excuses aux commissaires européens pour une partie de son contenu.

Le document montre que Google prévoyait d'accroître la pression sur certains fonctionnaires européens, d'éroder l'appui au sein de la Commission européenne, d'utiliser des « alliés universitaires » pour « soulever des questions sur les nouvelles règles » et de tenter d'alimenter un conflit commercial entre les États-Unis et l'Europe.

Monsieur Walker, s'agit-il de pratiques habituelles de Google lorsqu'elle traite avec les gouvernements à propos de la réglementation des technologies?

**M. Kent Walker:** Nous avons pour pratique de plaider pour des règlements sur l'accès à l'information et la technologie qui bénéficieront à de grands groupes d'utilisateurs, d'éditeurs et d'annonceurs et à mener des négociations constructives avec les responsables de la réglementation, comme nous l'avons fait par rapport à la législation sur les services numériques.

Cette législation a soulevé de profondes questions sociales et démocratiques sur l'accès à l'information et la responsabilité sociale. Ce ne sont pas des questions faciles, et nous voulons nous y attaquer et mettre à profit toute notre expérience et notre connaissance de ce qui a fonctionné ou non.

**M. Chris Bittle:** Si j'ai bien compris, vous et M. Gingras étiez au Canada pour faire du lobbying auprès de parlementaires il y a quelques mois. Est-ce exact?

**M. Kent Walker:** Oui. Je ne crois pas que nous étions ici en même temps, mais au cours des derniers mois, je crois que nous sommes tous deux venus à Ottawa.

**M. Chris Bittle:** J'ai fait une recherche dans le registre des lobbyistes, sans passer par votre site. L'un ou l'autre d'entre vous est-il inscrit comme lobbyiste au Canada?

**M. Kent Walker:** Je ne crois pas l'être.

Il faudrait que M. Gingras réponde pour lui-même.

**M. Richard Gingras:** Je ne crois pas l'être non plus.

**M. Chris Bittle:** Très bien.

Pour en revenir aux pratiques de lobbying, en juillet dernier, les législateurs de l'UE ont déposé des plaintes contre Google et des groupes commerciaux pour lobbying occulte en ce qui concerne les lois européennes en matière de technologie. Selon la plainte, les géants de la technologie comme Google utilisaient des organisations de façade pour défendre leurs intérêts sans les divulguer clairement. Un rapport montre que 73 organisations et groupes commerciaux européens qui ont fait du lobbying à propos de la législation européenne en matière de technologie étaient liés aux géants de la technologie, Google finançant 36 d'entre eux. Certaines organisations sont citées dans la plainte de l'Union européenne pour lobbying trompeur.

Nous savons qu'au moins un groupe faisait de l'astroturfing au Canada, par exemple en recevant de l'argent de l'une de vos filiales.

Pouvez-vous me fournir une liste des noms des entités et des personnes que vous payez actuellement, directement ou en nature, pour militer contre la législation canadienne?

**M. Kent Walker:** Je tiens à prendre du recul pour répondre à cette question. Plusieurs intervenants ont laissé entendre dans leurs questions que, d'une quelconque façon, nous ne respectons pas pleinement les lois canadiennes ou européennes en matière de lobbying. Je pense que nous les respectons.

**M. Chris Bittle:** C'est ce que j'essaie de déterminer. Nous savons déjà qu'une personne et une entité se livrent à cette pratique. Pouvez-vous me fournir une liste des autres personnes?

**M. Kent Walker:** Nous finançons différents groupes et organisations au Canada, en Amérique du Nord, en Europe, et ailleurs, et nos différents sites Web fournissent des renseignements sur les groupes avec lesquels nous travaillons.

**M. Chris Bittle:** Monsieur Walker, il s'agit d'un cas précis. Nous connaissons au moins une personne et une organisation à qui vous avez fourni... pour mener une campagne d'astroturfing. Nous en avons discuté et vous connaissez ce terme. Nous connaissons déjà l'existence d'une personne. Pouvez-vous me fournir une liste des autres personnes et organisations auxquelles vous avez fourni des fonds pour qu'elles mènent ensuite des activités de lobbying contre le gouvernement fédéral?

Cela me préoccupe en ce qui concerne la loi sur le lobbying et notre cadre législatif en matière de lobbying. Il semble que vous l'avez fait dans d'autres pays. J'aimerais avoir une liste des personnes et des organisations avec lesquelles vous avez fait la même chose au Canada.

• (1645)

**M. Kent Walker:** Je pense que ce que vous laissez entendre par « la même chose » est une prémisse erronée. Vous laissez entendre qu'il s'agit de campagnes d'astroturfing. Ce n'est pas le cas. Il s'agit d'efforts visant à permettre à différentes parties prenantes, qui entretenaient leurs propres préoccupations au sujet du projet de loi, de s'asseoir à la table, de s'exprimer dans le cadre d'un débat parlementaire et...

**M. Chris Bittle:** Monsieur Walker, si ces personnes ne s'enregistrent pas auprès du commissaire au lobbying et si elles reçoivent de l'argent de votre organisation, cela soulève de sérieuses préoccupations. Elles ne nous fournissent pas cette information. Elles ne la fournissent pas non plus aux responsables de la réglementation.

Je pense qu'il est juste que notre comité obtienne une liste. Si vous ne voulez pas faire preuve d'ouverture et de transparence à propos de vos pratiques de lobbying... Je pense que c'est juste et raisonnable. J'ai posé la question et j'attends que vous fournissiez cette information.

**M. Kent Walker:** Je pense que nous sommes ouverts et transparents en ce qui concerne nos pratiques de lobbying, et...

**M. Chris Bittle:** Alors pourquoi dissimulez-vous cette information? Vous ne répondez pas à ma question.

**M. Kent Walker:** Je pourrais peut-être terminer ma phrase et revenir ensuite à votre question.

Par exemple, en ce qui concerne l'inscription des lobbyistes, je crois comprendre que les lois canadiennes, comme les lois de la plupart des démocraties...

**M. Chris Bittle:** Monsieur Walker, pouvez-vous nous fournir cette information, oui ou non?

**M. Kent Walker:** Une liste de...? Je ne sais pas très bien, monsieur, où vous voulez en venir avec votre question.

**M. Chris Bittle:** À qui versez-vous de l'argent pour défendre les intérêts de votre entreprise?

**M. Kent Walker:** Bien des éléments entrent en jeu ici. Dans de nombreux cas, l'appui que nous donnons à différents groupes vise à les aider à défendre leurs propres intérêts plutôt que ceux de Google...

**M. Chris Bittle:** Est-ce dans leur intérêt ou dans le vôtre, monsieur Walker? Pourquoi les paieriez-vous si ce n'est pas dans votre intérêt?

**M. Kent Walker:** Dans bien des cas, nous avons des créateurs sur YouTube, par exemple, ou de petits éditeurs qui ne sont pas d'accord avec le projet de loi C-18 parce qu'ils ne pensent pas qu'il leur serait bénéfique...

**M. Chris Bittle:** Pourquoi devriez-vous les payer si c'est dans leur propre intérêt? Pourquoi les payez-vous pour qu'ils exercent des pressions en ce sens? Ce n'est pas logique.

Monsieur Walker, pouvez-vous fournir cette liste au Comité?

**M. Kent Walker:** Votre façon de dire que nous les payons pour faire du lobbying est une mauvaise interprétation de ce qui s'est réellement passé. Nous avons fourni un financement de départ pour...

**M. Chris Bittle:** Il revient au commissaire au lobbying de le terminer... Pouvez-vous nous fournir cette liste?

**M. Kent Walker:** Nous sommes heureux de faire un suivi en ce qui concerne la nature des activités de lobbying que nous avons

menées et le travail que nous avons fait avec nos groupes. En réalité, cela fait partie de ce qui est couvert par la question...

**M. Chris Bittle:** Nous avons des lois en matière de lobbying. Fournissez-nous la liste, monsieur Walker. Je ne sais pas pourquoi Google veut se cacher derrière d'autres qui font son travail pour elle et qui se livrent à des pratiques d'astroturfing.

**M. Kent Walker:** Nous ne faisons pas d'astroturfing et nous ne nous cachons pas, et nous nous conformons aux règles du Canada en matière de lobbying. Je crois que le commissaire au lobbying a en fait statué...

**M. Chris Bittle:** Un député vous a demandé cette liste, sous serment. Veuillez fournir cette liste, monsieur Walker.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Nous allons poursuivre, si vous le voulez bien. J'ai été très indulgent jusqu'ici.

Nous allons commencer le troisième tour avec le Parti conservateur.

Vous avez la parole, madame Gladu.

**Mme Marilyn Gladu:** Merci, monsieur le président.

Je suis un peu préoccupée par le ton employé de l'autre côté, comme s'il s'agissait d'une sorte de chasse.

Permettez-moi de parler de pratiques commerciales. J'ai travaillé dans des entreprises à but lucratif pendant 32 ans. Il me semble logique que si le gouvernement en place décide qu'il faut payer chaque fois qu'un lien d'information est partagé, la réaction logique d'une entreprise à but lucratif pourrait être de dire: « Eh bien, s'il en est ainsi, nous n'autoriserons pas les gens à partager ». Êtes-vous d'accord qu'il s'agit d'une décision commerciale logique?

**M. Richard Gingras:** [*Inaudible*]

**Mme Marilyn Gladu:** Oui, je vois des hochements de tête.

Je m'intéresse donc à certaines des ententes dont vous avez parlé et qui ont été conclues dans d'autres pays et à d'autres approches qui, selon vous, seraient plus compatibles avec l'objectif du projet de loi C-18, qui est d'essayer d'assurer la viabilité des médias d'information locaux.

**M. Richard Gingras:** Je tiens à préciser deux ou trois choses. Tout d'abord, nous sommes tout à fait favorables à l'idée d'apporter une aide supplémentaire à l'industrie de l'information au Canada. Nous ne souhaitons pas non plus limiter le type de liens que nous proposons vers les différentes sources de l'écosystème de l'information au Canada.

Comme nous l'avons dit, nous pensons qu'il existe de meilleures solutions, des solutions plus constructives. Nous pensons qu'une approche consistant à établir un fonds serait plus judicieuse. Ce faisant, d'ailleurs, je ne propose pas que nous établissions les critères. Nous ne devrions pas le faire. Je ne propose pas que nous devrions régir les critères. Nous ne devrions pas le faire. Je n'ai jamais été à l'aise avec l'idée que Google soit en position de financer directement des organes de presse. En fait, l'une de mes préoccupations est que je ne vois pas très bien pourquoi un gouvernement voudrait qu'une entité privée soit chargée de nouer des relations pour financer une partie importante de l'écosystème de l'information.



Nous pensons qu'il existe de meilleures approches — non seulement pour la santé de l'écosystème et pour stimuler l'innovation dont nous avons désespérément besoin, compte tenu de l'ampleur des changements dans notre monde, mais aussi pour le faire d'une manière appropriée à l'expression du journalisme dans une société ouverte. Nous serions ravis d'approfondir cette question.

Je le répète, nous pensons qu'il existe simplement des approches plus constructives pour réaliser l'objectif énoncé du projet de loi C-18.

• (1650)

**Mme Marilyn Gladu:** Vous avez parlé de l'approche avec Taïwan. Y a-t-il un autre exemple? J'aimerais savoir ce qui s'est passé en Europe en ce qui concerne les relations que vous y avez nouées.

**M. Richard Gingras:** Il y a plusieurs composantes en Europe. Encore une fois, ces composantes sont évidemment déterminées par le gouvernement. Comme vous le savez, l'Europe a procédé à une réévaluation complète du droit d'auteur qui a réaffirmé notre capacité à utiliser un lien et un court extrait. Nous avons conclu des accords pour favoriser l'utilisation d'autres contenus au-delà de courts extraits, parce que la loi ne précisait pas vraiment ce qui constitue un court extrait. Nous avons noué des relations directes avec des éditeurs dans de nombreux pays d'Europe, conformément aux directives ou aux demandes des gouvernements, et c'est ce que nous avons fait.

**Mme Marilyn Gladu:** S'agit-il du même type de relations que celles que vous avez déjà nouées avec des organes de presse canadiens?

**M. Richard Gingras:** Oui, elles sont assez similaires.

En fait, nous essayons autant que possible de mettre en oeuvre ces accords selon les mêmes critères communs. Il est important pour nous de le faire — et je le répète, ce n'est pas nécessairement l'approche que nous privilégions — de manière juste et équitable.

Malheureusement, lorsqu'une entreprise privée est en position de le faire, cela a tendance à alimenter les soupçons, ce qui n'est pas utile. Voilà pourquoi nous pensons qu'une approche ouverte serait plus constructive et utile.

**M. Kent Walker:** Si vous me permettez d'ajouter quelque chose brièvement, des pays européens ont adopté des approches similaires au crédit d'impôt pour le journalisme du Canada ou au Fonds du Canada pour les périodiques, qui établissent des critères pour les organisations journalistiques qui ont été des points de référence utiles lorsque nous avons conclu ces accords et que nous avons aidé à financer le journalisme.

**Mme Marilyn Gladu:** Très bien.

Vous avez dit tout à l'heure que la définition des « entreprises de nouvelles actualités admissibles » du projet de loi C-18 était trop large. Y a-t-il un autre pays qui a une définition qui, selon vous, est plus précise et étroite?

**M. Richard Gingras:** Je ne pense pas avoir un bon exemple.

La définition de l'Australie était certainement plus étroite que celle du Canada, je crois.

Il est intéressant de souligner que lors de mes premières réunions avec le ministère du Patrimoine, il y a près de deux ans, j'avais fait remarquer que, selon mon évaluation — et, je le répète, mon évaluation ne couvre peut-être pas le monde entier, mais cela fait partie de mon travail — j'étais particulièrement impressionné par les cri-

tères établis pour le crédit d'impôt pour le journalisme, qui mettent l'accent sur les organisations qui cherchent à fournir une couverture journalistique complète à l'échelle locale.

Selon nous, il s'agit d'une approche solide et nous avons essayé de l'imiter à bien des égards.

**Mme Marilyn Gladu:** J'en viens à ma dernière question.

Vous avez beaucoup d'expérience, monsieur Gingras, dans le domaine de l'information et vous travaillez dans ce secteur depuis des années.

À quoi vous attendez-vous si le projet de loi C-18 est mis en oeuvre dans sa forme actuelle? Selon vous, quel sera l'impact sur les médias locaux au Canada?

**M. Richard Gingras:** Merci de soulever cette question.

Comme je l'ai mentionné, nos motifs de préoccupation sont nombreux.

Tout d'abord, nous estimons qu'une partie démesurée des fonds serait affectée d'une manière qui irait à l'encontre de l'objectif de soutien au journalisme de qualité au bénéfice des communautés locales.

Je suis également préoccupé... J'ai parlé de l'émergence au Canada du meilleur écosystème d'acteurs novateurs sur la scène numérique que j'ai vu dans le monde. Je parle en connaissance de cause puisque je travaille partout dans le monde. Cet écosystème est formidable. L'examen de ces questions, à mon avis, devrait comporter une réflexion sur les moyens de stimuler l'innovation. Comme je l'ai dit, le monde a changé. Nous devons regarder vers l'avenir et non vers le passé.

Comment les journalistes peuvent-ils adapter leurs modèles pour regagner la confiance des citoyens et les convaincre de leur pertinence dans les sociétés ouvertes du monde entier? À nos yeux, c'est essentiel.

Au Canada, des gens parlent de Village Media et d'autres initiatives semblables. Ils sont passionnés. C'est l'avenir de l'information au Canada. Je trouve inquiétant de savoir qu'ils ne se sentent pas entendus dans ce débat. C'est dommage parce que ce sont eux qui mènent la charge avec un enthousiasme incroyable et extrêmement inspirant. Il serait très important et très constructif de les aider par tous les moyens à aller de l'avant.

• (1655)

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Je dois vous interrompre, monsieur Gingras.

Nous passons au Parti libéral. Monsieur Housefather, vous avez cinq minutes.

**M. Anthony Housefather:** Merci beaucoup, monsieur le président.

Je reviens à vous. J'ai interrogé Bard concernant les questions que je devrais vous poser, mais celles qu'il m'a proposées n'étaient pas vraiment intéressantes. Je vais devoir apporter quelques correctifs à mes tests, et je vais ensuite poser des questions au sujet de la loi Sherman.

Ma première question portera sur un aspect dont nous n'avons pas encore parlé. Est-ce que les éditeurs canadiens avec lesquels vous avez déjà conclu des contrats de licence ont été exclus de ce test? Vous n'avez pas bloqué ces médias d'information, n'est-ce pas?

**M. Richard Gingras:** Là encore, comme je l'ai mentionné, les tests ont été conçus de manière à émuler aussi précisément que possible le libellé du projet de loi actuel, qui dans certains cas pourrait être plus précis. En revanche, l'émulation du libellé concernant l'admissibilité...

**M. Anthony Housefather:** Ma question est simple. C'est oui ou c'est non.

**M. Richard Gingras:** Est-ce qu'ils ont été exclus? Non.

**M. Anthony Housefather:** Excellent.

C'est ce que tout le monde veut savoir. Vous avez effectué ces tests en Espagne, et en Australie également. Ils ont été rendus publics. Tout le monde se demande si vous aviez l'intention de les rendre publics. Comme tout le monde savait qu'il y aurait des fuites et que l'affaire sortirait au grand jour, n'avez-vous pas utilisé ces tests pour intimider les parlementaires durant l'étude du projet de loi C-18, qui est actuellement à l'étude au Sénat?

Pouvez-vous me confirmer que ce n'était pas votre intention?

**M. Richard Gingras:** Ce n'était pas notre intention.

J'aimerais souligner plusieurs choses.

Premièrement...

**M. Anthony Housefather:** Vous n'avez pas à souligner plusieurs choses. Je vous ai simplement demandé si c'était votre intention, oui ou non.

Vous me confirmez que ce n'était pas votre intention. En fait, ce serait vraiment intéressant pour nous d'avoir les courriels échangés à ce moment qui nous prouveront que ce n'était pas l'intention de Google quand le Comité recevra ce qu'il a demandé. M. Walker, si j'ai bien entendu, a affirmé que nous les recevrons bientôt.

Avec le recul, feriez-vous certaines choses autrement? Maintenant que vous savez où tout cela nous a menés, regrettez-vous au moins un peu d'avoir agi comme vous l'avez fait, ou pensez-vous que vous auriez pu procéder autrement pour ne pas froisser autant les Canadiens?

**M. Richard Gingras:** Je ne regrette aucune de nos actions. J'ai un sens aigu de mes responsabilités à l'égard de notre travail. Si je repense à mon propre travail au cours des deux dernières années, je dirais simplement que j'aurais pu faire mieux pour convaincre les principales parties intéressées au sein du gouvernement et du Parlement qu'il existe une meilleure façon d'aborder le problème.

**M. Kent Walker:** Au fil de nos discussions, nous avons parlé de notre intention d'évaluer diverses conséquences du projet de loi. Je comprends les préoccupations concernant la nature des tests mais, dans un sens, nous voulons agir à la fois comme une entreprise responsable et contribuer de manière responsable à la société, et des signaux d'alarme...

**M. Anthony Housefather:** Je comprends. J'ai très peu de temps et j'ai une question que je tiens à vous poser. Est-ce que Google structure différemment ses activités liées aux serveurs de publicité comme DoubleClick pour les éditeurs, les plateformes d'échanges publicitaires comme AdEx ou les réseaux de publicité pour les annonceurs comme Google Ads selon qu'elles visent le Canada ou les États-Unis?

**M. Kent Walker:** Je ne crois pas. M. Gingras en connaît certainement plus que moi sur ce sujet.

**M. Richard Gingras:** Je ne crois pas non plus. En fait, je peux vous dire que nous sommes aussi très prudents...

**M. Anthony Housefather:** C'est ce que je voulais savoir. C'est pour cette raison que j'ai posé cette question, et c'est aussi ce que je pense.

Par ailleurs, et corrigez-moi si je me trompe, votre part de marché est sensiblement la même au Canada et aux États-Unis pour chacun de ces produits. Est-ce exact?

**M. Richard Gingras:** De quels produits parlez-vous?

**M. Anthony Housefather:** Pour un produit comme DoubleClick, par exemple, le nombre d'éditeurs qui l'utilisent...

**M. Richard Gingras:** Je pense que c'est le cas, mais je tiens à redire que ce n'est pas...

**M. Anthony Housefather:** Je sais que ce n'est pas votre domaine, mais selon ce que j'ai pu voir, c'est sensiblement équivalent.

Comme vous le savez, le département de la Justice américain a intenté une poursuite dans huit États, dont la Californie, où votre société est basée, relativement à sa position dominante dans le domaine des technologies publicitaires. Je voulais vous donner l'occasion de réagir à une des allégations du département de la Justice dans sa poursuite. Voici un extrait de la plainte:

Google, une société unique aux prises avec des conflits d'intérêts généralisés, contrôle actuellement 1) les technologies utilisées par la quasi-totalité des principaux éditeurs de sites Web pour l'offre d'espaces publicitaires de vente; 2) les outils de pointe utilisés par les annonceurs pour acheter ces espaces publicitaires; 3) la plus importante plateforme d'échanges publicitaires qui apparie les éditeurs et les annonceurs chaque fois qu'un espace publicitaire est vendu. L'omnipotence de Google à l'intérieur de l'industrie des technologies publicitaires a été mise en doute par ses propres dirigeants du secteur de la publicité numérique, y compris un qui a soulevé la question judiciaire de savoir si le véritable problème ne venait pas du fait que la société possède la plateforme, les produits échangés et un immense réseau. C'est comme si la Bourse de New York appartenait à Goldman Sachs ou à Citibank.

J'aimerais vous donner l'occasion de réagir à cette poursuite dans un cadre non juridique... Je ne vous demande pas de nous donner vos conclusions juridiques, mais simplement de nous expliquer pourquoi vous n'êtes pas d'accord, le cas échéant, avec le département de la Justice.

• (1700)

**M. Kent Walker:** Volontiers. De façon générale, et bien que ce ne soit pas directement lié à la poursuite... Pour les raisons que vous avez données, c'est quelque chose qui a vraiment permis aux éditeurs du monde entier de monétiser plus efficacement leur contenu numérique. Les services que nous leur offrons leur permettent de conserver la majeure partie des revenus de publicité. La proportion des revenus qui reviennent aux principaux éditeurs peut aller jusqu'à 95 %.

Comme nos services sont intégrés — soit dit en passant, la majorité des autres réseaux de publicité sont intégrés —, ils offrent un degré d'efficacité qui permet d'apparier les internautes, les annonces et les éditeurs selon leur pertinence, ce qui accroît la part de marché et génère plus de revenus et de revenus de publicité pour les éditeurs qui font le saut vers le numérique.

**M. Anthony Housefather:** Merci.

En fait, selon la poursuite, vous retenez 30 ¢ par dollar. On vous reproche également vos pratiques anticoncurrentielles, un sujet auquel j'aimerais revenir si j'en ai l'occasion. Monsieur Walker, je vous remercie de votre franchise dans toutes vos réponses.

**M. Kent Walker:** J'aimerais ajouter rapidement que des allégations semblables de la part de procureurs généraux de différents États ont été rejetées dans le cadre de poursuites parallèles. Nous attendons donc de voir ce qui ressortira de cette poursuite.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Nous passons maintenant au Bloc québécois. Monsieur Champoux, vous disposez de deux minutes et demie.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Merci, monsieur le président.

Monsieur Walker, pensez-vous que Google a une certaine responsabilité dans les pertes majeures de revenus publicitaires que subissent les médias traditionnels depuis une dizaine d'années?

[Traduction]

**M. Kent Walker:** C'est clair que l'évolution d'Internet a changé la nature du secteur de l'information en marchandisant les nouvelles et en facilitant leur accès.

[Français]

**M. Martin Champoux:** Je vais prendre votre réponse pour un oui.

Au Québec, les médias traditionnels ont perdu 850 millions de dollars de revenus publicitaires entre 2012 et 2020. Je n'ai même pas fait l'effort de faire le calcul jusqu'en 2023, mais vous pourriez faire une règle de trois et vous obtiendrez probablement les chiffres. On parle de 850 millions de dollars de moins en revenus publicitaires pour les médias traditionnels, mais les annonceurs ont pourtant investi 150 millions de dollars de plus en publicité dans la même période. De toute évidence, les médias numériques ont retiré la plus grande part de cette somme.

Tantôt, vous avez parlé de 3,6 milliards de renvois à des contenus de nouvelles et vous avez estimé que cela représentait environ 250 millions de dollars pour les médias. D'un autre côté, vous dites que le contenu de nouvelles ne vaut rien pour vous, que c'est une infirme partie de vos revenus et une infirme partie des clics sur votre plateforme. Si cela ne vaut rien pour Google, mais que c'est aussi payant et que cela vaut autant pour les médias d'information, pourquoi est-ce un problème?

[Traduction]

**M. Richard Gingras:** Si vous me le permettez, j'aimerais parler...

[Français]

**M. Martin Champoux:** Je vous écoute.

[Traduction]

**M. Richard Gingras:** J'aimerais dire un mot à propos du bouleversement du modèle de l'industrie de la presse. Internet a tout changé, c'est clair. Il y a 30 ans, les sources principales de publicité pour les entreprises de nouvelles pouvaient être divisées en quatre grandes catégories qui généraient les trois quarts de leurs revenus. La première catégorie était celle des petites annonces, aujourd'hui publiées en ligne, comme vous le savez certainement, et pas par Google. La catégorie suivante était celle des grands magasins, qui sont devenus l'ombre d'eux-mêmes depuis l'avènement du commerce électronique. Ensuite venaient les coupons de réduction pour la nourriture, qui ont été remplacés par les programmes de fidélisation des supermarchés. La quatrième catégorie était celle des concessionnaires d'automobiles, qui eux aussi se sont tournés vers Internet. Malheureusement, force est d'admettre qu'Internet a boule-

versé le modèle d'affaires, mais il a aussi ouvert des possibilités infinies aux petites entreprises. Sur Google, plus de la moitié des annonceurs sont de petites entreprises qui ont dorénavant les moyens de faire de la publicité dans leurs marchés...

[Français]

**M. Martin Champoux:** Vous venez de répondre à ma question, monsieur Gingras.

Avant, ces petits commerces investissaient dans les hebdomadaires locaux, les radios locales ou les chaînes de télévision de leur région. Maintenant, ils ne le font plus, parce que le coût est trop élevé comparativement aux prix offerts par Google et par les autres plateformes.

C'est correct. C'est la loi du marché, mais les entreprises comme la vôtre ont quand même une responsabilité. C'est pour cette raison que je vous demandais, tout à l'heure, si vous pensiez que Google a une responsabilité dans tout cela et que je vous demandais aussi pourquoi, si cela ne vaut rien pour vous, mais que cela vaut tant pour les médias, c'est un si grand effort de votre part de simplement signer des ententes pour vous assurer que le journalisme demeure bien vivant.

Vous avez raison en disant que l'industrie de la nouvelle et les médias d'information peuvent se réinventer, mais Google, en particulier, joue un rôle majeur là-dedans. Il est devenu un incontournable dans le partage de l'information. Je comprends difficilement pourquoi vous résistez à participer à ce changement et à vous assurer que ceux qui produisent l'information restent en santé.

[Traduction]

**M. Kent Walker:** Je tiens à préciser que nous ne résistons pas. Notre position est qu'un fonds administré par le gouvernement serait plus efficace qu'une formule de liens payants, qui selon nous entraînerait une série de conséquences négatives, même si elles sont involontaires.

La proposition générale comme quoi la publicité numérique est plus efficace pour les commerçants est indéniable. Il y a de cela plusieurs années, le propriétaire d'un grand magasin aux États-Unis affirmait que la moitié de l'argent qu'il investissait dans la publicité ne servait à rien, mais qu'il ne savait de quelle moitié il s'agissait au juste.

La publicité numérique règle ce problème, mais la répartition de l'argent n'est pas la même que dans les publications traditionnelles. Nous devons tous collaborer avec les gouvernements pour trouver des solutions.

• (1705)

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci, monsieur Walker, et merci, monsieur Champoux.

Nous passons à M. Julian, du NPD. Vous avez la parole pour deux minutes et demie.

**M. Peter Julian:** Merci beaucoup, monsieur le président.

Messieurs Walker et Gingras, je reviens au commentaire de M. Bittle concernant le financement que Google verse à des organismes de lobbying et de pression au Canada. Je réitère la demande que M. Bittle a faite à Google concernant la communication de cette information.

J'aimerais aussi connaître le montant total des dépenses annuelles de Google en lien avec ses relations avec les gouvernements et ses activités de lobbying.

Pourriez-vous fournir cette information au Comité, s'il vous plaît?

Mes questions porteront sur les médias d'information autochtones. Combien de contrats ont été signés à ce jour avec des médias d'information autochtones en Australie et au Canada?

**M. Kent Walker:** Je vais tout d'abord donner suite au préambule de votre question, et M. Gingras pourra répondre à votre question sur les médias autochtones.

Je dois préciser que nous ne versons pas d'argent pour des activités de désinformation populaire planifiée. Nous ne versons pas d'argent à des créateurs pour qu'ils fassent du lobbying en notre nom sur YouTube. Nous faisons des efforts pour favoriser un discours public riche autour de ces questions importantes pour la démocratie.

**M. Peter Julian:** Monsieur Walker, je n'ai pas beaucoup de temps. Nous voulons des chiffres. C'est ce que nous vous demandons, et je crois que c'est une demande raisonnable. Je vais éviter d'utiliser l'expression « désinformation populaire planifiée », mais Google finance des organismes de pression. Pouvez-vous nous transmettre les chiffres concernant ce financement et vos dépenses totales en lien avec vos relations avec les gouvernements et les activités de lobbying?

Je reviens à vous, monsieur Gingras. Combien de médias d'information autochtones ont signé des contrats avec Google?

**M. Richard Gingras:** Ce que je peux vous dire, c'est que nous déployons des efforts... Comme je l'ai expliqué, nous utilisons divers moyens, qui je l'espère seront fructueux, pour aider les communautés partout au Canada, comme nous l'avons fait dans une certaine mesure aujourd'hui...

**M. Peter Julian:** Est-ce que je dois comprendre qu'il n'y a pas de financement réservé aux médias d'information autochtones?

**M. Richard Gingras:** Ce n'est pas ce que j'ai dit. Ce que je veux dire, c'est que je ne sais pas à qui appartiennent ou à quel public s'adressent les médias avec lesquels nous avons des liens.

**M. Peter Julian:** J'aimerais revenir au test parce que le Comité a apporté des améliorations importantes au projet de loi C-18. Après la publication du rapport du directeur parlementaire du budget au début de l'automne, nous avons élargi l'accès pour les radiodiffuseurs et les petits services de nouvelles communautaires, et pour les médias d'information autochtones.

Quand vous avez exécuté votre simulation, avez-vous constaté un impact? Avez-vous pris en compte les amendements liés aux petits médias d'information et aux radiodiffuseurs communautaires, ainsi qu'aux médias d'information autochtones quand vous avez effectué le test?

**M. Richard Gingras:** Si notre évaluation a été réalisée à partir du libellé exact des dispositions du projet de loi C-18 relativement aux entreprises de nouvelles admissibles, ma réponse serait oui. Cela dit, certains organismes de ces catégories ne sont pas en ligne et n'ont donc pas été touchés.

**M. Peter Julian:** Comme vous n'êtes pas absolument certain, c'est quelque chose que vous devrez clarifier.

Je sais que le président me fait des signes, mais je vais quand même y aller d'une dernière remarque. Vous avez mentionné que vous continuez d'explorer différentes possibilités, y compris l'exécution d'un test semblable concernant la réaction des entreprises à l'adoption du projet de loi C-18.

Ne craignez-vous pas que les Canadiens se sentent encore menacés quand ils apprendront qu'une société aussi puissante et aussi lucrative que la vôtre continue de soupeser les réponses possibles et qu'elle n'a pas encore écarté la possibilité de procéder à un test de blocage de service?

Ne voyez-vous pas que c'est quelque chose que beaucoup de Canadiens percevront comme une menace de la part d'une multinationale extrêmement lucrative?

**M. Richard Gingras:** J'ose espérer que les citoyens canadiens comprendront que les préoccupations que nous avons exprimées découlent de notre grande détermination à agir de manière responsable en collaborant avec les principales parties intéressées, le gouvernement et le Parlement pour trouver l'approche la plus constructive possible de soutien à l'innovation et à la viabilité du journalisme dans toutes les communautés canadiennes.

• (1710)

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Monsieur Walker, vous vouliez ajouter quelque chose.

Je vous accorde 30 secondes.

**M. Kent Walker:** La réponse de M. Gingras était assez complète, mais j'ajouterai que de manière générale, nous nous efforçons de contribuer de façon constructive au journalisme canadien. Il peut y avoir des désaccords au sujet des moyens à prendre et des possibles conséquences involontaires, mais pas au sujet des objectifs.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Merci.

Nous passons maintenant à des segments de cinq minutes. M. Shields va partager son temps de parole.

Monsieur Shields, vous avez cinq minutes.

**M. Martin Shields:** Merci, monsieur le président.

Je remercie de nouveau les témoins de participer à notre réunion.

Si vous pouviez chiffrer la valeur du fonds, ce débat serait certainement plus intéressant puisque nous aurions une meilleure idée de l'importance de cette somme, des différentes considérations à envisager... Mais bon, vous avez décidé de ne pas nous donner ce chiffre.

Ce que je voudrais vous demander, et je sais que vous avez cette information, c'est combien d'argent le gouvernement fédéral a dépensé pour faire de la publicité sur votre plateforme de 2015 à aujourd'hui? Pourriez-vous nous donner ce chiffre? Je sais que vous ne l'avez pas sous les yeux, mais serait-il possible pour vous de nous transmettre le montant dépensé par le gouvernement fédéral pour faire de la publicité sur votre plateforme?

**M. Kent Walker:** Je vais faire une recherche. La seule contrainte que je peux voir pourrait venir des règles sur la divulgation de la Securities and Exchange Commission des États-Unis. De manière générale, nous ne faisons pas souvent de ventilation des sources de revenus par organisme, mais il se peut que l'information soit accessible au public par l'entremise d'une demande en vertu de la Loi sur l'accès à l'information et d'autres instruments canadiens équivalents. Nous allons voir ce que nous pouvons faire.

**M. Martin Shields:** Merci.

Le Royaume-Uni, l'Union européenne, Taïwan, les États-Unis et le Canada ont eu des discussions et des négociations avec Google sur ces questions. Ce sont ceux qui ont été mentionnés aujourd'hui.

Est-ce que vous traitez avec d'autres pays sur ces questions?

**M. Richard Gingras:** Je ne peux pas vous donner le nombre exact de pays, mais il y en a plus que ceux qui ont été mentionnés aujourd'hui. C'est une partie importante de mon travail.

Nous travaillons avec les écosystèmes et avec des décideurs politiques de différents pays dans toutes les régions du monde, et nous allons poursuivre cette collaboration.

**M. Martin Shields:** Pouvez-vous nous dire quels pays exactement sont en pourparlers avec vous au sujet de cette politique? Avant d'adopter une politique, ce serait bien de connaître les politiques des autres pays avec lesquels vous négociez.

Est-ce possible? Oui? Très bien. Merci.

**Mme Marilyn Gladu:** D'accord. Je vais donner un coup de pouce à mon collègue.

J'ai eu une discussion avec un journaliste d'un média local qui a participé à un congrès. Il m'a téléphoné et m'a indiqué que l'an dernier, le gouvernement fédéral a dépensé 1,7 million de dollars en publicité sur Google, et seulement 140 000 \$ dans les médias locaux. À son avis, si le gouvernement veut vraiment les aider, il devrait faire plus de publicité dans les médias locaux.

J'ai une question qui fera suite à une de vos déclarations. Vous avez dit qu'au moment où le test a été exécuté, les contenus de nouvelles représentaient moins de 2 % du volume total de l'information partagée sur Google.

Faut-il en déduire que 98 % des contenus consultés par les Canadiens ont été exclus du test?

**M. Richard Gingras:** Je précise que je faisais allusion aux 2 % de demandes de recherche. Mais pour répondre à votre question, je peux vous dire que de façon générale, 98 % des demandes de recherche des Canadiens, qui comme je l'ai dit vont des données universitaires et gouvernementales aux renseignements sur les restaurants et ainsi de suite, sont restées possibles. Nous n'avons vu aucun changement...

**Mme Marilyn Gladu:** Monsieur Walker, j'aimerais vous interroger au sujet du rapport sur la transparence. Pouvez-vous m'expliquer le but des différentes catégories de suivi?

**M. Kent Walker:** Le but est de mieux informer le public quant à la nature des demandes du gouvernement relatives à des renseignements personnels et à la suppression de contenu. À notre avis, c'est important au vu du processus démocratique que le public soit informé des demandes de suppression, dans les limites de la légalité.

Pour certains motifs d'ordre criminel ou de sécurité nationale, il peut être légitime de ne pas publier cette information, mais si le public a un droit légitime d'y avoir accès, nous tenons à faire de notre mieux pour garantir cet accès.

**Mme Marilyn Gladu:** Comment le Canada se compare-t-il au reste du monde pour ce qui est de la fréquence des demandes de suppression de contenu provenant du gouvernement?

**M. Kent Walker:** Bien honnêtement, je n'ai pas examiné cette question, mais vous allez trouver dans le rapport des informations qui peuvent être ventilées facilement à des fins de comparaison.

**Mme Marilyn Gladu:** Excellent.

Madame Thomas, voulez-vous ajouter quelque chose en conclusion?

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** D'accord. Pas d'autres questions de ce côté-ci.

Nous allons donner une minute ou deux de plus au Parti libéral.

Madame Hepfner, vous avez la parole pour cinq minutes et plus.

● (1715)

**Mme Lisa Hepfner:** Merci, monsieur le président. J'accepte volontiers ces cinq minutes et plus.

Je voudrais revenir à ce que vous avez dit tout à l'heure concernant l'accès difficile à un certain article de journal. Je tiens à préciser que lorsque Google recourt à des tactiques comme le blocage de l'accès des Canadiens à des sources de nouvelles et d'information, elle n'offre pas un service fiable aux consommateurs. J'imagine qu'il ne faut pas se surprendre que des sociétés comme Samsung songent à délaissier Google comme moteur de recherche par défaut sur ses téléphones.

Je tenais à souligner cela avant de revenir à mes questions sur l'intelligence artificielle, qui peut et qui va probablement bouleverser entièrement les recherches par liens. Certains de vos concurrents ont déjà pris cette avenue. Ils ont intégré l'intelligence artificielle à leurs moteurs de recherche. Dans certains cas, les outils liés aux modèles linguistiques capturent des données et du contenu à partir de verrous d'accès payant.

C'est ce qu'a affirmé votre chef de la direction. C'est ce à quoi il semblait faire allusion quand le *Wall Street Journal* lui a demandé si les recherches par liens seraient le principal moyen pour accéder à de l'information dans Internet à l'avenir. Il a répondu que l'expérience évoluerait considérablement dans la prochaine décennie.

Monsieur Walker, pouvez-vous nous dire si vous allez suivre les traces de certains de vos concurrents et éliminer complètement les liens?

**M. Kent Walker:** Je ne crois pas que nous envisageons d'éliminer complètement les liens. Je l'ai dit dans la discussion précédente sur ce sujet, nous considérons que les liens directs au contenu d'un éditeur constituent une partie importante de l'écosystème. Ils constituent un élément complémentaire parce que, là encore, ces modèles génératifs sont très créatifs, très intéressants et très utiles de multiples façons, mais leur fiabilité n'est pas assurée dans tous les cas...

C'est un problème de recherche non résolu...

**Mme Lisa Hepfner:** C'est un point intéressant. Merci.

Nous savons que les liens sont un moyen parmi d'autres pour accéder aux nouvelles. Si Google opère un virage vers l'intelligence artificielle, pouvez-vous nous expliquer comment les utilisateurs accéderont aux nouvelles?

**M. Kent Walker:** Tout va très vite, il est donc difficile d'avoir une perspective claire et à long terme. Pour ce qui est de l'avenir proche, je pense que nous allons maintenir un amalgame d'expériences traditionnelles fondées sur les liens directs aux éditeurs et aux annonceurs, qui sera complété par certains des nouveaux outils d'intelligence artificielle que vous connaissez. Nous allons réfléchir à de nouvelles façons d'acheminer le trafic vers les diverses sources originales, entre autres.

Par exemple, si vous faites une recherche sur les divertissements offerts à Ottawa le jour, vous pourriez obtenir une liste de sujets générée par l'intelligence artificielle, mais chacun pourrait comprendre un lien vers un lieu pour acheter des billets, réserver une visite, acheter des billets d'entrée à un musée et ce genre de choses.

Le modèle évolue, c'est clair. Où cela nous mènera-t-il? Cela reste à voir, autant pour nous que pour le reste de l'industrie.

**Mme Lisa Hefpner:** C'est intéressant. Est-ce que les contenus de nouvelles sont utilisés pour le développement et la formation de Bard?

**M. Kent Walker:** La plupart des modèles linguistiques importants sont formés à partir du Web ouvert. C'est le cas des modèles des chercheurs canadiens de l'Université de Toronto et de certains concurrents commerciaux, et d'autres modèles universitaires qui existent actuellement. Il est difficile de savoir au juste ce qui a été inclus ou non, mais la formation est très large.

**Mme Lisa Hefpner:** Je suppose que le modèle Bard peut utiliser des contenus de nouvelles sans indication de sources et qu'il réussit à rédiger des articles convaincants, mais dont l'exactitude est difficile à jauger.

**M. Kent Walker:** Comme je l'ai dit, nous poursuivons nos recherches dans les domaines de la science et du génie pour améliorer l'exactitude et la fiabilité des résultats. Le plus étonnant est que le contenu n'est pas utilisé directement pour fournir un résultat à l'utilisateur. Le contenu est utilisé pour pondérer des milliards, et dans certains cas des milliers de milliards de paramètres et estimer plus précisément les mots qui devraient suivre dans une réponse.

**Mme Lisa Hefpner:** Je ne suis pas certaine de bien comprendre.

Pouvez-vous me dire si Bard pourrait remplacer les journalistes, disons?

**M. Richard Gingras:** Je serais heureux de...

**Mme Lisa Hefpner:** Désolée, mais j'aimerais savoir ce que M. Walker en pense. Vous pouvez continuer.

**M. Kent Walker:** D'accord, mais sachez que M. Gingras pourrait sans doute vous donner une meilleure réponse.

Non. En fait, nous pensons que cet outil pourrait permettre aux journalistes d'élargir l'éventail de leurs activités. Il pourrait simplifier les tâches routinières associées au journalisme, de la même manière qu'il simplifie celles de la programmation informatique, de l'exercice du droit ou de la médecine. Je pense que nous devons tous chercher des moyens de soutenir l'évolution de la main-d'œuvre afin qu'elle en vienne à mieux utiliser ces outils pour accroître la productivité et la valeur. Ce sont des outils qui pourraient être extrêmement puissants.

• (1720)

**Mme Lisa Hefpner:** L'évolution de la main-d'œuvre... C'est un concept intéressant. Merci.

Je vous ai entendu dire que le secteur de l'information doit innover et améliorer ses capacités de monétisation. Je peux vous confirmer qu'en plus de 20 ans de journalisme, je n'ai jamais vu de profits. Ce n'est jamais une question de profit. C'est un service public. Au Canada, nous sommes convaincus de son rôle essentiel dans la démocratie, et c'est pourquoi le gouvernement adopte des règlements pour le soutenir.

Pourquoi des organismes de nouvelles déploieraient-ils des efforts et dépenseraient-ils de l'argent pour numériser et publier à grands frais des contenus dont la création demande énormément de talent sur un moteur de recherche qui pourrait arbitrairement, si la société le décide, les empêcher de partager ces contenus?

**M. Kent Walker:** Je suis très sensible à ce point de vue. Ma femme a été journaliste pendant de nombreuses années. J'ai moi-même fait du journalisme quand j'étais à l'université. M. Gingras a eu une longue carrière de journaliste. Notre objectif commun est d'aider les journaux et les journalistes à améliorer leur modèle d'affaires en cette époque où la concurrence n'a jamais été aussi féroce dans le secteur de l'information.

Je pense que la réponse à votre question est qu'historiquement, les journalistes ont raconté des histoires pour qu'elles rejoignent le plus grand nombre possible. La question est de savoir comment tirer le meilleur profit des plateformes et des méthodes de diffusion pour rejoindre le plus de gens possible.

**Mme Lisa Hefpner:** Je vais m'inscrire en faux. Beaucoup de journalistes racontent des histoires afin d'informer les communautés de leur région. C'est un aspect du journalisme auquel nous accordons beaucoup de valeur au Canada.

Comme nous l'avons entendu aujourd'hui, Google a déjà conclu une série d'ententes avec des organismes de nouvelles à l'échelle du Canada. Pourquoi faire tout un plat et effectuer des tests liés au projet de loi C-18 alors que vous faites déjà ce qui est prévu dans le projet de loi C-18 pour le Canada?

**M. Kent Walker:** C'est un point très important, et je suis très content d'avoir l'occasion de donner mon point de vue à ce sujet.

Cela n'a rien à voir avec ce que nous devons verser aux éditeurs. Nous sommes heureux de le faire. Nous le faisons déjà au Canada et ailleurs dans le monde. Ce qui est en cause, c'est le principe sur lequel reposera le modèle qui sera établi ici.

**Mme Lisa Hefpner:** Exactement. C'est là où je veux en venir.

Plutôt que d'agir comme une entreprise socialement responsable et de collaborer avec les législateurs, vous essayez de nous forcer la main et de nous intimider. Au contraire des autres parties intéressées, vous ne participez pas de manière réfléchie au processus parlementaire. Je pense que vous avez porté préjudice aux Canadiens en effectuant des tests de blocage de l'accès aux nouvelles.

**M. Kent Walker:** Oui. Bien sûr...

**Mme Lisa Hefpner:** C'est une tentative d'intimider le Parlement, monsieur.

Je n'ai pas d'autres questions. Merci beaucoup.

**M. Kent Walker:** Me permettez-vous d'y répondre?

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Allez-y, monsieur Walker.

**M. Kent Walker:** Très brièvement, je précise que depuis quelques années, nous avons été en contact avec le gouvernement et des parlementaires et nous avons exprimé nos inquiétudes. Nous en avons aussi parlé ouvertement dans des blogues et d'autres plateformes.

Notre but a toujours été d'améliorer la législation afin qu'elle ne porte pas préjudice aux petits services de presse locaux au Canada ni au principe plus large du Web ouvert.

Merci, monsieur le vice-président.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Monsieur Walker, monsieur Gingras, merci.

Nous sommes impatients de recevoir l'information demandée, assez rapidement si vous le voulez bien. Au cours des dernières heures, tous les partis et tous les analystes vous ont demandé de leur transmettre le rapport sur la transparence, des renseignements sur l'Australie, et peut-être même les contrats signés avec 150 organismes du Canada. Par « assez rapidement », nous voulons dire dans deux ou trois semaines, si c'est possible, plutôt que dans quelques mois ou quelques années.

Je sais que votre société subit de la pression, mais c'est aussi notre cas parce que nous devons aller de l'avant avec notre étude de Google, de Meta et du projet de loi C-18.

Cette séance de deux heures s'est beaucoup mieux déroulée que la précédente. Messieurs, je pense qu'il est inutile de vous rappeler que vous auriez dû être présents à notre première séance. Vous avez éclairci plusieurs choses durant la deuxième.

Merci d'avoir été des nôtres. Merci pour votre franchise, et nous attendrons de vos nouvelles avec impatience.

**M. Kent Walker:** Merci beaucoup de nous avoir accueillis.

**M. Richard Gingras:** Je vous remercie également de votre accueil.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Je vous en prie.

Les membres du Comité souhaitent-ils ajouter autre chose? Les témoins peuvent se déconnecter.

• (1725)

**Mme Marilyn Gladu:** Je propose de lever la séance.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** Il est proposé de lever la séance.

**M. Anthony Housefather:** Vous avez fait un excellent travail, monsieur le président, et les témoins également. Toutes mes félicitations pour votre excellent travail.

**Le vice-président (M. Kevin Waugh):** La séance est levée.

---







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

---

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

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

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

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

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

---

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

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

---

### SPEAKER'S PERMISSION

---

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

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

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

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

---

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