



CANADA

Débats du Sénat

1^{re} SESSION • 38^e LÉGISLATURE • VOLUME 142 • NUMÉRO 93

LA LOI SUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Projet de loi modificatif—Deuxième lecture
du projet de loi C-37

Discours de

l'honorable Claudette Tardif

Le jeudi 27 octobre 2005

LE SÉNAT

Le jeudi 27 octobre 2005

[Traduction]

LA LOI SUR LES TÉLÉCOMMUNICATIONS

PROJET DE LOI MODIFICATIF—
DEUXIÈME LECTURE—AJOURNEMENT DU DÉBAT

L'honorable Claudette Tardif propose : Que le projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications, soit lu pour la deuxième fois.

— Honorables sénateurs, je suis heureuse de prendre aujourd'hui la parole pour entamer la deuxième lecture du projet de loi C-37, Loi modifiant la Loi sur les télécommunications.

Les modifications proposées à la Loi sur les télécommunications renforcent le rôle du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, le CRTC, en vertu de la Loi, en matière de réglementation des installations de télécommunication pour la fourniture de télécommunications non sollicitées, dans le but de prévenir tous inconvénients anormaux.

Ce projet de loi vise à instaurer une réglementation propice à un télémarketing responsable et intelligent. Nous voulons protéger la vie privée des Canadiens et leur droit de décider avec qui ils veulent communiquer.

[Français]

Le besoin d'apporter des changements à la Loi sur les télécommunications a été constaté par le CRTC lui-même, ainsi que par l'Association canadienne du marketing. Le gouvernement a alors décidé qu'il était nécessaire d'intervenir, afin de régler les problèmes associés avec le régime actuel, en déposant ce projet de loi pour faciliter l'établissement d'une liste nationale des abonnés autoexclus. Pour y parvenir, ce projet de loi propose l'établissement d'un cadre législatif qui permettra de résoudre le problème du télémarketing non sollicité grâce à la création d'une liste d'exclusion nationale.

Le projet de loi permettra au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, le CRTC, de faire trois choses : d'abord, imposer des amendes en cas d'inobservation des dispositions; deuxièmement, confier à un tiers l'administration d'une base de données; troisièmement, fixer des droits permettant de récupérer les coûts liés à la tenue à jour de la liste.

À bien des égards, les télécommunications non sollicitées ont fini par causer des désagréments et des embêtements à beaucoup de Canadiens et de Canadiennes.

[Traduction]

D'après un sondage effectué par Environics en 2003 pour le compte d'Industrie Canada, 97 p. 100 des personnes interrogées ont signalé qu'elles avaient une attitude négative à l'égard des appels non sollicités. Parmi ces personnes, 38 p. 100 ont dit les tolérer, 35 p. 100 ont dit s'en irriter et 24 p. 100 ont dit détester en recevoir. La majorité des personnes interrogées, soit presque 80 p. 100, sont en faveur de la création d'une liste d'exclusion nationale; 66 p. 100 d'entre elles ont indiqué qu'elles avaient l'intention de s'inscrire sur une telle liste. Un autre sondage effectué, cette fois par Ekos, vient appuyer ces résultats; en effet, 61 p. 100 des personnes interrogées ont dit vouloir que les appels de télémarketing cessent.

Le CRTC, l'organisme fédéral chargé de réglementer le télémarketing non sollicité, reçoit chaque année des milliers de plaintes de Canadiens exaspérés parce qu'ils sont incapables de mettre fin aux appels non sollicités. L'an dernier seulement, le CRTC a répondu à quelque 9 000 appels de Canadiens mécontents à ce sujet. Avec la réglementation actuelle, l'application des sanctions est inefficace parce qu'il est difficile de prouver qu'un nom figure effectivement sur la liste d'exclusion d'une firme de télémarketing donnée et parce que ces firmes, comme l'a reconnu le CRTC lui-même, ne semblent pas se laisser intimider par la réglementation en vigueur.

[Français]

Je voudrais rappeler aux honorables sénateurs que le CRTC a restreint le télémarketing non sollicité en 1994. Il a alors exigé que les entreprises de télémarketing tiennent chacune une liste des numéros à ne plus composer. Cette disposition oblige cependant les consommateurs à inscrire leur nom auprès de chaque entreprise. Comme il peut y avoir une centaine de listes, le consommateur n'a aucune façon de savoir quand une autre entreprise se permettra de composer son numéro. Par exemple, moi-même, en tant que sénateur et ayant accès facilement à tous les textes de loi, je n'étais pas au courant que, en vertu des dispositions actuelles de la loi, je pouvais demander à un télévendeur de me rayer de sa liste d'appel. Imaginez le consommateur moyen.

Il n'est donc pas surprenant que de nombreux consommateurs jugent cette solution insatisfaisante. Je voudrais aussi souligner, honorables sénateurs, que le CRTC lui-même, suite à des consultations publiques, a conclu que le cadre réglementaire actuel était insuffisant pour lui permettre d'établir une liste, d'imposer des amendes pécuniaires pour non-conformité et pour nommer un administrateur tiers chargé de gérer une base de données. Une modification à la loi est nécessaire pour donner au CRTC les pouvoirs voulus pour créer et entretenir une telle liste.

[Traduction]

D'autres pays ont adopté des règlements visant à protéger les consommateurs contre les appels de télémarketing non sollicités. En 2003, la Federal Trade Commission des États-Unis a mis sur pied un registre d'exclusion national. Environ 62 millions d'Américains s'y sont inscrits au cours de la première année. A la fin de la deuxième année, ils étaient 92 millions.

Honorables sénateurs, le projet de loi dont nous sommes saisis est fondé sur l'expérience des États-Unis. Il fournit au CRTC les pouvoirs dont il a besoin pour mettre en place une liste d'exclusion nationale. Il permettra au CRTC d'imposer des amendes en cas de contravention, de confier à des tiers la gestion d'une base de données et de fixer des tarifs permettant de récupérer les coûts liés à la gestion de la liste.

Le CRTC a une longue expérience de gestion du télémarketing. Il le fait depuis 1994. Il possède également une expérience reconnue pour ce qui est de déléguer la gestion d'une telle liste à un tiers délégataire. C'est aussi un organisme de réglementation dotée de certains pouvoirs judiciaires.

Les trois modifications proposées permettraient de renforcer le rôle du CRTC ainsi que l'application générale de la Loi sur les télécommunications. Tout appel fait en contravention de la liste exposerait son auteur à une pénalité de 1 500 \$ dans le cas d'une personne physique et de 15 000 \$ dans le cas d'une personne morale.

• (1510)

Ce projet de loi fournit au CRTC des lignes directrices concernant les activités de télémarketing auxquelles devrait s'appliquer la liste d'exclusion nationale. Plus précisément, il prévoit des exemptions pour certains groupes. Il s'agit notamment des organismes de bienfaisance enregistrés, des entreprises qui ont une relation d'affaires en cours avec le client, des entreprises de sondage ou d'enquête, des partis politiques enregistrés, des candidats à l'investiture, des candidats à la direction ou des candidats d'un parti politique et, enfin, des journaux.

Ces exemptions sont à peu près les mêmes que celles qui sont en vigueur aux États-Unis. Pendant les audiences du comité, il a été convenu que, sans exemptions, certaines organisations, par exemple les organismes de bienfaisance enregistrés, ne pourraient plus entreprendre une bonne partie de leurs activités de sollicitation de dons et leurs sources de revenus s'en trouveraient diminuées. À la suite de l'application de ces exemptions aux États-Unis, le nombre d'appels reçus par les personnes inscrites à la liste est passé de 30 à 6 par mois.

[Français]

Honorables sénateurs, les Canadiennes et les Canadiens s'attendent à recevoir un service qui leur permettra de freiner facilement et efficacement le télémarketing non sollicité. Pour le leur garantir, ce projet de loi est assorti de mécanismes d'examen qui permettront de déterminer si la liste nationale répond aux attentes.

En vertu de ce projet de loi, le CRTC serait tenu de présenter chaque année au ministre de l'Industrie un rapport sur l'exploitation de la liste d'exclusion nationale. Le projet de loi stipule aussi qu'après trois ans, un comité composé des membres de la Chambre des communes ou du Sénat, ou des deux Chambres, serait créé pour passer en revue l'administration et l'exploitation de la liste d'exclusion nationale.

L'administration de cette liste ne coûtera pas plus cher aux contribuables canadiens. Si ce projet de loi est adopté, on s'attend à ce que les coûts soient récupérés auprès du secteur du télémarketing. Ce seront ainsi les télévendeurs qui paieront.

[Traduction]

Ce ne sont pas seulement les consommateurs qui sont en faveur de l'établissement d'une liste nationale de numéros de téléphone exclus. Beaucoup d'entreprises de télémarketing préféreraient une liste nationale au régime actuel. L'Association canadienne du marketing est d'avis que d'assujettir obligatoirement à une telle liste les entreprises qui utilisent le téléphone pour essayer de vendre leurs produits et leurs services serait le moyen le plus efficace de réduire la frustration des consommateurs à l'égard des entreprises de télémarketing.

Honorables sénateurs, la commissaire à la protection de la vie privée du Canada préconise également la création judiciaire d'une liste nationale et obligatoire de numéros de téléphone exclus. Lors de son témoignage devant le Comité permanent de l'industrie, des ressources naturelles, des sciences et de la technologie, avec l'appui de neuf de ses homologues provinciaux et territoriaux, la commissaire à la protection de la vie privée a souligné l'importance d'une telle liste pour la protection de la vie privée des Canadiens.

[Français]

En adoptant ce projet de loi, nous permettrons au CRTC d'agir rapidement dans ce dossier. Il entreprendra des consultations supplémentaires sur des questions telles que les droits à percevoir et le choix de l'organisme d'administration de la liste.

Le télémarketing est devenu de plus en plus répandu. Rien n'indique que ce phénomène soit passager. En outre, l'incapacité de limiter l'accès des entreprises de télémarketing aux téléphones de nos résidences et de nos commerces est devenue une source de mécontentement pour un fort pourcentage de Canadiennes et de Canadiens.

[Traduction]

Ce projet de loi fournira un cadre responsable pour l'établissement d'un régime national visant à enrayer les appels non sollicités. Il met à la disposition du CRTC les outils nécessaires pour créer et faire respecter une liste nationale de numéros de téléphone exclus. En adoptant ce projet de loi, nous fournirons aux Canadiens un moyen facile et efficace de mettre fin aux appels dérangeants. Nous prendrons les mesures qui s'imposent pour protéger leur vie privée. Je vous demande, honorables sénateurs, d'appuyer ce projet de loi.

Des voix : Bravo!

L'honorable Pierrette Ringuette : Puis-je poser une question? Je félicite madame le sénateur de son intervention.

[Français]

Toutefois, il faut être conscient que le CRTC a juridiction sur le territoire canadien seulement. La plupart des firmes de télémarketing qui exercent une certaine influence sur les consommateurs ne sont pas situées sur le territoire canadien. J'ai reçu un appel de l'Inde la semaine dernière. Le CRTC n'aurait donc aucune juridiction sur ces firmes. Toutefois, au Nouveau-Brunswick, par exemple, des emplois sont créés par certaines firmes crédibles de télémarketing.

Je crains qu'on puisse mettre en péril certains emplois générés au Nouveau-Brunswick à cause du caractère bilingue des citoyens du Nouveau-Brunswick. En fin de compte, l'ensemble du télémarketing qui se fait au pays n'origine pas du Canada et ne sera pas du ressort du CRTC. C'est ma crainte.

Le sénateur Tardif : Je remercie madame le sénateur Ringuette de sa question. Justement, le 8 juin dernier, la commissaire à la protection de la vie privée a mentionné qu'il y aurait partage des données entre divers pays. La commissaire faisait surtout référence aux États-Unis et au fait qu'il y avait partage des noms et des listes d'exclusion avec ce pays.

Sur la question des centres d'appel, les informations que j'ai obtenues montrent que la majorité des centres d'appel traitent les appels entrants, c'est-à-dire que les personnes qui téléphonent posent des questions ayant rapport à un produit ou à un service qu'ils ont déjà et demandent des renseignements supplémentaires. La majorité de ces centres traitent d'appels entrants et non d'appels sortants pour faire de la vente non sollicitée.

(Sur la motion du sénateur Tkachuk, le débat est ajourné.)