



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

## **Comité permanent du patrimoine canadien**

---

CHPC



NUMÉRO 005



1<sup>re</sup> SESSION



42<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le jeudi 25 février 2016**



**Vice-Présidente**

Larry Maguire



## Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 25 février 2016

•(0850)

[Traduction]

**Le vice-président (M. Larry Maguire (Brandon—Souris, PCC)):** Bonjour tout le monde. La séance est ouverte.

Comme il a été convenu plus tôt cette semaine, je ferai ce matin le travail de la présidence étant donné que Mme Fry n'est pas disponible aujourd'hui.

Nous irons droit au but. Trois témoins comparaitront pendant cette première partie de la cinquième séance du Comité permanent du patrimoine canadien.

J'attire votre attention sur M. Demers, de l'Université Laval.

Bienvenue, et merci de vous être joint à nous, monsieur Demers.

Nous entendez-vous bien?

[Français]

**M. François Demers (professeur, Centre des études sur les médias, Université Laval):** Bonjour.

[Traduction]

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Très bien. Merci. Nous ne faisons que vérifier la qualité du son.

Compte tenu des conditions météorologiques, on m'a dit que nous devrions peut-être commencer par l'exposé de M. Demers au cas où la communication serait interrompue par la tempête qui sévit aujourd'hui — si tout le monde est d'accord. Nous allons maintenant entendre les trois exposés de 10 minutes de nos témoins.

Je souhaite également la bienvenue à Monica Auer et à Al MacKay, du Forum for Research and Policy in Communications.

Merci d'être ici.

De l'Université Carleton, nous avons Dwayne Winseck, qui est professeur à la School of Journalism & Communication. Ces personnes sont avec nous, et nous sommes prêts à procéder.

Elles nous présenteront des exposés de 10 minutes, et les membres du Comité leur poseront ensuite des questions, comme convenu. Lorsque les questions seront terminées, nous devons nous pencher sur quelques affaires du Comité, et nous verrons à ce moment-là pendant combien de temps vous souhaitez que la séance dure, jusqu'à ce que nous ayons fini d'examiner les affaires du Comité. Je m'en remettrai aux membres du Comité.

Bonjour à tous.

Je donne la parole à M. François Demers. Veuillez faire l'exposé que vous avez préparé pour nous.

[Français]

**M. François Demers:** Merci, monsieur le président. Bonjour à toutes et à tous. J'espère que vous m'entendez bien.

Un de mes collègues et moi-même avons entrepris une recherche dont la préoccupation principale est la consommation par les

Canadiens de produits culturels canadiens, plus spécifiquement du côté du journalisme. C'est dans ce cadre que je vais tenter de situer la question de l'information locale et régionale.

Aux niveaux local et régional, il nous semble que les défis sont à peu près les mêmes qu'au niveau des grandes régions et qu'au niveau national. Cela pose un certain nombre de défis, que vous connaissez bien et sur lesquels je ne m'appesantirai pas.

Le premier, bien sûr, est la multitude de produits culturels offerts au public canadien. Elle provoque un fractionnement des publics, une dispersion de l'attention et un bouleversement qui forcent pratiquement tous les acteurs à se repositionner.

Dans ce contexte, d'autres phénomènes transforment les habitudes de consommation, par exemple l'invitation à consommer à la pièce des produits télévisuels ou audiovisuels. On parle de « budget temps », soit du temps consacré à ce type d'activités alors qu'il y a une sollicitation considérable pour des activités qui ne sont pas liées directement à des produits culturels, par exemple des activités de plein-air ou de tourisme. On parle aussi de budget financier et de consommation de produits culturels. Les données nous montrent qu'il y a eu un transfert vers les infrastructures de distribution, autrement dit, des sommes que les gens sont susceptibles d'investir là-dedans.

Par ailleurs, il y a le financement de ces activités. C'est un deuxième grand défi qui se pose, surtout dans une période de transformation où les acteurs doivent investir de façon substantielle dans des innovations, qu'il s'agisse de médias existants, de transferts ou de réorganisations. Comme on le dit, il faut des poches profondes pour survivre pendant des périodes où la rentabilité n'est pas toujours au rendez-vous. Tout le monde a entendu parler de l'expérience que le groupe Gesca a entreprise avec *La Presse +*, sans trop savoir s'il ferait ses frais. L'aspect touchant le financement est très important.

Du côté de l'information journalistique, il y a eu un changement de contexte sur le plan de la distribution. Auparavant, cette information était diffusée au moyen de supports comportant d'autres contenus, virtuels ou symboliques. Ceux-ci pouvaient avoir une dimension ludique et de divertissement. Il y avait aussi, bien sûr, de la publicité. On parle ici d'un lieu d'expression publique, non seulement pour les organisations et les institutions, mais aussi, dans une certaine mesure, pour les individus. Or tout le monde sait que ces quatre contenus d'expression publique, si on peut dire, se séparent tranquillement et que cela cause toutes sortes de problèmes du côté de l'information journalistique.

En matière de consommation, l'écart entre la ville et la campagne était aussi un grand défi. Il y a des mouvements de population depuis très longtemps et ceux-ci privilégient l'urbanisation. Or il s'avère que l'arrivée d'Internet et des infrastructures électroniques a eu comme effet d'amoinrir cette distinction entre la campagne et la ville. Elle est maintenant moins draconienne.

Pour ce qui est du paysage médiatique, il y a dans la région de Québec, par exemple, quatre acteurs principaux dans le domaine de l'information locale et régionale. L'entreprise Transcontinental, qui est propriétaire d'hebdomadaires, est devenue extrêmement importante. Elle fait elle-même le transfert sur support numérique. Bien sûr, ce transfert s'accompagne de quelques tâtonnements, mais il est clair qu'elle veut passer au multimédia dans les sous-régions où ses hebdomadaires sont distribués.

Dans la région de Québec, il y a aussi Québecor qui, par l'entremise de MATV, tente quelque chose qui se situe entre la télévision de divertissement et la télévision participative. Nous n'avons pas d'évaluation à ce sujet, mais il semble qu'il y ait des périodes de transformation à tous les six mois. Beaucoup d'expérimentation se fait dans ce domaine, qui relève de la télévision.

Il y a aussi dans la région de Québec des médias communautaires déjà existants dont certains jouent un rôle, non pas sur le plan de la formation journalistique comme telle, mais sur celui de la production culturelle régionale. Je pense aux premières chaînes de radio communautaire, par exemple CKRL, pour n'en nommer qu'une seule.

Bien sûr, il y a Radio-Canada, qui nous paraît aussi traverser une période de repli accéléré. En effet, sa capacité de produire de l'information régionale et locale dans la région a beaucoup diminué. J'ajoute évidemment *Le Journal de Québec* et *Le Soleil*, qui procèdent à des repositionnements périodiquement et qui traversent eux aussi, dans une certaine mesure, une période de repli.

Un autre changement extrêmement important touche davantage l'information locale et régionale que l'information en général, mais dans le cas de cette dernière, l'arrivée d'un genre de concurrence provenant de distributeurs étrangers a des effets très significatifs. C'est pour traiter de cette question que notre étude a été réalisée. Il s'agissait de déterminer comment, en termes de consommation quotidienne par les Canadiens, se faisait le transfert entre des produits offerts à partir de l'étranger et des produits offerts localement.

Sur le plan local, on peut dire que le jeu a changé. L'ensemble des médias constituait véritablement un ensemble. Il y avait une dynamique, une interaction entre les médias pour ce qui est de l'information locale et régionale. La situation pouvait se comparer à celle d'un orchestre de chambre, qui comprend un nombre limité d'instruments. Or maintenant, il s'agit d'un grand orchestre, mais qui

n'a pas de chef. Il y a des instruments, c'est-à-dire les médias, et certains prennent le leadership de temps à autre.

Toute une dynamique, liée au fractionnement de l'écoute, fait en sorte que les médias se repositionnent les uns par rapport aux autres. Dans ce contexte, des médias traditionnels comme Radio-Canada ou *Le Soleil* s'alimentent beaucoup à partir des médias sociaux et ces derniers le font largement à partir de sites Internet ou de blogues d'individus, d'entreprises ou d'organisations.

À l'heure actuelle, la circulation de l'information implique beaucoup de monde. Nous sommes dans une période de transition où nous ne savons plus très bien qui sont les principaux producteurs d'information quotidienne sur le plan régional. C'est un très grand défi.

Il y a aussi une question sur laquelle nous ne nous penchons pas vraiment, à savoir l'information de qualité par rapport à ce qui pourrait être considéré comme de l'information plus banale ou plus ludique. Cette question se pose dans le contexte de cette dynamique d'interactions, ce jeu de l'orchestre des médias régionaux. Nous sommes véritablement face à un défi.

Dans ces conditions — et je termine là-dessus —, on peut penser au rôle crucial qu'a joué Radio-Canada pendant l'entre-deux-guerres. Radio-Canada a été effectivement un facteur très important de cohésion pour les Canadiens, qu'il s'agisse des infrastructures ou des contenus. Il y avait des échanges entre les régions et ainsi de suite. Ce rôle pourrait être renouvelé et Radio-Canada pourrait de nouveau agir comme un genre d'épine dorsale dans ce nouveau contexte. Il pourrait être l'un des principaux producteurs, mais il lui faudrait probablement réorganiser son fonctionnement interne, de même que ses investissements.

Je vous remercie.

● (0855)

[Traduction]

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci beaucoup, monsieur Demers.

Nous vous sommes également reconnaissants d'avoir respecté le temps qui vous était imparti.

Merci beaucoup de vos observations.

Que souhaitent les membres du Comité? Voulez-vous poser des questions à M. Demers pour qu'il puisse partir ensuite, ou devrions-nous d'abord entendre les autres exposés?

Madame Dabrusin.

**Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.):** Je préférerais d'abord entendre tous les témoins.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Bien. Je demande donc à Mme Auer ou à M. MacKay — peu importe lequel d'entre eux le souhaite —, du Forum for Research and Policy in Communications, de procéder.

● (0900)

**Mme Monica Auer (directrice exécutive, Forum for Research and Policy in Communications):** Merci, monsieur le président, de nous convier à procéder.

Je m'appelle Monica Auer. Je suis directrice exécutive du forum, une petite organisation non partisane à but non lucratif qui effectue de la recherche et analyse des politiques dans le domaine des médias électroniques. Nous appuyons un solide système de communications qui sert l'intérêt public. Je suis accompagnée d'Al MacKay, directeur et membre du conseil d'administration du forum, qui contribue à divers aspects de la radiodiffusion depuis plus de 40 ans.

Ce matin, nous répondrons à trois questions concernant la diffusion des nouvelles locales: pourquoi est-ce important; quelles sont les connaissances à notre disposition; et que pouvons-nous faire à cet égard? Nous allons faire référence aux tableaux que nous avons remis au greffier. J'ai cru comprendre qu'ils ont été distribués.

**M. Al MacKay (directeur, Forum for Research and Policy in Communications):** Monsieur le président, comme votre comité l'a déjà entendu, la presse locale subit de fortes pressions.

Il est utile à bien des égards d'avoir de solides médias locaux. Ils favorisent l'engagement des citoyens et permettent à notre démocratie d'exister. Une station locale dynamique est au coeur de sa communauté, qui compte sur elle pour se tenir au courant de tout, des fermetures d'école aux intempéries, en passant par les élections. Les médias locaux sont importants étant donné que chaque communauté est unique et a son propre point de vue sur les questions qui comptent à l'intérieur comme à l'extérieur de ses frontières.

Un ami qui a contribué à la couverture médiatique des dernières élections fédérales me l'a clairement démontré dans une conversation. Il a parlé des profonds changements démographiques qu'il observait dans de nombreuses circonscriptions et des différences considérables entre les questions abordées dans la presse nationale et celles qui le sont à l'échelle locale. Alors que les médias nationaux parlaient de l'économie ou du niqab, les médias locaux entendaient dire dans plusieurs circonscriptions que l'enjeu le plus important était celui de la réunification des familles.

Cela dit, les médias locaux éprouvent des difficultés.

Faute de temps, nous n'allons mettre l'accent que sur la radio et la télévision.

Que savons-nous au juste sur la propriété de radiodiffusion et les nouvelles locales?

**Mme Monica Auer:** Au Canada, le CRTC constitue la principale source de données sur la radiodiffusion. Lorsqu'on passe en revue ses décisions, on constate que, depuis 2000, le conseil a approuvé bien au-delà de 50 changements à la propriété de radiodiffusion, lesquels se chiffrent à plus de 13 milliards de dollars.

Le tableau 1 montre l'une des conséquences de ces changements. En 2014, les cinq principaux propriétaires ont gagné 82 % du total des revenus des stations de radio et de télévision.

Le tableau 2 indique que parmi les 57 communautés ayant des stations de télévision privées, 54 sont desservies par au moins un des cinq principaux télédiffuseurs. Les stations de télévision locales indépendantes ne desservent que 17 communautés.

Quel est l'effet de la concentration de la propriété sur la diffusion des nouvelles locales?

Les tableaux 3, 4 et 5 montrent que les dépenses consacrées à la programmation locale et aux bulletins de nouvelles locales télévisées ont diminué et qu'il y a eu des compressions de personnel à mesure que s'est effectuée la concentration de la propriété de la télévision.

En ce qui a trait à la programmation, le tableau 6 énumère ce que le CRTC entend par nouvelles télévisées. Les nouvelles à la radio ne

sont pas définies. Le tableau 7 présente les données sur la programmation que les stations de radio font parvenir tous les mois au CRTC, mais le nombre de bulletins de nouvelles locales diffusés à la radio est inconnu à défaut d'être déclaré.

Le tableau 8 résume une étude sur les nouvelles radiophoniques locales que le forum a effectuée en se servant des décisions du CRTC. Dans les années 1980, les stations de radio diffusaient en moyenne 10,2 heures de nouvelles par semaine. Dans les années 2000, les stations d'information proposaient 4,2 heures par semaine, ce qui correspond à une réduction de 58 %.

Le tableau 9 présente les données sur la programmation que les stations de télévision ont envoyées tous les mois au CRTC. Le tableau 10 révèle que certaines stations de télévision ont considéré comme des nouvelles locales originales des programmes produits à l'extérieur de leur communauté ou par des stations de radio.

À notre avis, les données du CRTC sur la quantité de nouvelles locales originales produites par des stations de télévision ne sont pas fiables.

Le tableau 11 présente les données fournies par les stations de télévision relativement aux nouvelles locales originales qu'elles ont diffusées chaque semaine en 2000 ainsi que les exigences courantes du CRTC. Le CRTC exige la diffusion d'une programmation locale par les stations de télévision privées, mais il ne précise pas le nombre d'heures de nouvelles locales ou de nouvelles locales originales. Cette exigence a été abandonnée en 1999.

Le 25 janvier, le mois dernier, le CRTC a parlé de redéfinir le concept de nouvelles locales. Cette redéfinition soulève des problèmes, car, comme l'indique le tableau 12, les émissions-débats, les documentaires historiques et les téléthons seraient alors considérés comme des nouvelles locales, ce qui dilue le concept.

Le tableau 13 donne la liste des données que le CRTC recueille auprès des radiodiffuseurs au sujet de leurs activités annuelles. Comme le conseil ne leur demande pas combien de journalistes ils emploient, leur capacité de recueillir des nouvelles est inconnue. En général, peu de renseignements sont obtenus sur la présence journalistique des radiodiffuseurs sur Internet ou sur leurs nouvelles ressources en ligne.

En bref, monsieur le président, il existe très peu de données sur l'accès général des Canadiens à des bulletins de nouvelles locales concernant leur communauté ou sur la capacité des stations à produire ces nouvelles.

**M. Al MacKay:** Que doit-on faire à propos des bulletins de nouvelles locales?

Ce qui est actuellement proposé est la création d'un autre fonds pour les nouvelles locales télévisées. Le CRTC a approuvé en 2003 le premier fonds, le Fonds de production local pour les petits marchés. Depuis 2013, les cinq principaux radiodiffuseurs ont reçu 16,8 % du financement. Le CRTC a également approuvé le FAPL en 2009, et les cinq principaux télédiffuseurs ont reçu 80 % du financement provenant de cet autre fonds.

Le mois dernier, le CRTC a été chargé d'établir un nouveau fonds pour les nouvelles locales. Ce fonds transférerait à des stations de télévision privées des millions de dollars provenant d'abonnés de services par câble et par satellite qui soutiennent actuellement des chaînes communautaires. On ne sait pas quelles répercussions le fonds aurait sur les nouvelles locales télévisées. À titre d'exemple, la société BCE a dit qu'elle ne diffuserait pas plus de nouvelles locales même si ce fonds est mis sur pied.

Il est évident qu'il n'y a pas de solution miracle au problème de la diffusion de nouvelles locales. Il faut se rendre à l'évidence: les lacunes considérables dans les données sur la programmation locale font en sorte qu'il est impossible de savoir si les objectifs du Parlement en matière de radiodiffusion locale sont atteints et si la concentration de la propriété a nui à la diffusion de nouvelles locales ou l'a favorisée. La destruction systématique des vieux dossiers du CRTC accentue ces lacunes. Le forum craint que des politiques fondées sur des hypothèses plutôt que sur des faits créent de nouveaux risques. Les politiques peuvent donner l'impression de favoriser certaines personnes aux dépens des autres. Elles pourraient échouer si elles mettent l'accent sur les mauvais problèmes.

Nous avons trois recommandations à vous présenter ce matin.

Premièrement, le Parlement a besoin de faits, pas d'hypothèses. Le CRTC devrait consulter le public au cours de la prochaine année dans le but de revoir ses systèmes de collecte et de déclaration de données. Comme l'a déjà dit le dirigeant de CTV au CRTC: « Vous ne pouvez pas gérer ce que vous ne mesurez pas. »

Deuxièmement, si le Parlement veut que des bulletins de nouvelles soient diffusés aux Canadiens, des niveaux applicables et appliqués de diffusion de nouvelles locales originales doivent être établis. Le CRTC a renoncé à ce genre de conditions au début des années 1990 en affirmant que la concurrence fonctionnerait aussi bien que la réglementation pour assurer aux Canadiens la diffusion d'un contenu local. Bien entendu, dans le domaine de la télévision privée, le nombre de concurrents est passé de 30 à 17.

Presque toutes les émissions de télévision locales autres que les bulletins de nouvelles ont été annulées, et environ 30 % des emplois dans les stations de télévision ont été supprimés. La pratique qui consiste à produire dans un centre éloigné les bulletins de nouvelles locales pour ensuite les réintégrer est omniprésente. Certaines stations de télévision diffusent des émissions de radio et prétendent qu'il s'agit de nouvelles, et des stations de radio diffusent la bande audio d'émissions de télévision. Selon un sondage, 81 % des Canadiens croient que les nouvelles télévisées locales sont importantes, mais les télédiffuseurs disent qu'ils ne peuvent pas se permettre d'en présenter à défaut de pouvoir les monnayer.

Le 1<sup>er</sup> février, le forum a donc demandé au CRTC de rétablir les conditions de licence pour ce qui est de la radiodiffusion de nouvelles locales originales. C'est une approche réglementaire qui s'était révélée très efficace des années 1970 aux années 1990. Le président du groupe de travail a rejeté ce concept en disant qu'il était purement nostalgique. Ce rejet était plutôt étrange, car, le 12 janvier, le CRTC n'a pas donné suite aux demandes d'organisations ethniques qui souhaitaient la tenue d'audiences publiques sur l'annulation en mai par Rogers de tous les bulletins de nouvelles diffusés dans les langues minoritaires à l'intention de communautés de Vancouver, de Calgary, d'Edmonton et de Toronto, ce qui s'explique justement par le fait que le CRTC n'a pas établi de conditions de licence pour les bulletins de nouvelles locales.

Si le Parlement veut que des nouvelles locales soient diffusées, le CRTC devrait être tenu d'établir des conditions de licence, notamment pour ce qui est des heures de diffusion et des dépenses liées à des bulletins de nouvelles locales produits dans les communautés que les stations de radio et de télévision sont autorisées à desservir, des bulletins qui portent principalement sur ces communautés. Le CRTC peut agir en ce sens lors du renouvellement des licences de radio et de télévision au cours de la prochaine ou des deux prochaines années.

Troisièmement, le Parlement doit savoir si ses objectifs liés à ses systèmes de communications sont atteints. Les dispositions en vigueur de la Loi sur le CRTC ont été écrites il y a des dizaines d'années. Elles n'expliquent pas si ni comment le CRTC devrait gérer l'aspect Internet ou ses ramifications et elles ne l'obligent pas à servir l'intérêt public.

Donner suite à la première recommandation, celle visant à obtenir de meilleures données, placera le Comité dans une position favorable au cours des prochaines années en vue de déterminer, le cas échéant, si la législation canadienne sur les communications doit être adaptée à la réalité du XXI<sup>e</sup> siècle.

Monsieur le président, de toute évidence, les stations de radio et de télévision locales aident vos collègues et vous à rester en contact avec vos communautés et vos concitoyens. Elles vous aident à savoir ce qui se passe dans vos circonscriptions.

● (0905)

Certains affirment que nous ne devrions pas nous en faire avec les changements qui s'opèrent dans les médias et qu'Internet offre toutes sortes de sources d'information, mais la majorité de cette information provient d'agrégateurs qui puisent dans du contenu tiré de publications professionnelles ou produit par des journalistes de radiotélévision.

Votre Comité et le CRTC devraient avoir pour objectif de s'assurer que, pendant cette période de perpétuelle ébullition, les Canadiens ne perdent pas un élément essentiel à leur vie, à savoir les nouvelles locales, qui, comme l'a si éloquemment mentionné Walter Robinson de l'équipe Spotlight du *Boston Globe*, permettent aux gens de prendre des décisions réfléchies dans une société démocratique.

Nous serons heureux de répondre à vos questions lorsque les autres témoins auront terminé leurs exposés.

● (0910)

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Monsieur MacKay, madame Auer, merci beaucoup. Vous avez donné beaucoup de renseignements en peu de temps. Je vous remercie de nous avoir fait part de votre point de vue sur la question à l'étude.

Nous allons maintenant entendre l'exposé de M. Dwayne Winseck, de l'Université Carleton. Merci.

**M. Dwayne Winseck (professeur, School of Journalism & Communication, Carleton University):** Monsieur le président, chers membres du Comité, je vous remercie de m'avoir invité à comparaître aujourd'hui. C'est avec plaisir que je suis venu vous parler de la situation des médias au Canada, en mettant l'accent sur leur concentration.

Je veux vous faire part de quatre faits.

Le premier est que les médias ont généralement connu une énorme croissance économique et sont devenus structurellement plus diversifiés compte tenu de l'émergence de tout nouveau secteur au cours des 20 à 30 dernières années. C'est très prometteur, mais cela pose également des risques considérables.

Deuxièmement, la concentration des médias demeure étonnamment forte partout dans le monde, et le Canada ne fait pas exception.

Troisièmement, les nouveaux médias ne remplacent pas les médias traditionnels, mais ils sont importants et interagissent avec eux d'une manière très complexe dont nous allons parler.

Quatrièmement, je terminerai avec une demi-douzaine de recommandations au sujet de ce qui pourrait être fait.

Tout d'abord, je mentionne que je fais de la recherche au Canadian Media Concentration Research Project, dont je suis le directeur, et je vous invite tous à examiner les rapports que nous publions chaque année pour obtenir une explication complète de certaines choses dont je parlerai aujourd'hui. Deux questions m'intéressent particulièrement: cartographier la croissance et le développement économiques des médias au Canada sur une période de 30 ans; et cartographier l'évolution de la concentration des médias pendant la même période pour tout simplement déterminer si cette concentration s'accroît ou non.

J'effectue ce travail parce que, comme Monica et M. MacKay, je sais que le pays est aux prises avec un grave manque de données. Beaucoup de personnes ont toutes sortes de points de vue, mais nous avons peu de données pour y donner suite. Je crois qu'il est important de faire de bons travaux de recherche et d'avoir de bonnes données probantes à notre disposition.

Je pense également qu'il est important de parler de la manière dont je définis les médias, car je ne les définis pas de façon limitée, distinctive ou isolée. Ma définition est extensive pour englober toutes les parties constituantes. J'examine ces parties constituantes séparément et je les regroupe ensuite à l'aide de ce que j'appelle l'approche de l'échafaudage afin d'obtenir une vue d'ensemble.

Quand je parle des médias, j'englobe les téléphones cellulaires, les téléphones traditionnels, l'accès à Internet, la câblodistribution, la télédiffusion, la télévision payante, les journaux, la radio, les magazines, les moteurs de recherche, les sites de médias sociaux, les sources de nouvelles en ligne, les navigateurs et les systèmes d'exploitation. Nous devons examiner l'univers médiatique dans son ensemble, car toutes ces parties constituantes interagissent de plus en plus, et nous ne pouvons pas les étudier séparément de manière adéquate.

Que savons-nous? Nous savons certaines choses. Nous savons que les médias ont pris beaucoup d'expansion au cours des 30 dernières années, en passant d'une valeur de 19 milliards de dollars en 1984 à une valeur de plus de 75 milliards en 2014, la dernière année pour laquelle un ensemble complet de données est disponible.

Certains médias connaissent une croissance rapide; d'autres stagnent ou sont en déclin; et certains sont réadaptés et sur la voie de la reprise. L'industrie de la musique est l'exemple parfait du dernier type de médias.

Nous avons assisté à l'émergence de tout nouveau média, notamment les téléphones cellulaires, l'accès à Internet, les nouvelles en ligne et les moteurs de recherche. Il convient également de souligner l'expansion rapide du monde de la télévision payante.

Les revenus des industries de la téléphonie sans fil, de l'accès à Internet, de la télévision par protocole Internet, de la publicité sur Internet, de la télévision payante et spécialisée ainsi que de la télévision dans son ensemble augmentent considérablement.

Certains domaines ont stagné, dont la radio et la câblodistribution au cours des dernières années. D'autres domaines connaissent un déclin considérable, comme les journaux, les magazines et la télédiffusion. Comme je l'ai dit, l'industrie de la musique est sur la voie de la reprise.

Depuis 2008, la croissance de l'économie des réseaux médiatiques a été lente et léthargique, ce qui correspond à la situation économique générale de notre époque.

Je crois qu'une des choses que nous pouvons déduire de la description générale que je viens tout juste de vous faire, c'est que dans le nouvel environnement médiatique, ce n'est pas le contenu qui

est roi, mais la connectivité. C'est important aux fins des discussions sur les politiques.

Nous vivons dans une ère d'abondance de l'information, pas de pénurie. Le Canada compte 695 chaînes de télévision, 1 100 stations de radio et 92 quotidiens payants. Les blogues d'experts abondent. La plupart des Canadiens possèdent un téléphone intelligent. Chaque minute, 100 heures de vidéo sont téléchargées sur YouTube. En 2014, le Canada comptait environ trois millions d'abonnés de Netflix, et, selon certaines estimations, ce chiffre est d'environ quatre millions aujourd'hui. Environ 18 millions de personnes sont abonnées à Facebook ou s'en servent.

Que font les gens avec les médias à leur disposition?

● (0915)

Eh bien, les Canadiens utilisent largement et depuis longtemps une grande variété de médias selon les normes internationales. Il en est ainsi depuis l'apparition du bon vieux service téléphonique au début du XX<sup>e</sup> siècle, et cela se poursuit aujourd'hui avec les téléphones intelligents et Internet.

Comme je l'ai déjà dit, c'est la connectivité, et non le contenu, qui a connu la plus forte croissance dans l'environnement médiatique. Les gens utilisent toujours les médias traditionnels. Ils regardent encore la télévision et des films, lisent encore beaucoup les journaux et écoutent toujours de la musique. Toutefois, ils utilisent leur téléphone intelligent, leur ordinateur portable, leur ordinateur de bureau et leur téléviseur à écran géant dans leur chambre. Ils vont aussi au cinéma, par exemple. Nous avons les mêmes médias, mais ils ont été détachés des supports traditionnels et se trouvent dans un ensemble grandissant d'appareils de diffusion.

En examinant ce que font les gens, nous constatons que ce n'est pas que les jeunes ne suivent plus les nouvelles, c'est qu'ils le font de façon différente, et le type de nouvelles qu'ils suivent ne correspond peut-être pas à ce que des gens plus âgés comme nous souhaiteraient. Il s'agit plutôt d'informations sur le mode de vie et de nouvelles personnelles. C'est sur ce plan qu'on s'interroge. Les jeunes s'informent également en utilisant Facebook, Twitter, Reddit et Google. Ces sources attirent des gens en grand nombre, mais seulement l'espace d'un instant et de façon superficielle, et il est difficile d'en calculer la valeur.

Quel mal y a-t-il à cela? Plusieurs éléments ressortent.

Tout d'abord, l'accès à Internet, aux téléphones cellulaires et à d'autres outils est loin d'être généralisé. Un Canadien sur cinq n'a pas de téléphone cellulaire ou de connexion Internet à la maison. Il y a un lien important entre le revenu et l'accès. Environ le tiers des gens du quintile de revenu inférieur n'ont pas accès à un cellulaire et à peine un peu plus de la moitié, environ 56 %, ont accès à Internet à la maison. Tous les gens du quintile de revenu supérieur ont les deux. On parle d'inégalité liée aux revenus.

Les médias qui dépendent des revenus publicitaires ont de graves problèmes à l'heure actuelle à cause d'un certain nombre de facteurs dont nous parlerons. Neuf journaux quotidiens ont cessé de paraître depuis 2008, et 13 journaux quotidiens gratuits et 16 journaux ont modifié leur calendrier de publication. Quatre stations de télévision ont fermé leurs portes. Ce ne sont pas de bonnes nouvelles pour les principaux moteurs du milieu des nouvelles.

De plus, en 2014, le revenu moyen par utilisateur de Facebook était de 28 \$, et ce toute l'année. Pour un abonnement au *Globe and Mail*, on parle d'un peu plus de 500 \$. Nous pouvons constater qu'il y a une différence sur le plan de l'importance des ressources.

Le point important que je veux soulever aujourd'hui, c'est qu'au Canada, la concentration est très forte dans la plupart des branches des médias, bien que ce ne soit pas uniforme, et je donnerai quelques exemples plus tard. Dans bon nombre de secteurs, la concentration est très forte. Dans l'ensemble des médias, la concentration est très forte, et ce, selon les normes canadiennes et internationales et selon des mesures empiriques qui sont souvent utilisées pour évaluer l'état de la concurrence et de la concentration.

Au Canada, l'intégration verticale est vraiment très forte et inhabituelle selon les normes internationales. De plus, elle a doublé entre 2008 et 2013 et se maintient depuis. Les quatre grands conglomérats de médias du pays ont différents secteurs d'activités: ils mènent des activités dans les télécommunications et ont une grande variété d'éléments d'actifs en télévision, et dans certains cas, des actifs de journaux et l'accès Internet. Il s'agit de Bell, Shaw, Rogers et Québecor. Ensemble, ces quatre entreprises possèdent environ 60 % de l'univers médiatique. La tendance s'accroît fortement. Nous avons une plus grande part, mais un nombre réduit de joueurs contrôle une part accrue des médias. En contrôlant tant les conduits que le contenu, ils déterminent comment l'univers médiatique se déploie de nos jours.

En examinant ce qui se passe, nous constatons qu'il y a, comme je l'ai dit, des domaines où les choses vont bien. Quels sont-ils? Le phénomène de la concentration semble très peu présent dans le secteur de la radio et celui des revues. Les nouvelles sur Internet laissent poindre la lumière à l'horizon. Les Canadiens consultent un très large éventail de sites Web nationaux, traditionnels, nouveaux et étrangers, et la diversité des sources tend à s'accroître, et non l'inverse.

• (0920)

Dans quels secteurs observe-t-on une concentration? La concentration dans le secteur des journaux est modérée, mais elle s'est beaucoup accrue en raison de l'acquisition récente des journaux de *Sun* par Postmedia, une transaction très importante. Elle a fait grimper le niveau de concentration de façon significative. En télévision, le niveau de concentration est généralement très élevé. Dans le secteur de la télévision par câble et par satellite, il est modéré.

Parmi les secteurs où l'on remarque une forte concentration, il y a la télévision par ondes hertziennes et la télévision payante, et pour vous montrer qu'Internet n'y échappe pas, permettez-moi de vous nommer les volets de l'univers médiatique dans lesquels on retrouve les niveaux de concentration les plus élevés.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Monsieur Winseck, je vous donne quelques minutes pour le faire.

**M. Dwayne Winseck:** Oui.

Dans les villes, partout au Canada, 92 % de l'accès Internet est contrôlé soit par l'entreprise de câblodistribution, soit par la compagnie de téléphone. La publicité en ligne est très concentrée. On observe une très forte concentration dans les sites de réseautage social. Il en est de même pour les services mobiles sans fil, les moteurs de recherche, les systèmes d'exploitation mobile, les systèmes d'exploitation bureautique, les systèmes d'exploitation pour téléphones intelligents, etc.

Je pourrais en dire davantage, mais je pense que mon temps est écoulé. Nous pourrions peut-être aller plus loin lorsque vous me poserez des questions.

Merci beaucoup.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci beaucoup, monsieur Winseck. Ce sont des renseignements extrêmement utiles. Je suis sûr que les membres du Comité vous poseront beaucoup de questions qui vous permettront de donner plus d'information sur les sujets dont vous vouliez parler.

Cela dit, je cède la parole à M. Samson pour le premier tour, au cours duquel les membres qui prendront la parole disposeront de sept minutes.

**M. Darrell Samson (Sackville—Preston—Chezzetcook, Lib.):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Je vous remercie de l'information que vous nous avez fournie ce matin. Elle nous sera utile dans ce processus très important.

Tout d'abord, un Canadien est un Canadien. Si je le dis, c'est qu'il est extrêmement important que nous comprenions que chaque Canadien devrait avoir accès à de l'information utile, locale, et que la diversité et les langues sont des aspects essentiels. Voilà pourquoi notre gouvernement doit s'assurer que tout le monde a accès à l'information.

[Français]

M. Demers nous a fourni des informations et, d'après ce que je comprends, il s'agit surtout de repositionner le financement et l'innovation.

Je cherche à savoir quel type d'innovations nous devrions mettre en oeuvre pour nous assurer que, en ce qui concerne la langue et la diversité, les régions rurales reçoivent de l'information à jour.

Monsieur Demers, pourriez-vous nous faire part de vos commentaires à ce sujet?

**M. François Demers:** Je crois que la réponse comporte deux volets.

Dans le cas du premier, il s'agit de tentatives visant à concevoir des produits pour petits écrans qui soient attrayants et fonctionnels. La plupart des grands groupes foncent actuellement dans cette direction. Ils essaient de mettre à profit leurs acquis, puisés dans les médias traditionnels, pour tenter de définir des produits pouvant être présentés sur presque tous les écrans.

Dans ce domaine, je vois les nouveaux acteurs proposer de commencer d'abord par la conception de produits destinés aux petits écrans pour éventuellement passer à la tablette, aux sites et, finalement, aux supports plus rigides comme l'écrit et ainsi de suite.

Je pense cependant que votre question se situe à un autre niveau et que vous aimeriez savoir de quelle façon le gouvernement, notamment, pourrait intervenir pour faire en sorte que la diversité d'accès et de production soit assurée partout au Canada.

Or à mes yeux, cela constitue un problème politique, mais aussi une difficulté dans la mesure où il faudrait déterminer où se trouvent les boutons appropriés sur lesquels il faudrait appuyer.

C'est pourquoi j'ai conclu mes propos en invoquant le rôle substantiel, constant et très important de Radio-Canada. Par exemple, jusqu'à la fin des années 1990, au moins 30 % des journalistes canadiens travaillaient à Radio-Canada. Son rôle traditionnel pourrait être renouvelé. Il faudrait alors innover et changer certaines choses. Je pense à toutes ces réductions subies par Radio Canada International. On a diffusé sur Internet des contenus d'information, mais en réduisant le nombre de langues accessibles. Une situation de ce genre pourrait être redressée.

• (0925)

**M. Darrell Samson:** Monsieur Demers, je vous remercie.



Quand on a débuté il y a 10 ans, qu'on a commencé petit et qu'on est devenu de plus en plus grand, cela me fait penser à M. Steve Jobs, qui est maintenant décédé. Il avait également cette approche. Merci beaucoup.

Je passerai à une deuxième question.

[Traduction]

Elle s'adresse à mes collègues du Forum de recherche, Monica et Al.

Vos recherches nous aident à comprendre des aspects essentiels. Ce qui m'intéresse, ce sont les solutions.

Vous avez donné de l'information sur trois facteurs très importants. L'élément le plus important est probablement le suivant: permettre au gouvernement de se repositionner pour mieux répondre aux besoins de tous les Canadiens. Bien entendu, il y a l'application — adopter une loi ou mettre en place un processus, et veiller à leur respect. Ensuite, il faut atteindre les objectifs.

Voici ma question: si nous devons faire tout cela, quelles mesures nous faudrait-il prendre pour faire vite?

**Mme Monica Auer:** Je crois avoir mentionné que l'un des plus grands problèmes auxquels est confronté tout chercheur qui examine la radiodiffusion et les télécommunications canadiennes, c'est qu'il n'y a quasiment pas de données utiles et pertinentes. Tous les ans, le Conseil publie des rapports de surveillance qui comptent plusieurs centaines de pages. Pratiquement rien dans le contenu ne concerne l'article 3 de la Loi sur la radiodiffusion, et une très petite partie porte sur l'article 7 de la même loi.

Cette année, notre organisme lance une fiche, de sorte que nous puissions déterminer ce que nous sommes en mesure d'évaluer en ce qui concerne les objectifs au Parlement pour les articles 3 et 7.

À mon avis — et ce n'est pas seulement en raison de mon expérience en recherche quantitative, à l'époque où j'étais en science politique, mais aussi parce que je suis une avocate qui cherche des éléments de preuve pour établir le bien-fondé —, il faut des données. Elles équivalent à l'emplacement géographique dans le domaine de l'immobilier. Le Parlement a besoin de données.

Vous voyez probablement la quantité énorme d'informations que le CRTC fournit. Une très petite partie est liée aux deux énoncés contenus dans la loi. Les données sont la priorité.

Je pense que je vais laisser Al présenter les deux prochaines recommandations.

**M. Al MacKay:** Je crois que si vous n'avez pas l'information dont vous croyez avoir besoin pour déterminer si on atteint les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion, alors vous devriez demander à l'organisme de réglementation de prendre les mesures qui vous semblent nécessaires pour qu'il soit capable de vous fournir les renseignements dont vous avez besoin pour faire cette évaluation.

**Mme Monica Auer:** Ce n'est pas la première fois que le Comité du patrimoine demande au CRTC de fournir des données et de bien les évaluer. Peut-être que la troisième fois sera la bonne. Le fait est que si vous demandez au Conseil de recueillir des données et que vous lui dites exactement quelles données vous voulez, cela aidera.

L'autre chose, bien entendu, c'est l'application.

En 1968 et en 1969, lorsque la Loi sur la radiodiffusion est entrée en vigueur et que le Parlement a pris des mesures visant à renforcer la culture canadienne face à nos merveilleux voisins du sud, tous les diffuseurs croyaient vraiment qu'ils risquaient de perdre leur licence s'ils n'intervenaient pas immédiatement. Nous n'en sommes pas là; les licences sont des dynasties familiales. La seule façon d'obtenir

une licence de télévision au Canada, c'est d'acheter les actifs de quelqu'un d'autre, et en raison de la diffusion centralisée, bon nombre de stations ne contrôlent même pas leurs émetteurs. Certains diffuseurs disent qu'ils ne peuvent même pas céder leurs licences, et bien sûr les licences appartiennent au gouvernement et ne peuvent être cédées, mais les actifs... C'est vrai, car dans certains cas, on a une licence, mais on n'a plus aucun moyen d'offrir des émissions à ses téléspectateurs.

● (0930)

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Je vous remercie, madame Auer et monsieur Samson.

Je dois maintenant céder la parole à M. Waugh.

**M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC):** Je vous remercie, tous les quatre. Vos exposés étaient très instructifs, et vous avez tous fait beaucoup de bonnes déclarations.

C'est intéressant. Les médias émergents ne remplaceront jamais les médias traditionnels. À mon avis, il y a les grands conglomerats — Bell, Rogers, Telus — qui finiront par entrer dans le jeu — et Shaw. Ils contrôlent tout ici. C'est ce qui caractérise le monde des médias aujourd'hui.

Nous l'avons vu aux Jeux olympiques de Vancouver, lorsque Bell a décidé d'acheter CTV parce qu'ils étaient à l'extérieur du stade où se déroulait le match pour la médaille d'or en hockey féminin. Il se trouve que le président de Bell ne pouvait pas entrer parce qu'il y avait une longue file. Tous les gens utilisaient leur téléphone intelligent. Il l'a réalisé; deux semaines plus tard, BCE a racheté CTV.

Je ne crois pas que nous ayons besoin d'autres subventions. Nous avons probablement besoin d'un plus grand nombre d'acteurs. Or, vous venez de me dire tous les quatre qu'il est difficile d'obtenir des licences, et nous avons observé une certaine croissance dans l'industrie. De plus, vous avez dit que les nouvelles locales sont très importantes. Je pense qu'aux dernières élections fédérales, nous avons vu que les jeunes ont maintenant pris la relève et qu'ils joueront un rôle plus déterminant.

Voudriez-vous peut-être seulement parler de cette question? Je ne souhaite pas vraiment qu'on accorde de nouvelles subventions au secteur quand je vois les grands joueurs et leurs options d'achat d'action et leur situation actuelle.

Monica pourrait intervenir la première.

**Mme Monica Auer:** La première chose, c'est la Loi sur la radiodiffusion.

**M. Kevin Waugh:** Elle n'a jamais été mise à jour.

**Mme Monica Auer:** Selon le sous-alinéa 31(1)s) de la Loi, le CRTC doit obliger les réseaux et les entreprises de programmation privés à contribuer financièrement au contenu canadien dans la mesure où leurs ressources le leur permettent. Le CRTC interprète cette disposition de façon assez limitée. Par exemple, nous savons que le phénomène de la convergence des médias existe. Dwayne et M. Demers l'ont très bien expliqué.

Voici ce qui se passe au XXI<sup>e</sup> siècle. Si une énorme compagnie de téléphone veut vendre des téléphones intelligents et qu'elle a tout le contenu qu'elle peut obtenir auprès de ses entreprises de télévision, savons-nous si ces dernières reçoivent une compensation adéquate pour tout le contenu diffusé dans ces objets de valeur? S'il n'y avait pas de contenu dans tous ces conduits, combien de personnes les achèteraient?

Vous vouliez peut-être ajouter quelque chose, Al.

**M. Al MacKay:** Non, c'est bien.

**M. Dwayne Winseck:** Je veux tout d'abord dire que je suis vraiment très sceptique en ce qui concerne les subventions. À mon sens, l'idée d'imposer une quelconque taxe pour les fournisseurs de services Internet ou les propriétaires de conduits afin de financer du contenu est un non-sens; c'est voué à l'échec et il devrait en être ainsi.

Une partie du problème concernant le système canadien, c'est l'idée que nous le percevons comme un système, plutôt que comme un ensemble de blocs Lego, disons, que nous fixons ensemble pour former différentes choses qui reflètent nos désirs. En concevant les choses comme un système, nous avons créé un labyrinthe de fonds secrets qui passent d'une poche à une autre avec la bénédiction de l'organisme de réglementation. Je ne crois pas du tout que cela nous est utile.

Les subventions qui existent déjà sont déjà bien généreuses, au-delà de ce que nous donnons à la Société Radio-Canada chaque année qui, je crois, devrait recevoir un financement important. Il est juste de rétablir les fonds qu'elle a perdus. À mon avis, elle a une mission essentielle. Toutefois, en dehors du financement de la Société Radio-Canada, j'ai calculé en gros, pour un exposé que j'ai présenté il y a un mois ou deux, les subventions que nous versons au Fonds des médias du Canada, au Fonds du Canada pour les périodiques et aux industries de la musique et de l'enregistrement sonore, et il s'agit d'environ 800 millions de dollars.

Je pense que nous devons retirer chacune des petites subventions qui font en sorte que — si vous me le permettez — les cloaques d'initiés et de quémandeurs de l'industrie font la queue devant l'abreuvoir; et regrouper les fonds dans ce que nous appelons un fonds pour les médias et la culture en général. Nous retirons l'argent des mains des diffuseurs. Nous le retirons des mains des EDR, des compagnies de câblodistribution. Ils ne jouent aucun rôle dans le financement, dans la gestion et pour ce qui est de retirer des sommes.

Comme l'a souligné Monica, une petite partie des fonds destinés à l'amélioration de la programmation locale retournent directement dans les poches des grands conglomerats qui, à mon avis, ont placé les entités de diffusion dans une situation très précaire en raison des décisions insensées sur le regroupement qui ont été prises et d'un grand projet qu'ils ont entrepris à la fin des années 1990 concernant la convergence et l'ère des « .com ». Nous devons y mettre fin et nous ne devrions absolument pas leur donner la moindre subvention.

Je crois qu'il nous faut maintenir les subventions que nous avons, car nous devons reconnaître — et nous le reconnaissons dans le droit de la propriété intellectuelle — que l'information et les nouvelles sont un bien public. Le public n'a jamais payé les frais complets pour les nouvelles nulle part dans le monde, que ce soit dans le passé ou de nos jours. Les seules personnes qui ont payé les frais complets pour les nouvelles, ce sont les intervenants financiers et les marchands riches qui veulent des avantages à temps, secrètement et en exclusivité. Pour tous les autres — pour la population générale, et de façon à ce que les gens vivent dans une société démocratique — nous avons une série de subventions.

Il y a trois sources de subventions. Il y a les annonceurs. Nous constatons qu'il y a des difficultés sur ce plan actuellement. Il y a les subventions gouvernementales, et on en compte un nombre important au Canada. Je crois que c'est une bonne chose, mais nous devons les regrouper. Enfin, nous avons de riches mécènes; cela peut être bien également, mais nous devons faire quelque chose au sujet du regroupement.

J'ai un dernier point à soulever. Nous devons aussi reconnaître — et nous pourrions peut-être en parler plus tard — qu'il se passe de bonnes choses sur le plan du nouveau type de journalisme qui est en train d'émerger.

• (0935)

**M. Kevin Waugh:** Excusez-moi, monsieur Demers, mais il ne me reste plus de temps.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** C'est maintenant au tour de M. Nantel.

[Français]

**M. Pierre Nantel (Longueuil—Saint-Hubert, NPD):** Merci, monsieur le président.

Bonjour, monsieur Demers. Merci à toutes et à tous.

J'ai été estomaqué en entendant plus tôt vos témoignages. Toute cette information est vraiment comme un pain multigrains noir, un gigantesque pumpnickel que nous allons devoir digérer. En sortant d'ici, nous aurons beaucoup d'informations à relire à partir de ce que vous nous avez mentionné. Vous avez brossé un tableau très précis de la situation. Il en ressort, de toute évidence, qu'il nous faudra des données pour déterminer avec exactitude où sont les crises, où ça fuit et quel peut être l'appui que nous pouvons fournir.

Monsieur Demers, votre étude est très large. Ce à quoi vous travaillez depuis plusieurs années m'amène à faire un parallèle. Dites-le moi s'il est boiteux.

J'ai 52 ans et quand j'étais jeune, je lisais le journal. Les seuls médias auxquels nous avions accès étaient la télévision en direct et le journal. Aujourd'hui, la concurrence est gigantesque et vient de partout. Les médias locaux font face à une concurrence mondiale, qu'il s'agisse des niaiseries d'une starlette sur TMZ, d'un documentaire sur les poissons ou sur le grand récif de corail en Australie. Tout cela fait qu'on s'intéresse moins à ce qui se passe dans le quartier d'à côté, par exemple au fait qu'une borne-fontaine a été placée au beau milieu du trottoir.

Est-il juste de dire que ce sont des phénomènes auxquels nos médias locaux doivent faire face? Ils ne sont plus la seule source d'information et, comme vous le dites souvent, de divertissement.

**M. François Demers:** Ce que vous dites me semble assez juste, mais j'ajouterai que les médias locaux font face à un défi supplémentaire. En effet, outre les médias traditionnels, il y a les nouveaux médias. Je parle ici des jeunes pousses, de tous ces gens qui essayent de faire leur place dans le domaine. À l'échelle des quartiers, par exemple dans la région de Québec, certains créent des réseaux pour tenter de se soutenir mutuellement. Or le défi est le suivant: la porte d'entrée pour les informations journalistiques, quelles qu'elles soient, tend à être de moins en moins la marque, mais de plus en plus une nouvelle en particulier, c'est-à-dire qu'on ne lit plus *Le Soleil* et ses contenus, mais une nouvelle précise dans *Le Soleil*.

En Gaspésie, un magazine est devenu le site Graffiti. J'y ai travaillé, de même qu'au *Reader's Digest*. À partir de ces expériences, j'en conclus que les gens sont de plus en plus au courant qu'il y a quelque chose de neuf, mais y accèdent de façon fragmentée, à la pièce. Par exemple, il y a trois ou quatre ans, environ un tiers des gens accédait au journal *Le Soleil* de Québec par l'entremise de son site Web; un autre tiers y accédait à partir de moteurs de recherche, donc en cherchant des sujets précis, et un autre tiers y accédait par l'intermédiaire des réseaux sociaux parce qu'on leur avait dit qu'il y avait un sujet intéressant et qu'on leur avait fourni le lien pour y accéder. Le pourcentage de gens qui accède à ces contenus à partir des moteurs de recherche et des médias sociaux croît constamment.

En Gaspésie, le pourcentage de gens passant par les médias sociaux et ne s'intéressant qu'à un sujet particulier signalé par quelqu'un d'autre était, dès le départ, de 65 %. Que cette information se trouve dans tel ou tel média n'était pas importante pour eux. De nos jours, la fidélité est centrée surtout sur nos téléphones intelligents plutôt que sur des médias spécifiques. La télévision est aux prises avec le même problème. On ne consomme plus une programmation dans son ensemble, mais on le fait à la pièce.

● (0940)

**M. Pierre Nantel:** Vous avez mentionné plus tôt que Radio-Canada semblait réduire sa présence à Québec, et ce, pour toutes sortes de raisons. M. Winseck a aussi parlé de la place de Radio-Canada.

J'aimerais justement m'adresser à vous, monsieur Winseck.

Vous avez parlé de notre mode de réglementation et du fait que, jusqu'à maintenant, notre politique consistait à réglementer comment le matériel était livré. Or M. Demers vient de nous dire qu'aujourd'hui, les gens ne s'intéressent plus au camion du livreur, qu'il soit rouge ou bleu. Ils savent déjà ce qu'ils veulent et ne se soucient pas le moins du monde de quel camion provient le contenu.

C'est bien ce que vous avez dit?

[Traduction]

**M. Dwayne Winseck:** Je suis d'accord avec M. Demers à ce sujet. Que les choses soient livrées par un camion de livraison, par Uber, ou par tout autre moyen, les gens ne s'en soucient vraiment pas. Ils sont tout à fait prêts à brancher leur ordinateur portatif en utilisant le réseau Wi-Fi lorsqu'ils se couchent le soir ou à utiliser leur cellulaire ou à regarder un écran dans une autre pièce. L'écran et l'appareil ne sont vraiment que des substrats qui diffusent le contenu qu'ils veulent.

Par ailleurs, nous devons oublier l'idée que les conduits ne sont que des conduits vides. L'idée voulant que nous devions remplir les conduits et que la valeur de ces derniers augmente à partir du contenu que nous pouvons leur donner correspond exactement à la folie qui a plongé les entreprises dans le pétrin au départ.

Je me rappelle que lorsqu'il était à la tête de EMI, Bronfman disait que sans eux, les rois de l'industrie de la musique, qui remplissent les conduits, les gens n'auraient que des écrans gris. Non. Les gens utilisent leurs téléphones pour parler de leur vie en détail et remplissent les conduits de détails sur leur vie intime. Ils obtiendront du contenu de n'importe quelle source qu'ils veulent. C'est ce que M. Demers disait.

L'un des problèmes, c'est que parfois, les gens utilisent du contenu sans faire preuve de sens critique, sans se demander si une source est crédible. Je le constate lorsque mes étudiants veulent me passer des choses provenant des sources qu'ils ont consultées en faisant une

recherche générique, et ce n'est pas acceptable, pour un travail universitaire.

Il y a différents types de problèmes, mais je ne crois pas que ce sont ceux que nous examinons ici.

**M. Pierre Nantel:** Merci.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci beaucoup.

C'est maintenant au tour de Mme Dabrusin.

**Mme Julie Dabrusin:** Ma question s'adresse à M. Winseck.

Je veux revenir à votre observation sur les bonnes choses qui émergent.

Hier, j'ai lu un article de Philip Smith en ligne. Il disait que plutôt que d'essayer de déterminer comment sauver les médias au Canada, nous devons essayer de déterminer comment on peut réinventer fondamentalement l'écosystème des médias de façon à ce que le Canada redevienne un joueur important à l'échelle internationale en se dotant d'un modèle exportable et d'un produit qui suscite l'intérêt d'autres pays.

Je pense que c'est une idée intéressante. Vous avez dit que vous vouliez parler des bonnes choses qui émergent. Vous pourriez le faire brièvement.

● (0945)

**M. Dwayne Winseck:** Quand je dis que nous devrions avoir en quelque sorte un fonds d'aide pour les médias et la culture en général, il pourrait être utilisé pour tirer profit de ce que certaines personnes appellent le Hollywood du Nord, l'idée que nous avons beaucoup de main-d'oeuvre spécialisée au pays dans l'industrie du film et de la télévision qui produisent pour Hollywood et les réseaux de télévision américains. L'une des premières émissions diffusées à partir d'Internet a été conçue à Vancouver par des gens qui travaillaient dans des productions de Hollywood. Il y a des jeux vidéo. Au début des années 2000, le nombre de bureaux d'information est passé de neuf à deux dans des entreprises comme CanWest, et ce, en à peine trois ans. Je vois leur réintégration. Je vois ce genre de choses en bonne partie.

Lorsque nous examinons ce qui émerge, nous constatons que bien des choses nouvelles et très positives se profilent à l'horizon. Il ne s'agit pas d'activités véreuses conçues par des gens peu qualifiés; elles sont menées par d'anciens journalistes qui ont été mis à pied.

Regardez la liste de *iPolitics*. Elle comprend certains des meilleurs journalistes du pays. Il se trouve que certains d'entre eux sont mes collègues. Prenez *Blacklock's Reporter* et *Canadaland*. Prenez *Policy Options* et Jennifer Ditchburn, une excellente courriériste parlementaire très compétente, qui a fait sa maîtrise en journalisme à l'Université Carleton. Elle est maintenant rédactrice en chef de *Policy Options*.

Nous voyons également surgir des spécialistes de toute une série de sujets. Craig Forcece, de l'Université d'Ottawa, est, sans conteste, l'un des meilleurs spécialistes des questions de sécurité nationale. Il y a Michael Geist, qui est spécialiste dans le domaine des médias numériques et du droit d'auteur, ainsi que mon collègue de l'Université Carleton, Josh Greenberg, qui est spécialiste des questions touchant la santé publique et l'environnement.

**Mme Julie Dabrusin:** Je vous remercie pour la liste des bonnes choses qui se profilent à l'horizon, mais j'aimerais savoir quelles mesures nous pouvons prendre en ce sens, pour faire avancer tout cela.

**M. Dwayne Winseck:** Il y a trois éléments.

Tout d'abord, il y a le fonds relatif au contenu général, le regroupement des divers fonds dans un fonds de contenu général. Il faudrait les retirer des mains de l'industrie existante; recueillir l'argent au moyen d'une mesure fiscale générale, plutôt qu'en siphonnant l'argent d'un endroit pour le verser ailleurs. Il s'agirait peut-être de couper dans le gras, de réduire un peu le montant actuel. On parle d'un fonds général qui serait géré par des entités indépendantes. C'est ma première suggestion.

Ensuite, vous pourriez inciter les organismes de réglementation qui prennent déjà des mesures importantes concernant la concentration des médias, comme le CRTC au cours de la dernière année, à continuer de se tenir debout. Ils subissent des pressions extrêmes, par le lobbying et des pressions politiques, à mon avis, pour faire ce qu'il faut. Ils ont pris quatre décisions majeures au cours de la dernière année, ce qui constitue une très forte résistance devant la concentration des médias.

Parlons de la télévision, de la télédiffusion mobile, des services sans fil mobiles de gros et de l'accès à la fibre optique. Ils sont absolument fantastiques et m'amènent à vous parler de mon troisième point: ouvrir les conduits. Il faut le faire pour que les gens puissent avoir accès sans que les entreprises médiatiques qui sont intégrées verticalement se comportent comme des éditeurs, plutôt que comme de simples opérateurs.

Ce sont les trois aspects: subventions, organismes de réglementation qui se tiennent debout, et séparation structurelle, de sorte que les conduits soient ouverts.

**Mme Julie Dabrusin:** C'est formidable. Merci.

J'ai fait des lectures à propos de ce que vous avez dit sur la façon dont nous parlons de la concentration des médias et dans quelle mesure cela illustre une philosophie politique ou nos points de vue sur la démocratie. Je sais que...

Combien de temps il me reste?

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Deux minutes et demie.

**Mme Julie Dabrusin:** D'accord.

Nous allons au moins commencer. J'aimerais, si possible, que vous décriviez tout d'abord ce que vous considérez comme les quatre idéologies ou approches. Nous pourrions ensuite peut-être parler de ce que cela illustre quant à nos philosophies politiques.

**M. Dwayne Winseck:** D'accord.

Il y a tout d'abord les gens qui pensent toujours que le ciel est en train de nous tomber sur la tête, soit les cassandres, qui disent que la concentration des médias est une mauvaise chose, que la situation se détériore et que la démocratie est sur la corde raide essentiellement pour toujours. Depuis le début de mes études, il y a 35 ans, je vois cette idéologie.

Il y a les cassandres, et les autres, les autruches, soit les gens qui pensent que les choses vont mieux que jamais. Le ciel est bleu, et comment pourrions-nous être dans une meilleure situation que celle que nous vivons présentement? Les autruches disent que nous vivons dans un environnement où l'information abonde et que les gens qui pensent à la concentration des médias à l'ère d'Internet sont des dinosaures.

Il y a donc les cassandres, les autruches, et il y a les gens qui s'enfouissent la tête dans une montagne de données pour essayer d'établir un lien direct entre les gens qui sont propriétaires des médias et un reflet d'une idéologie politique ou d'un parti pris. On ne peut pas faire cela. Il ne peut y avoir un simple lien causal dans un cadre institutionnel complexe comme celui-là. C'est une quête futile.

Les chercheurs du pays qui ont effectué les meilleures recherches, Colette Brin, Soderlund et Hildebrandt, arrivent à la même conclusion que d'autres chercheurs dans le monde. Les avis sont partagés et les preuves ne sont pas concluantes.

La dernière approche consiste à tenter de mettre ensemble les bons éléments des autres approches, et elle correspond à ma vision, j'imagine. Je me base sur d'autres points de vue qui m'ont appris des choses au fil des ans. Je pense que les sociétés, depuis toujours, oscillent entre l'ouverture et la fermeture dans les communications, et il est présomptueux de penser que notre époque est exceptionnelle et que les forces de la consolidation, de la concentration et du contrôle ont disparu du paysage en quelque sorte, comme s'il s'agissait d'espèces disparues. Je ne crois pas que ce soit le cas. À mon avis, nous devons prendre de très grandes mesures préventives pour nous assurer que nous avons toutes les conditions qui ont le plus de chance de nous mener vers le système médiatique le plus démocratique possible.

Cela signifie qu'il faut adopter des mesures structurelles importantes, ce qui inclut des mesures de prévention de la concentration des médias; s'assurer que les conduits sont ouverts et que les opérateurs ne se comportent pas comme des éditeurs; et veiller à ce que nous ayons les ressources qui conviennent. C'est ce qui a le plus de chance de produire un environnement médiatique favorisant un système démocratique. Par conséquent, nous devrions limiter au minimum la réglementation sur le contenu ou le comportement de tous genres

• (0950)

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci, monsieur Winseck.

Je cède la parole à M. Barlow. Les membres du Comité qui prendront la parole au cours de ce tour disposeront de cinq minutes.

**M. John Barlow (Foothills, PCC):** Merci, monsieur le président.

Je suis ravi de pouvoir remplacer M. Van Loan aujourd'hui. J'ai passé 20 ans dans l'industrie de la presse, et je souhaite vivement participer aux discussions.

Je veux changer un peu la tactique et poser des questions à M. Demers, mais auparavant, monsieur Winseck, je veux vous dire que j'ai été ravi d'entendre que vous êtes contre l'attribution de subventions supplémentaires dans cette industrie. Tous les gens de l'industrie de la presse avec lesquels je me suis entretenu sont d'accord avec vous. Toutefois, vous avez dit que vous appuyez le versement de fonds supplémentaires à la Société Radio-Canada. Il s'agit d'une subvention.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. John Barlow:** Elle reçoit 1,5 milliard de dollars de subventions chaque année. Je pense qu'il est important qu'elle établisse une structure de coûts réaliste pour continuer d'avancer. Nous lui demandons d'être un peu plus autonome. La radio CKUA et d'autres stations du genre doivent amasser des fonds par elles-mêmes si elles veulent faire ces choses. Je voulais simplement le préciser.

Monsieur Demers, vous avez parlé des journaux locaux. Je sais que vous êtes à Québec, mais voici l'un des plus grands problèmes auxquels les journaux locaux font face, d'après mon expérience. Ils réussissent relativement bien parce qu'ils sont axés sur les nouvelles locales, n'est-ce pas? Une personne qui habite dans une petite collectivité obtient ces nouvelles exclusivement dans le journal local. Toutefois, avez-vous fait des recherches sur les coûts de Postes Canada? Est-ce que quelqu'un d'autre en a fait? M. MacKay ou Monica?

Par exemple, plus de la moitié du budget du journal local moyen est consacré à la livraison du journal par Postes Canada. Les coûts ne cessent d'augmenter. Postes Canada ne permet plus la livraison des journaux locaux comme envoi de deuxième classe. Il faut qu'ils soient affranchis au tarif de première classe. S'ils pouvaient réduire leurs coûts liés à Postes Canada, si les journaux pouvaient être considérés comme des envois de deuxième classe, ils économiseraient des centaines de milliers de dollars par année. Je me demande si vous vous êtes penché sur la question.

• (0955)

[Français]

**M. François Demers:** Il y a quelques années, nous avons étudié la question du soutien indirect du gouvernement fédéral à la distribution des journaux. Ce facteur compte, mais sans vouloir vous contredire, je crois que les journaux ne sont plus là. Ce serait une mesure minuscule si on considère l'ensemble de leurs défis.

Je vais vous donner une réponse un peu plus large. Il nous apparaît — ou il m'apparaît — que l'appareil de soutien étatique financier et réglementaire à la production canadienne de produits culturels, notamment dans le milieu des médias pendant un siècle, s'est mis en place progressivement par toute une série de mesures dans la perspective de stimuler la production, la distribution et le positionnement à l'étranger.

Cependant, le grand défi des médias, à l'heure actuelle, n'est pas de ce côté. Il s'agit plutôt de s'assurer que ce qu'on peut appeler les produits culturels canadiens sont publicisés auprès des Canadiens. Il faut qu'ils soient plus faciles d'accès que les autres produits et qu'ils soient plus attrayants. C'est là que devrait se concentrer le soutien gouvernemental et son innovation. Il faut rajeunir, rafraîchir et nettoyer tout le reste qui est déjà en place. Il faut peut-être récupérer des fonds afin de rendre les Canadiens conscients que des produits canadiens leurs sont offerts — même quand ils sont offerts par l'étranger — et s'assurer que ces produits sont bien positionnés et attrayants.

[Traduction]

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci.

Il vous reste quelques secondes.

**M. John Barlow:** J'aimerais savoir, monsieur Winseck, si vous avez quelque chose à ajouter très rapidement. Vous avez parlé de l'importance de l'accès à des services Internet haute vitesse. L'an dernier, nous avons lancé le programme Un Canada branché, et je suis très heureux d'apprendre que le gouvernement libéral le conservera.

Je viens d'une collectivité rurale, et je dirais que bien moins que la moitié de mes résidents ont accès à des services Internet haute vitesse. Lorsqu'on parle d'accès Internet, il ne s'agit pas seulement de l'accès à des cellulaires et à des tablettes; c'est le fait qu'on n'a pas accès à Internet haute vitesse. Je pense que c'est un aspect qu'il faut privilégier également.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Il ne vous reste que quelques secondes pour répondre.

**M. Dwayne Winseck:** Je conviens qu'il nous faut améliorer le service universel pour ce qui est des services Internet haute vitesse. J'ai soumis une présentation au CRTC sur l'examen qu'il a fait de la question.

Je vais dire quelque chose qui peut sembler un peu exagéré. Pour revenir à Postes Canada et à la diffusion des nouvelles, etc., il y a une longue histoire. Cela peut sembler un peu radical en ce moment,

mais j'ai une idée un peu folle en tête depuis six mois. Il s'agit de fusionner la Société Radio-Canada et Postes Canada et de créer la Société canadienne des communications.

Elle pourrait aider à fournir l'infrastructure de diffusion des nouvelles, comme vous l'avez mentionné, et servir de fournisseur de services Internet sans fil dans les régions éloignées et rurales du pays. Auparavant, le bureau de poste jouait un rôle central, surtout en Amérique, en tant qu'infrastructure pour l'échange d'information.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci, monsieur Winseck.

Merci, monsieur Barlow.

C'est maintenant au tour de M. Breton.

[Français]

**M. Pierre Breton (Shefford, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Bonjour à toutes et à tous.

Tout d'abord, je tiens à vous remercier pour les précieux et très intéressants renseignements dont vous nous avez fait part aujourd'hui. Cela va faciliter notre prise de décisions et, surtout, l'analyse que nous allons devoir faire avant de formuler des recommandations.

Je viens d'une région rurale qui se trouve à environ une heure de route de Montréal. Ma préoccupation concerne les médias locaux. D'après moi, notre quotidien local, notre radio locale et notre télévision communautaire sont vraiment très mobilisateurs pour nos concitoyens. Les gens veulent savoir ce qui se passe, qu'il s'agisse au niveau du conseil municipal, de la culture, des trottoirs ou du village voisin.

La préoccupation est importante pour ce qui est de la concentration des médias. Dans notre région, il y a une réelle cohésion entre les gens pour ce qui est de l'information qu'ils reçoivent au jour le jour. Si nous nous mettons à recevoir de l'information provenant exclusivement de Montréal, Trois-Rivières ou Sherbrooke, il est évident que la communauté ne sera plus aussi stimulante.

Monsieur Demers, j'ai vu que vous aviez notamment fait de la recherche sur les médias régionaux. J'aimerais entendre votre point de vue sur l'avenir des médias locaux, que ce soit la radio ou les journaux. Il est selon moi extrêmement important de se pencher sur cette question.

• (1000)

**M. François Demers:** Vous signalez l'importance du besoin d'information de proximité au sein des populations locales et régionales qui, même si elles résident dans les grandes banlieues, constituent une sorte de communauté. Pour d'autres raisons, le repli des fournisseurs traditionnels dans le cadre de la concentration de même que leur décision de ne diffuser, comme c'était le cas pour la télévision, que des produits montréalais dans l'ensemble de l'arrière-pays vont créer un besoin de reconstruire l'offre d'information locale.

À l'heure actuelle, l'obstacle principal est que ces grands cétacés, en l'occurrence les grands groupes, sont un frein pour les régions. Ils contrôlent notamment le marché publicitaire, empêchant ainsi l'entrée de nouveaux joueurs. Même s'ils ne répondent plus aussi bien aux besoins de la population, l'arrivée de nouveaux joueurs dans ce type de marché est freinée. Dans la région de Québec, par exemple, si *Le Soleil* ferme ses portes, un nouveau médium va naître et sera davantage centré sur la région.

**M. Pierre Breton:** Je vous remercie beaucoup pour ces éclaircissements.

Encore une fois, ma question concerne l'information locale et les médias locaux, à laquelle les autres témoins peuvent évidemment répondre.

On ne peut pas empêcher le changement. Comme on l'a dit tout à l'heure, les nouvelles générations s'intéressent à d'autres infrastructures pour obtenir des nouvelles. Je n'ai qu'à prendre l'exemple de mes trois enfants. Malheureusement, ils ne lisent pas le journal local, mais, en se levant le matin, ils consultent les médias sociaux sur leurs appareils. C'est le contenu de ces médias qui les intéresse et c'est ce qui est pratique pour eux.

Les médias locaux se transforment aussi: ils transfèrent leurs journaux papier vers le numérique. Cependant, il n'est toujours pas facile pour eux d'attirer cette nouvelle clientèle. J'aimerais avoir votre opinion à ce sujet.

Pourquoi ces journaux, qui sont pourtant en version numérique, ont-ils encore de la difficulté à aller chercher cette nouvelle génération de jeunes qui devraient s'y intéresser?

[Traduction]

**Mme Monica Auer:** Je vais commencer rapidement par signaler qu'une chose à garder à l'esprit au sujet de la consommation d'actualités, c'est qu'elle change avec l'âge. Quand vous êtes jeune, vous aimez les aliments à grignoter. Qui n'aime pas de bonnes McCroquettes? Puis, quand on vieillit et qu'on a des enfants, on se dit qu'il faut manger convenablement. Il faut de la salade, des légumes et tout cela, alors vous passez des aliments à grignoter aux repas complets. Puis vos enfants deviennent des adolescents, votre mère vient vous visiter, et vous devez alors préparer un très beau repas.

Ce que je veux dire, c'est qu'en vieillissant, à chaque génération, on a des besoins légèrement différents et on va chercher l'information qu'on veut de manière différente. Devrions-nous dire que le ciel nous tombe sur la tête parce que les membres de la génération Y, par exemple, ne regardent pas les émissions comme le font les générations qui les précèdent? Non. Il est plutôt question de savoir si, oui ou non, le contenu professionnel requis sera là au moment où il le faut.

Vous n'avez pas besoin d'une caserne de pompiers ou d'un hôpital chaque jour — en tout cas, ce n'est pas le cas de la plupart d'entre nous —, mais quand votre maison brûle, vous aimeriez vraiment que la caserne de pompiers se trouve à proximité. C'est la même chose pour votre station de radio ou de télé locale. Quand il y a des inondations qui s'annoncent, vous aimeriez le savoir. Il est un peu déconcertant de constater que la plupart des stations de radio sont maintenant automatisées et qu'il n'y a peut-être absolument personne dans l'immeuble. Il est déconcertant de constater que les présentateurs de nouvelles de Toronto ne connaissent pas les noms de vos collectivités locales.

En ce qui concerne les médias imprimés, nous avons toujours dit que n'importe qui pouvait lancer un journal, qu'il n'était pas nécessaire de régler cela, outre les soumettre au Code criminel. Pour la diffusion, nous avons dit que nous aurions des fréquences limitées et que nous voulions le meilleur usage possible du service, ce qui fait que nous avons des normes. Aussi, le Parlement a dit qu'il veut garantir aux Canadiens l'accès aux actualités.

Je sais que des gens croient que... Souvent, on dit « Qui se soucie de ceux qui possèdent la presse? » Eh bien, il y a une différence entre avoir cent propriétaires de journaux et n'en avoir que deux. C'est ça, la raison. C'est parce que vous vous préoccupez de la convergence des médias. Vous vous préoccupez de la perte de diversité des voix.

Quand nous disons que la propriété n'est peut-être pas importante dans les médias locaux, elle l'est quand...

● (1005)

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Je vais devoir vous demander de conclure.

**Mme Monica Auer:** Je vais conclure: c'est important.

**Des voix:** Oh, oh!

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** D'accord. Je suis plutôt indulgent; nous allons laisser passer cela et donner la parole à M. Van Loan.

**L'hon. Peter Van Loan (York—Simcoe, PCC):** Merci beaucoup.

Je m'adresse aux gens du Forum. Vous avez quelques tableaux qui étaient les baisses de revenus, d'emplois et de couverture locale. Vous n'avez pas de tableau sur le nombre d'heures réelles de nouvelles locales.

Nous pourrions nous disputer au sujet du contenu, mais je ne veux pas parler de contenu et de qualité. L'impression que j'ai, c'est qu'il n'y a pas eu une si grande diminution et que les réseaux ont maintenu cela. Est-ce que mon impression est bonne?

**Mme Monica Auer:** J'hésiterais à dire non; c'est une impression juste, mais ce que je peux vous dire, c'est que les données des années 1990, rapportées par les stations elles-mêmes, montrent des niveaux nettement supérieurs de nouvelles locales originales par rapport à maintenant. C'est une façon légèrement différente d'aborder la chose.

Comme je le disais, il est très difficile d'utiliser les registres de télévision du CRTC pour déterminer la part de nouvelles originales, car, par exemple, une émission qui est produite à Toronto est codée comme une station de télé locale...

**L'hon. Peter Van Loan:** J'ai l'impression que vous pourriez vous plaindre de la même chose concernant leurs nouvelles nationales aussi. Avec tout ce qu'on va puiser chez les diffuseurs de partout dans le monde, je pense qu'il y a pas mal moins de nouvelles originales produites là aussi.

En ce qui concerne la deuxième question, vous avez montré les baisses de revenus. Le CRTC dit qu'il y a plus qu'assez d'argent dans le système pour soutenir cela. Comment conciliez-vous ces deux positions apparemment contradictoires?

**Mme Monica Auer:** C'est parce que le CRTC regarde les revenus totaux pour tous les services de câblodistribution, de diffusion par satellite, de télévision et de radio ainsi que les services discrétionnaires payants. Quand vous dites qu'il y a assez de revenus, le plan actuel est de prendre une partie de l'argent affecté au financement des programmes communautaires fondés sur le bénévolat et de le rendre aux stations de télé locales. C'est ça, l'idée. Ce n'est pas qu'il y a de l'argent au point où on peut en obtenir par enchantement. Ils vont en enlever à un groupe pour en donner à un autre groupe. Ce serait comme prendre de l'argent de CBC/Radio-Canada et le donner aux stations privées. Ils veulent prendre l'argent du secteur communautaire et le donner au secteur privé. C'est là le plan.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Nous passons à M. Vandal.

[Français]

**M. Dan Vandal (Saint-Boniface—Saint-Vital, Lib.):** Merci beaucoup, monsieur le président.

[Traduction]

Il y a beaucoup d'information, et j'essaie de m'attarder à cela. Je ne cherche pas les problèmes, mais je dois demander à chaque témoin ce qu'il estime être le défi numéro un des médias canadiens pour l'avenir.

Commençons par Al et Monica.

**M. Al MacKay:** Je pense que c'est de trouver comment faire des affaires dans cet univers particulier. En tant que vieux journaliste télé, ce que je constate, entre autres, c'est que nous faisons aujourd'hui nos bulletins de nouvelles comme nous les faisons quand j'ai commencé dans les années 1970. Il y a beaucoup plus de fioritures et de graphiques aujourd'hui. Vous pouvez vivre n'importe où, et il y aura là un reporter muni d'un téléphone intelligent. Ils n'ont pas besoin de camions encombrants et de tout l'équipement, mais ils présentent toujours l'information de la même manière. Je pense qu'ils n'ont pas encore réalisé que les gens ont déjà vu une bonne partie de l'information qu'ils présentent dans leurs bulletins de nouvelles de 18 heures et de 23 heures. Les gens ont déjà vu ce contenu sur Twitter, au moyen de leurs téléphones intelligents, ainsi que grâce aux divers regroupements de nouvelles.

• (1010)

**M. Dan Vandal:** Pourquoi serait-ce un problème pour les Canadiens?

**M. Al MacKay:** J'aimerais attirer l'attention du Comité sur le rapport de Statistique Canada qui a été publié le 15 janvier. Il suit l'utilisation des médias pour les nouvelles, et certaines données sont vraiment spectaculaires.

La proportion de Canadiens qui ont dit suivre les nouvelles et les actualités tous les jours a diminué de 68 % à 60 %. Le nombre de personnes qui suivent les nouvelles à la télévision a fléchi pour passer de 90 % en 2003 à 78 % en 2013. Je ne vais pas parcourir toutes les données. Je vais laisser cela au Comité.

Bien sûr, il y a une longue histoire derrière cela. Je vais parler seulement de l'essentiel, mais les gens ne regardent pas. Ils ont décidé qu'ils ne vont pas regarder. D'après moi, les gens qui produisent les nouvelles ne font pas le travail en fonction des attentes des gens.

**M. Dan Vandal:** Merci, monsieur MacKay.

Je pose la même question à Dwayne Winseck.

**M. Dwayne Winseck:** Pour moi, le plus gros problème, c'est maintenant de trouver comment nous sortir des problèmes qui ont été créés par le regroupement excessif des médias et l'intégration verticale. Au cours des années à venir, nous devons adopter des solutions qui nous permettront de réduire au minimum les problèmes structurels qui ont été créés et nous doter d'un solide organisme de contrôle pour cette question de concentration.

**M. Dan Vandal:** Qu'est-ce que vous avez comme preuve de ce problème?

**M. Dwayne Winseck:** Pardon, de...?

**M. Dan Vandal:** La concentration des médias et l'intégration verticale.

**M. Dwayne Winseck:** Je pense que j'ai consacré une bonne partie de mon exposé à expliquer cela, alors je ne pense pas pouvoir l'expliquer beaucoup mieux.

Ce que j'essaie de dire, c'est que les degrés de concentration sont nettement supérieurs dans divers secteurs des médias dans leur ensemble, par rapport aux normes historiques. Selon les normes couramment utilisées et les normes internationales, nous avons un

problème. Nous avons des gens qui contrôlent les conduits et qui cherchent à exercer un contrôle sur le contenu.

Par exemple, le service Musique illimitée de Vidéotron n'a pas intégré les stations de radio commerciales en général, ou CBC/Radio-Canada, alors nous avons un opérateur qui se comporte comme un éditeur, plutôt que de faire ce que l'opérateur fait normalement. Nous avons au moins trois exemples d'influence éditoriale directe parmi les stations télé de Bell. Nous avons des exemples d'ingérence éditoriale au groupe Postmedia, et nous craignons que la chaîne Sun Media ainsi que Le Journal de Montréal et TVA ont tous été utilisés pour le lancement d'une carrière politique.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Dwayne Winseck:** Je ne sais pas trop quelles preuves de plus vous pourriez vouloir.

**M. Dan Vandal:** Merci beaucoup.

[Français]

Monsieur Demers, j'aimerais vous poser la même question. Selon vous, quel est le plus grand défi auquel font face les médias de notre pays?

**M. François Demers:** Dans une grande mesure, notre plus grand défi est de remplacer l'héritage que représente le poids d'un certain nombre de médias. On parle de concentration et d'un petit nombre de joueurs. Ces joueurs suivent une cure d'amaigrissement et il faut, dans une certaine mesure, les remplacer alors qu'ils cherchent à survivre en réduisant leur poids et leur importance.

Pour moi, notre défi est l'abondance des fournisseurs qui font face à un système dont nous avons hérité et où un certain nombre de grands joueurs étaient, d'une certaine façon, protégés. Ces grands joueurs essayent de survivre dans un univers qui est maintenant ouvert à toutes sortes d'autres contenus et à d'autres producteurs. Ces contenus nous parviennent par les télécommunications, la câblodistribution, les satellites et Internet.

[Traduction]

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci, monsieur Demers.

Nous allons maintenant entamer un tour de trois minutes, à commencer par M. Nantel.

[Français]

**M. Pierre Nantel:** Merci, monsieur le président.

Vous avez raison, monsieur Demers. Aujourd'hui, un fournisseur d'accès Internet à large bande comme Vidéotron commence à trouver que Netflix est lourd pour son réseau. À l'heure de pointe, à 19 h15, on parle de 32 % d'utilisation de la bande passante. C'est très lourd. Comme vous le dites, nos grands joueurs sont affaiblis ou font face à de nouveaux défis.

Madame Auer ou monsieur MacKay, comment réagissez-vous à l'analyse faite par M. Winseck? A-t-on laissé trop de liberté en ce qui a trait à l'appropriation des fonds? Que pensez-vous de la manière dont on a géré notre système? J'aimerais connaître votre réaction car une chose caractérise le marché de notre pays. Au-delà de ce qui se fait en France, au Brésil, aux États-Unis ou ailleurs, il y a une diversité culturelle à protéger. Une entreprise de télécommunications et de communications au Canada ne fonctionne pas comme une entreprise qui vend des tondeuses à gazon.

Pouvez-vous nous donner l'exemple d'un pays à ce sujet? L'analyse de M. Winseck est basée sur un point de vue d'affaires et est orientée certainement vers les besoins des Canadiens d'obtenir de l'information et ce qu'ils veulent, qu'il s'agisse de potins ou d'informations pertinentes.

Madame Auer, qu'en pensez-vous?

• (1015)

[Traduction]

**Mme Monica Auer:** Je ne suis au fait d'aucune recherche qui démontrerait qu'un autre pays fait particulièrement mieux que le Canada sur ce plan. Cependant, le Canada a toujours été dans une position unique en raison de sa proximité avec les États-Unis. C'est ce qui est à l'origine des premières lois. Cela semble aussi être à l'origine de la loi de 1968 et de celle de 1991.

[Français]

**M. Pierre Nantel:** Je peux aussi poser la question à M. Winseck.

Beaucoup de gens qui arrivent au Canada et qui observent son marché trouvent qu'il est assez complexe. Comme le disait M. Demers, nos grands joueurs ont été protégés. Ce sont des géants, mais ils sont plus fragilisés qu'auparavant. Les personnes qui dirigeaient ces entreprises ont parfois commis des erreurs ou des abus de pouvoir et parfois ils ont été de bons joueurs.

Selon vous, comment fait-on pour trouver un équilibre? On sait qu'il n'y a pas de solution simple et que personne ne sortira d'ici en sachant exactement quoi faire. C'est très complexe, mais il y a une couche de complexité de plus qui est liée à la protection de notre diversité culturelle, n'est-ce pas?

[Traduction]

**M. Dwayne Winseck:** Je pense que nous avons dans notre coffre une bonne quantité d'outils, en ce moment, alors nous n'avons pas besoin de réinventer la roue. Nous devons utiliser ce que nous avons plus efficacement.

Regardez la Loi sur les télécommunications et la Loi sur la radiodiffusion, par exemple. Je pense qu'elles sont très utilisables. Elles comportent des articles que j'aimerais qu'on invoque plus souvent. Par exemple, deux articles de la Loi sur les télécommunications et de la Loi sur la radiodiffusion — l'article 4 dans les deux cas, si je ne me trompe pas — disent essentiellement qu'il faut les appliquer séparément. Cela n'a aucun sens, alors débarrassons-nous de l'article 4.

Les articles 27 et 36 de la Loi sur les télécommunications forment essentiellement la pierre angulaire des services d'entreprises courantes. L'article 27 énonce un principe anti-discrimination fondé sur le prix. L'article 36 porte sur le contrôle éditorial et l'influence sur le sens du contenu qui est diffusé sur les réseaux. À ma connaissance, l'article 36 n'a été invoqué qu'une seule fois, depuis les années 1990. C'était pour une affaire simple, dans les années 2000. Nous devrions l'invoquer beaucoup plus souvent.

Si nous appliquons le principe qui veut qu'on sépare le médium du message, le service de transmission du contenu, et si nous laissons les gros joueurs choisir leur contenu, nous pouvons leur dire qu'ils doivent acheter leur accès aux conduits selon les mêmes modalités que tout le reste du monde, plutôt que de les utiliser et de dire : « Vous êtes les propriétaires des conduits, mais parce que nous avons cette idée grandiose de ce que nous voulons que le Canada soit, pourriez-vous s'il vous plaît manipuler l'utilisation de vos conduits pour en quelque sorte réparer le résultat au profit du Canada et du contenu canadien? »

C'est un problème énorme. Nous devrions ouvrir les conduits à tous les Canadiens pour qu'ils les utilisent sans discrimination.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci, monsieur Winseck. Nous devons continuer.

Nous en sommes à la fin de cette partie, et je vais donner la parole à M. O'Regan. Aimerez-vous poser une question aussi?

**M. Seamus O'Regan (St. John's-Sud—Mount Pearl, Lib.):** Combien de temps ai-je, monsieur le président?

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Vous avez cinq minutes.

**M. Seamus O'Regan:** Premièrement, merci beaucoup à vous tous pour votre travail et votre analyse critique.

Lors de notre précédente séance, un fonctionnaire d'Industrie Canada nous a parlé d'une chose appelée Internet, qui représente à la fois la concurrence et l'innovation. Entendre cela m'a réconforté, mais je n'ai pas trouvé cela très utile.

J'ai trouvé votre analyse et votre réflexion très utiles. L'industrie en soi a connu de grandes perturbations, mais je trouve qu'il y a eu très peu de perturbations du côté de la politique publique en conséquence, pour favoriser cela et pour régler cela convenablement, comme il le faudrait, dans l'intérêt des Canadiens et du pays.

Ceci étant dit, je veux vous donner l'occasion de poursuivre dans la veine de votre réflexion perturbatrice.

Permettez-moi de commencer par vous, monsieur Winseck. J'aimerais en entendre davantage sur ce que vous pensez de l'idée d'une fusion de CBC/Radio-Canada et de Postes Canada. Avez-vous quelque chose à ajouter à propos de cette idée, ou d'autres idées perturbatrices? Honnêtement, je suis en manque.

**Des voix:** Oh, oh!

• (1020)

**M. Dwayne Winseck:** Je n'ai pas étayé cela encore, mais l'idée d'une Société canadienne des communications est attrayante. C'est l'idée d'utiliser le système postal comme réseau général de livraison.

C'était le cas avec le service des postes des États-Unis dès sa création en 1792, et ce, jusque tard dans le XX<sup>e</sup> siècle. Certaines personnes ont réalisé des analyses et indiqué que le niveau des subventions en dollars actuels se situait dans les milliards de dollars par année. S'il est un signe révélateur, c'est que les journaux représentaient 95 % du poids du système de distribution postale, alors qu'ils ne représentaient que 5 % des revenus. C'est une énorme subvention que le gouvernement des États-Unis consentait pour encourager la liberté de la presse parce qu'il voulait cultiver la vitalité de la presse. Ce qu'il a fait, c'est verser d'énormes subventions à la presse sous la forme d'un service de livraison générale.

Ce que je me dis, c'est que nous pourrions essayer de mettre cela au niveau, compte tenu du siècle qui s'est écoulé, et voir si nous pouvons trouver une solution fondée là-dessus pour aujourd'hui. Nous avons des bureaux de poste partout au pays. Installons-y des mâts pour la communication sans fil. Le bureau de poste pourrait être l'endroit où aller chercher un téléphone cellulaire. Le bureau de poste a la culture d'un exploitant public. Le principe, c'est qu'il y aurait une séparation structurelle entre CBC/Radio-Canada, qui s'occupe du contenu, et le volet livraison. Ce serait semblable à ce que j'ai décrit pour la séparation structurelle dans les entreprises privées qui sont intégrées verticalement. Ce pourrait être quelque chose de ce genre.



L'une des choses que j'ai entendues quelques fois ici, c'est que Winseck est contre les subventions. Je ne veux pas dire que je suis contre les subventions. Je tiens à préciser que je suis tout à fait d'accord avec les subventions pour CBC/Radio-Canada et pour le fonds relatif au contenu général, parce que les nouvelles sont un bien public.

J'ai essayé de bien faire comprendre cela. Moi, Dwayne Winseck, je n'ai pas la fantaisie de croire que les nouvelles sont un bien public parce que je pense que les gens devraient manger du kale. Dans une perspective économique, les nouvelles forment un bien public et elles n'ont jamais fait l'objet d'une solution axée sur le marché, sauf pour un petit segment, comme je l'ai dit, de financiers et de marchands qui veulent profiter du commerce que procure l'avantage du temps, du secret et de l'accès exclusif. Pour tous les autres, c'est subventionné.

Vous pouvez choisir la source de vos subventions. Voulez-vous un riche mécène? Quel en est le coût? Voulez-vous que ce soit le gouvernement? Quel est le coût de cela? Voulez-vous que cela vienne des annonceurs? Quel est le coût de cela? Rien n'est gratuit.

Il faut que vous reconnaissiez que les nouvelles ne sont pas un bien économique normal. Le droit d'auteur se fonde là-dessus. Nous avons créé un ensemble de lois pour réglementer un type de propriété particulier — l'information et les nouvelles —, parce que cela ne correspond pas aux autres types de propriété que nous avons. C'est une question d'équilibre. Ce sont des arrangements d'ordre social qui sont sujets à changement au fil du temps. C'est ce que nous devons faire aujourd'hui. Il faut affronter cela, réaliser que nous avons besoin de subventions et déterminer qui en aura, et qui n'en aura pas.

J'essaie de dire que nous ne devrions pas donner de subventions à ceux qui ont fait exploser le système. Nous ne devrions pas acheminer les subventions à travers un labyrinthe opaque comme nous le faisons depuis un demi-siècle. Nous ne devrions pas permettre aux intervenants commerciaux existants d'être à la fois ceux qui versent des subventions, ceux qui les administrent et ceux qui les reçoivent. Les conflits d'intérêts que cela entraîne sont évidents pour quiconque demande ou regarde les faits honnêtement.

• (1025)

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci beaucoup, monsieur Winseck. Monsieur O'Regan, vos cinq minutes sont écoulées.

Nous tenons à remercier les témoins d'être venus nous informer.

C'est ici que se termine la période de questions.

Nous avons quelques dossiers à classer. Nous en aurons pour à peine 20 minutes. Dans ce cas, quelqu'un voudrait-il en profiter, quelques minutes encore?

Monsieur Waugh, vous avez un peu de temps pour une question.

**M. Kevin Waugh:** Merci, Al, et merci aussi, Monica.

Nous n'avons pas parlé de technologies et de coûts. Les coûts d'exploitation d'une station de télévision, Al, ont diminué de façon spectaculaire. Vous avez été dans le métier aussi longtemps que moi, mais, à notre connaissance, personne n'en a parlé. Nous avons maintenant la haute définition, les téléphones intelligents, comme vous l'avez dit, et plus besoin de car-satellite pour aller sur place. Le coût de production des médias a diminué considérablement.

**M. Al MacKay:** C'est la technologie.

**M. Kevin Waugh:** Absolument.

**M. Al MacKay:** Il y a ensuite le côté humain. Il faut quelqu'un sur le terrain.

Je reste stupéfait de constater que la première réaction aux temps durs est de congédier précipitamment ceux qui fabriquent le produit qu'on essaie de vendre.

**Mme Monica Auer:** En fait, l'une des grandes promesses des concentrations ou des fusions, c'était précisément d'économiser des ressources pour en consacrer plus à la programmation. Voilà le problème complexe que nous devons maintenant résoudre. Quand les concentrations ont commencé, au début des années 1990, c'était toujours avec la promesse de faire plus, grâce à la diminution des frais d'exploitation. Or, c'est le contraire qui est arrivé, et sous les yeux des organismes de réglementation, qui, on le suppose, jugeaient que c'était acceptable.

Le problème maintenant, c'est l'apparente diminution de la capacité de produire des nouvelles. Nous ignorons ce qu'est cette capacité au Canada, ce qu'elle est dans la télédiffusion. Devrions-nous? Si nous voulons assurer aux petites collectivités un service journalistique convenable, devrions-nous savoir que, au Canada, nous avons des journalistes de radiotélévision? C'est une chose.

Encore une fois, la technologie, c'est merveilleux. Pourquoi ne devrions-nous pas en profiter? Les Canadiens profitent-ils autant des économies qu'ont procurées les technologies dans la radiotélévision et les télécommunications que les sociétés qui utilisent le spectre de fréquences à leur avantage?

Elles devraient l'utiliser. Je suis dans les affaires et je crois que c'est un avantage. Soit il y a une contrepartie pour le public, soit il faut savoir à qui profitent ces économies.

**M. Al MacKay:** Tout ce que je peux dire, monsieur le président, c'est que lorsque je dirigeais le service des informations, dans les années 1980, je pouvais envoyer 10 ou 11 journalistes sur le terrain, n'importe quand, pour couvrir les nouvelles dans notre collectivité. C'était quand c'était petit et que les problèmes étaient beaucoup plus simples.

Si on essayait la même formule aujourd'hui, avec trois ou cinq journalistes pour un marché de cette taille, le quatrième au pays, ce serait l'échec.

**M. Kevin Waugh:** Bravo! Vous avez tout compris.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci, messieurs.

Monsieur Nantel, vous avez une question et je laisserai à M. O'Regan l'occasion d'en poser une autre. Ce sera tout.

**M. Pierre Nantel:** Merci beaucoup pour la question bonus.

[Français]

Madame Auer, je vous voyais réagir fortement quand M. Winseck parlait de la notion surnaturelle des nouvelles et de ce besoin. Auriez-vous aimé commenter davantage à ce sujet?

[Traduction]

**Mme Monica Auer:** Je pense que la question a surgi dans l'idée de ce que nous pouvons faire dorénavant. Eh bien, je veux dire que c'est tout de suite.

Si j'étais une actionnaire importante de Bell, je serais vraiment offusquée à l'idée que le Conseil puisse décider arbitrairement de refuser à Bell la moitié de ces licences. Par ailleurs, comme d'autres industries, nous sommes dans une position où nous craignons de souffrir du syndrome de l'entreprise trop importante pour échouer ou pour qu'on la laisse échouer, mais, maintenant, nous voyons aussi l'attitude de ceux qui n'agissent que s'il y sont obligés.

Je ne veux pas avoir l'air d'exagérer plus que mon collègue Dwayne; c'est simplement que rien n'empêche le Conseil d'organiser un renouvellement des licences par concours.

Supposez que vous êtes à Ottawa et que vous pensez pouvoir faire mieux. Peut-être qu'Al pourrait créer une nouvelle compagnie. Eh bien, il n'obtiendra pas de nouvelle fréquence de télévision, vu leur nombre limité, mais pourquoi ne demanderait-il pas d'utiliser la fréquence actuellement accordée à CJOH? C'est ce qu'on appelle les « renouvellements concurrents ». En 1978, le CRTC en a interdit l'idée. À l'époque, on comptait de 60 à 70 propriétaires de sociétés de télédiffusion. La concurrence était vive. Maintenant, il n'en reste plus que 17. Est-ce suffisant pour atteindre les objectifs du Parlement? Plutôt que de retirer arbitrairement les licences à leurs détenteurs, pourquoi ne pas introduire la concurrence dans le processus de leur attribution?

• (1030)

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Je vous en remercie aussi.

Monsieur O'Regan.

**M. Seamus O'Regan:** Merci, monsieur le président.

Madame Auer, revenons à cette ère de pure nostalgie des années 1970 et 1980, et dites-moi ce qui s'est passé alors.

De plus, vous n'êtes pas nécessairement obligée de répondre à cette question, mais c'est là où, je pense, je veux en venir. Vous avez beaucoup parlé d'absence de données, de la destruction de données, de ce genre de choses. Vu qu'il s'agit d'un organe quasi judiciaire, faut-il que nous examinions encore le rôle du CRTC et le cadre à l'intérieur duquel il fonctionne?

**Mme Monica Auer:** Il est facile de s'exclamer, au sujet des années 1980, que c'était le bon vieux temps. Eh bien, ce ne l'était pas

pour les radiodiffuseurs privés qui étaient tenus de faire une analyse détaillée de centaines d'éléments de programmes. Ce n'était pas bon. Ce qui était bon, c'est que, dans ses décisions des années 1980, le Conseil pouvait dire exactement combien de service avait été donné à la collectivité locale. Cette excellente chose est maintenant complètement perdue.

Quant au réexamen du rôle du CRTC, la loi sur cet organisme a été adoptée, si je me souviens bien, en 1975. C'est en soi une très vieille loi. En 1968, le CRTC était un conseil très nombreux. Il comptait beaucoup de membres à temps partiel. Aujourd'hui, il en compte très peu. Je pense qu'il vaudrait la peine d'examiner si le CRTC possède le mandat, les ressources, la structure, la conception et la gouvernance appropriés pour faire convenablement son travail.

**M. Seamus O'Regan:** Merci.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci beaucoup.

Je vois une main levée de plus.

**Mme Julie Dabrusin:** J'allais proposer l'ajournement.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Un instant, ce n'est pas une motion sujette à débat. Nous avons encore du travail à faire à huis clos.

Peut-être puis-je proposer de mettre fin à la séance et de remercier nos témoins. Nous allons poursuivre à huis clos. Je demande à tous les autres de quitter la pièce. Nous avons besoin de quelques minutes pour traiter une question.

Merci beaucoup pour vos exposés.

**Mme Monica Auer:** Merci encore de nous avoir invités.

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Merci à vous tous, ainsi qu'à M. Demers.

[Français]

**M. François Demers:** Merci.

[Traduction]

**Le vice-président (M. Larry Maguire):** Je suspends les travaux un moment.

[La séance se poursuit à huis clos.]







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

---

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

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

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

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

---

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

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

---

### SPEAKER'S PERMISSION

---

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

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

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

---

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