



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

43^e LÉGISLATURE, 2^e SESSION

Comité permanent du patrimoine canadien

TÉMOIGNAGES

NUMÉRO 008

Le vendredi 27 novembre 2020

Président : M. Scott Simms



Comité permanent du patrimoine canadien

Le vendredi 27 novembre 2020

• (1305)

[Traduction]

Le président (M. Scott Simms (Coast of Bays—Central—Notre Dame, Lib.)): Bienvenue à tous.

Il semble que tout le monde, à part moi, participe à la réunion de façon virtuelle aujourd'hui. C'est notre nouvelle réalité.

Conformément à l'article 108(2) du Règlement, le Comité reprend son étude sur les défis et enjeux auxquels sont confrontés les secteurs des arts, de la culture, du patrimoine et du sport pendant la pandémie de COVID-19. Nous avons présenté la motion le 23 octobre 2020 à cet égard.

Nous disposons de deux heures aujourd'hui. Nous entendrons un premier groupe de témoins, puis un deuxième dans une heure.

Je rappelle à nos témoins qu'ils disposent d'au plus cinq minutes pour faire leur déclaration préliminaire. Nous passerons ensuite aux questions des députés de tous les partis, qui disposeront chacun d'un certain temps. Nous allons y arriver dans quelques instants.

J'aimerais d'abord présenter les témoins.

[Français]

Nous recevons une représentante de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

[Traduction]

Il s'agit de Solange Drouin, qui est vice-présidente et directrice générale, Affaires publiques. Nous recevons également Alex Mus-takas, qui est directeur artistique et président-directeur général de Drayton Entertainment. Enfin, nous recevons Patrick Rogers, qui est vice-président, Affaires corporatives pour Music Canada.

Nous sommes heureux de vous voir.

Nous allons maintenant entendre vos discours préliminaires de cinq minutes. Je pourrai faire preuve d'un peu de souplesse, mais le temps passe très vite, comme vous le savez sûrement.

[Français]

Madame Drouin, vous avez la parole pour cinq minutes.

Mme Solange Drouin (vice-présidente et directrice générale, Affaires publiques, Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo): Bonjour, tout le monde.

Merci de nous avoir invités à comparaître devant vous aujourd'hui.

Avant d'entrer dans le vif du sujet et de parler de la pandémie, j'aimerais prendre quelques instants pour vous présenter le milieu de la musique.

Dans le monde, ce milieu est très largement dominé par trois grandes entreprises multinationales: Sony, Universal et Warner. Ces trois entreprises sont présentes au Canada. Elles distribuent ici les contenus musicaux des artistes internationaux et elles développent aussi la carrière d'artistes canadiens qui, selon elles, peuvent avoir une portée internationale, comme Drake ou The Weeknd, que vous connaissez.

Ces trois grandes entreprises sont presque totalement absentes de la production des contenus francophones canadiens et des artistes québécois d'autres langues. Ces artistes canadiens francophones sont presque tous associés à des entreprises indépendantes, qui développent leur carrière ici et, pour certains, à l'international. Il va sans dire que la taille des entreprises indépendantes est sans commune mesure avec celle des trois entreprises mondiales.

Il est important d'avoir cette vision en tête lorsque vous analyserez les effets de la pandémie dans notre secteur.

Toutes les entreprises ont souffert de la pandémie, bien évidemment. Par contre, les entreprises indépendantes n'ont pas les mêmes ressources que les multinationales pour y faire face.

Pour bien comprendre notre secteur, l'autre élément qu'il faut prendre en compte est que les revenus de l'ensemble de la chaîne des intervenants de la musique viennent principalement de trois sources: il y a les revenus tirés de la vente de musique enregistrée, ceux tirés de la vente de billets de spectacle et, finalement, les sommes et les contributions tirées de l'utilisation de la musique à la radio et dans les lieux publics, par exemple.

En ce qui a trait aux ventes de musique enregistrée, comme vous le savez, depuis 2005, ces revenus se sont rétrécis de façon considérable au profit de la diffusion en continu, sans générer de revenus équivalents, loin de là. La pandémie a encore accéléré ce phénomène irréversible.

La pandémie a aussi eu un effet catastrophique sur la vente de billets de spectacle, compte tenu de la fermeture des salles. En temps normal, les revenus tirés de cette activité représentent près de 50 % des revenus totaux des entreprises. Or, le milieu s'en voit privé totalement depuis plusieurs mois. Cette perte a un effet dévastateur sur l'ensemble de la chaîne, puisque les dépenses dans ce secteur sont composées à plus de 75 % de main-d'œuvre, soit les artistes, les choristes, les musiciens, les techniciens et les concepteurs, entre autres.

Finalement, les autres revenus tirés de l'utilisation de la musique ont aussi subi des baisses énormes et en subiront encore. Par exemple, dans le domaine de la radio, les redevances versées sont calculées selon un pourcentage des revenus publicitaires. Comme les revenus publicitaires sont à la baisse, les redevances qui en découlent pour les auteurs, les interprètes et les producteurs le sont également.

Le portrait que je vous décris est assez sombre, j'en conviens. Pourtant, la réaction de notre milieu à la pandémie a été surprenante, et même inspirante. Au lieu de baisser les bras devant l'énormité des défis, le milieu de la musique a poursuivi un travail sans relâche pour que le lien entre les artistes et le public reste bien vivant.

Depuis le confinement, seulement au Québec, plusieurs centaines d'albums ont été mis en marché. Toutes sortes d'activités et de spectacles ont vu le jour, par exemple des spectacles virtuels, sur les balcons et dans les ciné-parcs, et la production de vidéoclips s'est poursuivie. Bref, les entreprises indépendantes canadiennes qui accompagnent les artistes sont restées bien ouvertes et bien actives.

Tout cela a été rendu possible grâce à des sommes supplémentaires du fédéral et du gouvernement du Québec. Nous l'avons souligné à plusieurs reprises et nous le disons encore aujourd'hui: merci de cet accompagnement essentiel.

Ces sommes versées d'urgence ont apporté à notre milieu un peu de prévisibilité jusqu'au 31 mars 2021. Au-delà de cette date, pour ainsi dire demain matin, les perspectives d'avenir deviennent floues et incertaines. Une large consultation faite auprès de nos membres nous a même révélé une grande crainte que 2021 soit pire que 2020. C'est une crainte à laquelle s'ajoutent évidemment l'épuisement des équipes et l'accumulation des pertes.

Nos entreprises indépendantes ont toujours été dynamiques mais fragiles. La pandémie les a fragilisées encore plus et, ce faisant, leur capacité de production, de commercialisation et de diffusion de la musique et des spectacles pour les artistes d'ici a été atteinte.

Dans les prochains mois, il faut qu'un plan de reprise soit mis en application sur une période aussi longue que nécessaire, pour que le milieu canadien et francophone de la musique puisse continuer de rendre accessible au public canadien, partout sur le territoire, une musique de qualité dans toute sa diversité. Pour y arriver, des investissements financiers seront nécessaires, bien sûr.

En outre, la pandémie a exacerbé l'urgence de réviser deux lois-cadres pour notre secteur.

Je parle tout d'abord de la révision de la Loi sur la radiodiffusion. Le projet de loi C-10, présentement devant le Parlement, établit un cadre pour les entreprises en ligne, souvent étrangères, et les soumettra ultimement à une réglementation mettant en valeur nos contenus et les contributions financières. Cette révision législative doit être complétée avant les prochaines élections. Nous ne pouvons pas manquer ce rendez-vous historique.

La révision de la Loi sur le droit d'auteur est un autre outil à donner au milieu culturel pour assurer sa pérennité. Par exemple, le régime de copie privée, qui a porté ses fruits pendant de nombreuses années, doit être rétabli.

Je vous remercie de votre écoute. Je suis évidemment disposée à répondre à vos questions.

• (1310)

Le président: Merci bien, vous êtes très gentille.

[Traduction]

Monsieur Mustakas, vous disposez de cinq minutes. Allez-y.

M. Alex Mustakas (directeur artistique et président-directeur général, Drayton Entertainment): Merci, monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du Comité, de m'accorder quelques minutes et de me permettre de témoigner devant vous.

Permettez-moi de vous mettre en contexte. Drayton Entertainment est une organisation artistique à but non lucratif primée qui produit des pièces professionnelles pour un circuit de sept théâtres de l'Ontario: le Hamilton Family Theatre Cambridge; le St. Jacobs Country Playhouse et le Schoolhouse Theatre, dans Kitchener—Conestoga; le Drayton Festival Theatre, dans Perth—Wellington; deux scènes du Huron Country Playhouse, à Grand Bend, dans Huron—Bruce; et le King's Wharf Theatre, à Penetanguishene, dans Simcoe-Nord. Nous avons aussi un centre de production et avons récemment annoncé l'ouverture d'une académie des jeunes à Waterloo.

Ce qui était au départ une organisation artistique communautaire bénévole en 1991 dans le petit village de Drayton, en Ontario, est devenu l'une des grandes réussites de l'histoire du théâtre canadien. À l'époque, nous n'avions qu'un seul employé, une légion de bénévoles, une saison de neuf semaines, 14 000 entrées payantes et un budget modeste de 99 000 \$. Pour la saison 2020 — la saison de pandémie —, nous aurions présenté 832 spectacles dans l'ensemble de la province, devant un auditoire payant de 275 000 personnes, avec un budget de 12,5 millions de dollars et une incidence économique évaluée à plus de 65 millions de dollars.

Drayton Entertainment offre aujourd'hui plus de 400 contrats de travail à des acteurs, des musiciens, des concepteurs et d'autres artistes. Ainsi, nous comptons parmi les plus grands employeurs d'artistes professionnels du pays. Nous avons aussi plus de 175 autres employés et un réseau actif de 550 bénévoles qui travaillent plus de 30 000 heures par année.

Ce qui est remarquable, c'est que depuis nos débuts — parce que je suis là depuis la création de l'organisation, et depuis trop longtemps selon l'avis de certains —, nous n'avons reçu aucun financement opérationnel d'un quelconque ordre de gouvernement ou conseil des arts. Bien sûr, nous avons profité des investissements fédéraux occasionnels pour l'amélioration ou l'agrandissement des immobilisations, ce qui a donné lieu à d'importants rendements du capital investi.

La pandémie a affecté de nombreux théâtres de trois principales façons. Premièrement, l'annulation de la programmation a été particulièrement difficile non seulement pour nous, mais aussi pour nos partenaires du secteur municipal, du tourisme et de l'hébergement, qui comptent sur nous pour stimuler l'économie régionale.

Deuxièmement, de par sa nature, notre travail est communautaire, ce qui fait du rétablissement un défi de taille pour les entreprises.

Troisièmement, malgré la subvention salariale et la prestation d'urgence, sans revenus pour assumer les coûts de fonctionnement fixes, nous n'avons eu d'autre choix que de résilier tous les contrats avec les artistes et de mettre à pied la majorité de nos employés. Nous nous retrouvons dans une position difficile. Avec nos collègues de l'industrie, nous avons réduit les pertes financières, les frais généraux et les dépenses par tous les moyens possibles.

Alors que nous continuons à faire face à ces défis, nous avons dégagé quatre recommandations à l'intention du comité permanent, en vue d'aider les intervenants de notre secteur.

Premièrement, il faut un processus de demande juste et transparent pour l'accès aux fonds du gouvernement. Les critères des programmes d'aide actuels et futurs devraient être élargis afin d'inclure les organisations qui ne reçoivent pas déjà des fonds d'exploitation annuels de la part d'un ordre de gouvernement. En résumé, les organisations artistiques comme la nôtre ne devraient pas être ignorées parce qu'elles ne reçoivent pas déjà les subventions de ces entités. Plus tôt cette année, le gouvernement a annoncé l'octroi de 55 millions de dollars au Conseil des arts du Canada, qui a choisi de les distribuer à ses clients actuels seulement, sans donner la chance aux autres de présenter une demande et une analyse de rentabilisation convaincante en vue d'obtenir du soutien.

La deuxième recommandation a trait à la bonification du soutien à la rémunération. En tout respect, nous souhaiterions que la subvention salariale d'urgence soit rétablie au maximum de 85 % pour les secteurs les plus durement touchés. Nous serions donc en mesure de réembaucher des travailleurs pour faciliter la reprise de nos activités. Même avec le programme de subvention salariale actuel — pour lequel nous sommes très reconnaissants —, bon nombre des organisations artistiques fonctionnent avec peu ou pas de revenus, et n'arrivent pas à compléter le salaire ou les prestations des membres de leurs équipes.

La troisième recommandation vise à réduire les frais fixes. Pour nous, certaines mesures restrictives comme un maximum de 50 personnes dans l'auditoire ont le même effet net qu'une fermeture complète de nos établissements. Avec le nouveau programme de supplément au loyer, nous nous inquiétons de voir les organisations n'être admissibles qu'à un supplément de 25 % dans le cas d'une fermeture complète, qui sera déterminée par les autorités régionales de la santé. L'élargissement des critères d'admissibilité aiderait grandement les membres de notre secteur, dont les établissements sont majoritairement vides depuis le mois de mars.

• (1315)

Notre quatrième recommandation — et ma préférée — vise la création d'un fonds pour la reprise des arts. Si j'étais le roi du monde, c'est ce que je ferais. Un financement de contrepartie semblable aux incitatifs aux fonds de dotation dans les arts du ministère, qui est une grande réussite, permettrait aux organisations artistiques de s'alimenter de la philanthropie des membres de leur public, qui sauraient que leur don serait doublé par le gouvernement du Canada. Je crois qu'ainsi, les intervenants se sentiraient directement engagés dans le rétablissement de notre secteur.

Pour conclure sur une note personnelle, monsieur le président, outre les pertes financières effarantes que subit notre industrie, la santé mentale de ses membres et la chose la plus importante pour nous. Un musicien professionnel m'a dit récemment, les larmes aux yeux, que la musique était tout ce qu'il savait faire. Une actrice, qui a le poids du monde sur les épaules, m'a dit qu'elle s'était préparée

toute sa vie pour faire ce métier, mais qu'elle songe maintenant à changer de carrière.

Le secteur de la création est essentiel. La COVID-19 a eu un effet dévastateur sur notre bien-être émotionnel.

Charlie Chaplin a dit qu'il aimait marcher sous la pluie parce qu'on ne le voyait pas pleurer. J'espère que vous allez nous voir aujourd'hui, parce que nous avons vraiment besoin de votre aide.

Merci beaucoup.

Le président: Merci, monsieur Mustakas. La fin de votre déclaration était très puissante.

Nous allons maintenant entendre Patrick Rogers, de Music Canada.

Monsieur Rogers, nous sommes heureux de vous revoir. Salutations à vous et à votre famille, bien sûr. Vous savez probablement mieux que tout le monde comment les choses fonctionnent ici.

Je vais vous laisser commencer. Vous disposez de cinq minutes. Allez-y.

M. Patrick Rogers (vice-président, Affaires corporatives, Music Canada): C'est un plaisir de vous voir, monsieur le président. Je vous remercie de l'occasion de comparaître.

Je m'appelle Patrick Rogers, et je suis codirecteur général par intérim de Music Canada. J'aimerais remercier le Comité de me donner l'occasion de prendre la parole aujourd'hui.

Music Canada est l'association commerciale qui représente les principales maisons de disques au Canada: Sony Music Entertainment Canada, Universal Music Canada et Warner Music Canada. Notre travail est habituellement axé sur la promotion et la protection de la valeur de la musique, ce qui aide les artistes et les entreprises qui les appuient à prospérer et à contribuer à l'économie et à la culture. Toutefois, en mars, dans la même semaine, l'industrie canadienne de la musique a été contrainte d'annuler la soirée des Juno, les sports nord-américains ont arrêté leurs activités et les Canadiens ont cessé de se rassembler en grand nombre. Nos membres nous ont alors demandé de concentrer nos efforts et nos ressources sur l'aide aux personnes les plus vulnérables de l'industrie: les artistes, les techniciens et tous ceux qui travaillent dans le secteur du spectacle. Ils ont été parmi les premiers à perdre leur gagne-pain en raison de la pandémie et seront parmi les derniers à le retrouver.

Pour que tous les ordres de gouvernement aient des renseignements précis pour comprendre les répercussions de la pandémie et créer des mesures d'aide efficaces, nous avons mené des sondages nationaux, en collaboration avec Abacus Data, pour connaître l'incidence de la pandémie sur les artistes et leurs admirateurs. Un des sondages a été réalisé auprès de plus de 700 musiciens professionnels afin de mieux comprendre les conséquences de la pandémie, de leur point de vue.

Voici quelques chiffres importants.

Le rapport révèle que les musiciens professionnels donnent en moyenne près de 100 spectacles par année, ce qui les amène généralement à voyager au Canada et dans le monde entier. Les recettes générées par les spectacles en direct contribuent en moyenne à faire vivre 11 autres personnes, comme les membres des groupes, les techniciens et des gens qui occupent d'autres emplois dans l'industrie. Dans une proportion renversante — 85 % —, les musiciens affirment qu'ils auront de la difficulté à payer leurs factures s'ils ne peuvent se produire sur scène.

Le chiffre le plus important est zéro. Il n'y a pas de spectacles, pas de festivals et pas de concerts, tels que le conçoivent les artistes, les amateurs et l'industrie depuis des générations. C'est pourquoi nous nous sommes employés tout au long de la pandémie à faire entendre le point de vue des artistes sur des tribunes comme celle-ci, et à aider collègues et organismes, comme Mme Erin Benjamin, de l'Association canadienne de musique sur scène, à faire connaître les difficultés des salles de spectacle et des artistes qui s'y produisent.

Outre le sondage auprès des artistes, nous avons également commandé un sondage national distinct auprès des Canadiens. Les premiers résultats ont été publiés en mai, suivis d'une mise à jour en août. Ces résultats ont été tout aussi stupéfiants. Ils indiquent que les Canadiens, y compris les amateurs de musique avoués, resteront chez eux en raison de craintes liées au virus bien après que les rassemblements seront permis. Environ un amateur de musique sur deux pense qu'il faudra au moins six mois après la levée des restrictions gouvernementales avant de se sentir assez en sécurité pour recommencer à aller à des spectacles et à des festivals, dans de petites et grandes salles, et ailleurs. L'inquiétude s'est accrue considérablement au fil du temps.

Nos recherches confirment aussi ce que nous savions déjà: les Canadiens s'ennuient des spectacles de musique. Même si regarder un concert en ligne peut être momentanément satisfaisant, cela ne remplace aucunement ce qu'on ressent lorsqu'on assiste à un spectacle en personne. Les Canadiens adorent les spectacles de musique et nous ont dit qu'ils attendent avec impatience d'assister à des spectacles de nouveau, lorsqu'ils seront certains de pouvoir le faire en toute sécurité.

Nous savons que la scène musicale fera éventuellement un retour en force et qu'elle aura un rôle aussi important qu'avant, mais l'aide gouvernementale est essentielle pour garantir qu'elle existera toujours après la pandémie. Comment pouvons-nous y parvenir? Les artistes et les gens qui œuvrent dans notre secteur doivent recevoir une aide financière directe et continue — comme la Prestation canadienne de la relance économique — tant que les salles de spectacles du pays seront réglementées, fermées ou seulement partiellement ouvertes. Cette aide financière sera nécessaire pour une période bien plus longue que ce à quoi beaucoup de gens s'attendent. Comme nous le constatons déjà, les besoins augmenteront si la situation sanitaire se détériore.

Enfin, Music Canada et d'autres acteurs de l'industrie ont comparu devant le Comité l'an dernier pour discuter de la nécessité d'une réforme du droit d'auteur. Pratiquement tous les acteurs de l'industrie canadienne de la musique ont demandé quelques modifications simples à la Loi sur le droit d'auteur afin de garantir que les artistes soient payés lorsqu'on fait jouer leur musique. Le rapport du Comité, intitulé *Paradigmes changeants*, est une excellente feuille de route pour faire respecter ce principe.

J'espère que le Comité et le gouvernement reprendront bientôt ce travail, car comme la pandémie empêche les artistes de partir en tournée, le mythe selon lequel les artistes n'ont pas besoin de protection du droit d'auteur est étalé au grand jour.

J'aimerais remercier le secrétaire parlementaire d'avoir défendu ce principe sans relâche, tant pendant la rédaction du rapport que maintenant, dans son nouveau rôle.

J'espère qu'alors que vous examinez les façons d'aider l'industrie de la musique à affronter la pandémie, vous recommanderez à nouveau de régler la question des mesures liées aux droits d'auteur, ce qui serait très utile.

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé aujourd'hui. C'est avec plaisir que je répondrai à vos questions.

• (1320)

Le président: Merci, monsieur Rogers.

Le Canada aime les concerts; c'est tout à fait vrai. C'est un excellent point.

Mesdames et messieurs, nous passons maintenant aux questions.

J'aimerais simplement dire quelque chose à nos témoins: si vous souhaitez intervenir dans une discussion, veuillez attirer l'attention de la personne qui pose la question. Vous pouvez le faire en faisant un signe de la main à l'écran; avec un peu de chance, la personne qui pose la question le verra. Je demande à ceux qui posent les questions de garder l'œil sur la galerie pour voir qui veut intervenir.

C'est une première: je préside une réunion de comité ou j'y participe alors que je suis le seul membre présent dans la salle. Je ne suis pas certain d'éprouver de la solitude ou d'être obnubilé par le pouvoir. J'espère le savoir d'ici la fin de la réunion.

Quoi qu'il en soit, essayons de procéder le plus rapidement et le mieux possible, car c'est un enjeu très important.

Monsieur Shields, vous avez six minutes.

M. Martin Shields (Bow River, PCC): Merci.

Je remercie les témoins d'être ici aujourd'hui. J'ai bien aimé vos observations.

Je commence par Drayton Entertainment. Vous avez énuméré cinq choses qui, selon vous, seraient utiles. Pourriez-vous les classer par ordre de priorité? Ensuite, concernant votre bilan, quel montant d'argent vous faudrait-il pour couvrir vos dépenses et vos dettes et vous préparer à reprendre vos activités?

M. Alex Mustakas: Je dirais que la subvention salariale serait en tête de liste, suivi de l'allègement des coûts. Le fonds d'incitatifs contribuerait bien sûr à la relance. Il s'agit d'aller de l'avant et de collecter des fonds pour la reprise, la croissance et le changement générationnel que nous aimerions effectuer.

Pour nous, un organisme canadien à vocation artistique de taille relativement modeste, je suppose, les pertes pour 2020 s'élèveront à près de 3 millions de dollars. L'année prochaine, en 2021, s'il n'y a pas de programmation, les pertes seront de plus de 1 million de dollars, seulement pour les coûts fixes et un effectif de base minimal. En 2020, un de nos problèmes était lié aux conventions collectives avec les syndicats d'acteurs, aux redevances anticipées, aux créateurs, etc., de sorte que diverses indemnités nous ont coûté près de 1,5 million de dollars.

Nous n'aurons pas ces frais l'an prochain, évidemment, parce que nous n'avons aucun contrat. Pour l'an prochain, nous prévoyons une perte d'au moins 1 million de dollars, sans même ouvrir nos théâtres une seule fois.

• (1325)

M. Martin Shields: Vous donnez ces chiffres et vous dites que la subvention salariale est essentielle à la poursuite de vos activités. Comment comptez-vous surmonter ce déficit? Vous dites que vous n'étiez pas admissible aux fonds de 55 millions de dollars.

M. Alex Mustakas: Je pense qu'il faut mobiliser notre personnel. Nous avons besoin d'une occasion d'obtenir des fonds de nos intervenants. Nous devons tout simplement attendre qu'il soit sécuritaire de retourner dans une salle bondée. Des études menées partout en Amérique du Nord indiquent que même lorsqu'il sera possible d'accueillir les gens en toute sécurité, 40 % des gens ne reviendront pas tout de suite.

Cela prendra un certain temps. Nous avons besoin de personnel pour nous aider à collecter des fonds et à organiser des campagnes pour d'éventuelles représentations, etc.

M. Martin Shields: Une injection de liquidités pourrait-elle être un élément de ce qui vous permettra de survivre?

M. Alex Mustakas: Certainement. Ce que je crains, c'est que si cela se prolonge...

Nous avons de la chance, car lorsque j'ai créé la compagnie de théâtre il y a 30 ans, nous avons créé un petit fonds de prévoyance dans lequel nous mettons de l'argent chaque année, et nous l'utilisons depuis quelques mois. En outre, un certain nombre de nos clients qui avaient acheté des billets à l'avance ont obtenu un crédit. Nous utilisons aussi cet argent, ce qui posera problème plus tard, à la reprise, lorsqu'ils voudront utiliser leurs crédits pour acheter des billets.

Voilà où nous en sommes, malheureusement. Sans ce fonds de prévoyance, tout ce pour quoi nous avons travaillé pendant 30 ans et tous les efforts des gens de la base qui nous ont aidés auraient été anéantis en trois mois. Nous n'aurions pas pu survivre.

M. Martin Shields: Il s'agit là d'un point essentiel lorsqu'il est question de la reprise. Si la clientèle tarde à revenir, ce sera un problème à l'autre bout.

M. Alex Mustakas: C'est exact. Vous savez, les créateurs et les gens du secteur artistique excellent dans l'art de faire des affaires avec des ressources limitées. Nous avons atténué les pertes autant que possible. Nous avons maintenu des coûts d'exploitation aussi bas que possible. Malheureusement, le problème, ce sont les frais fixes. En somme, nous sommes victimes de notre propre succès. Nous avons sept théâtres dans la province. Même en restant fermés, les frais fixes, sans les salaires, s'élèvent à plus de 800 000 \$.

Nous devons survivre à travers cela. Chacune des solutions que nous proposons nous serait certainement d'un grand secours.

M. Martin Shields: Le dernier aspect que vous avez mentionné est la maladie mentale qu'on ne voit probablement pas, la santé mentale des artistes et les pertes que cela pourrait entraîner. Avez-vous des idées sur la façon dont on pourrait intervenir à cet égard?

M. Alex Mustakas: Nous avons besoin d'aide. Nous avons besoin de ressources, pour être honnête.

Nous avons essayé de faire une courte série sur le Web. Nous avons invité quelques chanteurs, individuellement. Je dois vous dire

que pour eux, c'était une heure de normalité, mais j'ai vu la tristesse. J'ai vu qu'ils en avaient beaucoup sur les épaules. J'ai vu les changements physiques chez les gens qui ne peuvent monter sur scène pour faire des spectacles. Cela fait des mois et des mois.

Je recommanderais certainement la cinquième recommandation, soit d'offrir aux artistes du soutien en santé mentale.

Le président: Merci.

Monsieur Louis, vous avez six minutes.

M. Tim Louis (Kitchener—Conestoga, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins d'être ici.

Tous ont livré des témoignages très émouvants et percutants.

Je vais poursuivre là où M. Shields s'est arrêté. C'est trop important pour laisser tomber.

Monsieur Mustakas, vous avez parlé d'un artiste qui vous a dit qu'être musicien est tout ce qu'il savait faire de sa vie. Cela m'a interpellé, car, jusqu'à il y a un an, j'aurais dit exactement la même chose. Le théâtre occupe une place importante dans Kitchener—Conestoga.

Nous savons tous que le grand art naît de la lutte, mais nous n'avons jamais vu de lutte de cette ampleur, d'une telle profondeur. Je veux donc m'attarder sur la santé mentale.

Je sais que ces artistes et leur entourage... Il n'y a pas que les artistes; il y a aussi tous ceux qui travaillent sur la scène et en coulisses. Les programmes dont nous parlons peuvent aider les gens à traverser cette épreuve.

Je m'inquiète aussi pour nos jeunes artistes qui veulent simplement essayer de percer dans le domaine. Y a-t-il moyen de jumeler les deux aspects dont vous parlez, d'appuyer les artistes pour aider la jeune génération et voir s'il est possible de les aider à se tailler une place? Ils se trouveraient ainsi à aider leurs pairs.

• (1330)

M. Alex Mustakas: Nous avons certainement besoin du soutien. Nous avons eu un programme jeunesse très fructueux au fil des ans que nous sommes en train d'élargir. Nous pensons que c'est un domaine dans lequel nous serons très efficaces en matière de changement générationnel.

Je connais beaucoup de jeunes qui sont dans des écoles d'art dramatique et des programmes de théâtre musical et qui étudient la musique, entre autres. J'ai peur qu'ils n'aient pas d'endroit où faire des prestations quand ils auront terminé leurs études. Tout soutien que nous pouvons leur apporter est essentiel, à mon avis. Nos musiciens nous manquent. Il n'y a rien qui se compare à la musique en direct.

L'autre chose que je dois mentionner — ce ne sont pas seulement les artistes et les jeunes —, c'est que nous avons reçu récemment plus de 600 commentaires de nos spectateurs. Nombre d'entre eux sont des personnes plus âgées qui s'ennuient de ce que nous faisons et qui nous disent que le théâtre et la musique en direct font partie intégrante de leur vie. Nous devons aussi penser à tous ces gens. Dès que nous pourrons le faire en toute sécurité, nous reviendrons.

Vous avez tout à fait raison, monsieur Louis. Il faut se battre pour accomplir de grandes choses, en partant de la base. C'est quand la collectivité se réunit. Vous pouvez voir l'affiche au-dessus de mon épaule sur *Les Misérables*, si vous voulez parler de bataille.

Il ne faut pas oublier les communautés, qui sont aussi notre avenir.

M. Tim Louis: Je comprends. Comme vous le dites, il n'y a pas que les gens sur scène; il y a les gens qui les appuient, l'ensemble de l'industrie.

Encore une fois, j'ai assisté à de nombreux spectacles au théâtre Drayton de St. Jacobs et dans d'autres théâtres. Nous parlons de l'expérience; ce n'est pas seulement une personne qui vient au théâtre. Vous pourriez peut-être nous parler brièvement des restaurants et des boutiques et de ce qu'ils apportent à l'économie. Vous avez mentionné le budget de 12 millions de dollars qui a généré des retombées de 60 millions de dollars rien que dans notre région. Vous pourriez peut-être nous en dire plus à ce sujet et nous expliquer à quel point c'est important.

M. Alex Mustakas: J'ai toujours pensé que ce que le public voit sur scène est la cerise sur le gâteau. Nous croyons en l'expérience globale dès le moment où vous pensez à aller au théâtre.

Nous travaillons en partenariat avec des restaurants et d'autres attractions du secteur de l'hôtellerie qui, de toute évidence, a été durement touché. Nous travaillons également en partenariat avec nos organismes touristiques. Ils ont évidemment été durement touchés eux aussi.

Nous considérons cela comme une expérience complète. Nous savons parfaitement que tous les endroits où nous sommes allés ont vu des répercussions économiques immédiates sur les restaurants, les hôtels et les autres attractions. Nous ne pouvons pas oublier cet aspect de l'industrie des arts et de la musique. C'est comme le sport, bien sûr. C'est vraiment essentiel pour tous les autres secteurs également.

M. Tim Louis: Je vous suis reconnaissant de formuler des recommandations parce qu'à ce comité, nous nous concentrons sur l'aide et le soutien, et nous cherchons des solutions.

Je me demande si vous pouvez nous en dire plus sur le fonds de relance des arts fondé sur des mesures incitatives que vous proposez, sur ce que vous envisagez, car tant de personnes dans votre organisation et bien d'autres ont des partisans loyaux. Vous avez des gens qui, comme vous l'avez dit, s'ennuient du théâtre et veulent être là et apporter leur aide, et si vous leur demandez de s'engager financièrement, bon nombre d'entre eux, s'ils le peuvent, feront leur part et aideront.

Comment pensez-vous que cela pourrait fonctionner?

M. Alex Mustakas: C'est le volet incitatif. Nous savons que cela fonctionne lorsqu'on peut dire à quelqu'un que s'il fait un don de 100 \$, il sera égalé par une autre personne ou une autre organisation, le gouvernement. Si nous pouvions convaincre le gouvernement fédéral et les gouvernements provinciaux de participer, ce 1 \$ se transformerait en 3 \$.

Je pense que ce sont les gens, les intervenants qui souhaitent la reprise économique et qui sont disposés à aider, et c'est un incitatif.

Je vais vous donner un exemple personnel. Il y a quelques mois, j'ai tenu une réunion du conseil d'administration ici avec des bénévoles du conseil et j'ai dit que je donnerais jusqu'à 25 000 \$ pour

tous les encourager à contribuer. Le premier membre du conseil d'administration est passé devant moi et m'a dit qu'il donnerait le même montant. Cela a été dur pour moi, mais mon initiative a fonctionné.

C'est le type d'incitatif qui est en place, et cela a très bien fonctionné avec le programme d'incitatifs au fonds de dotation pour les arts en vue de créer des fonds de dotation où nous ne pouvons pas toucher aux capitaux. Ce n'est que le versement annuel, mais dans ce cas précis, cela permettrait de réunir tout le monde dans le cadre d'un mouvement communautaire. Vous établiriez des partenariats avec le gouvernement, des particuliers, des entreprises, des municipalités et tous...

• (1335)

Le président: D'accord, merci à vous tous.

Désolé, monsieur Mustakas. J'ai beaucoup aimé vos propos, mais l'horloge me dit de dire le contraire.

[Français]

Monsieur Champoux, vous avez la parole pour six minutes.

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

Je remercie à mon tour les témoins d'être parmi nous aujourd'hui et de nous aider à bien comprendre les effets de cette pandémie sur l'industrie culturelle.

J'aimerais poser mes premières questions à Mme Drouin.

Vous avez bien décrit l'état de la situation dans l'industrie, du point de vue de l'ADISQ. Nous savons que l'industrie vit une situation de crise. C'est justement pour cette raison que le Comité fait cette étude.

Si rien n'est fait très rapidement, c'est-à-dire tôt en 2021, si vous ne recevez pas d'argent supplémentaire à part ce qui est déjà promis et s'il n'y a pas de révision sérieuse de la Loi sur la radiodiffusion pour inclure des protections, quel sera le résultat d'une telle inaction devant la crise actuelle, selon vous?

Mme Solange Drouin: Je m'aperçois que j'ai oublié de décrire la mission de l'association pour laquelle je travaille. L'ADISQ représente les producteurs indépendants de musique au Québec et dans la grande francophonie canadienne. Je tenais à le préciser.

Comme je l'ai dit tout à l'heure, l'ensemble du milieu a continué de travailler, que ce soient les auteurs, les artistes, les interprètes, les musiciens, les producteurs ou les diffuseurs. Ces gens sont demeurés actifs et ont essayé de rester en contact avec le public. Si rien n'est fait, le travail que nous avons pu continuer à faire pendant un certain temps ne pourra pas se poursuivre. À terme, nous risquons de perdre tout ce que nous avons bâti au cours des 40 dernières années.

Ce que nous avons bâti au cours des 40 dernières années, c'est un vedettariat, qui est appuyé par les artistes qui sont aimés du public et les entreprises qui les accompagnent. C'est précieux. Nous parlons évidemment des artistes, mais il ne faut jamais oublier ceux qui les accompagnent. S'ils comparaissaient devant vous, les artistes vous diraient qu'ils ont davantage de succès lorsqu'ils sont bien accompagnés par les entreprises. Nous avons enfin des entreprises canadiennes solides, qui développent la carrière des artistes et qui les accompagnent. Il y a des gérants et une panoplie d'autres gens de métier qui contribuent au développement de la carrière des artistes.

Nous risquons de perdre non seulement des carrières artistiques, mais aussi une infrastructure industrielle importante, qui existe pour recevoir les nouveaux artistes et développer leur carrière. Ils œuvrent pour que nous ayons accès à de la nouvelle musique, de sorte que nous ne soyons pas contraints, demain matin, à écouter seulement nos meilleurs succès ou nos classiques. Ils travaillent pour qu'un jour, dans un élan de nostalgie, nous puissions écouter les vieilles chansons de 2020.

Pour l'instant, il faut continuer de créer ces chansons. Il faut les faire circuler partout au Canada, au Québec et dans toute la Francophonie.

Voilà ce que nous risquons de perdre, si aucune aide n'est apportée aux artistes, aux interprètes et aux entreprises qui les soutiennent.

M. Martin Champoux: En 2020, particulièrement, nous avons vu des artistes faire preuve de beaucoup de créativité, comme l'a mentionné un témoin plus tôt. C'est évidemment le propre des artistes d'être créatifs et de trouver des façons de faire à partir des moyens qu'ils ont.

Avez-vous l'impression qu'il restera quelque chose de positif de la façon dont les artistes se sont réorganisés pour diffuser leurs œuvres, pour se faire entendre et voir, et pour continuer de faire profiter le monde de leurs talents?

• (1340)

Mme Solange Drouin: Il en restera quelque chose. Je pense qu'au même titre que le télétravail est maintenant possible — nous nous voyons au moyen de Zoom pour cette réunion de comité —, certaines choses seront maintenues, et ce sera peut-être encore plus facile.

Il restera quelque chose du spectacle virtuel. Or, tout le monde vous le dira, même les autres témoins qui sont ici aujourd'hui, rien ne remplace un spectacle sur scène. Le spectacle sur scène, c'est en plus une manifestation physique de notre culture, partout sur le territoire. Nous voulons que cela redevienne le moteur de notre industrie.

Nous pouvons certainement améliorer encore l'offre de spectacles grâce à ces nouveaux outils technologiques, mieux utilisés et mieux compris. L'offre s'en trouvera peut-être améliorée, mais je pense qu'il n'y a rien comme le spectacle en vrai.

M. Martin Champoux: Il me reste quelques secondes pour vous demander si, relativement à la mise à jour économique qui sera présentée lundi prochain, il y a des choses en particulier que vous avez attendez ou espérez pour l'industrie de la culture.

Mme Solange Drouin: Oui, nous espérons toujours voir quelque chose.

Nous avons déjà déposé, lors des consultations prébudgétaires, des demandes pour le secteur de la musique. Si nous y trouvons une réponse dans la mise à jour budgétaire, nous serions très contents. Si nous n'en avons pas, nous ne nous arrêtons pas pour autant; ce sera pour le prochain budget.

M. Martin Champoux: Merci beaucoup, madame Drouin.

[Traduction]

Le président: Merci.

Madame McPherson, veuillez prendre la parole, pour six minutes.

Mme Heather McPherson (Edmonton Strathcona, NPD): Merci, monsieur le président. J'aimerais prendre un instant pour remercier tous les témoins d'être venus et de nous faire part de leurs histoires. Nous sommes dans une situation désespérée, et je reconnais la situation dans laquelle vous êtes tous.

J'ai pris l'avion pour Ottawa afin d'être à la Chambre cette semaine, et j'étais assis à côté d'un musicien qui a quitté l'industrie. C'est un jeune musicien, et il n'arrivait pas à joindre les deux bouts. Il ne pouvait pas rester dans l'industrie. Il a dit que c'est une situation dont il entend parler un peu partout depuis les huit derniers mois. Il est vraiment accablant de voir de telles choses se produire.

Je vais revenir un peu sur l'intervention de M. Louis. Je vais demander à Mme Drouin de commencer à parler un peu de ce que nous pouvons faire pour encourager les jeunes artistes à rester dans l'industrie. Comment pouvons-nous soutenir cela? Le Nouveau Parti démocratique fait pression pour qu'on offre un revenu minimum garanti.

Pensez-vous que ce pourrait être une occasion qui serait utile pour la communauté artistique?

Mme Solange Drouin: C'est certainement très important. Dans notre industrie musicale, nous traitons avec les auteurs, les musiciens, les interprètes et les entreprises. Il est très important que chaque groupe ait accès à des fonds précisément pour eux. Il est important, par l'entremise du Conseil des arts du Canada ou d'un autre programme, que l'artiste ait accès à des fonds pour améliorer son travail. Chaque groupe devrait avoir accès à cet argent.

Par ailleurs, la meilleure façon de nous assurer de pouvoir vivre de notre musique est de travailler, de lancer un album, de le promouvoir et de présenter des concerts et des spectacles. L'argent est dans l'industrie des concerts en direct. Comme je l'ai dit dans ma déclaration, 75 % des recettes du secteur des prestations devant public sont versées à l'artiste, aux musiciens et aux techniciens. La meilleure façon de nous assurer que les gens gagnent leur vie, c'est de veiller à ce qu'ils travaillent et qu'ils disposent des moyens essentiels pour faire la promotion de leurs œuvres et de leurs concerts et avoir accès au public canadien, et ce, partout au Canada.

Bien entendu, il faut un accès direct pour les artistes, les auteurs et d'autres groupes, mais parallèlement, nous devons avoir un accès pour promouvoir les activités et les entreprises qui travaillent avec ces gens-là.

• (1345)

Mme Heather McPherson: Merci beaucoup.

Vous pourriez peut-être nous expliquer un peu comment la fermeture de certains lieux a eu une incidence aussi profonde et les répercussions sur ces lieux. Je sais que dans ma circonscription, Edmonton Strathcona, nous avons un certain nombre de lieux de concert qui ont communiqué avec moi parce qu'ils ne savent pas comment ils vont survivre dans les mois à venir.

Mme Solange Drouin: Comme je l'ai dit, nous avons réalisé un sondage parmi nos membres, et la plupart d'entre eux craignent que 2021 soit encore pire que 2020 car nous n'en voyons pas la fin. Au Québec, tout est fermé jusqu'au 11 janvier, alors nous ne prévoyons pas d'ouverture claire des lieux. Même si nous revenons dans les arénas, les gens viendront-ils? On ne le sait pas encore. Cela signifie que nous devons avoir accès à un certain soutien pour une période plus longue que plus courte. Ce n'est pas une question de mois; c'est une question d'années. Nous espérons que le gouvernement le comprendra très clairement.

M. Patrick Rogers: Si vous me permettez d'intervenir sur ce point, j'adhérerais à tout ce que ma collègue a dit, de la part de l'industrie.

Je veux faire valoir que — je pense que nous l'avons vu au cours de la dernière année — nous avons vu des centres de jardin ouvrir leurs portes, mais nous étions loin de l'ouverture du Centre Rogers. Nous avons besoin de soutien pour que cela continue. Tant que des règlements demeureront en place pour empêcher ces choses de se produire, les artistes continueront d'avoir besoin de soutien.

Autrement, je suis tout à fait d'accord avec Mme Drouin.

Mme Heather McPherson: Merveilleux.

Monsieur Rogers, je vais vous poser quelques questions.

J'aimerais savoir comment tout cela s'est déroulé. Lorsque la pandémie a été annoncée, pour les artistes qui avaient déjà des tournées ou des spectacles prévus, qu'ont-ils perdu lorsque tout a fermé?

Par exemple, j'avais des billets pour aller voir Corb Lund à Ottawa en mai. J'étais très excitée mais, bien entendu, le concert a été annulé. Il a ensuite été repoussé et nous avions des billets pour le mois de décembre, ce qui a également été annulé. Même si j'aimerais beaucoup voir Corb Lund en direct à Ottawa... Qu'est-ce que les artistes ont perdu et quelles ont été les conséquences de ces fermetures?

M. Patrick Rogers: L'expérience a été dévastatrice. Les chiffres parlent d'eux-mêmes. La question du remboursement des billets, l'occasion perdue... L'effet réel sur l'ensemble des carrières a nécessité d'examiner la situation sous un angle différent. Il existe un modèle dans l'industrie: vous travaillez à la réalisation d'un album, vous l'enregistrez, puis vous partez en tournée. Ce modèle est maintenant en train de changer.

Que vous soyez un artiste d'une grande maison de disques ou un artiste qui en est à ses débuts, toute cette situation a mis l'industrie dans une impasse, et c'est pourquoi nous sommes ici aujourd'hui. C'est la raison pour laquelle nos membres nous ont demandé de nous concentrer sur cette situation.

Le président: Merci.

Maintenant, monsieur Aitchison, la parole est à vous pour cinq minutes, s'il vous plaît.

M. Scott Aitchison (Parry Sound—Muskoka, PCC): Merci, monsieur le président.

Je pense que je vais me concentrer un peu plus sur M. Rogers. Je comprends les propos de M. Mustakas. Je viens d'une région où nous avons des activités comme le Festival of the Sound, le Huntsville Festival of the Arts de Muskoka. Je connais très bien ces petits festivals, encore plus petits que vos organismes, et je discute régulièrement avec les organisateurs de leurs besoins. Je vous suis très reconnaissant de vos remarques. Je suis vraiment intrigué par le modèle de financement de contrepartie fondé sur des mesures incitatives.

Monsieur Rogers, je ne comprends pas du tout l'industrie de la musique. Lorsque vous pensez à l'industrie de la musique, vous pensez aux vedettes, aux artistes qui valent des millions, surtout quand vous entendez les noms de Sony et d'Universal Music. Il ne s'agit évidemment pas seulement de musiciens multimillionnaires que nous connaissons tous et dont nous avons déjà entendu parler.

• (1350)

M. Patrick Rogers: Je m'en voudrais de ne pas mentionner que ma famille est originaire du cœur de votre circonscription, Port Sandfield, et...

M. Scott Aitchison: En fait, le cœur de ma circonscription est Huntsville. Je ne veux pas vous interrompre.

M. Patrick Rogers: D'accord, absolument, oui.

M. Scott Aitchison: Je dis que Huntsville en est le cœur parce que je viens de là. Je plaisante.

Allez-y.

M. Patrick Rogers: Music Canada représente effectivement Sony, Warner et Universal. Ces grandes maisons de disques sont très actives au Canada: elles soutiennent de nombreux Canadiens, qui font de la musique canadienne, à tous les échelons de l'industrie. L'industrie forme un immense écosystème qui a besoin de chacun de ses constituants, de l'artiste dont vous n'avez pas encore entendu parler à l'artiste en première place des palmarès. Chez Music Canada, nous tentons de nous faire le champion de l'ensemble des musiciens et des gens qui les soutiennent.

Vous avez raison: l'industrie est très différente. Mme Drouin se focalise uniquement sur le Québec, et c'est un rôle important. Nous avons, nous aussi, notre mandat. Depuis le début de la crise, nos ressources, notre temps et nos efforts servent principalement à veiller à ce que les artistes dont vous n'avez pas encore entendu parler puissent percer après la pandémie. Pour ce faire, nous devons nous assurer qu'ils reçoivent de l'appui et qu'ils sont toujours là. C'est pour cette raison que nos membres et d'autres acteurs de l'industrie se sont engagés à soutenir le Fonds de bienfaisance Unison, et j'encourage fortement votre comité à en apprendre plus à ce sujet. Ce fonds, qui existait avant la pandémie, vise à aider les artistes qui traversent une mauvaise passe. Évidemment, aujourd'hui, nombreux sont ceux qui se trouvent dans une telle situation. Nous appuyons fortement cet organisme.

M. Scott Aitchison: Je m'interroge quant à la reprise, une autre des raisons pour lesquelles j'aime l'idée de M. Mustakas concernant le fonds d'incitatifs. J'ai l'impression que ce sera plus facile de relancer les concerts que les spectacles comme les pièces de théâtre, les comédies musicales et les productions de ce genre, dont l'envergure... J'ai peut-être complètement tort.

Pouvez-vous me donner une brève réponse à ce sujet aussi, s'il vous plaît?

M. Patrick Rogers: Je placerais tous ces types de productions dans la catégorie des rassemblements de masse. Toute industrie qui requiert qu'un grand nombre de personnes se réunissent dans un endroit de petite taille fera face à des difficultés liées aux renseignements médicaux actuels. Ma collègue Erin Benjamin de la Canadian Live Music Association est sûrement la mieux placée pour vous dire exactement quand les gens pourront se rassembler. Les deux facteurs seront la compréhension de la population et la situation sanitaire. C'est ce qui déterminera à quel moment les gens pourront enfin remonter sur scène.

M. Scott Aitchison: Monsieur Mustakas, je me dis juste que des productions comme du théâtre communautaire sont un peu plus exigeantes sur le plan de l'organisation.

Je me demande quelles sont les difficultés liées aux coûts de reprendre les activités.

M. Alex Mustakas: La reprise entraînera de nouveaux coûts, car j'ai bien peur que des personnes très talentueuses et créatives du secteur se tournent vers d'autres industries. Il faudra donc de la formation et de la familiarisation, lesquelles prendront plusieurs années, malheureusement.

J'aimerais ajouter qu'il est souvent question des musiciens ou des acteurs établis, ceux qui connaissent du succès et qui prospèrent sur le plan financier. Or, nous devons nous rappeler que des centaines de milliers d'autres artistes se trouvent en début de carrière et que leurs industries secondaires ont aussi cessé leurs activités. Les musiciens ne peuvent plus enseigner. Ils essaient de travailler en ligne, mais cela ne fonctionne pas aussi bien. Il y a les emplois dans les bars et le secteur de la restauration. C'est la réalité des artistes en début de carrière, malheureusement, donc...

• (1355)

Le président: Je vous remercie.

Madame Brière, ai-je bien compris que vous partagerez votre temps de parole avec Mme Dabrusin?

Mme Élisabeth Brière (Sherbrooke, Lib.): Oui, c'est exact.

[Français]

Le président: Très bien.

Vous avez la parole pour deux minutes trente secondes.

Mme Élisabeth Brière: Je vous remercie, monsieur le président.

Ma question s'adresse à Mme Drouin.

Je vous remercie d'avoir accepté notre invitation.

Vous l'avez bien expliqué, le secteur de la musique est lourdement touché par la COVID-19. Nous sommes bien conscients des enjeux qui touchent nos artistes d'ici et nous y sommes sensibles. Nous voulons continuer à leur offrir un plan de soutien comme nous l'avons fait par l'entremise du fonds d'urgence, lequel nous a permis de verser 500 millions de dollars aux organismes chargés de la culture, du patrimoine et du sport. La phase 1 venait en aide aux gens qui avaient déjà reçu un financement. La phase 2, plus ouverte, était admissible à tout le monde.

J'ai rencontré le Conseil de la culture de l'Estrie, où l'on m'a signalé qu'il y avait une perte de main-d'œuvre qualifiée dans l'industrie du spectacle et de la production artistique. En raison de la suspension des productions de spectacles, plusieurs techniciens et spécialistes se sont déplacés vers Montréal ou se sont réorientés vers une autre carrière.

Pourriez-vous nous parler un peu de la rareté de la main-d'œuvre qualifiée en région dans notre industrie de la musique?

Mme Solange Drouin: C'est un réel souci. Est-ce que ce sera un problème? Il est difficile de le quantifier, parce qu'il n'y a pas d'activité. Or, tous les gens que nous avons sondés pendant ces mois d'inactivité nous ont dit la même chose. Bien évidemment, cela touche au premier plan les musiciens et les chanteurs, mais cela touche aussi les techniciens et les créateurs de toutes sortes dont on a besoin pour monter un spectacle. Les spectacles ne se font pas seulement à l'aide d'un artiste et d'un micro. Cela prend absolument d'autres personnes pour réaliser un spectacle.

Nous entrevoyons que certaines de ces personnes ne seront plus disponibles ou se seront réorientées. Il y en a déjà qui se dirigent vers le secteur de l'audiovisuel, par exemple, qui est un peu plus ouvert que les autres. Certaines personnes essaient aussi de se diriger tout de suite vers les secteurs de la télévision et du cinéma, qui sont déjà plus ouverts.

Ce sera donc un réel problème. Ce serait catastrophique de perdre cette main-d'œuvre. C'est un tissu essentiel qu'il faut absolument conserver.

Mme Élisabeth Brière: En ce qui concerne la...

[Traduction]

Le président: La parole est à vous, madame Dabrusin.

[Français]

Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.): Merci, madame Brière.

[Traduction]

Merci de partager votre temps de parole avec moi.

Près de 40 % du fonds d'urgence de 500 millions de dollars a été versé à des bénéficiaires non existants. Ce que j'ai trouvé très spécial dans ma communauté, c'est que du soutien a été fourni aux salles de spectacles et à l'infrastructure dont Mme Drouin parlait, aux gens qui œuvrent du côté de la promotion. Si l'on considère l'infrastructure dans son ensemble, dans quelle mesure est-il important de réformer rapidement l'écosystème global de la radiodiffusion et du droit d'auteur, afin que la reprise se fasse correctement?

Mme Solange Drouin: Oui, c'est urgent. J'espère que je me trouverai devant vous la semaine prochaine pour parler du projet de loi C-10. Nous attendons cette mesure depuis longtemps. Je travaille à l'ADISQ depuis 28 ans; j'ai donc été témoin de beaucoup de choses. Nous attendons ce projet de loi depuis 1999, je dirais, depuis que le CRTC a pris la mauvaise décision de rendre une ordonnance pour exempter les nouveaux médias, comme on les appelait à l'époque. Il s'agit d'un dossier urgent, car nous obtiendrons enfin de l'argent des services en ligne qui utilisent notre musique. Ces services doivent impérativement promouvoir notre musique et contribuer à son financement. C'est très important. Il en va de même pour la Loi sur le droit d'auteur: nous devons absolument prendre des mesures à cet égard le plus rapidement possible, dès que la question de la Loi sur la radiodiffusion sera réglée.

• (1400)

M. Patrick Rogers: J'aimerais ajouter à cela, madame la secrétaire parlementaire. Dans nos discussions antérieures concernant la Loi sur le droit d'auteur, nous avons toujours insisté sur l'importance de son cadre de fonctionnement: dans le cas où quelque chose arriverait à un artiste, il continuerait d'être rémunéré chaque fois que sa musique est jouée. Maintenant, quelque chose est arrivé à tous les artistes, et ils n'ont plus la possibilité de faire de tournées. À nos yeux, le besoin de veiller au respect de ce principe est plus manifeste que jamais.

Le président: D'accord, mesdames et messieurs, je dois vous arrêter là. Ce sera le mot de la fin pour ce groupe de témoins.

Merci à toutes et à tous pour votre apport. Nous avons eu une très bonne conversation virtuelle.

Je remercie les témoins de leur présence.

Merci beaucoup, madame Drouin.

Monsieur Alex Mustakas, directeur artistique de Drayton Entertainment, merci beaucoup.

Monsieur Patrick Rogers, c'est écrit « vice-président » sur notre liste, mais vous avez dit « codirecteur général ». Je devrais donc vous féliciter pour votre promotion, je présume...

M. Patrick Rogers: Je suis codirecteur général par intérim, mais merci beaucoup.

Le président: Merci beaucoup à toutes et à tous. Nous allons suspendre la séance pendant quelques minutes pour des raisons techniques.

• (1400)

(Pause)

• (1405)

Le président: Bienvenue à la deuxième partie de notre séance.

Je vais passer directement à l'introduction de nos témoins. Je souhaite la bienvenue à M. Yvan Noé Girouard, directeur général de l'Association des médias écrits communautaires du Québec; à M. John Hinds, président et chef de la direction de Médias d'Info Canada; ainsi qu'à M. Paul Muir, directeur de l'éducation, et à M. Bob Davis, gouverneur du conseil bénévole et directeur général de l'Old Trout Puppet Workshop — j'adore le nom —, tous deux du Rosebud Centre of the Arts.

Nous allons commencer par les déclarations préliminaires des témoins. Chaque groupe a droit à cinq minutes.

Je donne d'abord la parole à M. Girouard, de l'Association des médias écrits.

[Français]

Vous avez la parole pour cinq minutes.

M. Yvan Noé Girouard (directeur général, Association des médias écrits communautaires du Québec): Je tiens à remercier les membres du Comité permanent du patrimoine canadien de me donner l'occasion de m'exprimer concernant les lacunes de certains programmes d'aide fédéraux qui s'adressent aux médias communautaires.

D'abord, je voudrais présenter l'Association des médias écrits communautaires du Québec.

L'AMECQ a été fondée en 1980. Elle représente 80 journaux et magazines qui sont des organismes à but non lucratif administrés par un conseil d'administration composé de bénévoles. Ces journaux et magazines représentent une prise en charge de l'information locale par la population. Ils sont généralement produits par une majorité de bénévoles.

Je veux préciser que le mot « communautaire » n'a pas la même signification en anglais qu'en français. En anglais, « *community newspaper* » désigne un journal, généralement privé, qui dessert une communauté. Il n'y a pas de distinction entre les journaux à but non lucratif et les journaux privés. En français, le terme « communautaire » signifie qu'il s'agit d'organismes à but non lucratif. Cela crée de la confusion dans la présentation des programmes d'aide qui s'adressent aux médias.

Je voudrais aborder quatre points particuliers: l'Initiative de journalisme local; le Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires, qui appuie les médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire; le crédit d'impôt accordé aux médias; et la publicité accordée aux médias écrits communautaires.

Parlons d'abord de l'Initiative de journalisme local.

Bien que louable à première vue, cette initiative mise en avant par Patrimoine canadien et administrée par Médias d'Info Canada s'avère non appropriée aux médias écrits communautaires du Québec. L'Association des médias écrits communautaires du Québec déplore que ce programme ne s'adresse aucunement à ses journaux et magazines membres.

Sur son site Web, Médias d'Info Canada fait la promotion de l'Initiative de journalisme local en ces termes:

Dans certaines régions du Canada, les résidents n'ont pas accès à de l'information journalistique sur les questions et les institutions communautaires par l'entremise des journaux locaux, de la radio, de la télévision ou d'autres médias communautaires. Ces lacunes dans la couverture médiatique signifient que les citoyens ne disposent pas de l'information nécessaire sur les nouvelles, les questions et les événements qui les touchent personnellement dans leur vie quotidienne.

L'AMECQ déplore principalement que ce programme ne s'adresse qu'aux médias couvrant une région décrite comme un désert d'information ou comme un secteur où il y a une pauvreté de l'information. La totalité de nos membres n'est donc pas admissible à ce programme.

L'Initiative de journalisme local dit offrir du financement aux médias d'information afin d'embaucher des journalistes pour couvrir les institutions civiques et les enjeux d'importance dans les communautés sous-desservies. On dit ceci sur le site de Médias d'Info Canada:

L'Initiative de journalisme local appuie la création d'un journalisme civique original qui répond aux divers besoins des collectivités mal desservies partout au Canada [...]

Entre autres, on exige d'un média qui fait une demande de subvention de décrire en quoi la région qu'il souhaite couvrir constitue un désert d'information ou un secteur où il y a une pauvreté de l'information et d'expliquer pourquoi sa publication a les qualités requises pour combler ce vide.

L'AMECQ demande donc que ce programme soit révisé afin que les médias écrits communautaires du Québec puissent y avoir accès et que des notions telles que « communauté mal desservie », « désert d'information » ou « pauvreté de l'information » soient abolies.

Je porte à votre attention la simplicité d'une réponse fournie par courriel à l'un de nos membres qui a vu sa demande être refusée. On lui a répondu qu'on avait effectivement lancé un nouvel appel au Québec, qu'on faisait connaître l'IJL le plus largement possible et que c'était la raison pour laquelle ce membre avait reçu la circulaire. On lui a indiqué que, s'il souhaitait faire une demande à nouveau, on se ferait un plaisir de la présenter pour lui, mais que, comme lui, on ne voyait honnêtement pas comment le résultat final serait différent.

L'AMECQ déplore également qu'une nouvelle invitation à participer à ce programme ait été envoyée à ses membres dans la soirée du 24 janvier 2020, alors que la date limite pour l'inscription était le 27 janvier. Les a-t-on invités pour se donner bonne conscience? Si Médias d'Info Canada souhaitait que nos membres ne s'inscrivent pas, ils n'auraient pas pu faire mieux.

Je voudrais maintenant dire quelques mots sur le Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires, qui appuie les médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire.

Bien que louable également, ce programme n'est aucunement accessible à nos journaux et magazines. Pourtant, même s'ils publient en français dans une province où la langue officielle est le français, ces médias auraient besoin d'une aide financière du gouvernement fédéral.

• (1410)

Maintenant, je vais vous parler du crédit d'impôt accordé aux médias.

Le 17 avril dernier, le ministère des Finances annonçait par voie de communiqué de presse des mesures pour soutenir les secteurs canadiens de l'information pendant la pandémie de la COVID-19. Ces mesures comprennent notamment un crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne, remboursable à hauteur de 25 %.

Encore là, cette initiative est louable, mais difficilement applicable pour les médias écrits communautaires. En effet, pour avoir droit au crédit d'impôt, un journal doit employer au moins deux journalistes travaillant en moyenne un minimum de 26 heures par semaine pendant au moins 40 semaines consécutives, et ceux-ci doivent consacrer au moins 75 % de leur temps à la production du contenu d'information.

La plupart des journaux communautaires désirant se prévaloir du crédit d'impôt n'ont qu'un seul employé qui cumule les tâches de journaliste, de photographe, de rédacteur en chef et de coordonnateur, voire de directeur général. Les journaux...

• (1415)

Le président: Excusez-moi, monsieur Girouard, mais votre temps de parole de cinq minutes est écoulé.

M. Yvan Noé Girouard: D'accord.

Le président: Je vous remercie.

[Traduction]

Je donne maintenant la parole à M. John Hinds, président et chef de la direction de Médias d'Info Canada.

M. John Hinds (président et chef de la direction, Médias d'Info Canada): Merci de m'avoir invité à prendre la parole aujourd'hui.

Je m'appelle John Hinds et je suis président et chef de la direction chez Médias d'Info Canada.

Nous sommes le porte-parole de l'industrie des médias d'information du Canada. Nous représentons plus de 600 journaux et publications d'information dans l'ensemble des provinces et des territoires. Nos membres comprennent des sites de nouvelles et des journaux communautaires quotidiens et hebdomadaires, du plus grand quotidien urbain aux petits journaux communautaires de régions rurales et éloignées.

Le secteur canadien des médias d'information continue à éprouver des difficultés, qui ont seulement été exacerbées par la pandémie. Au cours des dernières années, plus de 250 journaux ont fermé leurs portes; à elle seule, la Saskatchewan a perdu au-delà de 20 % de ses journaux. Ces fermetures sont arrivées avant la pandémie. Ensuite, pendant les premiers mois de la pandémie, nous avons assisté à une autre série de fermetures et de fusions. Beaucoup de petits journaux ont dû cesser de publier, et de grandes publications ont mis à pied des employés de leur salle de nouvelles. Par conséquent, le nombre de régions canadiennes touchées par la pauvreté ou l'absence de nouvelles a augmenté.

La plus grande difficulté affrontée par l'industrie est la baisse des revenus publicitaires, particulièrement des revenus générés par la publicité imprimée; les pertes s'élèvent à 20 % par année. À de nombreux égards, la COVID n'a fait qu'accélérer cette tendance. Au début de la crise, les revenus publicitaires ont chuté de taux allant jusqu'à 75 % dans de nombreux marchés. Aujourd'hui, l'industrie est toujours aux prises avec des baisses de revenus publicitaires de l'ordre de 30 %. Les secteurs comme ceux des événements, des voyages et de la vente au détail locale ne font tout simplement pas de publicité en ce moment, ce qui a des répercussions considérables sur les petits journaux communautaires qui dépendent de la publicité imprimée.

Ce qui est particulièrement frustrant, c'est que les effets de la COVID sur notre industrie défient les règles de la science économique. Nos produits n'ont jamais été aussi demandés, mais simultanément, les revenus sont très faibles. Des millions de Canadiens — 9 sur 10 — continuent de consulter leurs médias locaux pour obtenir des nouvelles et de l'information fiables au sujet de la COVID dans leur communauté.

Avant, le gouvernement comptait parmi les plus grands acheteurs d'espace publicitaire de nombreux journaux, surtout de journaux communautaires. Or, depuis quelques années, le gouvernement fédéral ne fait presque plus de publicité dans les journaux, ce qui est illogique étant donné que les Canadiens consomment davantage nos produits que ceux des géants numériques. Au début de la pandémie, le gouvernement a annoncé un budget de 30 millions de dollars pour les communications, mais contrairement à beaucoup de gouvernements provinciaux, le gouvernement fédéral a acheté peu d'espace publicitaire dans nos médias d'information. Le gouvernement pourrait remplir son mandat de communiquer avec les Canadiens en mettant en œuvre une stratégie publicitaire visant à faire de la publicité aux endroits où les Canadiens cherchent du contenu et des messages publicitaires dignes de confiance.

Cela étant dit, je veux vous remercier pour le soutien que vous avez fourni à notre industrie. Je tiens également à manifester notre gratitude envers l'équipe remarquable de Patrimoine canadien, qui comprend les défis et qui travaille sans relâche pour trouver des solutions.

J'aimerais attirer votre attention sur deux mesures qui ont permis à l'industrie de poursuivre ses activités durant la pandémie.

D'abord, la subvention salariale a été vitale pour la majorité des publications, et elle continue de permettre à la plupart de poursuivre leurs activités et d'éviter les mises à pied. Nous sommes d'avis que ce programme devrait être maintenu jusqu'à ce que les revenus remontent.

Le programme Aide aux éditeurs est également vital. Dans le passé, ce programme, qui a été mis en place avant la Confédération, était offert aux petits journaux communautaires imprimés vendus par abonnement. Dans le cadre du plan d'aide en réponse à la COVID, son financement a été augmenté de 25 %, ce qui a permis à de nombreux journaux de continuer de publier. Un financement ponctuel a aussi été octroyé à des journaux vendus sans abonnement. Nous vous demandons de maintenir ce programme au moins jusqu'en 2021, étant donné les conditions du marché. Idéalement, ce financement deviendrait permanent et il serait augmenté de manière à aider les petits journaux communautaires à faire face aux défis de plus en plus grands posés par le monde numérique.

L'avenir des médias d'information est numérique. Tous nos membres ont des perspectives numériques, mais elles varient d'une publication à l'autre. Cependant, en l'absence d'une intervention de la part du gouvernement par rapport à la réglementation de l'espace numérique, l'avenir s'annonce sombre. Aujourd'hui, deux géants mondiaux, Google et Facebook, monopolisent 80 % des revenus publicitaires numériques au Canada, et ce pourcentage augmente chaque année.

Pour rapporter des nouvelles véridiques, il faut de l'argent. Or, les géants monopolistes bloquent l'accès aux revenus nécessaires pour ce faire. Leurs modèles de gestion sont fondés sur l'utilisation de contenu médiatique qu'ils ne paient pas. Toutefois, les gouvernements et d'autres démocraties lèvent les boucliers, et nous avons été ravis de voir l'engagement de réglementer les géants du Web dans le discours du Trône.

Selon nous, l'approche adoptée en Australie représente la solution parfaite pour le Canada. Elle permet aux journaux de négocier avec les géants pour obtenir une juste compensation, elle uniformise les règles du jeu, et ce, sans faire appel à du financement de la part du gouvernement, à de nouvelles taxes ou à des frais imposés aux usagers. Nous savons que tous nos membres appuient cette initiative et nous espérons que vous agirez rapidement dans ce dossier.

• (1420)

[Français]

Je vous remercie.

[Traduction]

Le président: Merci.

Nous passons maintenant au Rosebud Centre of the Arts.

Monsieur Davis, je vous en prie. Vous avez cinq minutes.

M. Bob Davis (gouverneur du conseil bénévole et directeur général de Old Trout Puppet Workshop, Rosebud Centre of the Arts): Merci, monsieur le président, mesdames et messieurs les députés, et plus particulièrement M. Shields, qui nous a invités, de nous donner l'occasion de comparaître.

Nous sommes heureux d'être ici. Le Rosebud Centre of the Arts se trouve dans un petit hameau de seulement 92 personnes, au nord-

est de Calgary, en direction de Drumheller. C'est là que se trouve la Rosebud School of the Arts, un établissement de formation artistique postsecondaire, et le Rosebud Theatre, un théâtre professionnel. Nous offrons aussi des services de restauration aux personnes qui assistent à nos pièces pour qu'ils puissent déguster un repas avant la performance.

Dans une année normale, nos activités génèrent environ 3,5 millions de dollars, dont 2,5 millions qui proviennent de la vente de billets de théâtre et des services de restauration

Nos productions professionnelles se déroulent de mars à décembre. Nous en avons jusqu'à cinq par année, ainsi que deux productions d'étudiants, et nous attirons jusqu'à 35 000 personnes ou parfois 40 000 personnes dans notre hameau de 100 habitants. Elles viennent surtout de la région de Calgary, mais des gens de toutes les régions de l'Alberta se rendent dans notre collectivité. Nous avons aussi des hébergements, des boutiques de cadeaux, un musée, des galeries et des artistes en résidence.

Notre personnel compte environ 20 personnes, mais nous employons jusqu'à 150 personnes à temps partiel, encore une fois sur-tout des gens de la région.

Nous sommes le principal employeur à Rosebud et l'un des plus importants du comté de Wheatland. Nous sommes un moteur socioéconomique de la région. Notre travail se traduit par des revenus pour des entreprises et des employeurs à proximité. Nous faisons partie de la mosaïque des arts et du tourisme d'études de la province, grâce à un partenariat avec Travel Alberta, d'autres établissements postsecondaires et d'autres organisations artistiques en Alberta.

Nous sommes une école de la guild, ce qui est unique en soi. Nous avons un modèle d'apprentissage par mentorat qu'on ne retrouve nulle part ailleurs au Canada. Nous ne recevons aucun financement provincial pour nos activités d'apprentissage, et notre financement public pour les arts se chiffre à moins de 2 % annuellement.

En gardant tout cela en tête, vous pouvez comprendre à quel point la COVID nous a frappés de plein fouet, comme, j'en suis sûr, de nombreuses autres organisations artistiques que vous avez entendues. Notre théâtre a complètement fermé ses portes en 2020. Nous tentions de présenter un autre spectacle pour Noël, mais nous l'avons également suspendu aujourd'hui à cause des conditions créées par la COVID en Alberta.

Nous essayons une perte de revenus de vente de billets de plus de 2 millions de dollars. Pour être plus précis, plus de 30 000 clients ne viennent pas dans notre collectivité, ce qui a des répercussions sur d'autres entreprises et d'autres entrepreneurs de notre région dans le milieu de l'hébergement et le secteur de la vente au détail ainsi que sur tous les emplois qui découlent de notre travail.

Nous sommes reconnaissants d'avoir pu bénéficier de la Subvention salariale d'urgence du Canada, qui a soutenu nos activités dans une certaine mesure cette année, et j'en aurai plus à dire à ce sujet dans un instant. Cependant, dans l'ensemble, nous n'avons pas pu avoir accès au financement d'urgence ou au financement régulier offerts par l'entremise du Conseil des arts du Canada ou de Patrioine canadien.

L'un des grands défis auxquels font face les organisations artistiques se rapporte notamment à l'aspect administratif des choses pour traverser la COVID. Dans le domaine, il y a certainement moins de travail pour les artistes, mais sur le plan administratif, la quantité de travail a grandement augmenté en ce qui a trait à la budgétisation, à la gestion des ressources humaines et à la communication, notamment avec les intervenants.

L'une des lacunes dans les programmes d'aide fédéraux, c'est qu'à moins d'être déjà enregistré auprès du Conseil des arts du Canada et reconnu, on n'a pas accès au financement d'urgence fourni par Patrimoine canadien, et la Subvention salariale d'urgence du Canada est insuffisante pour soutenir les organisations artistiques lorsqu'il n'y a pas de revenus correspondants pour aider à compenser les coûts.

Nous sommes impatients d'avoir une discussion approfondie avec vous sur ces questions.

Merci beaucoup, monsieur le président.

• (1425)

Le président: Merci beaucoup, monsieur Davis.

Nous allons maintenant passer aux questions. Mesdames et messieurs, je serai un peu plus strict compte tenu du temps que nous avons perdu au début.

Commençons par M. Waugh, pour six minutes.

Allez-y, s'il vous plaît.

M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC): Merci, monsieur le président.

Je remercie nos invités.

Monsieur Hinds, il est bon de vous revoir.

Le gouvernement a annoncé un investissement de 30 millions de dollars à partager entre la presse écrite, la radio et la télévision. Quelle partie de ce montant de 30 millions de dollars que le gouvernement affirme avoir envoyé les journaux ont-ils reçue?

M. John Hinds: Je n'ai pas de chiffre précis. Je pense que c'était de l'ordre de 2 à 3 millions de dollars. Pour la plupart des journaux, c'était une ou deux publicités pendant la campagne.

M. Kevin Waugh: Était-ce assez?

M. John Hinds: Je ne pense pas que c'était assez, de toute évidence. Était-ce assez pour communiquer efficacement? Je ne suis pas certain. Des provinces, dont l'Ontario et le Québec, ont mené des campagnes officielles de publicité quotidienne ou hebdomadaire dans les journaux pour renseigner les lecteurs sur la pandémie.

Je pense que c'était très efficace et manifestement très utile pour les journaux. Les gens consultaient les sites et les journaux pour obtenir de l'information sur la COVID, ils cherchaient leur journal local.

M. Kevin Waugh: Le reproche que j'ai entendu dans nos bureaux, c'est qu'on donne une ou deux publicités aux grands quotidiens ou aux grands hebdomadaires, et les journaux communautaires sont laissés pour compte. Est-ce vrai?

M. John Hinds: Je pense qu'ils ont diffusé des publicités partout au pays pendant la campagne. L'une des choses que nous entendons tout le temps, c'est qu'il est difficile d'acheter de l'espace dans les journaux communautaires. C'est compliqué, et les gens ne veulent

pas le faire, mais je pense que le gouvernement donne pour cela beaucoup d'argent à des organismes, et c'est ce qu'ils devraient faire.

Je pense que, dans le cadre de la campagne, le soutien était à peu près accordé également aux journaux communautaires et aux quotidiens, en format numérique et en format papier.

M. Kevin Waugh: Sur votre site Web, vous dites comment les journaux nationaux comblent le vide publicitaire attribuable à la COVID-19. Comment vous y prenez-vous?

M. John Hinds: Nous le comblons avec de l'information. Je pense que le problème est là. Nous menons nos activités sans revenus publicitaires.

Pendant la campagne, nous nous sommes entre autres penchés sur un réseau publicitaire programmatique pour faire concurrence à Google et à Facebook. Nous l'avons mis sur pied, nous l'exploitons et nous espérons que le gouvernement fédéral collaborera avec nous, car c'est un moyen d'obtenir autant de visibilité d'un bout à l'autre du Canada dans le marché des publicités programmatiques à l'aide de sites canadiens.

M. Kevin Waugh: Vous comblez le vide et vous ne le comblez pas. Je lis tous les jours des journaux de partout au pays. Ceux qui comptaient 24 pages n'en ont plus que 16 par jour. Je pense au *Regina Leader Post* et au *Saskatoon Star Phoenix* qui ne sont plus livrés à domicile les lundis.

Beaucoup de personnes n'ont toujours pas d'accès numérique à la maison et payent encore pour obtenir à domicile l'édition du lundi, qui n'arrive pas. Je pense que les consommateurs estiment que c'est injuste. En ce qui me concerne, je paye 31 ou 33 \$ par mois pour que le *Saskatoon Star Phoenix* me soit livré chez moi du lundi au samedi, et l'édition du lundi n'arrive pas.

Je pense que c'est problématique pour les consommateurs. Ils sont blasés. Personne ne les a défendus, et le *National Post* d'un océan à l'autre a pourtant pris la décision. Les consommateurs sont maintenant blasés à la lecture des nouvelles de fin de semaine, car ils savent qu'ils devront attendre au mardi avant que les journaux les tiennent au courant.

J'aimerais que vous en parliez.

• (1430)

M. John Hinds: Je pense que c'est difficile. Comme je l'ai dit plus tôt, la production de nouvelles de qualité coûte cher. Nous constatons que personne ne veut publier une annonce dans un journal un lundi, car c'est depuis toujours la journée où il y a le moins de lecteurs. Sur le plan économique, la distribution les lundis ne fonctionne tout simplement pas. Puisque cela ne fonctionne pas, le défi des journaux consiste à déterminer à quel endroit faire des compressions. Je pense que tout le monde travaille très fort pour éviter de supprimer des emplois dans les salles de nouvelles, et l'élimination des coûts de distribution les lundis est un des moyens d'économiser, sans éliminer certains de ces emplois.

Je pense que nous savons tous que ce n'est probablement pas ce qu'il y a de mieux pour le consommateur, mais c'est malheureusement ce que dicte le contexte actuel.

M. Kevin Waugh: Monsieur Girouard, je vais m'adresser à vous et à l'Association des médias écrits communautaires du Québec.

Le journalisme local est très difficile au pays; je n'ai pas besoin de vous le dire. De nos jours, la présence d'une seule personne dans la salle de nouvelles pourrait être la norme. Comment procédez-vous? Même la livraison à domicile est remise en question. À cause de la COVID, les gens craignent même de prendre un journal sur les rayons. De quelle façon votre association gère-t-elle actuellement la COVID?

Le président: Votre temps est écoulé. Je m'excuse.

Nous devons revenir à vous, monsieur Waugh. Notre temps est très limité.

M. Kevin Waugh: Je comprends.

Le président: Monsieur Girouard, si vous pouvez nous entendre, auriez-vous juste l'obligeance d'agiter la main?

[Français]

M. Yvan Noé Girouard: Oui, c'est beau.

[Traduction]

Le président: Nous voulons juste nous assurer que vous êtes toujours là. Je suis désolé. Nous devons passer à l'autre intervenant.

Monsieur Housefather, vous avez six minutes, s'il vous plaît.

M. Anthony Housefather (Mont-Royal, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président. Merci à tous les témoins.

Monsieur Davis, monsieur Muir, dans notre dernier groupe de témoins, il y avait la représentante du Centre Segal, et je lui ai posé toutes mes questions. Je vous prie donc de m'excuser si je ne vous en pose pas. J'ai entendu dire que votre production sur Anne Frank il y a quelques années était phénoménale. Mon cousin y a assisté et en parler de façon élogieuse. Je vous en félicite. Je suis certain que je vais vous parler un autre jour.

Je vais passer à M. Hinds. Monsieur Hinds, j'étais heureux d'entendre que le soutien du gouvernement fédéral, au moins pour ce qui est de l'aide aux éditeurs et de la Subvention salariale d'urgence du Canada, s'est révélé très utile pour votre organisation. Comme beaucoup de monde, je préfère les journaux imprimés au numérique. Je veux non seulement que nos journaux survivent, mais aussi qu'ils prospèrent. Je suis donc quelque peu consterné d'entendre le petit pourcentage de publicités accordé aux journaux.

En avez-vous eu plus de la part des gouvernements provinciaux et des administrations municipales pendant la COVID, ou étaient-elles surtout réservées aux médias numériques?

M. John Hinds: Non. Nous avons constaté que... les différentes provinces ont différentes... L'Ontario et le Québec ont vraiment pris les devants pour ce qui est de faire imprimer de la publicité, de mener des campagnes uniformes et efficaces. Je dirais que, sans aucun doute en Ontario et au Québec, le gouvernement a mis... tous les jours dans les quotidiens et les hebdomadaires en mettant beaucoup l'accent sur les médias imprimés.

M. Anthony Housefather: Merci.

[Français]

Monsieur Girouard, est-ce que le gouvernement du Canada ou du Québec a placé de la publicité dans les publications que vous représentez?

M. Yvan Noé Girouard: Cela commence seulement. J'en ai vu pour la première fois au mois de décembre, mais, jusqu'à tout dernièrement, il n'y en avait pas. À ce jour, dans 62 de nos publica-

tions, le gouvernement fédéral a placé de la publicité pour une valeur de 35 000 \$, ce qui est vraiment très peu.

M. Anthony Housefather: Je comprends cela.

Vous avez parlé des divers programmes auxquels vos membres ne sont pas admissibles. Près de chez moi, il y a un journal local qui est entièrement créé par des citoyens, de façon tout à fait bénévole. Est-ce le genre d'organismes que vous représentez?

M. Yvan Noé Girouard: Oui, absolument.

• (1435)

M. Anthony Housefather: D'accord.

Vous avez parlé d'un programme qui est très important pour moi, soit le Fonds d'appui stratégique aux médias communautaires, qui vient en appui aux journaux de langue officielle en situation minoritaire. Dans ma circonscription, Mont-Royal, on retrouve en majorité des journaux locaux. D'après ce que je comprends, vous considérez qu'il y a des lacunes à cet égard, car les journaux francophones du Québec dont les employés travaillent bénévolement, comme ceux que vous représentez, ne sont pas admissibles à ce programme.

Comme vous le savez, dans le discours du Trône, on a parlé de l'importance de promouvoir le français au Québec. Il s'agit donc ici d'un manquement, à mon avis. Une des façons de soutenir les journaux francophones au Québec serait de mettre en œuvre non pas un programme qui s'adresse aux médias communautaires de langue officielle en situation minoritaire, mais un programme pour appuyer les journaux communautaires locaux au Québec.

Est-ce que cela pourrait aider vos membres?

M. Yvan Noé Girouard: Oui, absolument. C'est ce que nous voudrions.

M. Anthony Housefather: D'accord.

M. Yvan Noé Girouard: J'aimerais préciser que 5 % de la publicité nationale est attribuée aux médias de langue officielle en situation minoritaire. Or, nous ne sommes pas dans cette situation.

M. Anthony Housefather: Je comprends. Je crois que cela devrait faire l'objet de discussions avec le ministère du Patrimoine canadien. En effet, offrir du soutien à des médias comme ceux que vous représentez serait un bon pas en avant. J'en prends bonne note.

Au début de la rencontre, vous n'avez pas pu terminer votre allocation, car vous aviez dépassé les cinq minutes qui vous étaient allouées. Y a-t-il quelque chose d'important que vous n'avez pas mentionné et que vous pourriez nous dire en 30 ou 45 secondes?

M. Yvan Noé Girouard: Il y a le crédit d'impôt, qui n'est pas accessible à nos membres, parce qu'on demande que deux journalistes...

M. Martin Champoux: J'invoque le Règlement, monsieur le président.

[Traduction]

Le président: Allez-y, monsieur Champoux.

[Français]

M. Martin Champoux: Merci, monsieur le président.

Par respect pour les témoins, je pense qu'il faudrait préciser que la qualité du son sur le canal français est déficiente. Nous entendons M. Girouard, mais sa voix nous revient sous forme d'écho. Je ne sais pas si ce problème technique relève du personnel des TI ou s'il est dû au fait que M. Girouard utilise un canal autre que le canal français quand il s'exprime en français, mais il est très difficile de suivre la conversation. Je voulais soulever ce problème parce que, à mon avis, le témoignage de M. Girouard mérite d'être entendu.

M. Yvan Noé Girouard: Est-ce que c'est mieux, maintenant? M'entendez-vous?

[Traduction]

Le président: Oui, nous pouvons vous entendre, mais je ne pense pas que c'est le problème, monsieur Girouard. Ce qui pose problème, je crois que c'est plutôt un écho entendu sur le canal d'interprétation française, comme le dit M. Champoux.

Je vais suspendre la séance deux minutes le temps de vérifier la situation.

Monsieur Champoux, merci de l'avoir portée à mon attention.

• (1435) _____ (Pause) _____

• (1440)

Le président: Reprenons.

Il vous reste une minute si vous voulez poursuivre vos questions, monsieur Housefather.

[Français]

M. Anthony Housefather: Je vais simplement permettre à M. Girouard de terminer ce qu'il avait commencé à dire sur le crédit d'impôt.

M. Yvan Noé Girouard: Au sujet du crédit d'impôt, je disais que les organismes doivent employer deux journalistes pour y avoir droit. Or, dans la presse écrite communautaire, c'est pratiquement impossible. Souvent, les journaux sont créés entièrement par des bénévoles, et quand ils ont un employé, celui-ci fait tout: il est journaliste, photographe, rédacteur en chef et parfois directeur général.

Nous voudrions que la loi soit modifiée de façon à ce que le nombre de journalistes passe de deux à un.

M. Anthony Housefather: D'accord, je comprends.

Comme il ne me reste plus beaucoup de temps, je vais céder la parole à M. Champoux.

Le président: Merci.

Monsieur Champoux, vous avez la parole pour six minutes.

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

J'aimerais encore une fois remercier les témoins de s'être rendus disponibles pour participer à la réunion d'aujourd'hui.

J'aimerais poser une question à M. Hinds, qui représente Médias d'Info Canada.

Votre organisme soutient que le modèle australien devrait s'appliquer quant aux redevances qui devraient être imposées aux géants du Web en matière de contenu journalistique. Pour sa part, le gouvernement fait valoir qu'il existe des différences entre le marché australien et le marché canadien et qu'il serait difficile d'appliquer ce modèle. Cela ne signifie pas qu'il faut l'écarter. On peut très bien s'en inspirer.

Quels sont les avantages de ce modèle qui seraient applicables ici et qui satisferaient toute l'industrie?

[Traduction]

M. John Hinds: Merci.

De toute évidence, le paysage médiatique et politique de l'Australie ressemble à celui du Canada, mais tout modèle devrait être adapté au contexte local.

Ce que nous aimons dans le modèle australien, c'est sa simplicité. Nous ne voulons pas nous retrouver dans une situation où le gouvernement taxe les médias et leur accorde des choses, car nous avons entendu un certain nombre de personnes, notamment certains représentants, dire que ce n'est pas une voie dans laquelle nous voulons nous engager. Ce modèle permet vraiment à l'industrie et aux monopoles numériques de négocier des modalités équitables en vue d'une indemnisation. Je pense que c'est l'aspect attrayant du modèle australien.

Il est également intéressant parce que, contrairement au modèle français, qui ne porte que sur l'indemnisation pour le contenu journalistique, il prévoit un code de conduite. Au cours des derniers jours, nous avons également vu le gouvernement britannique avancer l'idée. Le code de conduite régleme ce qui se rattache à la publicité. Lorsque Google et Facebook veulent changer leurs algorithmes, ils doivent donner un avis de 30 jours. Ils ne peuvent pas délaiss certaines obligations et changer les choses.

Je crois que ce que nous aimons dans le modèle australien, c'est qu'il n'augmente pas les taxes et ne nécessite pas une intervention du gouvernement sur le marché, tout en permettant une interaction équitale sur le marché entre les plateformes et les journaux.

• (1445)

[Français]

M. Martin Champoux: N'avez-vous pas l'impression que le fait d'inviter chacun des organismes ou des entreprises à établir des ententes avec ces géants créerait un déséquilibre, compte tenu du poids qu'ils peuvent avoir à la table de négociations face à ces géants? Ne pensez-vous pas que cela pourrait créer une iniquité dans le marché?

[Traduction]

M. John Hinds: Je crois que oui. L'une des choses, encore une fois, que le modèle australien offre, et l'une des choses que nous recherchons dans un modèle, c'est la possibilité de négocier collectivement. À l'heure actuelle, en tant qu'industrie, nous ne pouvons pas négocier à cause des règles sur la concurrence. Nous ne pouvons pas négocier de droits avec les acteurs numériques.

Ce que nous chercherions à obtenir, c'est la capacité de négocier une indemnisation équitale en tant qu'industrie. Je pense que ce serait juste pour tout le monde, car même maintenant, nous voyons des acteurs numériques offrir des licences, mais ils n'en offrent qu'aux acteurs importants. Nous voulons faire en sorte que les modalités qui s'appliquent à un grand quotidien sont les mêmes que celles qui s'appliquent à un petit journal communautaire, pour que ce soit juste partout au pays et au sein de l'industrie.

[Français]

M. Martin Champoux: Vous avez parlé de la publicité, et je pense que M. Girouard va peut-être vouloir donner son opinion là-dessus aussi.

Monsieur Hinds, le gouvernement fédéral s'est beaucoup vanté des 30 millions de dollars qu'il a investis dans les médias, partout au pays. Il a dit que cela allait donner un bon coup de main aux médias et que cela leur permettrait de respirer, en particulier les médias régionaux. Or, nous savons très bien que c'était nettement insuffisant.

On a aussi soulevé le fait que le gouvernement investissait beaucoup dans des placements publicitaires numériques, mais en passant évidemment par les géants du Web. Cela a fait qu'il ne restait à peu près rien pour les médias régionaux. Les chiffres qui sont sortis l'an dernier nous ont permis de le constater. Or, on apprend qu'à peu près rien n'a changé cette année à cet égard.

Qu'aimeriez-vous dire au gouvernement sur sa façon de placer de la publicité numérique dans les médias régionaux, étant donné qu'on parle ici de plusieurs dizaines de millions de dollars par année?

[Traduction]

M. John Hinds: La réalité, c'est que, dans les médias numériques, nous nous intéressons beaucoup à la question, mais nous devons toutefois tirer une chose au clair, à savoir que l'aspect numérique ne concerne pas beaucoup de nos membres. Ce sont essentiellement des médias imprimés, et il faut s'en servir pour communiquer avec les communautés qu'ils desservent.

En tant qu'industrie, nous avons déployé beaucoup d'efforts dans le domaine numérique. Nous avons mis sur pied le Réseau Programmatique Maple, qui regroupe nos acteurs numériques, nos entreprises numériques, qui cherchent à travailler directement avec le gouvernement pour que le financement destiné au numérique qui est versé par le gouvernement du Canada à nos auditoires soit versé directement.

Comme je l'ai dit plus tôt, nous pouvons joindre autant de monde que le duopole numérique en procédant correctement, et nous croyons avoir une solution qui permettrait à la publicité du gouvernement fédéral, de la publicité numérique, de joindre des Canadiens grâce à des réseaux canadiens et à une présence sur des sites Web canadiens, et c'est d'ailleurs là que les gens veulent la voir.

[Français]

M. Martin Champoux: Monsieur Girouard, est-ce qu'une meilleure façon de faire des placements publicitaires numériques améliorerait beaucoup les choses pour vos membres?

M. Yvan Noé Girouard: Vous adressez-vous à moi?

M. Martin Champoux: Oui.

M. Yvan Noé Girouard: D'accord.

Les journaux en version papier ont des sites Web et commencent à avoir beaucoup de publicité numérique. Avec notre agence de publicité, CPS, nous commençons à faire du placement numérique. Nous n'en sommes qu'au début, mais les choses commencent à bien aller.

J'aimerais revenir sur la publicité du gouvernement fédéral. L'année passée, les 62 journaux que nous représentons n'ont reçu, en tout, que 2 339 \$ en publicité. Cette année, le montant est passé à

35 000 \$, et je vois depuis quelques semaines que des pages complètes apparaissent dans nos médias. Il semble donc qu'un déblocage soit en train de se produire.

Toutefois, il faudrait que ce déblocage se poursuive après la pandémie. Pour le moment, il s'agit de publicité qui vise à promouvoir des mesures sanitaires en vue de combattre la pandémie.

M. Martin Champoux: C'est donc temporaire.

C'est tout le temps dont je dispose. Merci, monsieur Girouard.

Merci, monsieur le président.

• (1450)

M. Yvan Noé Girouard: Merci.

Le président: Merci beaucoup.

[Traduction]

Madame McPherson, vous avez six minutes.

Mme Heather McPherson: Je vous remercie, monsieur le président.

Je remercie tous les témoins d'être avec nous aujourd'hui. C'est un plaisir de voir des gens avec qui j'ai eu l'occasion de parler ces derniers jours. Je pense qu'il vaudrait mieux que je m'adresse d'abord à mes concitoyens de l'Alberta. J'ai en effet quelques questions à l'intention de M. Muir et de M. Davis.

Vous avez beaucoup parlé de l'incidence de la COVID-19 sur votre organisation, le Rosebud Centre of the Arts. Vous avez dit avoir subi une perte colossale de revenus puisque vous avez été privés des recettes du théâtre.

Que réserve l'avenir à votre organisation? De quelles manières avez-vous pu adapter vos activités pendant la pandémie? À quoi ressemble l'avenir? Quelles mesures très concrètes voudriez-vous que le gouvernement du Canada prenne?

M. Paul Muir (directeur de l'éducation, Rosebud Centre of the Arts): Une des choses que nous avons dû faire, c'est annuler toute la saison 2020, comme M. Davis l'a dit tout à l'heure. Pendant l'été et l'automne, lorsque les restrictions liées à la COVID étaient légèrement assouplies, nous avons organisé un spectacle. Ce n'était pas un de ceux qui étaient prévus, mais plutôt une version en un acte de *A Christmas Carol*, et c'était palpitant.

Avec la COVID, nous savions que nous ne pourrions accueillir que 20 % environ des spectateurs que nous réunissons normalement. Nous avons également créé une version cinématographique du spectacle, qui est maintenant offert en ligne pour ceux qui veulent le visionner.

Voici la réponse à votre question au sujet de l'avenir, madame la députée McPherson. Comme M. Davis l'a indiqué, nous avons diminué de plus de deux tiers la taille de notre organisation et de nos activités. Si les restrictions attribuables à la COVID sont maintenues jusqu'en 2021, les perspectives demeurent plutôt sombres.

Il y a toutefois un phénomène digne d'intérêt que je trouve fascinant: le nombre d'étudiants a augmenté. Je trouve que c'est de bon augure. Cela signifie qu'il y a des jeunes qui veulent encore suivre une formation pour devenir des conteurs et des professionnels du théâtre, à une période où le théâtre lui-même a pratiquement disparu.

Quant à ce que le gouvernement pourrait faire pour nous aider, nous avons rencontré un certain nombre d'embûches en raison du caractère unique de notre organisation. Nous sommes un théâtre, mais aussi un établissement d'enseignement qui n'est pas reconnu notamment par la *Post-Secondary Learning Act*. Notre situation est unique. Nous nous trouvons dans une impasse tant dans le financement de l'enseignement postsecondaire que dans la formation théâtrale professionnelle.

M. Davis a parlé plus tôt de la Subvention salariale d'urgence du Canada, ou SSUC. Même si nous sommes très reconnaissants d'en avoir bénéficié, ce n'était pas suffisant. En fait, la SSUC est réduite même si nous ne sommes toujours pas en mesure de reprendre notre principale source de revenus, qui est la vente de billets.

Voulez-vous ajouter quelque chose, monsieur Davis?

M. Bob Davis: Oui. Il y a des restaurants, des entreprises et des détaillants qui peuvent générer des recettes. Alors que la SSUC est réduite, les entrepreneurs tirent des revenus de leur entreprise. Or, il n'y a aucune recette dans le milieu du théâtre.

La réduction de la SSUC exerce une pression encore plus grande sur les organisations parce que, dans le milieu artistique, nous n'avons pas de recettes si nous ne pouvons pas présenter de spectacle.

Il y a un autre petit détail à propos des embûches. Le Rosebud est très fier de ne pas avoir compté sur l'aide du gouvernement pendant de nombreuses années. Moins de 2 % de notre financement provient du gouvernement, ce qui est rare dans le monde des arts. Cependant, lorsque nous avons dû faire une demande ou solliciter un financement d'urgence, on nous dit que nous n'étions pas admissibles à un financement à l'avenir parce que nous ne recevions pas de fonds par le passé.

Mme Heather McPherson: En réalité, vous êtes pénalisés pour cette raison.

M. Bob Davis: Oui, nous sommes pénalisés parce que nous ne dépendons pas des deniers publics. C'est un obstacle terrible étant donné l'urgence de la situation.

Mme Heather McPherson: Je comprends que c'est très frustrant. Vous le savez peut-être, mais il y a un milieu théâtral d'envergure dans ma circonscription d'Edmonton Strathcona. Il y a donc un quartier des spectacles dans notre région dont dépendent les restaurants et les magasins. Je comprends très bien vos inquiétudes: il faut faire preuve de plus de souplesse et reconnaître que le théâtre nécessite un soutien différent.

Pour mes prochaines questions, je vais changer un peu de sujet. Je sais qu'il me reste peu de temps, mais j'aimerais demander une chose à M. Hinds.

Une des choses qui m'inquiètent du fait que les petits journaux sont en péril et ferment leurs portes en région et dans les petites localités, c'est le manque de formation ou l'incapacité de renforcer notre expertise journalistique. Pourriez-vous nous parler brièvement des répercussions que vous constatez?

● (1455)

M. John Hinds: Je pense qu'un des défis que nous constatons se rapporte à l'attrait de la profession. Si vous parlez aux Écoles-J de partout au pays, vous verrez qu'elles ne sont pas priorisées par les étudiants exceptionnels. Le fait est qu'il est difficile de se tailler une place dans le milieu.

Il y a cependant une chose intéressante. Comme vous le savez, nous faisons partie des administrateurs de l'Initiative de journalisme local, et nous avons récemment rencontré les autres administrateurs. Un des thèmes communs était la difficulté de trouver des journalistes dans les régions rurales et éloignées afin de pourvoir les postes offerts dans le cadre de l'Initiative.

Je pense qu'il y a quelque chose à faire. Or, nous ne voyons aucun gouvernement financer le développement du journalisme ou la formation médiatique. Contrairement aux États-Unis, où des fondations ont mis la main à la pâte et ont beaucoup aidé le domaine, nous n'avons tout simplement pas accès à ce genre de soutien sur le marché canadien.

Mme Heather McPherson: Merci beaucoup. Je suis certaine que mon temps est écoulé.

Le président: Nous allons maintenant écouter M. Shields, qui a six minutes.

M. Martin Shields: Je vous remercie, monsieur le président.

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

J'aimerais dire une chose à M. Hinds avant de m'adresser aux représentants du Rosebud. Comme vous l'avez dit, l'argent des contribuables canadiens aboutit dans les poches de Google — sans rien en retour —, et c'est un problème de taille. Dans ma circonscription, de nombreux journaux hebdomadaires ont beaucoup souffert du manque de publicité imprimée. Ils estiment que si le gouvernement fédéral investissait l'argent des contribuables dans la publicité imprimée au lieu de le donner aux Google et Facebook de ce monde, ils pourraient survivre.

Je suis vraiment ravi que les représentants du Rosebud soient ici aujourd'hui. Vous êtes effectivement dans une petite collectivité, mais vous attirez des dizaines de milliers de personnes des environs. Vous dites n'avoir jamais cherché à recevoir des fonds, mais compte tenu de la situation d'urgence...

Il vous manque maintenant des millions de dollars, et vous avez des étudiants qui veulent exercer votre profession et qui sont attirés par ce que vous représentez dans le milieu. Que proposez-vous pour résoudre cette énigme et vous sortir de cette situation d'urgence? Quelles suggestions pourriez-vous nous faire pour la suite des choses?

M. Bob Davis: Ma première suggestion consiste à réévaluer la relation entre la SSUC et les organisations qui ne touchent aucun revenu. Comme je l'ai dit, nous ne sommes pas en mesure de générer des recettes pour compenser la réduction de la subvention. Dans le milieu des arts en particulier, maintenir la SSUC telle qu'elle était cette année serait un pas dans la bonne direction.

Une deuxième mesure consiste à revoir l'évaluation, par le Conseil des Arts du Canada, des demandeurs sans antécédents. Il faudrait ouvrir la porte aux nouveaux demandeurs pour qu'ils bénéficient des programmes du Conseil, car il s'agit pour l'instant d'un obstacle insurmontable.

La troisième mesure consiste à revoir d'autres programmes du Patrimoine canadien, comme le programme de festivals du Développement des communautés par le biais des arts et du patrimoine. Il y a des possibilités ici encore, mais je dois dire que le délai entre la date limite des demandes et la décision atteint maintenant six mois, voire huit mois. Or, les organisations ne peuvent pas attendre huit mois, ni même six mois avant d'obtenir une réponse. Il serait vraiment utile de limiter à 60 jours, ou à 90 jours tout au plus le temps d'attente entre la demande et la décision. Il est même préférable de savoir que la demande est rejetée plutôt que d'attendre 120 ou 180 jours qu'une décision soit rendue au sujet des programmes.

Veuillez donc accélérer le processus, ouvrir les portes et maintenir la SSUC en place. Ce sont nos trois propositions, monsieur Shields.

• (1500)

M. Martin Shields: Je vous remercie de votre réponse.

Une des choses dont il a été question est la santé mentale des gens de l'industrie, comme les acteurs et les autres participants. Constatez-vous ce genre de difficultés chez ceux qui participent aux spectacles, comme les acteurs, les interprètes et les musiciens?

M. Paul Muir: Oui. En raison de la crise de la COVID, nous avons dû annuler des contrats d'artistes invités à hauteur de plus de cent mille dollars au Rosebud, et je ne vous parle que de notre petite compagnie théâtrale. Si vous extrapolez ce chiffre à toutes les entreprises de théâtre professionnel non seulement de la circonscription, mais aussi de la province et du pays, vous vous retrouverez avec des pertes de millions de dollars de revenus pour ces artistes.

Il va sans dire que le volet sur la santé mentale est d'une importance capitale pour les collègues avec qui je suis en communication. Je connais bien des gens qui sont vraiment en difficultés. Bien sûr, n'oubliez pas que ce sont des artistes, et qu'ils trouvent souvent un moyen d'être créatifs même dans les pires situations. Pendant la Grande Dépression, c'étaient souvent les artistes qui s'épanouissaient, peut-être pas financièrement, mais ils arrivaient à trouver leur voix et à avoir une incidence. Je constate bien sûr que bon nombre de nos diplômés travaillant professionnellement dans l'industrie trouvent leur voie. Encore ici, ils ne s'enrichissent pas, mais ils trouvent une façon de toucher les gens et de raconter des histoires.

M. Martin Shields: Je vous remercie.

Au sujet des étudiants de l'école dont vous parlez, pourriez-vous...

Le président: Allez-y très rapidement, je vous prie.

M. Martin Shields: Le rayonnement de votre école dans la collectivité...

M. Paul Muir: La Rosebud school of the arts a une incidence positive énorme dans la collectivité. Les 25 à 30 jeunes qui étudient les arts dans le milieu sont le moteur de la collectivité au quotidien...

Le président: C'est terminé, monsieur Muir. Je suis désolé.

Madame Bessette, si je me fie à l'horloge, vous pourriez être la dernière intervenante. Cependant, en raison des difficultés techniques que nous rencontrons, je vais prendre la liberté d'étirer un peu la séance. Voici donc ce que j'aimerais faire.

Madame Bessette, je vais vous accorder vos cinq minutes. Toutefois, je demanderai ensuite à Mme McPherson et à M. Champoux s'ils souhaitent poser des questions rapides, peut-être pour obtenir des précisions. Je ne vais pas leur accorder un temps de parole fixe. Je vais simplement leur permettre de poser quelques questions, sans quoi ce serait trop long.

Pourrais-je obtenir l'accord du Comité? Je sais que je vais plus loin qu'à l'habitude, mais je voulais simplement le proposer en raison des difficultés techniques que nous avons eues.

Bien.

[Français]

Madame Bessette, vous avez la parole pour cinq minutes.

Mme Lyne Bessette (Brome—Missisquoi, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

Mes questions s'adressent à M. Girouard.

L'AMECQ se bat depuis longtemps pour protéger la publicité locale. Dans ma région, la publicité dans nos médias écrits est primordiale pour nos PME et nos commerçants locaux.

Pourriez-vous nous parler un peu plus du rôle de la publicité dans les médias écrits dans le contexte de l'économie locale en région et de la relance économique?

M. Yvan Noé Girouard: Au début de la pandémie, en mars ou en avril, tous les commerces ont fermé au Québec. Or, s'il n'y avait pas eu la publicité du gouvernement du Québec, les journaux auraient fermé leurs portes. L'achat local et l'appui des commerçants locaux sont très importants. À un moment donné, on a même vu des commerçants locaux faire de l'annonce sur Facebook, ce qui équivalait à se tirer une balle dans le pied, si je puis dire.

Bref, les journaux communautaires appuient les commerçants locaux.

• (1505)

Mme Lyne Bessette: Merci.

Nos aînés ont aussi été durement touchés par cette pandémie, surtout en raison des mesures de confinement.

Pouvez-vous nous parler du rôle que jouent les médias écrits communautaires dans la vie quotidienne des aînés et nous dire comment on peut les aider à traverser cette crise?

M. Yvan Noé Girouard: Comme on le sait, les personnes âgées lisent beaucoup les journaux communautaires. Ils y tiennent énormément. Comme ils n'ont pas tous accès à Internet, le journal communautaire leur fournit de l'information locale. La presse communautaire parle des gens du milieu. Souvent, les personnes âgées se reconnaissent là-dedans et reconnaissent tous les gens du milieu.

Mme Lyne Bessette: Je vous remercie.

À votre avis, quelles mesures seront nécessaires à l'avenir pour appuyer les médias écrits communautaires, surtout en région?

M. Yvan Noé Girouard: Qui ferait ces mesures dont vous parlez?

Mme Lyne Bessette: J'aimerais savoir quelles mesures seront nécessaires à l'avenir pour appuyer les médias écrits communautaires, surtout en région.

M. Yvan Noé Girouard: Il faudrait qu'on établisse un programme qui s'adresse aux petits journaux des petites municipalités. On ne devrait pas apporter de l'aide seulement aux journaux de langue officielle en situation minoritaire ou à ceux qui se situent dans un désert d'information. Il faut que le programme s'adresse à tout le monde au Québec, entre autres dans les petites municipalités.

Mme Lyne Bessette: Merci beaucoup.

Ce sera tout pour moi.

[Traduction]

Le président: Pour terminer, j'ai proposé à M. Champoux et à Mme McPherson de poser une dernière question. Veuillez me faire un signe de la main si vous souhaitez vous en prévaloir.

Mme Heather McPherson: Je n'ai pas besoin de poser une question.

Le président: C'est excellent.

Monsieur Champoux?

[Français]

M. Martin Champoux: C'est la même chose pour moi. J'ai beaucoup aimé les échanges que nous avons eus.

Merci, monsieur le président.

Le président: Merci à tous.

[Traduction]

Je vous prie de bien vouloir nous excuser encore des difficultés techniques que nous avons eues.

[Français]

Je remercie M. Girouard de l'Association des médias écrits communautaires du Québec.

[Traduction]

Je remercie également John Hinds, des Médias d'Info Canada, ainsi que Paul Muir et Bob Davis, qui représentent le Rosebud Centre of the Arts.

C'est ce qui termine la séance d'aujourd'hui. Nous nous reverrons tous lundi prochain afin de poursuivre la discussion sur le même sujet. Merci beaucoup.

La séance est levée.

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

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

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

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

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

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

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

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

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