



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

45^e LÉGISLATURE, 1^{re} SESSION

Comité permanent des langues officielles

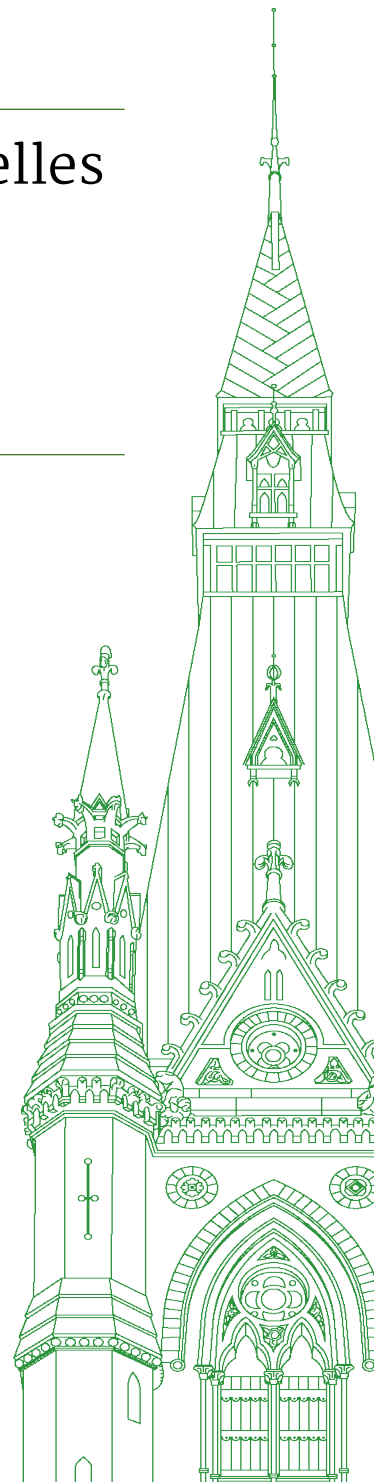
TÉMOIGNAGES

NUMÉRO 014

PARTIE PUBLIQUE SEULEMENT - PUBLIC PART ONLY

Le mardi 2 décembre 2025

Président : Yvan Baker



Comité permanent des langues officielles

Le mardi 2 décembre 2025

• (1105)

[Français]

Le président (Yvan Baker (Etobicoke-Centre, Lib.)): Je vous souhaite la bienvenue à la 14^e réunion du Comité permanent des langues officielles.

Conformément à l'article 108(3)f) du Règlement et à la motion adoptée par le Comité le 25 septembre 2025, nous nous réunissons aujourd'hui pour continuer notre étude sur le quota de musique de langue française imposé aux médias radiophoniques de langue française.

J'aimerais maintenant souhaiter la bienvenue à nos témoins de la première heure. De Cogeco Media inc., nous recevons Caroline Jamet, présidente, et de l'organisation Les Productions Normand, nous accueillons Alexis Normand, artiste-entrepreneure, par vidéo-conférence.

Je vous souhaite la bienvenue à toutes les deux. Vous aurez chacune cinq minutes pour prononcer votre allocution d'ouverture. Ensuite, nous procéderons à une période de questions et de réponses avec les membres du Comité.

Avant que nous commencions, je vois la main levée de M. Godin.

Monsieur Godin, la parole est à vous.

Joël Godin (Portneuf—Jacques-Cartier, PCC): Merci, monsieur le président.

Avant d'entendre les témoignages, je trouve important d'être réaliste et de comprendre qu'il est arrivé quelque chose de spécial dans le domaine des langues officielles, la semaine dernière. Nous avons perdu notre ministre responsable des Langues officielles, qui était aussi ministre de l'Identité et de la Culture canadiennes au ministère du Patrimoine canadien, M. Steven Guilbeault.

Je sais que je ne respecte pas l'avis de 48 heures requis pour étudier une motion. Il était prévu d'entendre jeudi le président du Conseil du Trésor et le ministre responsable des Langues officielles sur la situation concernant le premier ministre, l'utilisation du fait français et toute l'importance et l'incidence que cela a sur les instances gouvernementales.

J'aimerais donc avoir le consentement de la présidence pour déposer une motion sur une convocation pour jeudi.

Le président: Je vais consulter la greffière.

Monsieur Godin, souhaitez-vous mettre la motion en avis ou voulez-vous la déposer?

Joël Godin: Je voudrais la mettre en avis, mais les instructions dans la motion parlent du jeudi 4 décembre. Oui, je voudrais la déposer en avis, mais je veux aussi qu'on la traite de façon urgente,

qu'on en accélère le traitement pour qu'on puisse en débattre aujourd'hui, parce que ça concerne l'ordre du jour de jeudi.

Le président: J'ai consulté la greffière. Vous avez le droit de donner avis de la motion, parce que je vous ai donné la parole. Vous pouvez le faire n'importe quand, mais vous pouvez le faire en ce moment parce que je vous ai donné la parole.

Si vous voulez proposer la motion, vous avez besoin du consentement unanime du Comité. Ce n'est pas moi qui en décide.

Je dois faire part de quelques éléments procéduraux aux membres du Comité. La première heure sera consacrée à nos témoins. La deuxième heure se déroulera à huis clos pour discuter d'un rapport sur un autre sujet.

Si vous obtenez le consentement unanime et que vous déposez la motion, le Comité sera saisi de ce sujet.

C'est donc à vous, membres du Comité, d'en décider. L'autre possibilité serait de la proposer au cours de la deuxième heure de la réunion, quand les témoins auront fini de témoigner. C'est au Comité d'en décider, et c'est à vous, monsieur Godin, de faire votre demande.

• (1110)

Joël Godin: En fait, monsieur le président, je demande le consentement unanime pour que nous puissions débattre de la motion suivante. Je vais faire la lecture de l'avis de motion que je vous présente aujourd'hui, le mardi 2 décembre 2025, et nous verrons pour la suite.

Que, étant donné la démission de l'honorable Steven Guilbeault à titre de ministre des Langues officielles, le Comité invite plutôt l'honorable Marc Miller, ministre des Langues officielles, à comparaître devant le Comité pendant au moins deux heures le jeudi 4 décembre 2025, au sujet des questions pour lesquelles le ministre Guilbeault avait été invité, et que la greffière du Comité envoie cette invitation immédiatement.

Je pense que c'est important de démontrer que nous tenons à traiter des langues officielles et le fait qu'il y a eu un changement quant au ministre ne fait pas en sorte que la langue française est moins vulnérable. Elle est vraiment vulnérable. Je pense que c'est important d'agir maintenant.

Je demande donc le consentement unanime du Comité pour qu'on acquiesce à ma motion.

Le président: Vous demandez que nous le fassions immédiatement. Est-ce exact, monsieur Godin?

Joël Godin: Oui.

Le président: Avons-nous le consentement unanime afin que M. Godin puisse proposer sa motion maintenant?

Madame Chenette, la parole est à vous.

Madeleine Chenette (Thérèse-De Blainville, Lib.): Je ne connais pas les règles. Je le dis tout de suite. Je ne veux pas faire de faux pas. Cependant, je ne crois pas que, selon les délais que nous avons, le nouveau ministre soit prêt à nous rencontrer. Il faut être réaliste.

Je peux comprendre que M. Godin souhaite recevoir le ministre. Je ne sais pas si je dis « oui » à la motion ou « non » à la motion. Je ne suis pas d'accord pour que nous obligeons le ministre à venir nous rencontrer. D'ailleurs, c'est sa prérogative, mais ce n'est pas réaliste de penser qu'il pourra venir ce jeudi.

Le président: Plusieurs personnes veulent prendre la parole. Il y a M. Deschênes-Thériault, puis Mme Mingarelli.

Je tiens à préciser quelque chose, parce que je veux être certain qu'on comprend la demande de M. Godin. Nous avons planifié d'entendre nos témoins et de procéder à une période de questions, comme à l'habitude. Ce que M. Godin demande, c'est le consentement unanime du Comité pour qu'il puisse proposer maintenant la motion qu'il vient de lire.

Si vous donnez votre consentement, nous commencerons le débat sur sa motion. C'est ce qu'il demande. Nous ne sommes pas en train de lancer un débat au sujet de la comparution du ministre. La question que je pose aux membres du Comité présentement est la suivante. Avons-nous le consentement unanime afin que M. Godin propose sa motion maintenant?

Madeleine Chenette: Alors, dans ce contexte, ma réponse est non. Ce n'est pas parce que je minimise l'importance du français et de la francophonie. Elle est très importante et nous nous devons de discuter de ces choses à présent.

Le président: Nous n'avons donc pas le consentement unanime.

Nous pouvons maintenant passer aux présentations de nos témoins.

Je vous remercie d'être des nôtres. Vous disposerez chacune de cinq minutes pour prononcer votre allocution d'ouverture.

Ensuite, nous passerons à une période de questions et de réponses avec les membres du Comité.

Madame Jamet, je vous donne la parole pour cinq minutes.

• (1115)

Caroline Jamet (présidente, Cogeco Media inc.): Je vous remercie.

Honorables députés, membres du Comité permanent des langues officielles, je vous remercie de m'accorder cette occasion de témoigner devant vous aujourd'hui.

Je m'appelle Caroline Jamet, et je suis la présidente de Cogeco Média. Nous sommes à la tête de 21 stations de radio au Québec et dans l'Est ontarien qui atteint près de 4,5 millions d'auditeurs par semaine.

La radio commerciale francophone est un pilier essentiel de la culture d'ici et de l'information locale, mais l'iniquité réglementaire face aux géants numériques étrangers menace sa survie. Pour préserver nos voix d'ici, le gouvernement doit agir maintenant en égalisant les règles du jeu et en soutenant notre industrie.

Nous sommes passionnés par la radio. Nous croyons en sa force unique ainsi qu'en notre rôle fondamental. Depuis plus de 40 ans, nous sommes un acteur essentiel de la libre circulation des idées, de

l'information, contribuant à la culture québécoise et canadienne pour les communautés locales que nous desservons. Nous nous sommes engagés à continuer à jouer ce rôle.

La musique francophone sur nos ondes fait partie de notre mission et la promotion des artistes d'ici aussi. Nous couvrons également la riche vitalité culturelle dans d'autres domaines comme le cinéma, le théâtre et le domaine du livre.

Nous partageons l'objectif de valoriser et de promouvoir le contenu musical canadien. Notre engagement va bien au-delà de la musique diffusée sur nos ondes. Nous menons plus de 500 entrevues par an avec des artistes, et c'est sans compter les chroniques culturelles et les activités promotionnelles. Toutes des contributions qui ne sont pas reconnues ou mesurées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou le CRTC.

L'industrie de la radio commerciale francophone est menacée aujourd'hui.

L'arrivée des plateformes numériques étrangères a bouleversé les habitudes d'écoute des Canadiens. Le cadre réglementaire qui a été créé au siècle dernier pour notre industrie n'a jamais changé. Les plateformes étrangères grugent nos revenus et nos audiences et n'ont aucune contrainte réglementaire.

La radio musicale francophone de Montréal a perdu 40 % de ses heures d'écoute en cinq ans. Du côté des revenus, ces plateformes numériques étrangères, surtout américaines, attirent 10 milliards des 14,3 milliards de dollars d'investissement publicitaire au pays. Seulement 30 % des revenus publicitaires se rendent aux médias canadiens et à peine 4 % arrivent à la radio.

Il est urgent d'agir pour que nos radios puissent continuer de jouer leur rôle.

De plus, nous vivons à une époque de désinformation croissante qui érode notre démocratie. Le contenu journalistique et l'information locale que nous offrons sont aujourd'hui plus que jamais essentiels. Lors d'un récent sondage SOM auprès des Québécois, 90 % des répondants croyaient que les médias, dont la radio privée, sont importants pour la démocratie et 85 % jugent que la radio privée diffuse des informations crédibles.

La plupart du temps, nous sommes le seul rempart contre la formation de déserts médiatiques.

Nous couvrons la vraie vie régionale et nous relayons les opinions citoyennes, ce que les plateformes numériques étrangères ne feront jamais. CNN et Fox News n'informeront jamais les habitants de Saint-Jérôme des événements locaux ni ne couvriront la Traversée internationale du lac St-Jean.

Ce sont les géants numériques américains et les grandes plateformes étrangères qui sont à l'origine de la crise que nous vivons. Détenant un pouvoir de marché hors norme, ces compagnies étrangères nous livrent une concurrence inéquitable pour l'auditoire et brisent le modèle d'affaires de notre secteur.

Par conséquent, nous demandons au gouvernement et au CRTC d'agir. Pour cela, le gouvernement fédéral peut et doit intervenir sur cinq fronts.

Premièrement, la Loi sur l'impôt sur le revenu contient une faille dans l'article 19 qui permet aux annonceurs canadiens de déduire leurs dépenses publicitaires lorsqu'ils achètent de la publicité sur des plateformes comme Facebook. Cette échappatoire encourage les annonceurs à investir auprès de plateformes étrangères plutôt qu'auprès de médias canadiens. C'est incompatible avec les enjeux qui frappent les médias d'ici.

Nous exhortons ce comité à recommander au gouvernement d'étendre l'application de l'article 19 aux entreprises en ligne étrangères afin d'égaliser les règles du jeu et d'encourager l'investissement médiatique canadien.

Deuxièmement, nous demandons des incitatifs pour les annonceurs pour favoriser l'achat média auprès des médias canadiens.

Troisièmement, nous demandons au gouvernement fédéral de faire preuve d'exemplarité et de cesser de privilégier les achats publicitaires auprès des médias numériques étrangers, pour plutôt favoriser les médias canadiens. Chaque dollar envoyé à l'étranger est un dollar soustrait aux médias canadiens qui luttent pour leur survie. D'ailleurs, la population est très largement en faveur d'une politique privilégiant les médias d'ici, recevant l'appui de 87 % des Québécois francophones, selon la maison SOM.

Quatrièmement, le gouvernement doit soutenir le journalisme. Présentement exclus des programmes dont bénéficient les autres médias, nous demandons l'inclusion de la radio dans le crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne.

Cinquièmement, le CRTC doit alléger le fardeau réglementaire qui pèse sur notre industrie alors que les plateformes n'ont aucune obligation.

• (1120)

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé.

Le président: Merci beaucoup, madame Jamet.

Je donne maintenant la parole à madame Normand pour cinq minutes.

Alexis Normand (artiste-entrepreneure, Les Productions Normand): Bonjour, je suis Alexis Normand, je suis autrice-compositrice-interprète. Je fais de la musique folk inspirée du jazz, et je réalise aussi des documentaires. Dans la vie, je me considère comme une artiste-entrepreneure fransaskoise. Depuis près de 20 ans, mon art explore la langue, les identités et les histoires de celles et ceux qui font partie de la francophonie canadienne.

Je commence par une évidence: réduire les quotas de chansons francophones est une erreur majeure pour la survie du français. Pour moi, artiste de la francophonie canadienne, et pour mes collègues, cette question va au-delà de la langue. Ces diminutions affaibliraient un écosystème culturel déjà fragile, celui qui permet à nos voix d'exister en onde. C'est une question de visibilité, mais c'est surtout une question identitaire. Nos accents, nos dialectes et nos histoires sont rarement chantés à la radio commerciale. Les quotas sont parfois la seule chose qui garantit qu'une chanson franco-canadienne atteindra le public québécois, par exemple, même lorsque la chanson est solide, accrocheuse et compétitive. Diminuer le quota réduirait presque à néant nos chances d'être entendus. À mon avis, non seulement les quotas doivent être maintenus, mais il faut réserver un pourcentage aux artistes de la francophonie canadienne. Nous méritons d'être présents en ondes, d'être entendus et de voir nos accents et nos vécus être normalisés. Si le quota était

réduit, ce serait pour faire place à quoi, à plus de musique anglophone? Un quota de 40 % permet-il encore de parler d'une radio francophone? Pour que mon album soit considéré comme francophone par l'industrie musicale, ici au Canada, il doit contenir au moins 70 % de chansons en français; les bailleurs de fonds comptent d'ailleurs les mots. Rien de moins que 70 % n'est considéré comme francophone.

Je souhaite exprimer une inquiétude. Je ne suis pas convaincue que la réduction de l'auditoire des radios commerciales francophones soit liée à la musique en français, d'autant plus que les stations commerciales anglophones connaissent le même déclin. Je suis frustrée de voir qu'on songe à abaisser le quota, puisque les auditeurs migrent vers les plateformes de diffusion en continu, car il n'y a pas de publicité. Je comprends que la demande de Cogeco est causée par d'énormes pressions financières. J'éprouve beaucoup de compassion puisque mes collègues et moi vivons une crise de revenu sans précédent.

L'industrie évolue constamment, je n'ai, d'ailleurs, jamais produit deux albums de la même façon. Je ne prétends pas être une artiste commerciale et je n'ai jamais vraiment voulu l'être. Même si les radios commerciales n'ont jamais été au cœur de ma stratégie de mise en marché, je reconnais le rôle essentiel qu'elles jouent dans l'écosystème musical et je ne veux pas les voir disparaître. Affaiblir les mécanismes qui protègent la langue n'aidera personne. Cette réduction protège leurs marges bénéficiaires.

Il faudrait plutôt travailler ensemble à trouver des solutions qui soutiennent les entreprises et protègent le français. J'en propose d'ailleurs quatre.

La première solution, on en a déjà parlé, consisterait à réglementer les plateformes numériques. Il faut leur imposer des obligations de découvrabilité en matière de musique francophone et canadienne. L'utilisation d'une liste de lecture de type algorithmique qui, à l'aide de machines, effectue des suggestions selon les chansons écoutées antérieurement par l'auditeur et les artistes suivis par cette personne, sur Spotify, par exemple, aiderait les algorithmes à repérer et à proposer la musique francophone. Pour obliger Spotify à le faire, il faut normaliser les métadonnées musicales au Canada pour y inclure obligatoirement la langue et le pays d'origine. C'est fréquent, chez nous, au Canada, mais ce n'est pas la norme.

La deuxième solution consisterait à agir de manière intersectorielle. La semaine dernière, sur Facebook, l'Association canadienne-française de l'Ontario de Prescott-Russell a sonné l'alarme. Certains nouveaux modèles de voitures sont désormais vendus sans radio FM. Il faudrait donc encadrer la disparition de la radio FM dès maintenant, avant que la tendance soit plus répandue.

La troisième solution consisterait à créer des incitatifs financiers, comme des crédits d'impôt, pour encourager les entreprises à acheter des publicités dans les radios privées et communautaires francophones.

Enfin, en quatrième lieu, je propose d'imposer un quota minimal de musique francophone, par exemple 5 %, dans les stations commerciales anglophones.

La langue française sera protégée grâce à des choix courageux tournés vers l'avenir.

Je suis prête à travailler avec vous pour bâtir un écosystème durable, un écosystème où nos voix, toutes nos voix, peuvent se faire entendre.

• (1125)

Le président: Merci beaucoup, madame Normand.

Nous passons maintenant aux questions des députés.

La parole est monsieur Godin pour six minutes.

Joël Godin: Merci, monsieur le président.

Je remercie Mmes Jamet et à Normand d'être avec nous aujourd'hui.

Vos témoignages étaient très intéressants. Nous pouvons voir que les points de vue venant de l'artiste et de l'entreprise de diffusion ne sont pas très différents.

Je vais commencer par vous, madame Jamet. D'entrée de jeu, vous avez parlé de l'iniquité entre la réglementation s'appliquant à votre entreprise et celle qu'on impose aux géants du Web. D'après vos propos, il s'agit de concurrence déloyale.

J'aimerais vous entendre à ce sujet

Caroline Jamet: Je vous remercie de votre question.

Effectivement, c'est de la concurrence déloyale parce qu'on travaille dans une industrie qui, aujourd'hui, a deux poids, deux mesures.

D'une part, les radiodiffuseurs d'ici sont contraints par des règles extrêmement exigeantes. Devant nous, nous avons des plateformes qui n'ont aucune réglementation, qui grugent nos revenus et nos auditoires, également, et qui ont des moyens énormes, extraordinaires.

On doit faire des transformations dans nos industries. On a aussi des modèles d'affaires à ajuster pour s'adapter au marché. Pendant ce temps, on voit nos revenus fondre et on voit ceux des plateformes étrangères augmenter de façon stratosphérique.

Je pense que, dans notre société, il est important que les médias privés soient forts. Aujourd'hui, nous sommes dans un environnement où le diffuseur public est financé et où il y a vraiment un rouleau compresseur devant nous, les radios privées. Il faut donc agir. Lorsque ces règles nous ont été imposées, ces plateformes n'existaient pas.

Il faut donc rééquilibrer le système, et c'est urgent. Il faut vraiment agir maintenant, parce que si les médias privés perdent leur espace, qui va jouer ce rôle? Ce ne seront évidemment pas les plateformes étrangères.

Joël Godin: Merci, madame Jamet.

C'est un constat. L'écosystème de la radiodiffusion, de l'audio, de la télévision, et même des journaux, est dans un océan anglophone. Vous l'avez dit, la réglementation a été créée dans le passé, mais il faut évoluer.

Que pensez-vous de l'idée de rassembler, de façon très efficace et très rapide, des intervenants de l'industrie, incluant les artistes comme Mme Normand, pour trouver une solution?

Je viens du domaine de la radio privée et je constate le fait qu'elle est en voie d'extinction. C'est le temps d'agir, vous l'avez dit tout à l'heure.

Est-ce une piste de solution que de réunir l'industrie et de travailler ensemble? Il faut bien comprendre que la motion que j'ai déposée ici, au Comité permanent des langues officielles, n'a pas pour objectif de punir ou de disputer qui que ce soit ou de réglementer

encore plus les radios privées. Son but est plutôt de voir avec vous comment faire pour que vous ayez une pérennité essentielle en permettant à nos artistes d'être diffusés chez vous.

L'option d'un sommet peut-elle être ajoutée dans vos recommandations comme piste de solution?

Caroline Jamet: Nous sommes toujours disposés à discuter. Toutefois, vous mettez le doigt sur d'autres industries. Vous parlez de la télévision. Je peux aussi vous parler des journaux. L'industrie de la radio est la grande oubliée en ce qui a trait au soutien. Aujourd'hui, les journaux reçoivent du soutien pour les ressources journalistiques. Le modèle de la télévision a été bâti pour qu'il y ait des crédits d'impôt pour soutenir la production canadienne.

La radio finance 100 % de son contenu et elle ne reçoit aucun appui. La radio n'a pas droit au même traitement que les autres médias. On produit du contenu d'ici, elle est une partenaire de choix dans les domaines sociétal, caritatif, culturel, de l'information et du débat public. Ce rôle est fondamental.

L'étude que j'ai citée tout à l'heure — je la déposerai avec plaisir — démontre également à quel point les citoyens sont d'accord sur l'importance de ce rôle. Je pense qu'il faut s'intéresser à la radio de façon particulière et considérer le soutien que nous avons, car elle constitue le média de proximité par excellence.

Joël Godin: Comme je le dis souvent, madame Jamet, la radio est le média le plus près de la période de consommation et c'est un argument de vente très intéressant pour vendre de la publicité sur vos plateformes.

J'aimerais vous entendre sur l'investissement du gouvernement fédéral. Recevez-vous des subventions du gouvernement fédéral?

• (1130)

Caroline Jamet: En fait, nous avons reçu des fonds que Google a versés pour le projet du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou du CRTC. C'est un petit montant. Je reviens à ce que je vous disais tout à l'heure, nous n'avons pas accès au crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne. Nous n'avons pas accès au crédit pour la télévision.

Pour répondre à votre question, l'investissement publicitaire du gouvernement fédéral est famélique comparé à l'investissement...

Joël Godin: Vous n'avez donc pas de subvention ou presque.

Caroline Jamet: C'est exact.

Joël Godin: De plus, le gouvernement ne prêche pas par l'exemple, il investit dans les plateformes internationales non réglementées et néglige le média local qu'est la radio.

Considérez-vous la radio privée comme étant l'agneau sacrifié de l'écosystème?

Caroline Jamet: Je pense que oui...

Le président: Il ne reste que 10 secondes. Je vous demande une réponse rapide, s'il vous plaît.

Caroline Jamet: ... et c'est le temps d'agir pour le conserver parce qu'il joue un rôle fondamental.

Joël Godin: Merci, madame Jamet.

Le président: La parole est maintenant à monsieur Deschênes-Thériault pour six minutes.

Guillaume Deschênes-Thériault (Madawaska—Restigouche, Lib.): Merci beaucoup.

Madame Jamet, je vous remercie de votre témoignage.

Je pense qu'on a entendu les défis particuliers des radios commerciales et communautaires. Une vaste gamme de pistes de réflexion nous a été proposée. J'aimerais qu'on aille au-delà de la question de la réduction des quotas aujourd'hui. Nous avons vu les répercussions négatives que cela pourrait créer, mais il y a d'autres genres de solutions que nous pouvons envisager.

Vous avez proposé d'un incitatif pour l'achat de publicité dans les médias canadiens. Pouvez-vous nous détailler cette proposition?

Caroline Jamet: Je vais le faire avec plaisir. Nous considérons qu'il faut créer des incitatifs parce que, comme je le disais tout à l'heure, les règles actuelles font en sorte qu'une entreprise canadienne peut déduire ses frais de publicité sur Facebook, sur Meta. Ce n'est pas normal qu'on encourage encore l'achat publicitaire à l'extérieur du pays. Ce que nous proposons, c'est un crédit d'impôt pour les entreprises qui investissent dans les médias d'ici.

Je pense que ce serait une belle façon d'encourager l'achat local. D'ailleurs, le gouvernement fédéral a annoncé qu'il allait y avoir une politique d'achat canadien. L'achat publicitaire doit certainement en faire partie.

Guillaume Deschênes-Thériault: Vous mentionnez notamment l'achat de publicité par le gouvernement fédéral, ce qui m'amène à ma deuxième question.

On sait que le gouvernement fédéral a un budget à part pour l'achat de publicité. Différents témoins nous ont dit qu'un pourcentage de ces fonds pourrait être réservé à l'achat de publicité dans des médias locaux.

Quelle est votre opinion sur cette suggestion?

Caroline Jamet: C'est certainement une bonne idée que le gouvernement soit exemplaire dans ses dépenses publicitaires, d'abord et avant tout, auprès des médias d'ici. Si on veut avoir un système bien équilibré, dont les médias privés sont en santé, ça passe par cet investissement. Le gouvernement fait énormément de communication. Il doit, d'abord et avant tout, utiliser les médias d'ici pour communiquer l'information aux citoyens du pays.

Guillaume Deschênes-Thériault: Dans vos commentaires, vous avez fait allusion au fardeau réglementaire auquel font face les radios privées, au-delà de la question du quota. Nous avons entendu les conséquences qu'aurait un changement de quota. J'aimerais savoir quels seraient les autres fardeaux réglementaires. Cela implique-t-il plusieurs autres règlements? Pouvez-vous apporter des précisions à ce sujet?

Caroline Jamet: Je peux vous donner un exemple. Il y a quelques jours, mon équipe m'a envoyé un courriel pour me dire qu'ils avaient réussi à terminer le travail pour déposer les 115 formulaires au CRTC auxquels une grande équipe travaillait depuis des semaines. Ces 115 formulaires ont demandé énormément de travail. Nous avons besoin de nos ressources pour faire du contenu.

Présentement, le fardeau réglementaire est immense compte tenu de toute cette paperasse, de tous ces formulaires que nous devons remplir. Évidemment, les contributions que nous apportons sont en partie intangibles. Nous faisons énormément de choses pour promouvoir la culture d'ici. Ce n'est pas pris en considération ni mesu-

ré par le CRTC. Nous demandons également une reconnaissance de toutes ces choses.

Au fond, nous demandons que l'ensemble de notre contribution soit prise en considération lorsqu'on regarde les radios.

Guillaume Deschênes-Thériault: Merci beaucoup.

Maintenant, je vais m'adresser à Mme Normand.

Je vous remercie de votre témoignage. Vous avez bien illustré en quoi les quotas de musique francophone sont importants pour nos artistes. En contexte francophone minoritaire, vous êtes au cœur d'une identité, vous rendez vivant le français dans l'espace public et vous créez un lien d'attachement à la francophonie.

Vous avez abordé le sujet des plateformes en ligne et des métadonnées et offert différentes pistes de solutions. Que pourriez-vous ajouter à ces pistes de solution et sur la façon dont nous pourrions améliorer la découvrabilité de nos artistes francophones sur les plateformes en ligne?

• (1135)

Alexis Normand: Il faut réglementer les plateformes numériques. Comme ma collègue l'a dit, c'est plus qu'urgent.

C'est dommage que ça n'ait pas été fait il y a huit ans ou même dix ans. Il y a une deuxième sorte de liste de lecture sur les plateformes numériques. La liste éditoriale est une liste de lecture dont un être humain décide du contenu. Ce peut être une employée de Spotify. La solution serait, éventuellement, de travailler avec les plateformes numériques pour former des personnes de la région capables de créer des listes de lecture adaptées à la réalité des Canadiens, surtout à la francophonie canadienne.

Guillaume Deschênes-Thériault: Vous êtes dans le secteur de la musique depuis de nombreuses années.

Nous avons notamment discuté de la façon dont les quotas de musique sont un outil pour garantir l'accès à la musique francophone en ondes.

En ce qui concerne nos médias plus traditionnels, comme les radios, voyez-vous d'autres façons, d'autres types d'outils, d'autres mécanismes qu'on peut mettre en place pour, encore une fois, accroître la découvrabilité de nos artistes francophones?

Le président: Il reste 45 secondes à votre temps de parole.

Alexis Normand: Il serait insuffisant de seulement maintenir le quota actuel. Instaurer un certain pourcentage de ce quota destiné à la musique de la francophonie canadienne pourrait être une autre possibilité. Il est plaisant d'entendre, par exemple, les Lisa LeBlanc ou les Daniel Lavoie chanter nos réalités en ondes, mais il y a tellement plus d'artistes à découvrir, et nos voix ne percent pratiquement pas.

Ce pourrait être une solution pour faire entendre nos voix davantage.

Guillaume Deschênes-Thériault: Je vous remercie.

Il nous reste 15 secondes. Voulez-vous nous transmettre un dernier commentaire ou une dernière idée?

Alexis Normand: On pourrait imposer un quota de musique francophone aux radios anglophones. Je pense que ça pourrait nous aider aussi.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Deschênes-Thériault.

Je donne la parole à M. Beaulieu pour six minutes.

Mario Beaulieu (La Pointe-de-l'Île, BQ): Je vous remercie.

Je vais saisir la balle au bond.

Pensez-vous qu'imposer un quota de musique francophone dans les radios anglophones pourrait vous aider?

Caroline Jamet: Je pense que les marchés sont très différents. Le marché francophone et le marché anglophone sont deux marchés très distincts l'un de l'autre.

Il faut voir si...

Mario Beaulieu: Plusieurs témoins étaient d'accord.

Ce sont vraiment deux solitudes.

D'une part, du côté anglophone, plusieurs ne connaissent aucun auteur...

D'autre part, il existe 21 stations de radio au Québec et en Ontario. Quelle est la proportion entre le Québec et l'Ontario à peu près?

Caroline Jamet: Nous avons une station.

Mario Beaulieu: Il y a une station.

Vous parlez de l'effondrement progressif des médias, et vous semblez attribuer ça au quota de la musique francophone.

Est-ce que ça ne reflèterait pas un peu le déclin du français et de la consommation de la musique francophone au Canada et particulièrement au Québec?

Votre constat est un signal d'alarme qui indique qu'il y a vraiment un déclin important du français au Québec.

Caroline Jamet: On voit aussi que les jeunes, aujourd'hui, se tournent vers les plateformes pour la consommation de la musique. Chez les jeunes entre 15 et 29 ans, c'est 72 % des jeunes qui écoutent leur musique sur des plateformes étrangères, qui diffusent très peu de musique francophone. C'est seulement 16 % à la radio pour ce même groupe.

Je pense qu'il faut regarder alors la forêt, et pas seulement l'arbre. Il faut pérenniser notre industrie. Elle va contribuer à la vitalité de la langue française parce que nous sommes un acteur clé de cet écosystème.

Mario Beaulieu: En même temps, je pense que si on abaisse le quota de musique francophone, c'est un peu le début de la fin. C'est un cercle vicieux, car, moins on entend la musique francophone, moins on est enclin à l'apprécier et à l'entendre.

Il y a d'autres moyens. Vous en avez énuméré certains. Toutes les plateformes étrangères sont à l'abri des mesures fiscales, même si, il n'y a pas si longtemps, elles devaient être soumises à des mesures fiscales. Or le gouvernement a décidé de ne pas le faire pour plaire au président Trump. Ça n'a pas donné de bons résultats.

De votre côté, avez-vous fait pression pour que ce soit appliqué? Il me semble qu'on ne vous entend pas beaucoup. C'est peut-être moi qui n'ai pas regardé aux bons endroits.

Caroline Jamet: Depuis plusieurs années, nous dénonçons cette situation sur la fiscalité et sur l'avantage qu'ont les entreprises à investir en publicité à l'extérieur du pays.

Ça fait plusieurs années que ce message est véhiculé. C'est M. Louis Audet qui a commencé à parler de ça il y a plusieurs années. Tous les médias se sont joints à nous.

Je pense que c'est une clé importante et que cela fait partie des compétences du gouvernement. On peut agir sur ce front.

• (1140)

Mario Beaulieu: C'est vraiment une injustice, même que ça n'a aucun sens. Quelqu'un qui s'est dit qu'il allait ouvrir son entreprise aux États-Unis pour ne plus payer d'impôt ici. C'est vraiment une aberration.

Je pense qu'il faut vraiment faire pression. On nous dit que le gouvernement aurait pu récupérer 1,2 milliard de dollars par année. Cet argent aurait-il pu être utilisé avantageusement pour soutenir les radios privées?

Caroline Jamet: Certainement. Au départ, cette règle avait été mise en place pour soutenir les médias d'ici dans les médias traditionnels. Si quelqu'un investissait dans un média traditionnel américain, il n'avait pas droit à cet avantage. Toutefois, une échappatoire a été créée avec l'arrivée des plateformes numériques, et ça n'a jamais été corrigé.

Alors cet élément pourrait certainement nous aider.

Mario Beaulieu: Je pense que c'est même vital pour la culture, pour les radios francophones. Quant au crédit d'impôt pour la publicité dans les médias locaux, il y a toute une série de moyens qui peuvent être utilisés. Une autre recommandation propose d'inclure le crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique dans les radios. On recommande aussi de modifier la Loi de l'impôt sur le revenu pour exclure les plateformes étrangères.

Voyez-vous d'autres moyens que ça? Si toutes ces règles étaient appliquées, maintiendriez-vous quand même votre demande d'abaisser les quotas de musique francophone?

Caroline Jamet: La tendance baissière, soit 40 % de perte d'heures d'écoute en cinq ans, est immense. Nous pensons qu'il faut renverser cette tendance. Ça prend donc des mesures.

Nous sommes prêts à nous asseoir, dans quelques années, pour voir si ces effets ont été concluants. Nous ne sommes pas dogmatiques, mais il faut vraiment que quelque chose bouge. Or nous sommes vraiment sidérés par l'immobilisme actuel. Nous en parlons depuis plusieurs années que nous voyons venir l'accélération qui se produit en ce moment. De plus, c'est très inquiétant de voir à quel point les jeunes se tournent aujourd'hui vers ces plateformes pour leur consommation musicale.

Nous devons alors avoir des médias, ici, qui sont en phase aussi avec ce qui se passe. C'est ce que nous essayons de faire.

Le président: Il vous reste 30 secondes, monsieur Beaulieu.

Mario Beaulieu: Avez-vous d'autres mesures à suggérer que nous n'aurions pas encore mentionnées?

Caroline Jamet: Vous avez parlé du crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique. Il est vraiment impératif que la radio soit incluse dans ces programmes. C'est essentiel d'avoir des médias d'ici. Il faut qu'on arrête ces déserts médiatiques. L'année dernière, 40 stations de radio ont fermé. On continue de voir des médias qui reculent. Il ne s'agit pas seulement des radios, mais aussi des chaînes de télévision, des journaux, des hebdomadaires des régions.

Parmi plusieurs de nos stations, nous sommes les seuls médias encore présents. Je pense que c'est très inquiétant pour notre société. L'environnement doit changer.

Le président: Merci, monsieur Beaulieu.

Nous passons maintenant au deuxième tour de questions.

Étant donné qu'il nous reste à peu près 15 minutes en présence des témoins, je vais faire ce que je fais chaque fois...

Monsieur Godin, la parole est à vous.

Joël Godin: Peut-on demander le consentement unanime pour avoir une heure complète?

Je comprends que j'ai pris du temps lorsque j'ai déposé ma motion, mais je pense que c'était important. Considérant le fait que nous siégeons à huis clos pour nous pencher sur les travaux du Comité, serait-il possible d'avoir une heure complète?

Le président: Si c'est la volonté du Comité, je le ferai avec plaisir.

Guillaume Deschênes-Thériault: Nous terminerons quand même à 13 heures, aujourd'hui.

Le président: Oui. Nous terminerions à 13 heures.

Guillaume Deschênes-Thériault: Ça me convient.

Le président: Nous prendrons de 10 à 15 minutes de la deuxième heure pour finir la séance avec nos témoins. Nous aurons besoin de cinq minutes pour passer à la séance à huis clos.

Guillaume Deschênes-Thériault: Je suis d'accord.

Le président: D'accord.

Je vais donc accorder le même temps.

Monsieur Godin, je vous donne la parole pour cinq minutes.

Joël Godin: Merci, monsieur le président.

Madame Jamet, je vais vous poser la question qui tue. Si Cogeco Media conserve un quota de 65 %, quel montant le gouvernement fédéral devrait-il vous donner pour rester à ce pourcentage avec les mêmes conditions archaïques actuelles du CRTC?

• (1145)

Caroline Jamet: Je sais qu'il y a quelques années, on avait envisagé d'avoir un élément financier.

Ce que nous cherchons à obtenir, c'est un auditoire important. Si nous avons un auditoire qui est continuellement en baisse, je ne pense pas que nous pourrions jouer notre rôle de façon adéquate. Nous voulons jouer un rôle qui est solide et qui est implanté depuis longtemps. C'est là que ça compte.

Il y a donc un élément de portée, de présence et il faut adapter notre contenu aussi.

Joël Godin: Je comprends que vous ne vouliez pas vous avancer sur un chiffre, mais je vais vous amener ailleurs.

Caroline Jamet: Allez-y.

Joël Godin: Dans le dernier budget, un montant de 150 millions de dollars a été attribué à CBC/Radio-Canada. On dit que la radio de Radio-Canada n'est pas un compétiteur pour la radio privée parce qu'on n'y fait pas de publicité. À Québec, savez-vous quelle émission du matin à la radio est la plus écoutée? C'est celle de Radio-Canada. Il n'y a pas de concurrence pour ce qui est de l'assiette

publicitaire, mais il y a une concurrence pour ce qui est de l'auditoire. C'est donc de la concurrence déloyale.

Même s'il n'y a pas de publicité quand vous écoutez la radio, il y en a sur OHdio, la plateforme de Radio-Canada sur Internet. C'est de l'hypocrisie de la part de la société d'État. De plus, on vient d'investir un montant de 150 millions de dollars supplémentaires.

N'est-ce pas de la concurrence déloyale?

Caroline Jamet: Il est certain que le diffuseur public a des moyens que nous n'avons pas. Sur le plan publicitaire, nous sommes en train de transformer nos entreprises pour trouver des revenus publicitaires dans le monde numérique. Or on y trouve effectivement de la concurrence parce que ce n'est pas simple d'aller chercher des revenus publicitaires.

Présentement, nous subissons la concurrence du diffuseur public qui est déjà financé. Vous avez tout à fait raison.

Joël Godin: Merci, madame Jamet.

Vous avez parlé, tantôt, de 115 formulaires à fournir au CRTC pour la conformité. Cela montre clairement que le CRTC n'a pas suivi l'évolution technologique. Cela pourrait se faire en ligne, et il recevrait les données au jour le jour.

Le CRTC a donc un travail à faire. Je comprends que vous avez le doigt entre l'arbre et l'écorce, puisque c'est le CRTC qui vous accorde votre licence.

Croyez-vous que le CRTC devrait se servir du rapport que nous allons déposer ici à la suite de la comparution des témoins, pour avancer plus rapidement et faire en sorte de dépoussiérer le mammoth qu'est le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes?

Caroline Jamet: Vous avez tout à fait raison.

Il s'agit d'une organisation qui n'a pas su s'adapter. Il faut changer la mentalité au CRTC, qui réglemente notre industrie. Il y a eu un immobilisme, au cours des dernières années, qui a mené à la situation dans laquelle nous vivons, aujourd'hui. Il est donc urgent que des changements majeurs soient apportés à la façon de regarder ce que nous faisons; comme je l'ai mentionné tout à l'heure, il faut inclure toutes les contributions de la radio.

Présentement, on regarde seulement un élément, et c'est injuste. On a aussi une organisation qui pourrait réglementer les plateformes étrangères, ce qu'elle ne fait pas. Cette iniquité cause un énorme préjudice à notre industrie.

Il faut donc que quelque chose change. En fait, le CRTC doit avoir le courage d'implanter ces choses.

Joël Godin: Il faut saisir le taureau par les cornes parce que ce n'est pas évident. Je comprends que la solution ne se fait pas avec une baguette magique, mais il faut travailler avec les intervenants.

Je reviens aux 40 % et aux 65 %. Notre artiste, Mme Normand, mentionnait tout à l'heure l'importance de la découvrabilité et de présenter la relève.

Nous sommes ici pour protéger les deux langues officielles, et la langue la plus vulnérable est le français. Alors, gardons en tête le chiffre de 65 %. Maintenant, si je prends en considération vos entrevues, vos promotions, votre travail sur le terrain pour occuper plus de place et si on diffuse un nouvel artiste, ça vaut le double dans les 65 %.

Est-ce que cela pourrait être une piste de solution parmi tant d'autres?

Le président: Votre temps est écoulé.

Madame Jamet, je vous demanderais une réponse très brève.

Caroline Jamet: On veut éviter qu'il y ait des rapports et des secondes à mesurer dans un environnement bureaucratique où on doit mesurer toutes ces choses, parce que ce sont des choses que nous faisons.

Nous voudrions donc avoir une reconnaissance de tous les éléments dont vous faites mention, qui font partie de notre contribution à la culture.

• (1150)

Le président: Merci, monsieur Godin.

Nous allons maintenant céder la parole à Mme Chenette pour cinq minutes.

Madeleine Chenette: Merci, monsieur le président.

D'abord, je vous remercie, madame Normand. Votre présentation a été très claire, tout comme vos recommandations. Je ne vous poserais donc pas de question. Ce n'est pas par manque d'intérêt, mais bien parce que c'était d'une clarté limpide.

Je vais profiter de votre passage, madame Jamet, vous qui avez une expérience formidable dans le secteur des médias depuis des années.

Bien sûr, on partage votre diagnostic de la situation, à l'exception du fait que, effectivement, le problème est d'avoir plus de français sur vos ondes.

Je pense que c'est un des aspects importants, alors que vous présentez tous les autres éléments pour lesquels l'industrie est en complète remise en question.

Dans ce contexte, le CRTC a aussi un rôle à jouer, mais l'évolution de l'industrie n'étant pas clarifiée, quel est le rôle de CRTC? Est-ce l'œuf ou la poule? Je ne le sais pas, mais c'est là qu'il y a un problème de fond, finalement.

Alors, avant d'aborder une question plus large, j'aimerais clarifier l'un de vos cinq points. Encore une fois, vos points étaient très clairs; il n'y a que le deuxième qui accroche.

Quand vous parlez des incitatifs médias, qu'entendez-vous? Qu'est-ce qui ferait la différence?

Caroline Jamet: En fait, on pourrait encourager les entreprises qui veulent annoncer dans les médias d'ici au moyen de crédits d'impôt et d'autres moyens pour, finalement, protéger nos médias d'ici au lieu d'envoyer nos sous à l'extérieur du pays. En effet, en faisant ça, on affaiblit les médias canadiens.

Madeleine Chenette: Je pense que toute cette notion de publicité est quand même une recommandation à considérer à court terme, mais ce n'est qu'un pansement. En effet, tout le secteur publicitaire est complètement transformé. Maintenant, les algorithmes arrivent à nous cibler et à nous dire ce dont nous avons besoin. C'est pour cela que les plateformes sont si fortes par rapport aux radios. Ces dernières sont encore en mode communication de masse, alors que les plateformes sont en mode communication ciblée. C'est pour cette raison que je ne pense pas que ces solutions sont pérennes pour sauver l'industrie de la radio.

La radio, qu'elle soit communautaire ou privée, joue un rôle d'instance démocratique dans la vitalité de notre communauté.

Hier, le Regroupement des festivals régionaux artistiques indépendants faisait le lancement de l'Observatoire pour la culture indépendante et les festivals artistiques.

On passe d'une logique de communication à une logique d'infrastructure communautaire et une infrastructure démocratique.

Comment peut-on réfléchir au modèle des médias de manière intégrée, si le CRTC est pris dans un carcan? Qu'est-ce que vous recommandez pour qu'on puisse avancer par rapport à cela?

Caroline Jamet: Je pense qu'il faudrait d'abord et avant tout prendre en compte nos propositions et de les mettre en place. Ce serait un début.

Vous avez mentionné les plateformes et les médias de masse. Je trouve que vous soulevez un point intéressant.

C'est important de réaliser que chaque station de radio a une seule programmation. Sur les plateformes étrangères, c'est une programmation par auditeur. Notre défi est de rejoindre notre auditoire avec une seule programmation. Nous ne pouvons pas faire une programmation sur mesure pour chaque auditeur. C'est cela, la concurrence. Quand les gens nous quittent, ils vont vers ces concurrents qui ne font pas vraiment jouer de musique francophone; ils ne jouent pas vraiment un rôle pour soutenir la culture d'ici.

C'est donc pour cela qu'on doit regarder le modèle des radios et adapter ce qu'on fait. On ne doit pas garder un système qui date des années 1980, parce que le monde a changé; les habitudes ont changé. Nous vous avons fait part de l'observation des tendances et on voit que la tendance est à la baisse.

Il faut donc changer les règles du jeu.

Madeleine Chenette: Je vous entends très bien, mais l'aspect de personnalisation est un phénomène qui n'existe pas seulement dans le secteur des médias, c'est partout. La vague est donc là pour de bon. Le modèle actuel est totalement désuet pour faire face à cette réalité.

L'objectif est d'atteindre les jeunes de 15 à 29 ans et plus qui ont pris l'habitude d'aller chercher une culture étrangère. Notre fierté canadienne est historique, parce que nous n'avions pas ce problème par le passé. Comment pouvons-nous donc en tirer profit, effectivement, et redonner du souffle à l'industrie, ramener l'aspect communautaire et recentrer la personnalisation dans ma communauté et non pas dans une perspective planétaire?

Ma question porte sur votre auditoire et aux analyses que vous faites. Qu'est-ce que vous apprenez sur ces habitudes de consommation et sur ce qui intéresse les gens dans la culture canadienne et francophone en comparaison avec ce qui les intéresse dans la découverte du monde?

• (1155)

Le président: Le temps est écoulé, mais je vous demanderais donc une réponse très brève, si possible.

Caroline Jamet: Ce que je dis, c'est que notre industrie qui est un média de masse a besoin de pérennité.

Nous jouons un rôle important. Dans le marché de Montréal, presque 8,5 personnes sur 10 écoutent la radio chaque semaine. Nous avons encore une force importante. Nous voulons la maintenir.

Je pense que le message important est que la radio reste un média fort aujourd'hui. Il faut que nous ayons les moyens de continuer à avoir des revenus qui sont en phase avec nos besoins, pour faire nos contenus. Nous avons besoin d'avoir un environnement plus flexible. Ce sont ces éléments qui vont faire en sorte que nous allons reprendre notre place, parce que c'est un média qui est de proximité et qui est encore très présent dans la vie des gens.

Même si les gens ont d'autres choix, ils écoutent encore la radio. Les jeunes sont importants. Nous sommes d'accord là-dessus. C'est pour ça que nous avons besoin de cette flexibilité. Avoir plus d'agilité va assurément aider notre industrie à s'adapter. Nous essayons des choses, en ce moment, mais il y a tellement de règles contraignantes que nous faisons presque de la programmation avec des feuilles Excel.

Le président: Je donne maintenant la parole à M. Beaulieu pour deux minutes et demie.

Mario Beaulieu: Merci.

Je vais parler de CBC/Radio-Canada.

Nous avons vu, dans le dernier budget, un financement de 150 millions de dollars pour CBC/Radio-Canada. CBC/Radio-Canada a-t-elle beaucoup de revenus publicitaires? Y aurait-il une façon d'équilibrer cela pour que les radios privées en profitent davantage?

Caroline Jamet: C'est certain que, sur le plan numérique publicitaire, c'est un compétiteur.

Comme nous essayons de nous imposer dans ce monde des revenus numériques, cela aiderait énormément notre secteur de radio privée si le diffuseur public ne vendait pas de publicité.

Mario Beaulieu: Ne pourrait-on pas, par exemple, augmenter le quota de musique francophone à CBC/Radio-Canada? Il y en a déjà beaucoup, mais on dirait qu'il y a une tendance à aller vers de la musique anglophone. On voit aussi des entrevues qui ne sont pas traduites directement à la télévision.

Caroline Jamet: Le diffuseur public a un mandat qui est le sien en mettant en valeur la culture d'ici. C'est aussi un diffuseur qui a les moyens de faire énormément de choses.

Toutefois, à mon avis, la question du rôle du diffuseur public et la manière dont il peut encore mieux jouer son rôle pour mettre en valeur la culture d'ici demeure tout à fait pertinente.

Mario Beaulieu: Excellent.

Pensez-vous à d'autres mesures dont vous n'avez pas encore pu parler?

Caroline Jamet: Je vous ai parlé de nos mesures. Comme je vous l'ai dit, la pérennité est extrêmement importante. Je trouve important de se pencher sur notre industrie, en n'oubliant pas la spécificité de la radio.

J'ajouterai aussi qu'il manque de soutien à notre industrie. Nous n'avons accès à aucun programme pour notre contenu, que nous finançons entièrement. Nous avons des animateurs qui sont souvent aussi des artistes, nous faisons des entrevues, nous sommes présents. Si vous saviez tout ce que nous faisons sur les plans sociétal et caritatif pour aider les communautés! C'est important.

Mario Beaulieu: Quel programme pourrait vous apporter un soutien important?

Caroline Jamet: En fait...

Le président: Le temps est écoulé. Vous avez 10 ou 15 secondes pour répondre.

Caroline Jamet: Tout soutien à la radio nous permettra d'avoir une pérennité, qui nous aidera à son tour à jouer notre rôle, que nous jouons depuis des années, et que nous voulons continuer à jouer.

Mario Beaulieu: Merci beaucoup.

Caroline Jamet: Merci beaucoup, monsieur.

● (1200)

Le président: Merci, monsieur Beaulieu.

Je donne maintenant la parole à M. Dalton, pour cinq minutes.

Marc Dalton (Pitt Meadows—Maple Ridge, PCC): Merci.

Je remercie les témoins d'être avec nous aujourd'hui.

Madame Jamet, vous nous avez dit, le mois dernier, qu'il y avait eu une réduction du revenu de 15 % au cours des 10 dernières années. Est-ce vrai? Mon assistante a trouvé cette information dans ses recherches. On parle d'un déclin de revenus des dernières années.

Est-il vrai qu'il y a un déclin?

Caroline Jamet: Absolument, il y a un déclin des revenus dans notre industrie. La plupart des radios canadiennes ne sont plus profitables. Il y a un déclin énorme du côté de l'industrie de la radio.

Marc Dalton: On ne compte pas l'inflation, ce n'est donc pas seulement un déclin, mais c'est quand on voit le coût de la vie, les salaires, c'est de plus en plus dur.

Présentement, vous avez 21 stations de radio. Y a-t-il un risque que quelques-unes de ces stations ferment?

Caroline Jamet: Nous n'en sommes pas là, nous cherchons des solutions aujourd'hui, c'est la raison pour laquelle je suis devant vous.

Pour répondre à votre première question, nous avons radié 88 millions de dollars d'actifs chez Cogeco Media, il y a quelques années. Je voulais simplement vous montrer à quel point la situation financière n'est pas facile.

Marc Dalton: C'est donc vraiment urgent pour vous.

En ce qui concerne le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, selon vos commentaires, le CRTC, trouvez-vous que les règles sont d'un autre siècle ou d'un autre univers médiatique?

Caroline Jamet: Tout à fait. Ces règles fonctionnaient à une autre époque, au siècle dernier, mais, aujourd'hui, l'environnement a complètement changé. Ce n'est plus réaliste de fonctionner en suivant les règles d'une autre époque.

Cela n'a aucun sens, et cela nuit à notre industrie.

Marc Dalton: Depuis combien de temps essayez-vous d'en convaincre le CRTC?

Caroline Jamet: Depuis des années, on explique au CRTC qu'il doit y avoir un assouplissement.

Je ne peux pas vous donner le nombre exact d'années, mais je peux vous dire qu'il y a eu plusieurs tentatives au cours des dernières années. On disait au CRTC ce qui allait se passer. Aujourd'hui, on peut voir que ça s'est produit. On est dans une spirale qui a commencé il y a quelques années. Or, si on ne fait rien, cette spirale va s'accélérer.

Marc Dalton: Tout le monde ici, au Comité, veut voir le français augmenter partout au pays, c'est très important. J'aimerais que le français soit partout, si c'était possible, mais pas au point d'imposer quoi que ce soit aux stations de radio. Il est vraiment question de la vitalité de vos stations et de l'occasion d'offrir des services à vos auditeurs.

Caroline Jamet: En effet. La certitude qu'on a, c'est que si on continue de faire les choses comme on les fait aujourd'hui, on va obtenir le même résultat. C'est pourquoi il est urgent d'agir.

Marc Dalton: Comment expliquez-vous l'attitude du CRTC à ce sujet?

Caroline Jamet: C'est très difficile de l'expliquer, on ne comprend pas. On ne comprend pas qu'il n'y ait pas eu d'ajustement, qu'on n'ait pas suivi nos recommandations au cours des dernières années. C'est vraiment incompréhensible qu'un organisme dont le rôle est de soutenir l'industrie canadienne ne voie pas les répercussions de ses politiques, qu'il n'ait pas su les adapter, qu'il ait laissé les plateformes étrangères s'imposer dans nos marchés et gruger ainsi nos auditoires et nos revenus et ne pas avoir changé ses politiques. Comme il ne peut faire pour ce qui est des plateformes, il se tourne vers nous, les radios, qu'il peut réglementer. Il nous ajoute des règlements.

J'aimerais mentionner une chose. Lors des dernières audiences, quand on a reçu les informations du CRTC, son but était d'ajouter encore des contraintes réglementaires, ce qui n'a aucun sens.

Il doit y avoir un revirement de situation, c'est urgent, parce qu'on ne peut pas continuer ainsi.

Marc Dalton: D'accord, merci.

J'avais quelques questions à vous poser, madame Normand. Je vous félicite pour vos succès comme artiste francophone.

Je suis un député de l'Ouest du Canada. C'est là que vous habitez. Il n'y a pas de station de radio commerciales. Ce qu'on entend ici concerne la survie des stations de radio commerciales de l'Est.

Un autre jour, je pourrai peut-être vous poser des questions.

• (1205)

Le président: Merci, monsieur Dalton.

Merci beaucoup.

Je donne maintenant la parole à Mme Mingarelli pour cinq minutes.

Giovanna Mingarelli (Prescott—Russell—Cumberland, Lib.): Merci beaucoup, monsieur le président.

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

Mes questions s'adresseront d'abord à vous, madame Normand.

Le premier documentaire que vous avez réalisé, *Assez French*, explore votre identité francophone dans les Prairies. Quels échos ou réactions du public vous ont le plus marquée depuis la sortie du film?

Alexis Normand: Le film a vraiment touché les francophones, surtout ceux qui vivent en milieu minoritaire. C'est un film qui explique... J'ai mis à l'écran une famille qui ressemble à... J'ai mis ma famille à l'écran. J'ai grandi dans un foyer exogame. Ma mère est anglophone, mon père est francophone, mais très assimilé à cause des politiques linguistiques de la Saskatchewan. Ce film démontre comment on fait pour transmettre la langue et la culture de façon intergénérationnelle. J'ai fait de la tournée avec le documentaire, mais aussi avec ma musique. Ça a été ma tournée la plus importante. J'ai donné plus de 120 représentations partout au Canada, au Québec, et même en France. Les gens se voient enfin à l'écran.

Des gens ne sentaient pas qu'ils étaient assez francophones, parce qu'ils ont un parent anglophone. De nos jours, il y a encore plus de langues et de cultures différentes dans un foyer.

Je dirais que ce film est le projet que j'ai monté qui a réussi à faire parler les gens pour montrer qu'il y a plus qu'un modèle de ce à quoi peut ressembler la francophonie, surtout dans la francophonie canadienne. Au Québec, cela a ouvert les yeux aux gens. On sait que cela existe des francophones en situation minoritaire, et particulièrement dans l'Ouest. Les gens nous connaissent très peu, mais ils ont pu voir à quel point on porte le français à bout de bras pour le garder vivant chez nous, d'où la raison de faire entendre nos voix dans les stations privées au Québec pour pouvoir mieux faire rayonner ce message.

C'est aussi la raison pour laquelle je suis contre la baisse des quotas.

Giovanna Mingarelli: Merci beaucoup.

J'apprécie beaucoup vos commentaires, car, moi aussi, j'ai grandi dans une famille où mon père était francophone et ma mère, anglophone, mais ils étaient tous les deux de Montréal. J'ai donc eu une expérience semblable en grandissant.

Avez-vous senti une évolution dans la réception de votre travail en tant qu'artiste francophone entre le début de votre carrière et aujourd'hui?

Alexis Normand: Je dirais que oui, parce que, tout comme ce projet, j'ai surtout misé sur la francophonie canadienne. Je suis passée par le Québec quelques fois pour présenter le film, qui a d'ailleurs remporté un Prix Rendez-vous Québec Cinéma, ou un Prix RVQC, l'année de sa sortie.

Je dirais que, de plus en plus, les gens se voient. Ma francophonie est fluide dans mon quotidien. Je ne vis pas dans des boîtes ou dans des cadres. C'est vraiment fluide. Je pense donc que, pour plusieurs personnes, c'était important de voir que ça existe et que ce n'est pas tabou, c'est-à-dire ce genre de façon de vivre sa francophonie.

Giovanna Mingarelli: Merci beaucoup.

Comment percevez-vous l'avenir de la francophonie dans les Prairies? Quel rôle les artistes peuvent-ils jouer dans sa vitalité?

Alexis Normand: En tant qu'artiste, la raison pour laquelle je crée, c'est précisément parce que je vois notre rôle. C'est parce que je sais que quand je fais un spectacle, quand je lance un film, je crée un événement auquel les gens peuvent assister et on peut vivre ensemble notre culture, notre langue.

C'est donc vraiment là le sens de ma vie et de ma carrière. Ça entre dans ce cadre. Plus je partage mon travail, mieux je vois que les anglophones sont curieux par rapport au français, et je vois leur ouverture à la francophonie de façon générale. Les écoles d'immersion française, ici, débordent d'élèves. Leurs parents veulent plus de musique en français.

Je pense que le rôle des artistes dans tout ça est primordial.

• (1210)

Giovanna Mingarelli: Madame Jamet, je vous remercie d'être avec nous aujourd'hui, mais je pense que je n'aurai pas assez de temps de parole pour vous poser une question.

J'en profite alors pour remercier encore une fois nos deux témoins.

Le président: Merci beaucoup.

Au nom du Comité, j'aimerais vous remercier, mesdames Jamet et Normand, d'avoir été ici et d'avoir témoigné devant nous.

Nous allons suspendre la séance pour passer au huis clos.

[La séance se poursuit à huis clos.]

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>