



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

45^e LÉGISLATURE, 1^{re} SESSION

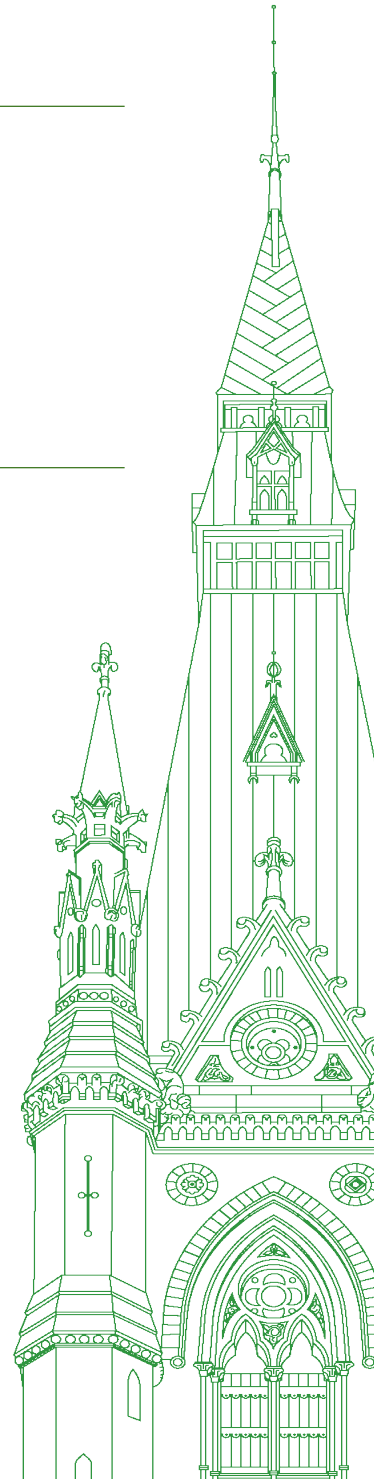
Comité permanent du patrimoine canadien

TÉMOIGNAGES

NUMÉRO 007

Le lundi 20 octobre 2025

Présidente : Lisa Hepfner



Comité permanent du patrimoine canadien

Le lundi 20 octobre 2025

● (1540)

[Traduction]

La présidente (Lisa Hepfner (Hamilton Mountain, Lib.)): Je déclare la séance ouverte.

Bienvenue à la septième réunion du Comité permanent du patrimoine canadien.

Conformément à l'article 108(2) du Règlement et à la motion adoptée par le Comité le lundi 22 septembre 2025, le Comité se réunit pour étudier les priorités de CBC/Radio-Canada.

Nous accueillons aujourd'hui Mme Marie-Philippe Bouchard, présidente-directrice générale de CBC/Radio-Canada.

Je vous remercie d'être parmi nous aujourd'hui. Nous débutons avec environ 10 minutes de retard en raison d'un vote à la Chambre des communes. Je ne sais pas si votre horaire le permet, mais nous serions ravis que vous restiez 10 minutes de plus à la fin de la réunion. Merci beaucoup.

Sur ce, nous sommes prêts à débiter.

Madame Bouchard, vous avez cinq minutes pour prononcer votre déclaration préliminaire.

Marie-Philippe Bouchard (présidente-directrice générale, CBC/Radio-Canada): Madame la présidente, mesdames et messieurs les membres du Comité, je suis heureuse de vous revoir, cette fois-ci à titre de présidente-directrice générale de CBC/Radio-Canada. Les 11 mois qui viennent de s'écouler ont été fort occupés.

[Français]

Quand nous nous sommes rencontrés la dernière fois, j'ai indiqué que CBC/Radio-Canada devait être une organisation à l'écoute, et que je voulais prendre le temps d'écouter les employés, les parties intéressées et les Canadiens, ainsi que les utilisateurs et les non-utilisateurs de nos services. C'est ce que j'ai fait, d'un bout à l'autre du pays, ces derniers mois. Ce que j'ai entendu est reflété dans notre nouveau plan stratégique. Nous allons le présenter aux Canadiens lors de notre assemblée publique annuelle, le 28 octobre prochain, mais je pense qu'il serait utile de vous en parler plus en détail.

Nous connaissons tous les défis que rencontrent les Canadiens et les Canadiennes aujourd'hui: des pressions économiques et commerciales; la disparition des nouvelles locales balayées par les plateformes numériques mondiales, qui accaparent désormais 92 % des revenus publicitaires numériques au Canada, des revenus qui soutenaient autrefois un écosystème de l'information diversifié, avec des journaux, des stations de radio, et même des stations de télévision locales dans tout le pays; la montée incessante de la polarisation et la difficulté à savoir quelles informations sont exactes.

Ce que j'ai entendu, c'est qu'un média de services publics, qui sert l'ensemble des Canadiens en leur fournissant des nouvelles fiables et pertinentes et qui soutient la culture canadienne, est plus important que jamais. Les gens ont des attentes plus élevées envers nous dans cet environnement. CBC/Radio-Canada doit être un service public national qui aide à rassembler les Canadiens et qui soutient la démocratie et l'écosystème médiatique.

Afin de propulser le service public, notre plan stratégique comprend trois piliers: la proximité, l'agilité numérique et notre rôle rassembleur.

Le premier pilier, la proximité, vise à resserrer nos liens en étant présents dans plus de communautés et en offrant des contenus fiables qui intéressent les gens qui n'utilisent pas nos services ou qui peuvent avoir l'impression que nous n'avons rien de pertinent à leur offrir. Nous devons aussi mieux collaborer avec les médias privés et communautaires pour soutenir un écosystème médiatique sain.

Avec notre deuxième pilier, l'agilité numérique, nous voulons faire en sorte que notre contenu soit facilement accessible sur les plateformes numériques que les Canadiens utilisent et nous assurer que les avancées technologiques, comme l'intelligence artificielle, sont utilisées pour le bien commun.

Enfin, le dernier pilier, c'est notre rôle rassembleur. Cela implique de trouver des façons de favoriser la compréhension en créant des moments de partage et d'expériences communes pour les Canadiens.

[Traduction]

Nous nous appuyons sur des bases très solides. Notre vaste réseau de journalistes couvre 90 emplacements d'Ouest en Est et dans tout le Nord, et est présent dans sept bureaux étrangers pour offrir des nouvelles et de l'information qui ont la confiance des Canadiens.

Nous nous engageons à mettre en valeur les histoires d'ici en soutenant, à titre de plus grand investisseur, la création de contenus originaux créés par les producteurs indépendants canadiens. Nos émissions de radio et nos balados sont les plus populaires au pays, et 21 millions de Canadiens utilisent nos services numériques chaque mois.

Cette année, nous avons été en mesure d'ajouter des journalistes dans plus de 20 communautés de toutes les régions du pays pour fournir un service à des populations dépourvues jusque-là de tout service local de CBC ou de Radio-Canada, et pour faire connaître leurs perspectives au reste du pays.

Dans le cadre de notre programme Collab, nous travaillons en partenariat avec des bibliothèques publiques locales dans plus de 250 communautés. Nous y proposons des activités qui correspondent à ce que les communautés attendent de nous. Il peut s'agir d'ateliers sur la production vidéo ou la création d'un balado. Parfois, ce sont des séances d'information pour apprendre à repérer les fausses nouvelles, ou pour enregistrer des émissions de télévision ou de radio devant public avec la communauté locale. C'est aussi ça, la proximité.

Enfin, nous allons rester à l'écoute des Canadiens. Nous allons les écouter et nous allons nous adapter, pour renforcer la valeur publique que nous générons pour eux.

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

La présidente: Vous avez pris moins de cinq minutes. Merci beaucoup.

Nous allons maintenant commencer la période de questions avec Mme Thomas, du Parti conservateur.

Rachael Thomas (Lethbridge, PCC): Merci.

Madame Bouchard, je suis sûre que vous savez qui est Travis Dhanraj. Il a été l'animateur de l'émission de CBC *Canada Tonight*. Il voulait permettre à de multiples voix et points de vue d'être entendus à son émission. Malheureusement, en raison de la culture qui s'est implantée dans le milieu de travail de la CBC, il a été forcé de démissionner. Dans sa lettre de démission, il a dit que le milieu de travail de la CBC favorise une culture « de représailles, d'exclusion et de préjudices psychologiques. »

Comment réagissez-vous à ces allégations?

• (1545)

Marie-Philippe Bouchard: Comme vous le savez, M. Dhanraj a déposé une plainte auprès du Tribunal des droits de la personne. Malheureusement, je ne peux pas parler librement de cette affaire parce que nous allons entendre la preuve devant ce tribunal.

Rachael Thomas: Je vais dès maintenant remettre les pendules à l'heure: à ce comité, vous pouvez parler avec ouverture et honnêteté. Tout ce que vous dites ici est, bien sûr, protégé. Vos propos ici ne peuvent être utilisés en cour.

Je serais curieuse de connaître votre réaction aux allégations que j'ai citées.

Marie-Philippe Bouchard: Ce n'est pas ainsi que j'interprète ma responsabilité. Nous sommes devant un tribunal judiciaire ou quasi judiciaire. Pour respecter ce processus, je vais m'abstenir de commentaires.

Rachael Thomas: Est-il vrai qu'il y a une culture de toxicité à CBC?

Marie-Philippe Bouchard: Ce n'est pas mon expérience. Vous savez peut-être que j'ai travaillé à CBC avant d'y revenir comme PDG. J'y ai travaillé pendant près de 30 ans. Je me suis absentée pendant 10 ans, et depuis mon retour, je voyage et je rencontre bon nombre de nos employés et beaucoup d'intervenants. Je n'ai pas été témoin de ce que vous décrivez comme une culture de toxicité.

Rachael Thomas: Ce sont les mots d'un ancien employé; ce sont les mots de Travis Dhanraj, pas les miens. Il décrivait son expérience à CBC.

Je suis curieuse. Vous êtes-vous penchée sur son dossier depuis que vous êtes PDG? Vous avez eu 11 mois pour le faire.

Marie-Philippe Bouchard: Encore une fois, je ne peux pas faire de commentaires sur son cas précis.

Rachael Thomas: Je ne vous demande pas de commenter ce cas précis; je vous demande simplement si vous l'avez étudié. Avez-vous examiné les plaintes et les préoccupations de cet ancien employé?

Marie-Philippe Bouchard: Des employés au sein de l'organisation ont ces responsabilités, et je suis certaine qu'ils s'en sont acquittés.

Rachael Thomas: D'accord. À titre de PDG, vous ne l'avez pas fait, mais vous avez simplement laissé d'autres s'acquitter de ces tâches pour vous.

Marie-Philippe Bouchard: Cette procédure est normale dans toute grande organisation: je ne m'attribue pas les responsabilités que d'autres ont déjà.

Rachael Thomas: Madame Bouchard, ce qui est normal dans toute organisation, c'est que la responsabilité ultime incombe au PDG, à la personne au sommet. C'est elle qui instaure la culture, et la culture au sein de CBC, selon M. Dhanraj, en est une de toxicité. Cette culture fait subir « des représailles, de l'exclusion et des préjudices psychologiques » aux employés. Vous me dites que l'enjeu ne vous préoccupe pas suffisamment pour que vous l'examiniez vous-même. Vous me dites que vous avez simplement joué un rôle passif et que vous avez laissé d'autres s'en occuper.

Marie-Philippe Bouchard: Je vous dirais que nous menons régulièrement des sondages sur la culture du milieu de travail et sur la perception des employés. Les revendications d'une personne ne représentent pas toute la culture d'une organisation. Ce que j'ai comme preuve, tout d'abord, c'est ma propre expérience au sein de l'organisation depuis 10 mois, mais aussi les réponses aux sondages que nous menons régulièrement auprès de nos employés. Les réponses décrivent leur sentiment de fierté et leur perception de l'organisation comme étant juste; ces sondages révèlent un sentiment largement positif.

Rachael Thomas: Ces sondages sont-ils anonymes?

Marie-Philippe Bouchard: Oui.

Rachael Thomas: Excellent.

Dans un appel téléphonique qui a fait l'objet d'une fuite, M. Dhanraj a demandé à la direction de CBC pourquoi la société d'État ne peut pas interviewer de conservateurs. La direction de CBC a répondu vaguement en disant: « Eh bien, vous savez pourquoi. »

Je suis curieuse. À votre avis, pourquoi les conservateurs ne sont-ils pas les bienvenus à CBC?

Marie-Philippe Bouchard: Je dirais que les conservateurs sont tout à fait les bienvenus à CBC. D'ailleurs, ils y sont régulièrement interviewés.

Rachael Thomas: Donnez-moi des exemples des cinq derniers conservateurs qui ont été interviewés à une émission au cours des deux dernières semaines, n'importe où à CBC.

Marie-Philippe Bouchard: Je ne peux pas répondre à cette question. Je peux y répondre ultérieurement et vous donner plus de détails. Je ne suis pas continuellement en train de regarder ou d'écouter tout ce que nous diffusons. Si vous le souhaitez, je vais vous fournir ces nombres.

Rachael Thomas: Selon vous, quelle émission diffusée par CBC est la plus équitable — présente les points de vue les plus diversifiés — dans sa couverture de l'information?

• (1550)

Marie-Philippe Bouchard: Eh bien, toutes nos émissions, surtout les émissions d'information, sont régies par les mêmes normes et pratiques journalistiques. Je dirais...

Rachael Thomas: Dites-vous que toutes les émissions proposent une même diversité de points de vue?

Marie-Philippe Bouchard: Je dirais qu'elles s'efforcent toutes d'atteindre le bon équilibre en ce qui concerne les sujets abordés, les personnes interviewées et la diversité des points de vue.

Rachael Thomas: Il n'y aurait donc pas de parti pris à la CBC.

Marie-Philippe Bouchard: Eh bien, je dirais que ce n'est pas notre politique. Ce n'est pas notre pratique. Je suis consciente que certaines personnes prétendent qu'il y a un parti pris, mais ce n'est pas ainsi que nous travaillons.

Rachael Thomas: Quelle est votre perception? Vous êtes à la tête de l'organisation.

Marie-Philippe Bouchard: Je crois que nous travaillons très fort pour fournir tous les jours des nouvelles et de l'information exactes et factuelles aux Canadiens.

Rachael Thomas: Selon vous, il n'y a pas de parti pris à la CBC.

Marie-Philippe Bouchard: Selon moi, il n'y a pas de parti pris.

Rachael Thomas: D'accord. C'est intéressant.

La présidente: Merci.

[Français]

Monsieur Ntumba, vous avez la parole pour six minutes.

Bienvenu-Olivier Ntumba (Mont-Saint-Bruno—L'Acadie, Lib.): Bonjour, madame Bouchard.

En deux minutes, pouvez-vous nous dire comment vous envisagez le rôle de CBC/Radio-Canada dans le paysage numérique canadien, à l'ère du numérique et de la désinformation?

Marie-Philippe Bouchard: En tant que média de service public, nous jouons un rôle particulièrement important dans cette ère numérique. Nous contribuons depuis de nombreuses années à la transformation de la relation entre les Canadiens et leur diffuseur public. En effet, nous sommes passés d'un mode de transmission traditionnel, linéaire et analogique à un mode de transmission numérique. Nous avons été des pionniers dans ce domaine et nous continuons de l'être. C'est très important, parce que les Canadiens sont de plus en plus exposés à de l'information venant de diverses sources étrangères, notamment sur les réseaux sociaux, où elles sont plutôt prédominantes.

La place qu'occupe l'information canadienne dans la vie des Canadiens est encore plus limitée depuis que Meta a décidé de bloquer les éditeurs de contenu de nouvelles canadiens sur ses sites. Nous devons donc redoubler d'efforts pour nous assurer que les Canadiens peuvent découvrir le contenu canadien et y accéder, en français et en anglais, ainsi que dans huit langues autochtones. Voilà notre mission.

Nous travaillons aussi très étroitement avec des partenaires internationaux et d'autres parties prenantes pour mettre au point des pratiques qui permettent de rétablir une espèce de dialogue civilisé. On sait que les réseaux sociaux ont entraîné une certaine polarisation

où les extrêmes sont récompensés par les algorithmes. Il y a peu d'espace pour un dialogue ouvert et une compréhension commune.

Nous travaillons à imaginer des outils qui seront mis à la disposition de toute personne qui souhaite les utiliser, comme les éditeurs de contenu de nouvelles, afin de permettre un échange civilisé sur l'actualité. Il revient naturellement aux médias de service public de travailler pour une valeur collective, pour le bien commun, et de s'assurer de créer de la valeur publique.

• (1555)

Bienvenu-Olivier Ntumba: Puisque vous parlez de redoubler d'efforts, comment CBC/Radio-Canada peut-elle mieux répondre aux besoins des citoyens de la Rive-Sud, particulièrement dans ma circonscription, soit Mont-Saint-Bruno—L'Acadie, en matière d'information locale et de contenu francophone?

Marie-Philippe Bouchard: Le contenu francophone, c'est notre affaire depuis très longtemps. Vous savez que nous avons des relations étroites avec les communautés francophones, à la fois dans les grands centres et dans les régions en dehors de Montréal, ainsi que partout au Canada, dans toutes les communautés où il y a une présence francophone.

Nous le faisons non seulement par le truchement de nos stations traditionnelles, mais aussi grâce à des outils numériques qui nous permettent de créer du contenu hyperlocal, comme des infolettres hyperlocales ou des résumés de l'actualité sous la forme de vidéos verticales qui sont faciles à découvrir et à visionner. Cela permet aux communautés de se voir en continu plutôt qu'à des heures fixes ou à des rendez-vous restreints sur les antennes nationales. Cela favorise la continuité des relations.

De plus, la présence de journalistes partout sur le terrain permet aux communautés de s'exprimer et d'être vues non seulement chez elles, mais partout au Canada.

Bienvenu-Olivier Ntumba: Je vais maintenant parler de la diversité.

J'ai entendu parler de la diversité et je l'ai vue à l'écran. Pourriez-vous nous expliquer les objectifs actuels de CBC/Radio-Canada en matière de diversité, d'équité et d'inclusion?

Je fais allusion autant à la représentation à l'écran qu'au contenu interne et à l'organisation, notamment en ce qui concerne le recrutement, la rétention et la promotion des talents issus de groupes sous-représentés?

Marie-Philippe Bouchard: Avant mon arrivée en poste, l'organisation avait déjà mis en place un plan pour promouvoir l'équité, la diversité et l'inclusion. Nous tenons à votre disposition des résultats découlant de ce plan. Cependant, dans le nouveau plan stratégique, nous réaffirmons l'importance de refléter le Canada tel qu'il est aujourd'hui, en tenant compte de la diversité des communautés dont il est composé. Il est également important que cela se reflète non seulement dans notre équipe, notre personnel, mais aussi à l'écran.

Nous travaillons donc étroitement avec des organismes comme le Bureau de l'écran autochtone, ou BEA, et le Bureau de l'écran des Noirs, ou BEN. Nous collaborons avec des entités qui nous aident à développer des capacités de production issues de ces communautés. Nous faisons la promotion de projets et nous les développons.

En matière d'embauche et de promotion, nous avons des programmes à l'interne qui visent à repérer les leaders de demain. L'objectif est de faciliter les choses, de surmonter des obstacles organisationnels qui pourraient subsister pour pouvoir développer des talents, qui vont pouvoir ensuite occuper des postes de responsabilité ou développer leurs compétences dans divers domaines.

Nous accordons donc une attention particulière à la réalisation de ces objectifs.

La présidente: Merci, madame Bouchard.

Monsieur Champoux, vous avez maintenant la parole pour six minutes.

Martin Champoux (Drummond, BQ): Merci, madame la présidente.

Bonjour, madame Bouchard. Merci d'être là, aujourd'hui.

C'est une belle occasion d'en apprendre un peu sur l'état de vos travaux. Je sais que vous avez été très occupée depuis que vous êtes entrée en poste, il y a 11 mois. Je pense notamment à tout le chantier de planification qui s'annonce pour les prochaines années.

Vous avez publié récemment votre plan quinquennal, votre planification stratégique.

Avant d'aborder des points précis de votre planification stratégique, je voudrais avoir vos observations sur la façon dont se sont déroulées ces discussions. Je fais particulièrement allusion à l'information. Je vous explique.

Nous sommes dans un univers, un monde, une époque où l'actualité se heurte à la mésinformation et à la désinformation. Les faits deviennent des faussetés, où les vérités sont tordues. Ça représente un défi que j'imagine incroyable pour les journalistes.

Or, vous devez, vous, en tant que diffuseur public, vous assurer d'offrir une information neutre, la plus objective et la plus factuelle possible.

Comment les professionnels de l'information de CBC/Radio-Canada vous présentent-ils ce défi?

Comment pourriez-vous aborder cette obligation qu'a le diffuseur public de faire de la nouvelle, nonobstant le fait que, ce qu'une bonne partie de la population recherche, ce sont des nouvelles souvent préfabriquées, un peu tordues, qui répondent généralement à leur humeur, à l'état du jour.

Je voudrais avoir vos commentaires sur ce qu'a représenté ce défi dans les discussions que vous avez eues avec vos équipes.

Marie-Philippe Bouchard: Tout d'abord, je ne suis pas certaine que les Canadiens recherchent de la mésinformation. Je pense qu'ils s'y enfargent. C'est plutôt elle qui vient à eux.

Cela dit, en ce qui concerne la façon dont les gens consomment l'information, je dirais qu'ils sont plutôt en mode réception, parce que les nouvelles sont diffusées en continu. Je pense notamment aux fils d'information offerts sur la plateforme X, sur Facebook, ainsi qu'à beaucoup d'autres sources d'information. Il y en a des tonnes.

Bien sûr, il y a heureusement des sources plus rigoureuses, comme celles qu'offrent Radio-Canada et d'autres. Il y a d'autres médias privés ou communautaires qui sont aussi disponibles sur les

plateformes numériques. Les gens continuent à fréquenter ces sources.

Nous sommes donc en concurrence pour retenir l'attention des gens, mais la fiabilité de nos services n'est pas remise en question, selon les sondages que nous menons. Nous continuons d'avoir la confiance des Canadiens par rapport à l'information que nous leur fournissons.

Le truc, c'est de rendre cette information disponible au moment où les gens en ont besoin sur la plateforme qu'ils fréquentent. Nous réussissons à atteindre très facilement les gens sur nos plateformes, que ce soit l'application Radio-Canada Info ou le site ici.radio-canada.ca. Cependant, certaines personnes n'y viennent pas parce qu'ils sont captifs de certains médias, par exemple la plateforme YouTube.

Pour ce qui est des publics qui ne viennent pas sur les plateformes canadiennes d'information, une partie de notre stratégie va donc être de nous assurer d'aller là où ils sont et d'apporter ce contenu, de le rendre découvrable pour que ça contribue à alimenter leur quotidien en matière d'information.

• (1600)

Martin Champoux: Si vous allez faire un tour, par exemple, sur la plateforme X, vous allez voir davantage de commentariat que d'information. Nous nous entendons là-dessus.

Ça semble quand même être la nouvelle tendance. Les gens s'informent davantage par le commentariat que par l'actualité traditionnelle, comme ce qu'on retrouve sur les plateformes de CBC/Radio-Canada. C'est peut-être ça, le défi qu'ont vos salles de nouvelles, c'est-à-dire se battre contre un commentariat qu'elles ne peuvent pas pratiquer elles-mêmes, le journalisme excluant le commentariat.

Avez-vous développé davantage ce volet dans votre offre? Par exemple, vous avez beaucoup d'émissions qui font appel à des commentateurs de tous les horizons, soit des souverainistes, des fédéralistes, des conservateurs, des libéraux.

Selon vous, est-ce inévitable ou obligatoire d'offrir ce type de pratique pour satisfaire une clientèle qui, autrement, ne viendrait pas chez vous?

Marie-Philippe Bouchard: Faire appel à des commentateurs fait partie d'un menu équilibré d'information.

Il y a les faits et les reportages sur le terrain. Pour nous, les reportages sur le terrain sont très importants. C'est pour ça que nous voulons nous redéployer dans les régions et à l'international. Au Canada, il y a peu de médias qui ont les moyens d'assurer une présence à l'international. C'est très important pour continuer d'éclairer les Canadiens sur ce qui se passe.

L'autre chose qui est importante, c'est d'avoir des formats d'information qui correspondent aux usages. Par exemple, nous offrons des formules adaptées à des jeunes. Ainsi, notre section Mon actualité jeunesse, ou MAJ, offre un point de vue sur l'actualité qui cible les ados. Nous avons aussi mis en place le laboratoire de journalisme Rad, qui s'adresse à de jeunes adultes.

Il faut aussi continuer de développer des formats qui correspondent aux usages des groupes démographiques à qui nous nous adressons.

Martin Champoux: Parmi les groupes que vous ciblez et que vous voulez rejoindre, il y a les non-utilisateurs ainsi que les groupes qui critiquent et qui dénigrent souvent CBC/Radio-Canada.

Comment vous prenez-vous pour aller chercher des gens qui, d'emblée, vous dénigrent?

Marie-Philippe Bouchard: Le plus grand paradoxe de mes premières semaines en poste a été d'aller à Calgary pour y rencontrer les équipes d'information locales. J'ai constaté la robustesse de cette salle de nouvelles et le fait que CBC Radio One était le réseau numéro un dans le marché de Calgary. Ça doit vouloir dire quelque chose de notre journalisme par rapport à sa proximité avec la population de Calgary.

Ce n'est pas la seule ville dans laquelle notre offre de services est numéro un à la radio. Cela s'explique par le fait que ces services sont locaux. Le service local nourrit la relation de confiance.

Si nous regardons l'ensemble de nos services, nous constatons que nous devons continuer à nourrir cette connexion locale dans le secteur numérique comme nous avons si bien réussi à le faire à la radio.

Martin Champoux: Nous pourrions reparler tout à l'heure de l'actualité locale et régionale, parce que ça va être un des sujets intéressants des prochaines semaines.

Merci.

Marie-Philippe Bouchard: Merci.

[Traduction]

La présidente: Pour entamer la deuxième série de questions, nous écouterons M. Diotte, qui dispose de cinq minutes.

Vous avez la parole.

Kerry Diotte (Edmonton Griesbach, PCC): Merci.

Je vous remercie de votre présence, madame la présidente.

Je voulais vous parler un peu de moi. Je m'intéresse beaucoup aux médias. J'ai été journaliste pendant trois décennies avant de me lancer en politique. J'ai également été président de la section d'Edmonton de l'Association canadienne des journalistes et directeur national de cette association. L'objectif de cette association est d'améliorer le journalisme. C'est une de mes passions à ce jour. Je pense que nous avons besoin de meilleurs journalistes, que nous avons besoin de plus de journalistes et qu'ils doivent trouver un bon équilibre.

Nous avons entendu des allégations de Travis Dhanraj, qui n'est pas un néophyte, qui n'est pas né de la dernière pluie. Votre ancien employé allègue que la CBC n'est ni équilibrée, ni juste, ni objective.

Comment réagissez-vous à cette critique sévère? Que répondez-vous à cela?

Marie-Philippe Bouchard: Je réponds que nous nous efforçons de trouver un équilibre. Est-ce que nous sommes toujours, chaque minute de chaque journée, en train de gérer cet équilibre? Il est impossible de le faire chaque minute, mais dans l'ensemble, nous nous efforçons de trouver un équilibre.

M. Dhanraj décrit sa propre expérience. Comme je le disais, je ne peux pas faire de commentaires à ce sujet.

Nous sommes conscients que nous devons viser cet objectif en tout temps.

• (1605)

Kerry Diotte: Pourquoi pensez-vous que vous devez viser cet objectif en tout temps? Avez-vous l'impression que l'équilibre que vous souhaiteriez fait défaut?

Marie-Philippe Bouchard: Il est très difficile de mesurer le résultat; il est plus facile de mesurer la perception, et nous la mesurons. Dans l'ensemble, on mesure que les Canadiens trouvent que nous atteignons un bon équilibre, mais, dans certaines régions, nous constatons que les chiffres sont un peu plus faibles. Les résultats de sondages que nous menons sur la perception de l'équilibre s'expliquent, à mon avis, par le fait que nous ne sommes peut-être pas assez présents dans ces régions.

Kerry Diotte: Êtes-vous...

Marie-Philippe Bouchard: Je fais le lien avec le service local comme moyen de créer un sentiment d'inclusion, de réflexion, qui permet ensuite de trouver un équilibre.

Kerry Diotte: C'est propre à l'Alberta. Je crois que vous avez mené des sondages qui indiquent que les Albertains ne... Ils ne raffolent pas particulièrement de votre organisation.

Marie-Philippe Bouchard: C'est propre à l'Alberta et à la Saskatchewan.

Ici encore, c'est un paradoxe, parce que la radio connaît beaucoup de succès, mais l'Alberta et la Saskatchewan sont des régions où nous devons investir.

Kerry Diotte: Pourquoi pensez-vous que les résidents de la Saskatchewan et de l'Alberta ne font pas confiance à la CBC ou estiment qu'elle n'offre pas des points de vue diversifiés?

Marie-Philippe Bouchard: Je ne dirais pas que les populations en général ne font pas confiance à la CBC, parce que ce n'est pas ce que les données ou les sondages révèlent. Le niveau de confiance n'est pas aussi élevé que nous le souhaiterions, mais c'est quand même la majorité des gens qui font confiance à la CBC.

Kerry Diotte: Pourriez-vous nous en dire un peu plus sur le niveau de confiance? À quoi le public ne fait-il pas confiance? Que vous dit ce sondage?

Marie-Philippe Bouchard: Le sondage ne précise pas exactement pourquoi les répondants pensent ainsi. Ils répondent à la question...

Kerry Diotte: Ce n'est donc pas un très bon sondage.

N'essayez-vous pas de mesurer la confiance et l'équilibre? En tant que journaliste chevronnée, cela devrait être votre priorité.

Marie-Philippe Bouchard: On en a une idée quand on côtoie la population. Je pense que c'est lorsqu'on est sur le terrain et qu'on rapporte les événements et les préoccupations dans la communauté qu'on peut renforcer le sentiment d'inclusion et de confiance.

Kerry Diotte: Merci. C'est un peu vague.

Pour ce qui est de la diversité de points de vue, je me demande si vous accepteriez de nous transmettre le nom des cinq dernières voix conservatrices qui ont été entendues à CBC News au cours des deux dernières semaines. On vous l'a demandé tout à l'heure, et nous aimerions que ces noms soient fournis au Comité au plus tard le 30 octobre.

Est-ce une demande réaliste?

Marie-Philippe Bouchard: Je suppose que c'est possible.

Kerry Diotte: D'accord, vous nous enverrez donc ces noms.

L'organisation AllSides Media examine la partialité des médias. Voici comment elle a catégorisé certains médias: *The Atlantic*, *The Guardian* et le *Huffington Post* seraient des médias de gauche; *Reuters*, *Christian Science Monitor*, le magazine *Forbes* et le *Wall Street Journal* seraient des médias de centre; et *Fox News*, *National Review* et *The Epoch Times* seraient de centre-droite.

Selon vous, ces évaluations sont-elles assez justes? Cette liste dit-elle vrai?

Marie-Philippe Bouchard: Eh bien, j'ai vu ce genre de sondages, et il semble... C'est à peu près ce que j'ai constaté à partir de ces sondages.

Kerry Diotte: D'accord, donc...

La présidente: Votre temps est écoulé.

Nous passons maintenant à Mme Royer, pour cinq minutes.

Zoe Royer (Port Moody—Coquitlam, Lib.): Merci, madame la présidente.

Bienvenue, madame Bouchard. Je suis très heureuse que vous soyez ici.

Je vais commencer par une question complémentaire, par souci d'équité. Lorsque vous préparerez cette information, il serait également bon de savoir combien de conservateurs ont décliné des demandes d'entrevues, en particulier à l'approche des élections.

Marie-Philippe Bouchard: Je pense que nous pouvons certainement ajouter cette information dans la liste de renseignements.

Zoe Royer: Merci.

Il y a une distinction importante à faire entre un diffuseur public et un média d'État. Ce n'est pas parce qu'un diffuseur reçoit du financement public qu'il est contrôlé par l'État, comme vous le savez. Je tiens à préciser que CBC/Radio-Canada est un diffuseur public, et non un média d'État. L'organisation est indépendante de notre gouvernement.

Madame Bouchard, pouvez-vous nous expliquer les principales mesures qui garantissent l'indépendance de CBC/Radio-Canada et nous expliquer pourquoi il est inexact de comparer l'organisation à un média contrôlé par l'État?

• (1610)

Marie-Philippe Bouchard: Il y a beaucoup d'éléments, mais les mesures sont intégrées dans la Loi sur la radiodiffusion. La déclaration énonce très clairement que tout le cadre entourant CBC/Radio-Canada — de sa gouvernance à la portée de la réglementation appliquée par le CRTC — vise à protéger l'indépendance de la société — sa liberté éditoriale et créative — par rapport au gouvernement. Nous avons des responsabilités en matière de reddition de comptes pour la gestion des crédits que nous recevons, mais nous sommes indépendants de toute ingérence du gouvernement en matière d'orientation éditoriale et de liberté créative.

Ce sont les principaux éléments, mais notre indépendance est aussi vérifiée par différentes organisations, notamment par la Journalism Trust Initiative, qui atteste de l'indépendance des organisations du monde entier.

Zoe Royer: Merci. Je vous remercie vraiment de votre réponse.

La stratégie 2025-2030 de CBC/Radio-Canada définit la société d'État comme un média national de service public qui appartient au public et qui crée de la valeur publique en favorisant la vie démocratique et la cohésion culturelle. Comment mesurez-vous cette valeur publique aujourd'hui, surtout à une époque où la confiance dans les institutions et les médias diminue?

Marie-Philippe Bouchard: Nous mesurons la valeur publique, tout d'abord, en fonction de nombreuses dimensions.

La première est l'utilisation. Combien de Canadiens consomment notre contenu, et pendant combien de temps le consomment-ils au cours d'une semaine ou d'un mois? Ces données — la durée de la consommation et la portée — sont mesurables sur toutes les plateformes. C'est une valeur apportée aux Canadiens.

Nous mesurons également la perception qu'ont les Canadiens de notre service. Selon eux, offre-t-il un contenu juste et équilibré? Par ailleurs, reflète-t-il leur communauté, leurs préoccupations et la diversité du pays?

Nous mesurons nos répercussions économiques. Nous engendrons beaucoup de dépenses dans le secteur de la création. Nous avons une grande influence en ce sens, et cela crée de la valeur pour les Canadiens.

Nous voulons aussi mesurer la valeur pour nos employés. Nous formons une grande organisation, et nous examinons divers indicateurs de rendement clés qui apportent de la valeur à l'expérience des employés de CBC/Radio-Canada.

Zoe Royer: Pouvez-vous décrire très rapidement un exemple où l'indépendance de CBC/Radio-Canada a été mise à l'épreuve et maintenue?

Marie-Philippe Bouchard: Oh, mon Dieu, c'est ma réalité quotidienne.

Tout d'abord, pensons à l'indépendance des salles de nouvelles. Notre structure est conçue pour protéger la prise de décisions de nos directeurs de l'information. Ils sont séparés des autres considérations ou de la haute direction.

Nous avons également des ombudsmans indépendants qui peuvent examiner les plaintes du public au sujet de l'application ou de l'utilisation de nos normes et pratiques journalistiques. Ils sont complètement indépendants des salles de nouvelles, et ils peuvent donner des conseils et rendre des décisions pour trancher si les pratiques journalistiques ont été respectées dans un cas particulier. C'est un autre signe d'indépendance et de valeur pour les Canadiens, parce que notre cadre leur donne des recours et leur permet d'être entendus.

La présidente: Merci.

[Français]

Monsieur Champoux, vous avez la parole pour deux minutes et demie.

Martin Champoux: Merci, madame la présidente.

Madame Bouchard, vous avez fait une planification stratégique sur cinq ans, donc pour 2025-2030. Ça bouge à une vitesse phénoménale, ces années-ci. Les évolutions technologiques sont étourdissantes.

Avez-vous envisagé des scénarios d'ici 2030, où la télé traditionnelle pourrait carrément avoir disparu de notre paysage médiatique?

• (1615)

Marie-Philippe Bouchard: La télé traditionnelle, au sens d'antenne linéaire, est encore populaire pour l'instant, en particulier dans le marché francophone. Il est quand même encore assez dynamique, même chez les cohortes composées de jeunes.

L'usage de l'écoute linéaire a encore baissé chez les plus jeunes, mais ce format de diffusion est quand même encore plus fort que dans le marché anglophone. Selon moi, tant qu'il y a des gens qui utilisent ce média traditionnel, on ne doit pas les laisser tomber. Certaines générations vont continuer d'être attachées aux médias de format traditionnel, linéaire.

Martin Champoux: À CBC/Radio-Canada, êtes-vous conscient que vous risquez d'être les derniers des Mohicans, si je peux dire, en matière de diffusion linéaire ou de diffusion de la télévision traditionnelle, qui offre une programmation, des émissions?

Marie-Philippe Bouchard: C'est une affaire de dynamique de marché. Nous sommes encore forts en français, parce que nous sommes plusieurs à fournir ces services.

Nous sommes aussi très préoccupés par le sort réservé à nos collègues, qui en arrachent et qui trouvent la situation difficile. C'est de notoriété publique que les revenus publicitaires sont à la baisse. Tout cela crée un contexte qui fragilise, effectivement, la possibilité de maintenir une écoute aussi forte. Cependant, ce format d'écoute linéaire est important, parce que cela a maintenu les francophones en contact avec la culture locale, avec la création de contenu francophone.

En revanche, quand on se disperse dans l'espace numérique, on perd une partie de l'écoute dans l'écoute mondiale. Or, il faut essayer de protéger collectivement, comme industrie, cette masse critique, quelle que soit la forme technologique que nous allons adopter.

Martin Champoux: Vous me rassurez en disant ça.

Tout à l'heure, vous avez aussi parlé de la collaboration qu'il pourrait y avoir entre CBC/Radio-Canada et les diffuseurs régionaux pour s'assurer qu'il y a une couverture médiatique et journalistique de qualité dans les régions.

Avez-vous creusé la question? Avez-vous parlé à des partenaires potentiels?

Y a-t-il de l'intérêt ou de l'ouverture de la part des diffuseurs privés en région?

Marie-Philippe Bouchard: J'ai rencontré plusieurs collègues des médias francophones, privés et communautaires. J'ai aussi rencontré beaucoup de représentants de médias anglophones, notamment ici et dans le Nord du pays.

Je commence toujours par leur demander comment ça va. Je leur demande de me parler de ce qui va bien ainsi que de leurs besoins.

Nous nous intéressons ensuite à ce que nous pourrions faire dans le cadre de nos activités pour soutenir ce qui va bien ainsi qu'aux façons d'envisager l'avenir pour favoriser ce soutien. Il peut être question de réduire les coûts de ce qui nous étouffe. Par exemple, pendant une élection, il peut parfois être possible de partager les coûts d'un sondage avec un collectif de médias pour que ça coûte moins cher à tout le monde. Il peut aussi s'agir de fournir gratuitement des images d'un événement.

Nous essayons donc de considérer tout ce que nous pouvons faire pour réduire leurs coûts et leur permettre d'investir dans une couverture distincte et dans ce qui les distingue.

La présidente: Merci.

[Traduction]

Monsieur Waugh, vous avez cinq minutes.

Kevin Waugh (Saskatoon-Sud, PCC): Merci, madame la présidente.

Bienvenue à nouveau, madame Bouchard.

J'ai parcouru votre plan quinquennal pour la CBC. Tout en haut, vous parlez de reddition de comptes et de transparence. Ces deux éléments devraient figurer en tête de liste pour toute organisation, et pourtant, à ce jour, vous avez refusé de rendre des comptes aux Canadiens en dévoilant les statistiques pour CBC Gem. C'est un problème.

Nous en avons parlé ici avec votre prédécesseure, Mme Tait. Elle a dit que tout allait bien et qu'il y avait deux millions de téléspectateurs occasionnels, mais que le nombre d'abonnés varie. Lorsqu'il y a les Jeux olympiques, ils choisissent la CBC pour regarder les Jeux olympiques d'hiver, puis ils la délaissent.

Pourquoi ne divulguez-vous pas les nombres de téléspectateurs de CBC Gem? Votre concurrent est peut-être Crave de Bell Média, qui se vante d'avoir 4 millions de téléspectateurs. Pourquoi ne pas divulguer à la population les statistiques de CBC Gem, si vous présentez la reddition de comptes et la transparence?

Marie-Philippe Bouchard: La façon dont les téléspectateurs s'abonnent à des plateformes comme Gem ou Crave évolue rapidement. Auparavant, les péages informatiques étaient la norme, et la société d'État offrait un modèle hybride avec TOUTV et Gem. Au départ, Gem était entièrement gratuit, puis nous avons ajouté un forfait d'options pour les abonnés, qui consistait essentiellement à pouvoir regarder le contenu sans publicité et à avoir accès à CBC News Network. Ce sont des considérations qui entrent en jeu dans nos négociations avec les distributeurs pour regrouper des services. La négociation de ces enjeux demeure confidentielle.

Le fait est que le CRTC, qui est l'organisme qui régit toutes les télécommunications et les plateformes, traite ce type d'information à part et la considère comme confidentielle.

La commissaire à l'information est arrivée à une conclusion, et le CRTC considère que l'information est confidentielle. À l'heure actuelle, nous sommes pris entre deux interprétations différentes.

• (1620)

Kevin Waugh: Pourquoi est-ce que vous les cachez? Êtes-vous gênée des chiffres de CBC Gem?

Marie-Philippe Bouchard: Non.

Kevin Waugh: Pourquoi ne pas simplement nous donner les chiffres, alors?

Vous avez créé CBC Gem en 2019. Vous avez publié votre mandat de cinq ans la semaine dernière. Donnez-nous des chiffres.

Marie-Philippe Bouchard: Je peux vous donner un chiffre: 5,3 millions. C'est le nombre de personnes qui ont créé un compte. Ce n'est pas nécessairement...

Kevin Waugh: Est-ce que ce sont des utilisateurs-payeurs?

Marie-Philippe Bouchard: Non, pas nécessairement. Nous ne révélons pas le nombre de personnes qui paient un abonnement, pour des raisons de concurrence.

Kevin Waugh: Oui, je comprends.

Marie-Philippe Bouchard: C'est validé par le CRTC.

Nous demandons au tribunal de réconcilier ces deux interprétations, qui sont contradictoires. Voilà ce que nous voulons.

Kevin Waugh: Combien d'argent avez-vous investi dans CBC Gem au cours des cinq dernières années? Avez-vous ce chiffre?

Marie-Philippe Bouchard: Non.

Kevin Waugh: Pourriez-vous nous transmettre l'information?

Nous avons entendu Mme Tait faire l'éloge de CBC Gem et de son succès. Nous aimerions savoir combien d'argent vous avez investi dans ce projet. Vous avez publié un engagement sur cinq ans la semaine dernière. Vous voulez attirer plus d'enfants, plus de nouveaux arrivants et plus de jeunes. Vous voulez plus de nouveaux utilisateurs et vous voulez que les utilisateurs qui ne sont pas satisfaits le deviennent.

Comment allez-vous y arriver si vous n'êtes pas redevables et que vous ne faites pas preuve de transparence en nous présentant les chiffres?

Marie-Philippe Bouchard: Monsieur Waugh, nos comptes sont publics. La façon dont CBC reçoit et gère les fonds publics est très transparente; c'est la même chose pour nos revenus commerciaux... Nous faisons preuve de plus de transparence que la plupart des autres joueurs.

En ce qui a trait à CBC Gem de façon particulière, j'aimerais souligner qu'il y a la plateforme et la technologie en soi, et il y a le contenu. Le contenu est utilisé à plusieurs fins. Il se retrouve sur diverses plateformes. Il peut être diffusé sur la télévision linéaire ou sur Gem. Il peut être diffusé sur les plateformes des tiers. Il est difficile de répondre à votre question, parce que...

Kevin Waugh: Pourriez-vous faire de votre mieux, pour le Comité? Veuillez nous présenter des chiffres au cours des prochaines semaines, alors que nous posons certaines...

Marie-Philippe Bouchard: Le chiffre que je pourrai vous transmettre éventuellement, parce que je ne l'ai pas encore, est celui de nos investissements dans la technologie. Pour ce qui est du contenu, c'est impossible à déterminer, en raison des utilisations multiples.

Kevin Waugh: Alors, donnez-nous le montant que vous avez investi dans CBC Gem. Cela nous serait très utile, je crois, parce que c'est l'une de vos plateformes en croissance, comme vous l'avez dit. La radio et la télévision se meurent.

Pourriez-vous nous transmettre ces chiffres?

Marie-Philippe Bouchard: Je ne dirais pas que la radio se meurt. En fait, nous avons toujours beaucoup de succès avec la radio.

Je vais voir ce que je peux faire.

Kevin Waugh: Merci.

La présidente: Merci, monsieur Waugh.

Monsieur Al Soud, vous disposez de cinq minutes.

Fares Al Soud (Mississauga-Centre, Lib.): Merci, madame la présidente. C'est un plaisir de vous voir et d'être de retour en comité.

Madame Bouchard, je tiens également à vous remercier d'avoir pris le temps de vous joindre à nous. Je veux aussi vous féliciter. Je sais que vous êtes en poste depuis janvier seulement, mais l'annonce a été faite en octobre, il y a un an. Félicitations.

La semaine dernière, comme plusieurs de mes collègues, j'ai eu le privilège de passer beaucoup plus de temps que d'habitude dans ma circonscription. Cela m'a aussi permis de participer à des événements que j'aurais pu manquer autrement. Jeudi dernier, par exemple, j'ai assisté à un atelier parlementaire avec des étudiants brillants... J'ai évidemment un parti pris, puisque je suis diplômé de l'UTM. Nous avons parlé de beaucoup de choses: la procédure parlementaire, les jeunes dans le monde de la politique, l'intelligence artificielle et l'innovation énergétique. La conversation qui m'a le plus marqué portait sur la polarisation.

Les Canadiens, en particulier les jeunes, en ont assez de voir la politique l'emporter sur les priorités. Dans une étude réalisée par le Forum des politiques publiques en août 2023, plus de 70 % des répondants ont déclaré que le Canada était modérément à gravement polarisé. Plus de 45 % s'attendaient à ce que la situation s'aggrave au cours des cinq prochaines années. Quelque 25 % d'entre eux étaient très ou extrêmement inquiets que ces divisions politiques menacent le Canada en soi.

J'ai trois questions à vous poser. Cela fait beaucoup, alors si vous voulez prendre le temps qui m'est imparti pour y répondre, c'est tout à fait correct. Sinon, j'ai d'autres questions pour vous.

Premièrement, pourriez-vous nous parler brièvement de cette tendance croissante à la polarisation politique et de l'incidence qu'elle pourrait avoir sur le travail effectué à CBC/Radio-Canada?

Deuxièmement, quel rôle pensez-vous que les médias ont pu jouer pour propager cette tendance? Enfin, quel rôle pensez-vous que les médias pourraient jouer pour corriger ou du moins aider à corriger cette tendance que nous avons observée?

● (1625)

Marie-Philippe Bouchard: Le paysage et les attentes des auditoires ont beaucoup changé, tout comme la fiabilité de l'information qui est diffusée, à bien des égards. Nous savons aussi que les outils d'intelligence artificielle qui sont maintenant déployés — parfois pour le mieux, mais souvent pour le pire — peuvent manipuler des images et rendre crédible quelque chose de complètement fictif.

C'est une grave préoccupation, avec laquelle nous composons au quotidien, même dans le cadre de la production des reportages. Nos journalistes font faces à des gens qui hésitent à leur parler, parce qu'ils ne savent pas s'ils peuvent leur faire confiance. C'est un problème pour tous les médias. Ce n'est pas propre à CBC/Radio-Canada, mais nous sommes très présents sur le terrain, dans ces situations, alors cela nous touche.

Que pouvons-nous faire? Nous avons déjà commencé à investir dans l'éducation aux médias au moyen d'outils qui sont à la disposition de tous, et je pense que nous devons poursuivre en ce sens. Si les journalistes expliquent comment certains faits ont été déformés par certaines sources, les gens pourront ensuite développer leur propre capacité à faire la distinction entre les faits et la fiction, entre la manipulation et la désinformation. Je pense que nous pourrions en faire beaucoup plus dans ce domaine collectivement, en tant que médias, et avec les écoles et les universités. En fait, nous avons créé un programme dans le cadre duquel nous discutons avec les étudiants universitaires des façons dont ils peuvent se prémunir contre les risques de désinformation et de manipulation, mieux identifier les sources fiables et remettre en question ce qu'ils voient. Je pense que nous devons investir collectivement en ce sens, mais CBC/Radio-Canada peut jouer un rôle de chef de file à cet égard. Nous avons développé des outils. Nous pouvons les partager.

Je parlais plus tôt de la conversation sur les commentaires des utilisateurs. On voit parfois des choses horribles, au point où certaines publications doivent tout simplement être fermées aux commentaires. Il n'est pas possible d'envisager de telles conversations... qui n'en sont pas réellement. Ce sont plutôt des combats de coqs. C'est insultant. Nous devons rétablir un espace où les gens peuvent avoir une conversation sensée et apprendre les uns des autres. Nous travaillons avec des partenaires à l'élaboration d'un tel outil. Il ne remplacera pas les grandes plateformes, mais si nous pouvons donner aux gens le goût d'avoir des conversations civilisées quelque part, ils auront alors un aperçu de ce que cela peut être. On reviendra alors peut-être à quelque chose d'un peu plus utile... pour ouvrir son esprit afin de pouvoir se faire sa propre idée. Je pense que c'est ce qui est le plus tragique: si, en tant que peuple, nous ne sommes pas en mesure de décider par nous-mêmes, parce que nous n'arrivons pas à distinguer le vrai du faux ou à savoir à quoi nous pouvons nous fier, notre démocratie en sera menacée.

Fares Al Soud: Merci. C'était parfait.

La présidente: C'était très bien dit. Merci.

[Français]

Monsieur Généreux, vous avez la parole pour cinq minutes.

Bernard Généreux (Côte-du-Sud—Rivière-du-Loup—Katomik—Témiscouata, PCC): Merci, madame la présidente.

Madame Bouchard, je vous remercie d'être des nôtres aujourd'hui.

J'aime les chiffres. Le budget total de CBC/Radio-Canada pour l'année 2024-2025 était autour de 1,4 milliard de dollars.

Le montant de 150 millions de dollars que vous a promis le gouvernement a-t-il été versé, ou le sera-t-il?

Ce montant fait-il partie de votre budget annuel cette année?

Marie-Philippe Bouchard: Non, le montant de 1,4 milliard de dollars est un crédit budgétaire. Ce n'est pas notre budget total, parce que ça n'inclut pas nos revenus autonomes.

• (1630)

Bernard Généreux: Par le passé, il y avait des bonis versés à des cadres supérieurs.

Sur les 7 000 employés que compte CBC/Radio-Canada, combien d'employés sont considérés comme des cadres supérieurs?

Marie-Philippe Bouchard: Il y a environ 1 200 cadres, dont 200 cadres supérieurs, sauf erreur de ma part. Il y a environ 1 200 cadres et professionnels que nous appelons des employés non affiliés. Ces employés ne sont pas syndiqués, et ils ont des responsabilités. Les cadres supérieurs forment un plus petit groupe.

Bernard Généreux: Pour ce qui est des bonis versés sous l'ancien régime, parlez-vous des cadres supérieurs ou des 1 200 cadres en question?

Marie-Philippe Bouchard: Il s'agit des 1 200 cadres.

Bernard Généreux: Vous avez décidé de supprimer cette façon de faire, mais la masse salariale a quand même augmenté de 40 millions de dollars cette année.

Y a-t-il une raison particulière à cela?

Marie-Philippe Bouchard: Ce n'est pas tout à fait 40 millions de dollars, mais plutôt 37 millions de dollars. Cela inclut les augmentations salariales de tous les employés syndiqués, c'est-à-dire 80 % de notre main-d'œuvre.

Le montant que vous mentionnez, qui se rapproche plus de 37 millions de dollars, correspond à une augmentation de la masse salariale totale, ce qui inclut les augmentations négociées avec nos employés syndiqués dans le cadre des conventions collectives.

Bernard Généreux: Les conventions sont-elles établies pour trois ans?

Marie-Philippe Bouchard: Ça varie. Je pense qu'elles sont toutes en vigueur en ce moment. Les échéances doivent être en 2026 ou en 2027.

Bernard Généreux: Si j'ai bien compris, le montant que le gouvernement vous a promis n'a pas encore été versé, mais il le sera en 2026 ou en 2027, avant que ces augmentations soient mises en vigueur.

Est-ce exact?

Marie-Philippe Bouchard: Je ne sais pas. Ça va dépendre de ce que les parlementaires vont voter dans le budget. Je n'ai pas d'information à cet égard.

Bernard Généreux: Si c'est le cas, ça voudrait dire que, globalement, les augmentations de salaire viendraient gober une bonne partie de cet argent et qu'il n'y aurait pas nécessairement de nouveaux services.

Est-ce bien cela?

Marie-Philippe Bouchard: Non, je ne pense pas que nous puissions tirer cette conclusion. Les augmentations de salaire versées dans l'année courante ont été planifiées en conséquence.

Présentement, nous commençons un autre cycle budgétaire, et nous attendons de voir quelle sera la décision du Parlement relativement au budget.

Bernard Généreux: Vous est-il possible de nous transmettre un document, qui serait évidemment confidentiel et ne serait fourni qu'aux membres du Comité, qui montre l'augmentation de salaire de ces 1 200 cadres? Cela nous permettrait de comparer cette augmentation avec ce qui se faisait auparavant, soit dans le cadre de l'ancienne façon de faire qui incluait des bonis.

Je suis entrepreneur, et je sais que les bonis ne sont pas donnés tous les ans. Il arrive que les affaires ne soient pas faciles certaines années.

Les bonis sont-ils versés en fonction de critères précis? Je crois qu'à l'époque, on se basait sur certains critères de rendement.

Compte tenu de la fin des bonis — ou des augmentations de salaire, selon la façon dont on voit cela —, liés à des critères de rendement, comment faites-vous pour justifier le versement de salaires plus élevés, le cas échéant, alors qu'il n'y a pas nécessairement d'augmentation de la clientèle ni d'amélioration des services, par exemple?

Marie-Philippe Bouchard: Il y a beaucoup de choses dans votre question. Je vais donc essayer de ne pas fournir une réponse trop longue et de démêler tout ça.

Un rapport de la firme Mercer a été rendu public sur notre site organisationnel. Le conseil d'administration l'avait commandé pour établir la conformité de notre système de rémunération totale visant nos 1 200 employés non affiliés, qui ne sont pas tous des cadres supérieurs.

Ce rapport établit la façon dont la structure de rémunération est bâtie, ce qui inclut la composante variable, à savoir ce que nous appelons les bonis. On y parle aussi de la manière dont la structure se compare à son marché de référence.

Notre stratégie est de nous maintenir à la médiane du marché, c'est-à-dire que 50 % des entreprises et des organismes paient plus que nous et 50 % paient moins. Nous sommes vraiment au milieu.

Quand nous avons considéré la possibilité de mettre fin aux programmes de rémunération variable ou de bonis, la firme Mercer nous a recommandé de nous assurer de maintenir notre position dans le marché pour préserver notre capacité d'attirer et de retenir les talents dont nous avons besoin.

Il ne s'agit donc pas de payer plus que les autres, mais plutôt de ne pas descendre en deçà de la médiane. Nous avons donc ajusté les salaires pour maintenir notre position, mais nous ne ferons pas d'ajustements récurrents. Il n'y aura pas...

• (1635)

Bernard Généreux: Il y a donc eu une augmentation de salaire des...

La présidente: Je suis désolée, mais votre temps de parole est largement dépassé.

[Traduction]

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

David Myles (Fredericton—Oromocto, Lib.): Merci beaucoup.

Nous vous remercions d'être avec nous, madame Bouchard.

Au cours des dernières années, j'ai réalisé une chose au sujet de CBC/Radio-Canada: non seulement les gens qui n'aiment pas la société la critiquent, mais ceux qui l'aiment la critiquent eux aussi, et je crois qu'il y a de la place pour cela. C'est une institution canadienne qui peut toujours faire mieux, et les Canadiens sont en droit de lui demander de s'améliorer, et de la remettre en question.

Marie-Philippe Bouchard: Je suis d'accord avec vous.

David Myles: J'ai vu la société changer au fil des ans. Je dois dire que je n'écoute pas toutes les émissions, mais j'écoute *Power & Politics* pendant que je m'entraîne le matin. À titre d'information, mes collègues Larry Brock, Scott Aitchison, Andrew Scheer, Melissa Lantsman et Michelle Rempel Garner y ont tous été invités depuis que j'ai commencé à écouter l'émission il y a quelques mois,

alors il y a une bonne représentation; ils ont tous fait un excellent travail. Vos collègues font également un excellent travail pour cette émission, et ce n'est qu'une seule parmi de nombreuses autres.

Je m'intéresse à la conversation sur la polarisation. Je crois que ce qui se passe aujourd'hui, c'est que la conversation sur la diversité porte de plus en plus sur la diversité d'opinions, la diversité de pensée. Comment cela peut-il faire partie de la conversation sur la diversité pour le radiodiffuseur? Je pense que c'est ce que beaucoup de députés soulèvent.

Au Canada, il me semble que l'une des grandes sources de polarisation, c'est le monde urbain par opposition au monde rural. Je me demande si certains sondages vous ont donné une impression semblable, et aussi si une partie de la centralisation qui a eu lieu au cours des 15 dernières années... Je remarque qu'il y a un certain revirement à cet égard, et je me demande s'il s'agit d'un effort pour combler le fossé entre les régions rurales et urbaines, qui, à mon avis, est probablement l'un des plus prononcés au Canada, plus que celui entre la droite et la gauche. Je me demande simplement si c'est ce qui a été envisagé.

Marie-Philippe Bouchard: Tout d'abord, je suis tout à fait d'accord avec vous. Je travaille avec CBC/Radio-Canada depuis longtemps, et on me demande constamment... Les gens en demandent beaucoup à leur radiodiffuseur public, et c'est une bonne chose. J'ai toujours trouvé cela positif, parce qu'ils ont un sentiment d'appartenance à la société. Ils estiment qu'elle est essentielle pour eux et ils veulent qu'elle soit le meilleur possible. C'est une grande source de motivation pour nous — pour les employés et pour moi en tant que cheffe —, ce lien et ces attentes. Cela nous pousse à aller plus loin, ce qui est une bonne chose. Comme vous le constaterez, je crois que notre plan est honnête à ce sujet. Nous pouvons faire mieux, et nous voulons le faire.

Pour ce qui est des régions rurales et urbaines, je suis encore une fois tout à fait d'accord avec vous. Lorsque j'ai commencé ma carrière au milieu des années 1980 — je suis vieille —, il y avait tellement de gens, tellement d'émissions tournées dans beaucoup de régions. Puis, au fil des diverses vagues de compressions budgétaires, nous nous sommes de plus en plus concentrés dans les grandes régions urbaines. Nous avons perdu quelque chose. Nous avons maintenu une partie de cet étalement à la radio, mais comme la télévision coûte plus cher à produire, elle s'est de plus en plus concentrée dans les grandes villes.

C'est surtout le cas... Lorsque je suis allée dans l'Ouest, j'ai beaucoup discuté de ce sujet avec des gens d'affaires, avec des citoyens ordinaires, avec d'autres médias émergents et établis. Nous avons parlé de l'importance d'entendre parler de ce qui compte pour les gens de l'industrie agricole, des pêches, dans diverses régions qui sont vraiment importantes pour notre développement économique, pour notre culture, mais nous semblons être trop loin d'eux pour les entendre régulièrement.

Nous avons fait des choses merveilleuses, comme nous rendre dans certaines régions pendant un jour ou deux pour nous asseoir avec les gens et les écouter. Nous ne le faisons pas de façon continue, alors ce n'est pas suffisant, mais nous pouvons ainsi nous ouvrir l'esprit à ce que l'on ne voit pas si l'on ne rencontre pas ces gens au quotidien, qu'on ne les connaît pas. Je crois fermement que la diffusion locale et notre établissement à certains endroits où nous ne sommes jamais allés, ou notre retour là où nous n'étions pas allés depuis longtemps, sont d'une grande valeur.

Nous devons aussi être conscients de l'état des médias locaux dans ces endroits, et veiller à nous associer à eux pour leur apporter notre soutien, afin qu'il y ait une diversité de voix et que nous ne soyons pas la seule source d'information. Ce serait une perte pour les Canadiens.

C'est une question d'équilibre, mais je crois que vous avez raison de dire que le fossé entre les régions urbaines et rurales contribue à créer un sentiment de déconnexion.

• (1640)

David Myles: Oui, je crois que c'est important d'entendre ces histoires, surtout sur les ondes du diffuseur national. C'est une partie importante de notre pays.

La présidente: Vous n'avez malheureusement plus de temps, monsieur Myles.

Merci. C'était une conversation très intéressante.

[Français]

Monsieur Champoux, vous avez la parole pour deux minutes et demie.

Martin Champoux: Merci, madame la présidente.

Madame Bouchard, dans votre plan stratégique, vous avez décrit des mesures, qui ont été prises avec beaucoup de bonnes intentions. J'ai hâte de voir comment elles seront déployées.

Un paragraphe a toutefois retenu mon attention. Vous y dites que vous vous engagez à offrir plus de contenu lié à la culture, à la musique et au sport amateur, ainsi qu'une couverture pancanadienne avec une attention particulière portée aux communautés de langue officielle en situation minoritaire et aux francophones. Selon vous, cela permettra aux organismes d'obtenir des commandites et une visibilité nationale et internationale.

Allez-vous ramener l'émission télévisée *Les héros du samedi*?

Marie-Philippe Bouchard: Je ne sais pas.

Martin Champoux: Si vous ramenez cette émission, pouvez-vous vous engager à garder la musique originale, s'il vous plaît?

Marie-Philippe Bouchard: Ah, mon Dieu! Vous êtes nostalgique, monsieur Champoux.

Martin Champoux: Pour revenir aux choses sérieuses, je constate que vous avez pris beaucoup de bons engagements.

Une question a été posée un peu plus tôt sur la bonification du financement proposé par les libéraux en campagne électorale, à hauteur de 150 millions de dollars.

Avez-vous déjà des projets qui visent à intégrer ce montant additionnel, par exemple, en répondant à une demande assez généralisée de faire disparaître progressivement le besoin de recourir à la publicité, entre autres choses, mais aussi en favorisant la gratuité de l'accès à tous les niveaux des plateformes numériques de CBC/Radio-Canada?

Cet argent pourrait-il servir à faire un pas dans cette direction?

Marie-Philippe Bouchard: L'idée est de créer de la valeur publique, mais il faut aussi assurer un certain équilibre quant à la disponibilité des fonds, au rythme des versements et à la stabilité du financement.

Il s'agit de données très importantes. Par le passé, il arrivait que le financement soit renouvelé. Nous en étions très contents, mais

l'argent était souvent réinvesti pour une année ou deux seulement. Par la suite, on revenait à un niveau antérieur, ce qui nous empêchait de faire des investissements durables.

Dans le cas du déploiement régional, par exemple, nous embauchons des personnes, nous nous engageons dans leur carrière. Dans ce cas, nous ne pouvons pas vivre d'investissements temporaires.

Les changements structurels auxquels vous faites allusion ont des conséquences, parce qu'ils réduisent les ressources. Si on ne crée pas d'équilibre à l'aide de ressources supplémentaires prévisibles et stables, il est difficile de s'engager dans cette direction. Une fois qu'on sort d'une activité commerciale quelconque, il est très difficile d'y revenir.

Il faut donc avoir une prévisibilité et, pour l'instant, je ne l'ai pas.

Martin Champoux: Lors de la grande consultation menée par Mme St-Onge, à laquelle vous avez d'ailleurs participé, on a beaucoup parlé du modèle de financement de CBC/Radio-Canada.

Advenant une augmentation du budget, seriez-vous favorable à l'idée de revoir ce modèle et de vous distancer du marché publicitaire?

Marie-Philippe Bouchard: Je pense...

La présidente: Il vous reste quatre secondes.

Marie-Philippe Bouchard: Je vous renvoie à la réponse que j'ai donnée la dernière fois.

Si l'on veut maintenir une masse critique d'activités et éviter des pertes au profit de Google, la présence de publicité à CBC/Radio-Canada, en particulier dans le marché francophone, représente une certaine valeur. Il faut tenir compte de ces considérations.

Cependant, nous ne parlons pas de la publicité diffusée dans tous les types d'émissions, mais de celle diffusée pendant les bulletins de nouvelles. L'absence d'interruptions publicitaires pendant les nouvelles comporte des avantages, mais encore faut-il que cela ne nous prive pas de ressources très importantes qui nous permettent d'investir dans les services.

[Traduction]

La présidente: J'aimerais vous poser une question avant que nous allions plus loin.

Je représente une circonscription de Hamilton, en Ontario. Vous savez sûrement qu'il s'agit de la plus grande ville du pays n'ayant aucune station de radio de CBC indépendante. Nous avons eu une équipe temporaire qui diffusait avec Internet il y a quelques années, je crois, mais à ma connaissance, cette équipe a rapetissé depuis sa création, et nous n'avons toujours pas de station de radio de CBC.

L'année dernière, Global News a fermé le 900 CHML, une station de radio que les habitants écoutaient depuis des années pour s'informer. Ses journalistes manquent terriblement à la communauté.

On sent aujourd'hui un nouveau vent d'espoir en vue d'établir une station de radio de CBC à Hamilton, puisqu'il y a maintenant une place de libre, celle laissée par le 900 CHML, un poste que les gens de la ville ont l'habitude de syntoniser pour connaître les nouvelles et obtenir de l'information. Les habitants aimeraient vraiment pouvoir profiter de reportages locaux de CBC. Nous ne sommes pas Toronto, et on ne peut pas dire aux gens de Hamilton qu'ils n'ont qu'à syntoniser le 99.1. Ce n'est pas le même marché; ce n'est pas la même communauté.

J'aimerais une réponse à ce sujet, s'il vous plaît.

• (1645)

Marie-Philippe Bouchard: Je vais prendre la question en délibéré. Je sais que nous avons établi il y a quelque temps ce que l'on appelle une station de radio numérique. Ce n'est pas la même chose qu'une antenne ou une radio à part entière. Je vais étudier la question.

La présidente: Merci. C'est tout ce que je demande.

Madame Thomas, vous disposez de cinq minutes.

Rachael Thomas: Merci.

Madame Bouchard, le 15 septembre, lors d'une émission diffusée par Radio-Canada, la journaliste Elisa Serret a tenu des propos malheureux. Elle a dit que les Juifs finançaient beaucoup la politique américaine; elle a aussi dit que les grandes villes étaient dirigées par des Juifs et qu'Hollywood était dirigé par des Juifs.

Je comprends que Mme Serret est suspendue pour une durée indéterminée, mais je me demande si en tant que PDG, vous condamnez ces propos de façon catégorique.

Marie-Philippe Bouchard: J'ai présenté des excuses à tous nos employés pour cet incident, et la direction de l'information a présenté des excuses à tous les téléspectateurs. C'est inacceptable.

Rachael Thomas: D'accord.

Condamnez-vous sans équivoque ces propos comme étant de nature extrêmement raciste?

Marie-Philippe Bouchard: Ils étaient inacceptables, blessants et contraires à nos normes et pratiques journalistiques.

Rachael Thomas: Je vous remercie, mais il ne s'agit pas du premier incident de ce genre. Des employés de CBC ont déjà tenu des propos antisémites et diffusé des reportages partiels.

Par exemple, lorsque CBC a couvert les événements du 7 octobre, les statistiques utilisées provenaient souvent du Hamas lui-même, qui est évidemment une organisation terroriste, et CBC les a citées comme si elles provenaient d'un ministère du gouvernement.

En outre, CBC a rapporté des nouvelles au sujet d'un prétendu bombardement d'un hôpital par Israël. Bien entendu, cette nouvelle a été diffusée par CBC comme une nouvelle de dernière heure alarmante, jusqu'à ce que l'on découvre quelques instants plus tard qu'il s'agissait en réalité d'un missile tiré par erreur par le Hamas, et que la cible n'était pas un hôpital, mais un stationnement adjacent à celui-ci. À ce stade, vous pouvez imaginer la haine et l'indignation dont était déjà victime une population vulnérable ici au Canada, notre communauté juive.

Ce genre de cas s'est produit à maintes reprises. Malheureusement, je n'ai pas le temps de tous les décrire, mais il y en a eu beaucoup.

Que faites-vous pour lutter contre cette rhétorique antisémite au sein de CBC et dans l'information qu'elle diffuse?

Marie-Philippe Bouchard: Lorsque l'on constate des cas d'information inexacte, nous suivons une procédure. Elle relève du bureau de l'ombudsman. Nous répondons à un grand nombre de questions et de plaintes. La direction de l'information fournit d'abord une réponse, puis, si le plaignant n'est pas satisfait, il peut s'adresser directement à l'ombudsman. Voilà comment nous nous améliorons. Si nous commettons des erreurs, nous y donnons suite en toute transparence.

Rachael Thomas: Avec tout le respect que je vous dois, la situation ne s'améliore pas. Nous en sommes toujours au même point. Le dernier incident en date s'est produit le 15 septembre. Des propos extrêmement racistes et antisémites ont été tenus à l'antenne.

Au nom du public canadien, et en particulier au nom de la communauté juive, ma question est la suivante: en tant que PDG de CBC, allez-vous mener une enquête approfondie pour remédier au type de racisme systématique qui existe au sein de votre organisation?

• (1650)

Marie-Philippe Bouchard: Notre objectif est de former nos journalistes et nos équipes et de les aider à repérer les situations où des tiers, des témoins ou d'autres personnes pourraient faire certaines déclarations, et à les traiter avec précaution. Nous essayons de nous procurer l'information auprès des meilleures sources possibles, et de respecter nos normes. Nous leur rappelons constamment nos normes.

Rachael Thomas: Ma question est très simple. Veuillez y répondre par oui ou par non. Allez-vous mener une enquête? Allez-vous vous assurer qu'il n'existe pas, à tous les niveaux de votre organisme, une forme de racisme systématique?

Marie-Philippe Bouchard: Ma réponse est que nous disposons de processus et de protocoles journalistiques très solides. Nous les examinons en permanence afin de nous préparer à toutes sortes de situations possibles.

Rachael Thomas: Avec tout le respect que je vous dois, madame Bouchard, ce que j'entends dans vos propos, c'est une réticence à procéder à un réexamen. Vous affirmez devant ce comité que tout va bien, que tout est en ordre et que vous avez déjà pris toutes les mesures possibles: « Il n'y a rien à voir ici. Allez voir ailleurs, mesdames et messieurs. »

Je vous demande si vous oseriez...

Marie-Philippe Bouchard: Je ne pense pas que ce soit ce que j'ai dit.

Rachael Thomas: ... mener une autre enquête au sein de votre organisation. Oseriez-vous effectuer un autre examen? Oseriez-vous mener une enquête?

Marie-Philippe Bouchard: Je suis désolée, madame la présidente, mais ce n'est pas ce que je dis. Je dis que le journalisme est un processus continu de remise en question, de réexamen et de contestation, et c'est ainsi que nous vivons. C'est ce que nous faisons, nous n'avons donc pas besoin de tout arrêter pour mener une enquête approfondie.

Rachael Thomas: Vous ne mènerez donc pas d'enquête supplémentaire...

Marie-Philippe Bouchard: Nous nous remettons constamment en question.

Rachael Thomas: ... et vous n'obtiendrez pas de renseignements supplémentaires.

La présidente: Merci.

Monsieur Myles, vous avez cinq minutes.

David Myles: Merci beaucoup.

J'ai une question au sujet du mandat. Je trouve toujours le mandat intéressant. Je pense qu'il consiste en gros à promouvoir les histoires canadiennes, à les exporter dans le monde entier, à soutenir les artistes locaux, à permettre aux Canadiens de raconter leur histoire à d'autres Canadiens et à unir le pays. Ce qui m'intéresse, c'est la relation entre le mandat et les cotes d'écoute, car cet équilibre est difficile à maintenir.

Je pense aux émissions culturelles. Je pense à *CBC Music Top 20*. Quand on parle d'émissions culturelles — et je suis sûr que c'est la même chose à Radio-Canada —, on a toujours tendance à vouloir diffuser des succès américains, car ils attirent les auditeurs. Je suis sûr qu'à la télévision, les séries américaines attirent les téléspectateurs, ce qui fait grimper les cotes d'audience. Mais en même temps, la diffusion de ces émissions ne justifie pas leur financement par des fonds publics et ne correspond pas à leur mandat. Puis, tout à coup, on entre en concurrence avec des entités commerciales sur des marchés importants. Par exemple, sur le marché du rock léger, les émissions diffusent des artistes similaires à des moments similaires.

Comment CBC peut-elle mettre en œuvre son mandat, et quel est le rapport avec les taux d'audience? C'est un équilibre délicat.

Marie-Philippe Bouchard: L'un de mes anciens supérieurs disait souvent: « Il n'y a pas de radiodiffusion publique sans public. » Nous devons donc rejoindre les gens. C'est pourquoi j'ai dit que la portée est un facteur essentiel: combien de Canadiens regardent réellement nos émissions, où qu'ils soient et sur quelle plateforme que ce soit? Même s'ils regardent YouTube ou TikTok, mais que le contenu est produit ou acquis par CBC, ce public compte pour nous. C'est une façon de rejoindre les gens.

Nous ne cherchons pas à occuper la première place. Parfois, nous finissons numéro un, mais c'est simplement le résultat de la diffusion d'un contenu de qualité que les gens ont envie d'écouter ou de regarder. Encore une fois, le succès de la radio repose entièrement sur le caractère local, notre capacité à être proches des lieux de vie des gens et de ce qui leur tient à cœur.

En ce qui concerne la musique, pendant plusieurs années, j'ai eu beaucoup de plaisir à diriger *Ici Musique* du côté français. Cette radio connaît un énorme succès, grâce à son approche très peu orthodoxe de la musique. Elle n'est pas formatée. Elle couvre plusieurs genres et elle est en pleine croissance. Ce constat en dit long sur notre capacité à servir d'intermédiaire entre les artistes et le public, et à leur faire découvrir de nouveaux artistes de façon intelligente. Nous excellons dans ce domaine.

Je pense que nous devons trouver un équilibre entre la création de moments où nous pouvons tous ressentir des choses ensemble... Samedi dernier, toujours sur Radio-Canada, nous avons diffusé le 400^e épisode de *En direct de l'univers*. Il était entièrement consacré aux fans de cette émission. Elle existe depuis 17 ans et elle est une formidable vitrine pour les talents locaux. C'est ce que nous faisons à CBC et à Radio-Canada. Notre priorité n'est pas la valeur commerciale ou l'audience de masse, mais plutôt au sentiment d'appartenance et l'expérience culturelle que nous créons.

• (1655)

David Myles: Pensez-vous qu'au fil des années, la chaîne a parfois penché davantage vers...? Il doit y avoir un équilibre. Vous savez que vous pouvez passer Beyoncé toutes les heures et que le taux d'audience va grimper. À partir de quel moment dites-vous non à Santana et oui à...?

Marie-Philippe Bouchard: Premièrement, nous avons créé une formule musicale qui est essentiellement canadienne. Nous diffusons le plus grand volume de contenu canadien sur le marché, donc c'est... De plus, nous offrons une diversité de genres inédite.

Nous recevons également des auteurs. Nous jouons un rôle important dans la vente des livres d'auteurs canadiens. Nos émissions et nos concours, comme *Le combat des livres* et son équivalent en anglais, font vendre des livres pour nos artistes et nos créateurs. Nous avons une influence réelle sur la façon dont les gens vivent la culture et découvrent les nouveaux artistes, et c'est très important, mais nous offrons aussi des moments où les gens se rassemblent autour d'une comédie ou d'une émission culte qui fait partie intégrante de leur expérience en tant que Canadiens.

David Myles: Pensez-vous que les programmes culturels vont également s'étendre aux régions?

Marie-Philippe Bouchard: Nous en avons déjà quelques-uns. Les formats numériques nous aident beaucoup, car ils sont moins contraignants que la production télévisuelle traditionnelle. Il est facile de diffuser du contenu audio, car il est déjà entièrement culturel et décentralisé. Le contenu télévisuel est un peu plus délicat; il est plus facile d'envisager plusieurs types d'expériences et de formats dans l'espace numérique.

David Myles: D'accord, mais les émissions musicales locales, par exemple, dans chacune de ces régions...

La présidente: Merci, monsieur Myles. Votre temps est écoulé.

Nous avons le temps de faire deux tours supplémentaires, à condition que nous procédions rapidement.

Je vais donner la parole à Mme Thomas.

Vous avez six minutes.

Rachael Thomas: Parfait. Merci beaucoup.

Madame Bouchard, ma question concerne les travailleurs étrangers temporaires. On a appris que CBC en avait recruté 20 depuis 2015 rien qu'en Ontario. Ces postes étaient considérés comme « hautement rémunérés ». Pourquoi les travailleurs canadiens ne sont-ils pas assez compétents pour CBC?

Marie-Philippe Bouchard: À ma connaissance, aucun travailleur étranger temporaire n'est actuellement employé à CBC. Je ne suis pas au courant des événements de 2015 que vous évoquez, mais il n'y en a aucun à l'heure actuelle.

Rachael Thomas: Avez-vous vu le rapport qui a été publié? Vous n'êtes pas au courant qu'il existe un rapport sur l'emploi de travailleurs étrangers temporaires par CBC.

Marie-Philippe Bouchard: Ce que je dis, c'est qu'à ma connaissance, il n'y en a actuellement aucun.

Rachael Thomas: Ce n'est toutefois pas la question que je vous pose.

Marie-Philippe Bouchard: Je ne sais pas ce qui s'est passé en 2015. Je n'étais pas là.

Rachael Thomas: Bien sûr. Vous êtes très douée pour éluder les questions et essayer de les esquiver comme si la responsabilité incombaît au dernier PDG et que vous n'étiez pas tenue de répondre au nom de l'organisation pour les événements antérieurs aux 11 derniers mois. Madame Bouchard, vous comparez devant nous. Vous occupez ce poste, vous exercez cette fonction et vous devez donc assumer les responsabilités qui en découlent. On s'attend à ce que vous connaissiez un peu l'histoire de CBC et les décisions qui ont été prises.

Depuis 2015, 20 travailleurs étrangers temporaires ont été employés par la CBC, et ce, rien que dans la province de l'Ontario. Les travailleurs canadiens ne sont-ils pas assez compétents pour CBC?

Marie-Philippe Bouchard: Nous employons actuellement 7 000 Canadiens. C'est le nombre de Canadiens qui travaillent pour CBC. Je pense que ce sont des employés exemplaires. Je ne vois pas pourquoi vous diriez que les travailleurs canadiens ne sont pas assez compétents pour CBC. Ce n'est pas ce que montrent les faits.

Rachael Thomas: Ne me faites pas dire ce que je n'ai pas dit, madame Bouchard. Je n'ai pas fait cette déclaration, mais les actions de CBC vont dans ce sens. Elles laissent entendre que les travailleurs canadiens ne sont pas assez compétents.

Parmi les postes pourvus, on trouve notamment des programmeurs informatiques, des techniciens en réseaux informatiques, des consultants en gestion d'entreprise, des chercheurs en marketing, des annonceurs et des techniciens de diffusion. De nombreuses personnes dans ce pays seraient ravies d'assumer ces fonctions et possèdent toutes les qualifications requises pour le faire.

Je demande pourquoi les Canadiens n'ont pas eu la priorité sur les travailleurs étrangers temporaires.

• (1700)

Marie-Philippe Bouchard: Encore une fois, je ne sais pas à quoi vous faites référence, car je n'étais pas là. D'après les renseignements dont je dispose, aucun travailleur étranger n'est actuellement employé par CBC, qui compte 7 000 employés canadiens.

Rachael Thomas: Dans ce cas, vous engagez-vous à communiquer à ce comité le nombre total de travailleurs étrangers temporaires embauchés au sein de CBC et de CBC/Radio-Canada ces dix dernières années, ainsi que les postes pour lesquels ils ont été embauchés, et à fournir ces renseignements pour qu'ils soient inclus dans le rapport d'ici la fin octobre?

Marie-Philippe Bouchard: Je ne sais pas si ces renseignements existent ou non. Si oui, je me ferai un plaisir de vous les fournir, mais je ne connais pas ces chiffres.

Rachael Thomas: Les dossiers d'emploi des dix dernières années ne sont-ils conservés nulle part à CBC?

Marie-Philippe Bouchard: Je dis simplement que je ne sais pas s'ils existent. Si oui, je vous les fournirai volontiers. S'ils n'existent pas, je ne pourrai pas le faire.

Rachael Thomas: D'accord. Je vous en serais reconnaissante. Merci beaucoup.

Je vais céder la parole à mon collègue, M. Waugh.

Kevin Waugh: J'aimerais vous demander de clarifier quelque chose, madame Bouchard.

Vous avez dit que le CRTC pourrait considérer que le nombre d'abonnés est confidentiel. Est-ce qu'il vous interdit de divulguer ces chiffres, ou cette décision vous appartient-elle entièrement?

Marie-Philippe Bouchard: Vous avez tout à fait raison. On ne nous interdit pas de divulguer ces renseignements, mais nous devons simplement tenir compte des conditions dans lesquelles nous sommes tenus de négocier avec les distributeurs. Nous discutons avec toutes sortes de distributeurs au sujet de notre contenu, de nos plateformes et de nos applications. Il en découle un contexte dans lequel les renseignements ne doivent pas être accessibles aux personnes avec lesquelles vous négociez.

Kevin Waugh: Vos avocats se sont présentés aujourd'hui devant le tribunal pour tenter d'empêcher la divulgation du nombre d'abonnés à CBC Gem... Votre organisation a été très active aujourd'hui, et a envoyé ses avocats pour dire non, nous n'allons pas parler des abonnements à CBC Gem. Pourquoi?

Marie-Philippe Bouchard: Je vais reformuler ma réponse à votre question précédente. Nous sommes sur le marché et nous négocions avec des fournisseurs sur une base commerciale en vue de la distribution de notre contenu. Dans le cadre de ces négociations nous échangeons parfois des renseignements de nature sensibles. Nous disposons d'un organisme de réglementation qui reconnaît ce fait et autorise les personnes et les entreprises présentes sur ce marché à considérer que cette information est confidentielle.

Nous disposons d'une interprétation du commissaire à l'information selon laquelle nous n'avons pas respecté la norme relative à la confidentialité. Nous souhaitons concilier ces deux interprétations, et c'est pourquoi nous avons demandé à la Cour fédérale d'examiner la situation.

Kevin Waugh: D'accord, vous avez raison. Il y a quelque temps, le commissaire à l'information a demandé à CBC de divulguer ces chiffres.

Je ne sais pas ce que vous cachez. Je ne le sais vraiment pas, car vous êtes un diffuseur public. Vous recevez des fonds publics et vous n'êtes pas en concurrence avec Bell Media, Crave ou d'autres entreprises de ce genre. Je connais les indicateurs de mesure d'audience de la radio, de la télévision et des médias numériques, et je ne vois pas pourquoi CBC Gem ne peut pas déclarer: « Nous avons 1 500 abonnés. » Cela dure depuis six ans. Je pense que c'est le minimum...

Marie-Philippe Bouchard: Je vous ai donné un chiffre...

Kevin Waugh: Où sont la responsabilité et la transparence dont vous parlez dans le plan quinquennal?

Marie-Philippe Bouchard: Je vous ai donné un chiffre tout à l'heure: 5,3 millions de comptes créés.

Kevin Waugh: Ce chiffre ne correspond pas au nombre d'abonnements.

Marie-Philippe Bouchard: Je reconnais qu'il diffère du nombre d'abonnements payants.

La présidente: Votre temps est écoulé, monsieur Waugh. Merci beaucoup.

Monsieur Al Soud, vous avez six minutes.

Fares Al Soud: Merci, madame la présidente.

Madame Bouchard, vous avez répondu avec beaucoup de franchise, et je tiens à vous dire que nous vous en sommes reconnaissants.

Tout à l'heure, dans l'excellente réponse que vous avez donnée, vous avez mentionné les outils d'IA. Comme vous le savez peut-être, ce comité mène actuellement une étude sur les répercussions des progrès technologiques en matière d'IA sur nos industries créatives. J'aimerais vous donner l'occasion de nous faire part du point de vue de CBC/Radio-Canada à ce sujet, notamment en ce qui concerne les répercussions de ces progrès sur les journalistes et sur votre façon de travailler.

J'aimerais aussi savoir quel rôle, selon vous, CBC/Radio-Canada pourrait jouer dans l'établissement de normes nationales pour une utilisation éthique et transparente de l'IA.

Marie-Philippe Bouchard: C'est une question très pertinente et très intéressante, et je crois qu'elle préoccupe tous les acteurs du secteur de la création.

On s'inquiète du vol de propriété intellectuelle que permettent les processus d'IA, du moissonnage de données, qui touche tous les médias privés de leur propriété intellectuelle, du travail acharné qu'ils font et pour lequel ils paient et qui est utilisé pour former des modèles.

On s'inquiète également du doublage des artistes ou du fait que leur voix peut être reproduite pour leur faire dire des choses qu'ils n'ont jamais dites, parfois dans le but de frauder les gens, ce qui est encore pire pour leur image. Il se passe beaucoup de choses inquiétantes.

L'IA a aussi un grand potentiel, et c'est là tout le paradoxe. Nous pouvons tous rester les bras croisés et dire que c'est horrible, mais que c'est ainsi, ou nous pouvons en tirer parti dans une certaine mesure et l'utiliser à bon escient. Je pense que notre pays compte de nombreux scientifiques et de nombreux artistes très intelligents qui sont bien outillés pour nous aider à exploiter ce potentiel, tout en essayant de protéger... L'État a assurément un rôle à jouer quant à l'établissement de règles de base qui nous permettraient de protéger la propriété intellectuelle et la valeur de ce que les gens investissent dans leurs créations. Parallèlement, il y a aussi beaucoup à faire pour renseigner les citoyens à propos des médias afin de préserver leur capacité à comprendre d'où viennent les informations qu'ils consomment et à discerner les vraies des fausses, voire à reconnaître les hypertrucages.

Il y a ensuite la question de savoir comment les médias et la communauté elle-même peuvent travailler de concert pour développer des pratiques et des méthodes de travail qui respectent la propriété intellectuelle, les faits et les citoyens, mais qui améliorent la productivité et nous permettent, la maîtrise de ces outils aidant, de créer plus de contenu à un coût raisonnable.

Nous devons absolument mettre nos savoirs en commun et travailler en collaboration. Je ne pense pas que nous pourrions nous développer en travaillant chacun de notre côté. Nous sommes trop petits par rapport aux grands acteurs qui prennent actuellement le monde entier d'assaut, et il serait très profitable de travailler ensemble. Nous discutons avec nos partenaires et nos partenaires potentiels des problèmes qui se présentent à eux et de la possibilité de joindre nos forces, et je m'attends à ce que ces discussions se poursuivent et s'accroissent.

• (1705)

Fares Al Soud: C'est fantastique. Merci encore de cette réponse très complète.

[Français]

Je vais aborder un autre sujet.

J'aime bien Toronto, surtout quand les Blue Jays jouent bien. Toutefois, la ville a parfois un côté un peu étouffant. C'est d'ailleurs ce qu'on remarque à Mississauga du côté des médias, ces jours-ci.

De la même manière, les radiodiffuseurs nationaux jouent un rôle extrêmement important par rapport à l'information diffusée au public, mais ils peuvent aussi risquer d'éclipser ou de détourner l'attention des auditoires des plus petits médias locaux, ce qui contribue à la création de déserts médiatiques.

Pourriez-vous nous parler un peu plus de cette situation?

Marie-Philippe Bouchard: Dans notre plan de déploiement régional, nous avons ciblé des marchés qui sont adjacents à de plus grands marchés. Mme la présidente faisait allusion à Hamilton, et je suis très sensible à cela.

Au Québec, dans la ville de Lévis et dans toute la région de Chaudière-Appalaches, ainsi que dans la région de Peel, dans le grand Toronto, les marchés sont périphériques. Ces villes ont une vie économique et culturelle qui leur est propre. Il arrive souvent que de telles villes ne soient pas desservies suivant l'ancienne méthode prévoyant une station au centre-ville.

L'idée de déployer des bureaux et de créer du contenu accessible sur toutes nos plateformes, à partir de ces bureaux, permet non seulement d'offrir de l'information locale, mais aussi de créer un potentiel de reflet national à ces communautés.

Or, c'est doublement bénéfique pour les communautés. Pour notre organisme, c'est une occasion de nous rapprocher des communautés très urbaines, des communautés très rurales et des couronnes.

Les couronnes sont souvent des endroits où, effectivement, le sentiment de proximité avec les grands médias est moins grand et où la confiance, sans dire nécessairement qu'elle s'érode, peut être moins nourrie. L'objectif, c'est vraiment de nourrir cette confiance avec du contenu pertinent.

Fares Al Soud: Merci beaucoup.

[Traduction]

Le Canada est souvent cité comme l'un des pays où le paysage médiatique est le plus transparent et le plus fiable, comme en témoigne le renouvellement de la certification de CBC/Radio-Canada par la Journalism Trust Initiative de Reporters sans frontières, en septembre 2024.

Pouvez-vous nous expliquer pourquoi, selon vous, le Canada est perçu à l'échelle mondiale comme étant un pays transparent et fiable?

Marie-Philippe Bouchard: Tout d'abord, je pense que nous disposons d'une structure de gouvernance très solide pour les médias. Nous avons des médias publics indépendants, ainsi que des médias privés et communautaires. Le secteur de la radiodiffusion a toujours été un marché hybride, et nous avons toujours eu une presse écrite très forte, mais qui a été fortement remise en question. J'espère qu'elle sera en mesure de se transformer et d'évoluer vers autre chose. Il reste encore quelques grands journaux. Ils sont désormais plus numériques qu'imprimés, mais ils restent très importants. La diversité des sources est l'un des facteurs.

L'existence de protections juridiques pour les journalistes et les médias qui garantissent leur indépendance, protègent leurs sources et soutiennent leur capacité à accéder à l'information gouvernementale, ainsi que le fait que les responsables gouvernementaux répondent — car il existe des cultures et des pays où l'on peut poser toutes les questions que l'on veut sans obtenir de réponse — et que nos gouvernements se sentent responsables et répondent aux questions des journalistes, tout cela induit une culture qui rend les médias plus fiables, plus dignes de confiance et plus indépendants.

• (1710)

La présidente: Je vous remercie.

[Français]

Monsieur Champoux, vous avez la parole pour six minutes.

Martin Champoux: Merci, madame la présidente.

Madame Bouchard, si vous regardez autour de la table, vous constaterez que quelques-uns d'entre nous avons des cheveux gris — bien que certains le camouflent bien. Nous avons vécu l'époque où nous devions être un peu curieux pour aller chercher l'information, pour être informés. Il fallait lire le journal, il fallait planifier, dans notre horaire de soirée, le moment où on allait s'asseoir pour regarder le bulletin de nouvelles, le téléjournal ou d'autres sources d'information.

C'était une époque où il y avait moins de gens informés et davantage de gens moins informés. Aujourd'hui, il y a des gens bien informés parce que nous avons peut-être conservé cette curiosité d'aller chercher l'information aux bons endroits, en vérifiant les sources, notamment. De nombreux outils nous permettent de le faire. Par ailleurs, il y a des gens qui sont aussi en contact avec l'actualité, mais avec l'actualité provenant de toutes sortes de sources. Nous en avons un peu parlé tantôt. Vous avez parlé de littéracie numérique, et c'est là où je veux en venir.

J'ai l'impression qu'aujourd'hui, c'est encore un plus grand défi, parce qu'on n'a pas seulement à informer les gens, qui sont peut-être moins en contact avec l'actualité ou avec l'information, mais on doit aussi ramener des gens qui sont allés s'informer auprès de sources non fiables, lesquelles donnent de l'information non fiable. Ces sources font donc circuler des faussetés. Vous avez parlé de l'intelligence artificielle, c'est un bel outil, mais c'est aussi un fléau présentement.

Quand on se donne la mission d'améliorer la curiosité des prochaines générations, comment fait-on pour relever ce défi sans perdre espoir, sans se décourager?

Je ne dirais pas que c'est un combat perdu d'avance, ce qui serait très défaitiste, mais j'ai parfois l'impression que c'est un combat d'une immense envergure.

Qu'en pensez-vous?

Marie-Philippe Bouchard: En effet, c'est un grand défi.

La première chose qu'il faut faire, c'est d'être présent, c'est-à-dire être visible là où les gens consomment de l'information. Il y a des gens qui sont sur la plateforme YouTube à temps plein, en particulier des cohortes complètes de jeunes. Si on ne leur offre pas de contenu rigoureux ayant une visibilité sur YouTube, on manque le train.

Il faut aussi être présent lors d'activités éducatives et être en contact avec les jeunes. Chez Radio-Canada, on fait des visites sco-

laire toute l'année pour permettre aux jeunes de comprendre un peu comment on fabrique l'information et comment cette machine fonctionne. Il y a quelque chose d'un peu mystérieux là-dedans. Tout le monde peut fabriquer une vidéo, mais il faut savoir en quoi consiste une démarche rigoureuse. Il faut être conscient de la nécessité de faire des vérifications et d'avoir deux sources, parce qu'une seule source ne suffit pas.

Ce travail de démystification aide à outiller les jeunes pour qu'ils puissent exercer un certain jugement quant à l'information. Je pense que les médias et les établissements scolaires ont un travail collectif à faire. Il faudrait travailler davantage de concert.

Martin Champoux: C'est le sujet que je veux justement aborder.

Je suis conscient des efforts que vous faites. Plus tôt, vous avez parlé des sections informatives Rad et MAJ sur le site de Radio-Canada. Vous êtes présents et vous allez là où sont les jeunes publics en diffusant l'information dans un format qui les rejoint.

Cependant, les médias sociaux sont tout de même de grosses machines. Sur TikTok, pour chaque information fiable, il doit y en avoir 150 qui ne le sont pas. Vous ne pouvez pas commencer à les pointer et à les dénoncer systématiquement. Ce n'est pas votre rôle.

Néanmoins, en tant que société, nous devons trouver une façon de repérer les contenus qui ne sont pas vérifiés ou qui ne sont pas fiables. Il faut aussi le faire en tant que citoyens, et il faut former les jeunes en ce sens.

Cela étant dit, comment devons-nous faire cela?

Vous avez parlé tantôt de la collaboration avec les écoles, mais à quel âge faut-il commencer à sensibiliser les enfants? Ils fréquentent les médias sociaux sur les écrans à un âge de plus en plus jeune. Il me semble que le Canada est en retard. Il me semble qu'il devrait déjà avoir pris le taureau par les cornes, mais il ne le fait pas. Or, pendant ce temps, des jeunes risquent de tomber dans ce piège pendant des années.

Comment faire pour s'attaquer à ce problème rapidement?

• (1715)

Marie-Philippe Bouchard: Le fait qu'il y a moins de modération sur ces plateformes...

Martin Champoux: Elle est nulle.

Marie-Philippe Bouchard: Oui, cela s'est terriblement détérioré, au point que la modération est inexistante. Cela n'aide pas les choses.

En tout cas, c'est ce que nous constatons. Il n'y a pas d'encadrement. Dans toutes les autres formes de médias, il existe de l'encadrement. Cela se traduit parfois par de l'autorégulation, et le Conseil de presse du Québec sert à ça. Dans le cas des diffuseurs, il y a le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes, ou CRTC. À Radio-Canada, il y a les ombudsmans, notamment. Toutefois, dans le cas des plateformes Web, il n'y a rien. Il n'y a pas de cadre qui permet de les tenir pour responsables de quoi que ce soit.

Il faudrait donc mieux outiller les citoyens. Certains pays, comme les pays scandinaves, ont fait des efforts importants pour le faire au moyen d'un programme scolaire. Ces efforts se poursuivent ensuite dans les médias, particulièrement dans les médias publics, qui encouragent ces initiatives et les soutiennent.

Il doit y avoir une collaboration dans la société civile, parce qu'on ne peut pas compter sur les plateformes Web pour offrir de l'encadrement.

Martin Champoux: Vous avez tout à fait raison.

Si je ne me trompe pas, nous allons recevoir des représentants de Meta mercredi. Ils vont continuer de nous dire qu'ils font des efforts pour vérifier les contenus et qu'ils ont de la difficulté à retirer de fausses publicités de leurs plateformes. Nous en avons encore vu dans les médias cette semaine. Ces publicités incitent à...

La présidente: Veuillez m'excuser, mais je dois vous interrompre, monsieur Champoux. Il y a un problème lié à l'interprétation.

[Traduction]

Je vais suspendre la séance pendant une minute afin que nous essayions de régler le problème.

• (1715)

(Pause)

• (1730)

La présidente: Voilà. Reprenons nos travaux.

[Français]

Monsieur Champoux, je vous donne la parole pour une minute. Je pense que ça suffira.

Martin Champoux: Ce qui me déçoit, madame la présidente, c'est que vous dites qu'une minute me suffira, mais je vais prendre toutes les secondes que vous m'offrez. Je vous en remercie.

Madame Bouchard, nous nous battons, dans cette grande lutte, pour favoriser la littératie numérique. Nous voulons aussi instiller un peu de curiosité chez les gens qui vont consommer de l'information ou qui vont s'intéresser à l'actualité. Nous devons cependant faire face à des géants du numérique qui n'en ont cure. Ils n'en feront qu'à leur tête. Ils vont utiliser des outils, que nous voudrions constructifs et utiles, comme l'intelligence artificielle, et s'en servir à des fins complètement différentes. Ils s'en serviront pour propager encore plus de fausses nouvelles et des contenus souvent extrêmement douteux.

En conclusion, comment voyez-vous cette espèce de collaboration avec les entreprises étrangères du milieu, qui va être essentielle à un moment donné?

Marie-Philippe Bouchard: Je pense que c'est dans l'ADN du service public de penser à la société et de rechercher toutes les composantes qui la renforcent.

Il s'agit de réfléchir collectivement, avec tous les agents de changement qui peuvent servir. Je pense aux médias privés ou communautaires, ou encore aux médias de services publics, aux bibliothèques publiques, au système d'éducation, du primaire à l'université.

Il s'agira parfois de travailler avec des chercheurs pour mieux comprendre certains phénomènes et utiliser les points de contact que nous avons avec les auditoires pour comprendre ce qui se passe.

Ça se fait vraiment en pensant à tous les outils dont nous disposons dans la société. Nous, nous sommes des orchestrateurs. Nous pouvons travailler tellement mieux avec beaucoup de gens.

Martin Champoux: Nous ne devons jamais baisser la garde.

Merci beaucoup, madame Bouchard.

[Traduction]

La présidente: Madame Thomas, vous avez la parole pour cinq minutes.

Rachael Thomas: Merci.

Madame Bouchard, j'ai posé une question tout à l'heure au sujet des EIMT qui ont été obtenues et des travailleurs étrangers temporaires embauchés par CBC/Radio-Canada. Vous avez dit que cela ne s'était pas produit sous votre direction. La dernière EIMT a été obtenue au troisième trimestre de 2024, soit quelques mois avant votre arrivée en janvier 2025.

Que s'est-il passé alors? Si une EIMT a été obtenue, la personne visée n'a-t-elle jamais été embauchée?

Marie-Philippe Bouchard: Je suis désolée, quel est cet acronyme que vous utilisez? Je ne le connais pas.

Rachael Thomas: Une EIMT — une étude d'impact sur le marché du travail — est une autorisation délivrée par la province d'embaucher un travailleur étranger temporaire à un poste. CBC/Radio-Canada en aurait obtenu une après avoir démontré qu'elle a cherché un travailleur canadien pour occuper ce poste, mais qu'elle n'en a pas trouvé.

• (1735)

Marie-Philippe Bouchard: D'accord.

Rachael Thomas: La CBC/Radio-Canada a demandé une autorisation d'EIMT et l'a obtenue au troisième trimestre de 2024, juste avant le début de votre mandat. Cela semble figurer dans les registres de votre mandat de présidente-directrice générale, mais vous avez dit tout à l'heure que cela ne s'était pas produit sous votre direction. Cette personne a-t-elle été embauchée puis licenciée à peine quelques mois plus tard?

Marie-Philippe Bouchard: Je n'ai aucune information à ce sujet, je vais donc devoir me renseigner.

Rachael Thomas: D'accord. Sous votre direction, soit depuis votre arrivée en 2025, aucun travailleur étranger temporaire ne travaille ou n'a travaillé à la CBC/Radio-Canada. Est-ce exact?

Marie-Philippe Bouchard: C'est l'information dont je dispose, mais je peux vérifier.

Rachael Thomas: Merci. Vous communiquerez cette information au Comité. Cela vous convient-il?

Marie-Philippe Bouchard: Bien sûr.

Rachael Thomas: Très bien.

Compte tenu de la hausse du chômage, vous engagez-vous également auprès du Comité à ne pas embaucher de travailleurs étrangers temporaires pour pourvoir des postes pendant votre mandat de PDG?

Marie-Philippe Bouchard: À vrai dire, nous sommes dans un environnement où nous embauchons les meilleurs talents possibles. Nous embauchons évidemment une grande proportion de Canadiens. Il peut y avoir des cas où, pour certains types de travail très particuliers, nous devons aller chercher ce qui est nécessaire. S'il existe un processus et qu'il est approuvé par l'autorité compétente, je ne vois pas exactement ce que vous pourriez lui reprocher. Cela dit, il se peut que je ne le connaisse pas suffisamment ce processus.

Rachael Thomas: Ma réserve vient du fait que le taux de chômage augmente au Canada et que CBC/Radio-Canada cherche ses talents ailleurs plutôt qu'ici.

Marie-Philippe Bouchard: Je ne pense pas qu'il soit exact de dire que nous cherchons ailleurs...

Rachael Thomas: Avec tout le respect que je vous dois...

Marie-Philippe Bouchard: Si vous me permettez de terminer ma réponse, nous examinons de manière approfondie...

Rachael Thomas: La dernière EIMT a été déposée pour l'embauche d'un consultant en gestion des opérations. Je pense qu'il y en a beaucoup au Canada.

Marie-Philippe Bouchard: Encore une fois, je ne connais pas l'exemple auquel vous faites référence. Je vais devoir me renseigner. Ce que je veux dire, c'est que nous sommes en interaction constante avec les universités et les collèges, ainsi qu'avec les salons de l'emploi. Nos responsables du recrutement travaillent très fort pour trouver des talents et les former, et nous sommes étroitement liés au marché de l'emploi au Canada.

Rachael Thomas: Merci.

Je cède la parole à mon collègue, M. Diotte.

Kerry Diotte: Madame la présidente, je voudrais revenir sur la question de la partialité et de l'équilibre des médias. L'organisation AllSides évalue la partialité des médias. Elle classe *The Atlantic*, *The Guardian* et *Huffington Post* comme étant de centre gauche. Elle classe *Reuters*, *The Christian Science Monitor* et *Forbes* comme étant au centre. Elle classe *Fox News*, *National Review* et *The Epoch Times* comme étant à droite du centre. Je pense que la plupart des gens s'accorderaient à dire que cette classification est assez juste. Qu'en pensez-vous?

Marie-Philippe Bouchard: Eh bien, je veux dire, c'est leur classement.

Kerry Diotte: D'accord. Très bien.

En 2022, la même organisation a classé CBC/Radio-Canada comme étant de centre gauche. Que comptez-vous faire pour essayer de ramener CBC/Radio-Canada au centre du spectre?

Marie-Philippe Bouchard: Encore une fois, nous parlions tout à l'heure du fossé entre les zones urbaines et les zones rurales. Je pense que parfois, les enjeux qui touchent les villes ont tendance à être considérés comme potentiellement plus centristes ou de gauche, et les enjeux ruraux sont parfois considérés comme étant plus centristes ou plus à droite. Je pense qu'il faudrait élargir la portée...

Kerry Diotte: Cet organisme n'a pas examiné la différence entre les zones urbaines et les zones rurales en tant que telles. Elle s'est intéressée aux préjugés purs et simples.

Marie-Philippe Bouchard: Je comprends. Je voulais dire...

Kerry Diotte: Ils ont constaté que CBC/Radio-Canada avait des préjugés.

Marie-Philippe Bouchard: Non, vous me demandiez ce que nous allions faire à ce sujet, et je répondais que le fait de nous déployer dans un plus grand nombre d'endroits et d'être en contact avec plus de gens dans des contextes diversifiés améliorera notre capacité à refléter fidèlement l'état d'esprit du pays et les différents points de vue. C'est notre plan.

Kerry Diotte: J'ai assisté à de nombreux discours de Pierre Poilievre en Alberta. C'est lorsqu'il dit qu'il faut mettre fin au finance-

ment de la CBC qu'il reçoit de loin les applaudissements les plus nourris. Pourquoi pensez-vous que les Albertains sont si mécontents de la CBC au point de souhaiter la suppression de son financement?

Marie-Philippe Bouchard: Je ne sais pas exactement ce que pensent les personnes qui assistent à ces réunions. J'ai rencontré certains Albertains — pas tout le monde, évidemment — et nous avons eu des conversations franches sur ce qui, selon eux, manque dans notre couverture. J'ai également rencontré des personnes qui estiment que la CBC/Radio-Canada est absolument essentielle.

Je pense qu'il y a une diversité de sentiments à l'égard de la CBC/Radio-Canada. Pouvons-nous faire mieux? Toujours. Nous pouvons toujours faire mieux.

● (1740)

La présidente: Je vous remercie.

Madame Royer, vous avez la parole pour cinq minutes.

Zoe Royer: Merci, madame la présidente.

J'aimerais commencer mon intervention en soulignant certaines choses que j'apprécie vraiment de la CBC. L'une d'elles est une émission de radio intitulée *North by Northwest*. Il s'agit d'une émission qui ne joue qu'en Colombie-Britannique et qui fait vendre des livres. On y interviewe des auteurs locaux. Elle propose des contenus variés, notamment sur les Autochtones, ainsi que des interviews hors du commun. Je sais que beaucoup de gens citent cette émission comme source d'inspiration pour l'achat de leur prochain livre. Voilà pour la première chose que j'aime.

La deuxième est le site CBC Gem. Une émission que j'adore, dont le nom est similaire au titre précédent, s'appelle *North of North*. L'action se passe dans le village inuit fictif d'Ice Cove. J'adore la dynamique entre les personnages. C'est une comédie. Le scénario est excellent. La distribution est excellente. Je crois que j'ai regardé plusieurs épisodes de cela en rafale. J'ai un compte CBC Gem gratuit, donc je suppose que je fais partie des 5,3 millions de personnes dans cette catégorie.

Je sais également qu'il existe de nombreux contenus que l'on peut regarder sans même avoir besoin d'un compte gratuit, comme *Hockey Night in Canada* et *Power & Politics*. CBC a beaucoup à offrir.

Je tiens également à souligner le rôle de Radio-Canada dans la région métropolitaine de Vancouver. Mon mari est un expert à l'emploi de la municipalité. Il est francophone. Je sais qu'il est interviewé sur des questions régionales, telles que les transports, la préparation aux situations d'urgence et le logement, des sujets dont la communauté francophone de la province n'entendrait pas parler autrement. Je suis très reconnaissante du fait que nous ayons cela. CBC fait beaucoup de choses.

De nombreux pays accordent à leurs radiodiffuseurs publics un financement pluriannuel prévisible, comme la redevance de la BBC ou les modèles par foyer dans des démocraties comme la France et l'Allemagne. Compte tenu de la volatilité du financement annuel, pouvez-vous décrire comment a CBC/Radio-Canada pourrait bénéficier d'un modèle par habitant inscrit dans la loi pour renforcer son indépendance éditoriale et sa planification stratégique?

Marie-Philippe Bouchard: C'est la seule chose qui manque à notre structure de radiodiffuseur public depuis des décennies. La prévisibilité. La capacité d'investir dans les gens, d'investir dans le bien-être des Canadiens que nous formons comme journalistes, producteurs, chercheurs et créateurs de toutes sortes. La capacité de constituer des partenariats fiables. Lorsque nous établissons des relations avec les médias communautaires, nous promettons quelque chose que nous ne pouvons parfois pas tenir à long terme, car nous ne savons pas si le financement sera au rendez-vous. Notre stabilité et notre capacité à agir en tant qu'agent de transformation pour l'ensemble du secteur des médias, l'ensemble du secteur culturel... Je viens de m'entretenir avec des producteurs indépendants. Il faut trois ans pour mettre au point une émission. Cela coûte énormément d'argent. Nous avons besoin de partenaires pour pouvoir tirer parti de la créativité qui existe au Canada. Si nous pouvions planifier sur plusieurs années, nous pourrions soutenir de nombreuses sociétés de production indépendantes qui peinent à survivre.

En ce qui concerne le contenu destiné aux enfants, il s'agit d'un domaine où la production indépendante a toujours été extraordinaire au Canada. Cependant, ce secteur s'est terriblement appauvri. Les rares sociétés qui restent sont en difficulté. Si nous pouvions investir de manière durable et nous associer à nos autres partenaires diffuseurs éducatifs, nous pourrions développer une vision à long terme sur la manière d'accompagner enfin nos enfants avec un contenu pertinent, accessible et durable.

Cela ferait une énormedifférence. Un tel engagement serait transformateur.

Zoe Royer: C'est formidable.

Je pense qu'il ne nous reste que 30 secondes.

Pour terminer, y a-t-il un sujet qui n'a pas été abordé et dont vous aimeriez nous faire part?

Marie-Philippe Bouchard: Malgré les épreuves, les tribulations et les difficultés, j'aimerais vous faire part de l'espoir que j'ai. Le diffuseur recèle de grandes promesses.

● (1745)

La présidente: Madame Bouchard, nous tenons à vous remercier encore une fois de votre participation et de vos réponses approfondies.

J'ai beaucoup appris. Il y a beaucoup de journalistes autour de cette table. Je crois qu'on vous a posé beaucoup de questions très pertinentes. Nous vous remercions de nous avoir accordé votre temps et d'avoir répondu à notre invitation.

Marie-Philippe Bouchard: Merci beaucoup.

La présidente: Sur ce, 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>