



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC



NUMÉRO 029



1^{re} SESSION



42^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 6 octobre 2016



Présidente

L'honorable Hedy Fry

Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 6 octobre 2016

• (1105)

[Traduction]

La présidente (L'hon. Hedy Fry (Vancouver-Centre, Lib.)): La séance est ouverte.

Bonjour à tous. Nous souhaitons la bienvenue à nos témoins.

Conformément à l'ordre permanent 108(2), le Comité réalise une étude sur les médias et l'accès des communautés locales aux nouvelles, toutes plateformes confondues y compris la plateforme numérique, et au contenu canadien. L'étude porte également sur l'incidence de la consolidation des médias, l'avenir que nous pouvons espérer et les recommandations à formuler à cet égard.

Je remercie les témoins de s'être joints à nous aujourd'hui. Nous accueillons M. Michael Geist, titulaire de la chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique et professeur de droit à l'Université d'Ottawa, et Mme April Lindgren, chercheuse principale, Projet de recherche sur les nouvelles locales et professeure à la Ryerson University School of Journalism.

Pour commencer, mesdames et messieurs, vous aurez chacun 10 minutes pour exposer vos motifs. Ensuite, il y aura des questions et un peu d'interaction.

Commençons?

S'il vous plaît, monsieur Geist. Vous avez 10 minutes.

Merci.

M. Michael Geist (titulaire de la chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique, professeur de droit, Université d'Ottawa, à titre personnel): Je vous remercie, monsieur le président.

Bonjour.

Comme vous l'avez entendu, je m'appelle Michael Geist. Je suis professeur de droit à l'Université d'Ottawa où je suis titulaire de la chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique. Je me spécialise en politique numérique, notamment le commerce électronique, la confidentialité et la propriété intellectuelle.

Ma présence aujourd'hui est à titre personnel et ne représente que mes propres perspectives. L'occasion de parler devant le Comité au sujet de l'étude me fait particulièrement plaisir. Mon intérêt à l'égard de cette étude dépasse mes recherches universitaires sur de nouveaux modèles opérationnels ainsi que les lois et les politiques qui souvent s'en suivent.

Depuis plus de 15 ans, je rédige régulièrement des articles pour des médias canadiens très divers, dont des organismes médiatiques importants tels que le *Toronto Star* et le *Globe and Mail*, des publications locales et spécialisées telles que *The Hill Times* et *Vue Weekly* et des publications plus récentes telles que *The Tye*, *The Huffington Post* et *iPolitics*. Ainsi, j'ai été témoin privilégié de la diversité des lecteurs, des modèles opérationnels et des approches au

contenu. J'ai aussi connu les effets directs de compressions budgétaires ainsi que les conflits qui éclatent parfois entre le service éditorial et le service commercial.

Mes commentaires aujourd'hui sont de deux ordres: d'abord, ma perspective sur la situation actuelle et ensuite, une discussion des réformes politiques possibles.

En ce qui concerne la situation actuelle, je suis de près cette étude et les audiences du Comité. J'en retiens que vous avez entendu un éventail vertigineux de suggestions de réforme et de recommandations à cet égard d'une vaste gamme de témoins. Une grande partie des commentaires met l'accent sur le lien essentiel entre la robustesse des médias indépendants d'une part, et la participation citoyenne ainsi que la responsabilisation du gouvernement de l'autre.

Le rôle essentiel du journalisme fait l'objet de peu de débats et pourtant, les questions plus pointues demeurent: faut-il des politiques pour sauver ou aider les organes de presse existants et est-ce que les nouvelles options numériques constituent un remplacement efficace? Je pense à des gens comme Clay Shirky, un professeur de médias bien connu aux États-Unis, qui ont prévu il y a des années les défis d'aujourd'hui.

En effet, en 2009, M. Shirky a rédigé un article très populaire sur la préoccupation des médias pour le monde numérique. Il a écrit:

On tourne en rond et les gens résolus à sauver le journal insiste sur la question, à savoir: « si l'ancien modèle ne fonctionne plus, qu'est-ce qui fonctionnera à sa place? » La réponse est « rien ». Rien ne fonctionnera. Il n'y a aucun modèle général de journal pour remplacer celui que l'Internet vient de détruire.

Il y a des politiques qui méritent une considération, mais M. Shirky dit essentiellement que le journal grand public tel que nous l'avons connu ne peut faire concurrence à l'Internet et pas uniquement en raison d'une perte de revenus, par exemple les petites annonces, ou du déclin du lectorat. Le rôle de regroupement de contenus divers du journal est moins pertinent aujourd'hui et le journal dans son ensemble a beaucoup moins de valeur qu'auparavant, étant donné les options qui s'offrent de nos jours.

De plus, les journaux font face à plus de concurrence que jamais auparavant. À mon avis, certains journaux disparaissent parce qu'il y a trop de voix, du moins dans le cadre de leur modèle économique, et non pas parce qu'il en manque. À quelques exceptions près, le contenu produit par les journaux peut être obtenu à moindre prix d'organismes en ligne, d'organismes non gouvernementaux, de blogueurs et d'une myriade d'autres sources. On peut discuter de la qualité et du produit éditorial, mais il y a des options pour pratiquement toutes les formes de l'information publiée dans les journaux par le passé et parfois, en exclusivité.

Faute d'un contenu de remplacement ou à prime, l'expérience montre que le marché existe, ce qui explique le succès de publications financières, quelques publications de nouvelles sportives et certaines publications spécialisées à accès payant. Pour ce qui est des publications d'intérêt général, je crois que la question est pourtant de savoir si les organes de presse numérique, qui ont l'avantage de peu d'entraves à l'accès ainsi que l'accès à de nouveaux publics et des modèles opérationnels innovateurs, peuvent parfois remplacer certains des organes de presse classiques. Je crois qu'il y a des preuves suggérant que c'est possible, au moins dans certains domaines.

Par exemple, la couverture de l'actualité politique est souvent perçue comme essentielle à la responsabilisation du gouvernement. Certains pointent le déclin à l'échelle régionale du nombre de membres de la tribune de la presse parlementaire comme preuve de la crise. Je crois qu'il est plus révélateur de déterminer le nombre d'organismes au format numérique uniquement qui investissent dans le reportage politique original.

Actuellement, les membres de la tribune de la presse comprennent des nouveaux venus tels que *The Huffington Post*, *The Tyee* — je sais que le Comité lui a donné audience — *rabble.ca*, *National Observer* et *VICE News*. De plus, il y a une foule de journalistes indépendants expérimentés dont le travail apparaît dans de nombreuses publications, dont des publications numériques spécialisées telles que *iPolitics*, *Blacklock's Reporter* et *The Wire Report*.

Le travail des journalistes dans ces publications ainsi que les sources de publications de créneau et les experts blogueurs ou indépendants nous offrent l'occasion d'atteindre des publics divers et de traiter d'enjeux particuliers en plus de profondeur par rapport aux journaux plus importants qui, souvent, mettent l'accent sur des préoccupations générales.

Voilà pour ma perspective sur la situation actuelle. Je voudrais maintenant parler de quelques-unes des questions de politique.

• (1110)

À l'heure du déclin évident de certains organes de presse bien connus, la tentation de faire quelque chose n'a rien d'étonnant et je crois qu'il y a des mesures possibles à prendre pour faciliter le passage au numérique. Toutefois, nous devons nous méfier de réformes qui prolongent tout simplement l'existence de quelques entités figées en échec, ou de réformes qui ont des conséquences imprévues graves, dont certaines — celles qui me préoccupent — proposent une taxe sur les services de fournisseurs Internet comme nouvelle source de revenus. Ce serait l'équivalent d'une taxe sur tout ce qui est numérique qui aurait pour effet de rendre l'accès à l'Internet plus cher pour les Canadiens et d'élargir le fossé numérique.

Nous avons vu par moments des propositions de ce qui pourrait être considéré comme des taxes sur les liens dans les agrégateurs numériques qui dirigent les internautes à des sites originaux et ne font l'agrégation que du contenu rendu accessible par la source d'origine. À mon avis, ces propositions suscitent des préoccupations graves relatives à la liberté d'expression et entraînent le risque de réduire la diversité des voix.

Enfin, nous avons entendu parler de propositions pour la réforme des droits d'auteur et de l'utilisation équitable en se dispensant de la règle de longue date selon laquelle le droit d'auteur protège l'expression et non pas les idées. On court ainsi le risque de protéger des faits et d'empêcher d'autres de faire du reportage, ce qui, à mon avis, nuit à l'intégrité des reportages et créerait des coûts pour d'autres groupes. En effet, je crois que les suggestions

selon lesquelles l'utilisation équitable et une expansion pour inclure les études seraient en quelque sorte pertinentes sont tout simplement fausses. Je crois que de tels changements auraient des répercussions graves sur la situation numérique au Canada et en fin de compte, nuiraient aux nouveaux venus qui offrent l'espoir de plus de choix médiatiques.

Qu'est-ce qu'on peut faire? Je crois que les objectifs stratégiques doivent se fonder sur l'offre de chances égales à tous en établissant la priorité de la qualité du journalisme, sans égard à la source.

Permettez-moi de préciser cinq étapes possibles.

D'abord, un monde robuste des médias numériques repose sur un accès pour tous, tant les participants que les lecteurs. Ainsi, il faut réduire le fossé numérique en offrant un accès abordable à large bande à tous les Canadiens. Nous n'y sommes pas encore parvenus au Canada et l'expérience suggère que le marché à lui seul ne résoudra pas le problème. Nous devons mettre l'accent sur l'offre d'un accès Internet et des équipements abordables ainsi que le développement de compétences informatiques.

En deuxième lieu et en ce qui concerne le radiodiffuseur public du Canada, je sais que l'accent que la CBC met sur la diffusion numérique des nouvelles a créé de la frustration au sein de bon nombre d'organes de presse établis. Pour réconcilier l'adoption par la CBC de la diffusion numérique afin de demeurer pertinent avec l'incidence financière sur les services de presse du secteur privé, le radiodiffuseur public pourrait être tenu d'adopter une approche sans publicité pour sa présence journalistique en ligne. Une telle approche lui permettrait de s'assurer de l'atteinte de son public numérique tout en évitant de faire concurrence directe avec le secteur privé pour ce qui est des revenus publicitaires.

En troisième lieu et comme je l'ai souligné tantôt, il y a eu ce que je considère comme des suggestions de politiques nuisibles, mais il y a aussi quelques possibilités pratiques. Les services de presse du secteur privé pourraient profiter d'une modification permettant des déductions d'impôt pour la publicité dans des sites Web canadiens. À mon avis, les services en ligne doivent demeurer non réglementés et exemptés de cotisations obligatoires, mais être visés par les taxes de vente générales. La perception de la TPS ou la TVH sur des services canadiens tels que CraveTV sans percevoir de taxe sur les services étrangers dans l'espace médiatique, notamment Netflix, créerait une perte de recettes fiscales et désavantagerait les services nationaux par rapport aux services étrangers.

En quatrième lieu, éliminer les obstacles à l'accès en ce qui concerne le journalisme, ce qui comprend des règles relatives à l'accès à l'information à tous les ordres de gouvernement ainsi qu'une meilleure reconnaissance des journalistes de tous les organes de presse et une meilleure disponibilité lors des conférences de presse.

Enfin, se concentrer sur le journalisme et non pas sur les organismes. Par exemple, je crois que les recommandations que l'Association canadienne des journalistes vous a présentées quant à la valeur de l'adoption du journalisme sans but lucratif, qui ont bien fonctionné ailleurs, sont excellentes. Le versement de subventions gouvernementales aux journaux est à rejeter, mais des modèles de financement pour des projets de journalisme comme équivalent médiatique du Programme de contestation judiciaire, par exemple, pourraient être utiles.

Je termine en disant que l'incertitude associée aux modèles numériques, à la perte d'emplois et à l'avenir de certains des organismes médiatiques les plus connus au Canada suscite, sans surprise, de la tristesse, de l'appréhension et des préoccupations. Toutefois, l'émergence de nouvelles voix et, de la part des voix plus anciennes, des approches innovatrices évoque la vraisemblance que le journalisme n'est ni mort ni mourant. La voie à suivre, c'est d'éviter des réformes politiques qui font plus de mal que de bien et de faire confiance en une transformation qui a pour fondement plus d'accès et un plus grand nombre de voix.

J'attends vos questions avec impatience.

• (1115)

La présidente: Merci beaucoup.

S'il vous plaît, madame Lindgren. Vous avez 10 minutes.

Mme April Lindgren (chercheuse principale, professeure, Projet de recherche sur les nouvelles locales, Ryerson University School of Journalism, à titre personnel): Merci beaucoup. C'est un plaisir d'être ici aujourd'hui pour parler de ma recherche.

J'ai lancé le Projet de recherche sur les nouvelles locales quand je suis devenue membre de la faculté de l'Université Ryerson en 2007, après avoir quitté le reportage des nouvelles quotidiennes.

Avant de commencer, je tiens à préciser que mes commentaires portent précisément sur les nouvelles locales, c'est-à-dire des reportages produits par un organe de presse local et qui sont concentrés sur les personnes, les lieux et les activités dans une communauté en particulier. Je ne parle pas de nouvelles nationales ou internationales.

Mon intérêt pour ce que j'appelle la pauvreté des nouvelles locales prend ses racines dans mes observations des médias d'information: certaines communautés ont une vaste gamme de médias d'information parmi lesquels choisir et d'autres n'en ont pas. À Toronto par exemple, il y a quatre quotidiens et de nombreuses chaînes de télévision et de diffusion en ligne. Par comparaison, une ville voisine telle que Brampton, la neuvième ville la plus importante au Canada dont la population est plus de 500 000, dépend plus ou moins exclusivement du *Brampton Guardian*, un journal communautaire du groupe Metroland Media. Il n'y a aucune station de radio ou de télévision locale et aucun quotidien local qui présente exclusivement les nouvelles de la communauté en particulier.

La réalité, comme vous le savez bien, c'est qu'il y a eu une perturbation importante au sein de l'industrie de l'information. Déjà, les habitants de petites villes, de villages, de banlieues et de communautés rurales ont moins d'options et au cours des dernières années, leurs options sont devenues de plus en plus limitées. La question est donc bien sûr de savoir si c'est important, et la recherche suggère que la réponse est « oui ».

Aux États-Unis, la Knight Commission on the Information Needs of Communities in a Democracy a conclu dans son rapport que l'information est aussi essentielle au bon fonctionnement d'une communauté que l'air propre, la sécurité des rues, la qualité des écoles et la santé publique. Le rapport se poursuit en expliquant que l'information et les nouvelles permettent aux communautés de développer le sentiment d'interdépendance. Elles donnent accès à l'information permettant de tenir responsables les autorités publiques de leurs actions et fournissent l'information dont les membres des communautés ont besoin pour travailler ensemble afin de résoudre des problèmes.

Le journalisme local fait l'objet d'un examen de plus en plus intense aux États-Unis, mais ce qui se passe au Canada nous est

largement inconnu. Je crois que le Comité a donné audience à des témoins qui l'ont souligné, notamment le professeur Dwayne Winseck de l'Université Carlton, qui a dit plus tôt cette année qu'il y a beaucoup d'opinions et peu de données en fonction desquelles agir en ce qui concerne l'évolution des nouvelles locales.

Moi et mes collègues, Jon Corbett de l'Université de la Colombie-Britannique et Jaigris Hodson, de l'Université Royal Roads, nous essayons de combler certaines des lacunes dans les données à ce sujet. L'été dernier, nous avons lancé notre enquête sur la pauvreté des nouvelles locales et tout récemment, nous avons commencé à préparer nos données à des fins de discussion avec vous.

Le projet a pour objectif de créer un outil qui nous permettra de suivre les changements dans les sources de nouvelles locales, mesurer le point auquel certaines communautés sont mieux servies que d'autres, déterminer si les médias sociaux et les sites de nouvelles en ligne comblent la lacune créée par la perte de médias classiques et faire enquête sur la raison pour laquelle certaines communautés sont mieux servies que d'autres. À plus long terme, nous nous intéressons aussi à étudier l'incidence de la perte de tels organismes médiatiques sur l'engagement civique et politique et à rechercher les solutions possibles.

À ce moment-ci, notre projet se divise essentiellement en deux parties principales. La première partie, c'est la carte des nouvelles locales. La production participative permet aux utilisateurs d'ajouter de l'information sur les changements dans les organismes médiatiques locaux: le lancement d'un nouvel organisme médiatique, la fermeture d'un autre, l'ajout de services ou le retrait de services. La carte porte sur les chaînes de diffusion locale et en ligne et la presse écrite.

Nous avons lancé la carte en juin. Nous voulions le faire pour enclencher un débat sur ce qui se passe dans le journalisme local et pour produire des données aux fins du débat, et afin de nous aider à relever des tendances et des modèles, le cas échéant. En général, la carte permet de représenter ce qui se passe dans le journalisme local dans les grandes lignes, mais également de faire un zoom avant sur des communautés locales et de voir ce qui a changé à l'échelle locale. On peut voir l'évolution d'un type d'organisme médiatique en particulier, par exemple le journal communautaire ou la station de radio ou de télévision locale.

Il est aussi possible de suivre les changements selon le propriétaire de l'organisme médiatique. La collecte de données se fait bien sûr par production participative, donc la qualité de la carte se limite à la qualité des données ajoutées par les participants, mais nous agissons comme modérateurs de la carte et nous croyons que les données sont fiables et que les tendances que nous y voyons tiennent compte de la réalité.

Que voyons-nous? Trois mois après son lancement, la carte présente une image assez puissante — et à mon avis, perturbante pour bon nombre de gens — de salles de presse qui ferment et dont le nombre dépasse de loin celles qui sont lancées.

Lors de notre examen des données en fin septembre, 307 repères sur la carte signalaient des changements depuis 2008, puisque nous voulions présenter une perspective historique. De ces 307 repères, 164 signalaient la fermeture d'une chaîne de nouvelles locale dans 132 communautés différentes à l'échelle du pays. Par contre, seulement 63 repères signalaient le lancement d'une nouvelle source de nouvelles locales.

•(1120)

Dans la deuxième partie de notre projet, nous examinons la couverture par les chaînes de nouvelles locales de la course pour devenir député lors des élections fédérales de 2015. La couverture des élections nous intéressait parce que la course pour représenter une communauté à la Chambre des communes est un important événement d'actualité qui mérite l'attention des médias d'information. Ainsi, nous croyons qu'à certains égards, cette couverture témoigne en quelque sorte du rendement global des médias locaux de l'information en général.

Nous avons examiné les médias d'information locaux et la couverture qu'ils ont fait de la course pour devenir député dans huit communautés: Peterborough, la ville de Kawartha Lakes, Oakville, Brampton et Thunder Bay, en Ontario, Brandon, au Manitoba ainsi que Nanaimo et Kamloops, en Colombie-Britannique. Nous avons repéré les chaînes d'information locales dans ces communautés et ensuite, nous avons obtenu tous les articles portant sur la course aux élections de leurs députés respectifs au cours du mois avant le vote.

La mémoire que j'ai présentée renferme des chiffres montrant que le nombre de sources locales de nouvelles diffère beaucoup d'une communauté à une autre. Par exemple, il y a trois chaînes d'information à Brampton, soit 0,14 chaîne d'information par tranche de 10 000 électeurs inscrits. Par contre, il y a 1,25 chaîne d'information par tranche de 10 000 électeurs inscrits à Kamloops, où il y a neuf chaînes d'information.

Les données suggèrent que les grandes villes de banlieue sont relativement mal servies pour ce qui est du nombre de chaînes d'information qui s'y trouve. Ces données montrent également que les communautés rurales comme la ville de Kawartha Lakes sont elles aussi relativement mal servies. Ce qui est intrigant, c'est qu'en même temps, on observe beaucoup de variation dans des communautés moyennes telles que Nanaimo, Thunder Bay, Peterborough et Kamloops. La question, c'est pourquoi? Pourquoi certaines sont-elles mieux servies que d'autres?

À cette étape, nous pouvons faire une deuxième observation importante et je tiens à souligner que les données que nous présentons ici ont été obtenues au cours des deux dernières semaines et sont vraiment préliminaires. Nous avons observé des écarts considérables dans le nombre d'articles sur les courses locales pour devenir député. Encore une fois, la ville de Brampton était relativement mal servie: il y a eu 43 articles au total, mais encore, seulement deux articles environ pour chaque tranche de 10 000 électeurs inscrits. Pour les habitants de Thunder Bay ou de Kamloops, il s'agissait de 20 à 25 articles par tranche de 10 000 électeurs inscrits. Encore une fois, l'écart est important dans le nombre d'articles publiés.

Je voudrais attirer votre attention sur le cas de Nanaimo où 15 articles ont été publiés pour chaque tranche de 10 000 électeurs. Nous avons repéré 103 articles, mais 57 d'entre eux provenaient du *Nanaimo Daily News*, qui a fermé ses portes plus tôt cette année. Donc, il s'agit de 57 articles qu'une chaîne de nouvelles locale ne produit plus.

Il y a aussi le cas d'un site de nouvelles en ligne — d'ailleurs, un site assez animé — à Kamloops, le site *NewsKamloops*. Le site a été lancé après la fermeture du journal quotidien de la communauté et lui aussi a fermé plus tôt cette semaine. Je crois qu'il a publié environ 35 à 40 articles des 105 articles que les électeurs de Kamloops pouvaient consulter.

Nous observons un manque important de diversité, dans certaines communautés plus que d'autres. Nous avons fait un autre examen

portant sur la diversité des voix. Encore une fois, nous avons découvert qu'à Brampton, un seul organe de presse local domine la production de nouvelles alors que dans des villes telles que Thunder Bay et Kamloops, la couverture de l'actualité était répartie plus uniformément entre les divers organes de presse, ce qui permettait aux gens de consulter une plus grande variété d'articles.

Selon nos données jusqu'ici, la couverture journalistique des courses locales pour devenir député était très variable selon la région. D'après les trois examens, les habitants de villes comme Kamloops profitent d'une abondance relative de nouvelles locales par rapport aux habitants de villes comme Brampton ou de communautés rurales comme la ville de Kawartha Lakes.

La prochaine étape dans notre recherche consiste à prendre les données de tous ces examens et en obtenir une valeur unique dans un index que nous pouvons utiliser afin d'établir une échelle de cotation des communautés relativement à la pauvreté des nouvelles locales. Autrement dit, la valeur unique tiendra compte de la pauvreté relative des nouvelles et ensuite, nous pouvons observer les caractéristiques des communautés mal servies et essayer de comprendre les raisons pour lesquelles elles sont moins bien servies que d'autres. Si vous voulez, je peux parler de quelques pistes d'enquête possibles.

•(1125)

La présidente: Merci beaucoup. Je suis désolée, mais les 10 minutes se sont écoulées. Vous pouvez développer vos propos à mesure que la période de questions et réponses progresse.

Nous passerons maintenant aux questions. Il s'agit d'une période de sept minutes et à titre de rappel, les sept minutes sont prévues pour les questions et les réponses.

Nous allons d'abord entendre Mme Dabrusin des libéraux.

Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.): Je tiens à remercier les deux témoins de leur présence aujourd'hui. L'information et les perspectives présentées étaient d'une grande aide.

Monsieur Geist, ma première question s'adresse à vous parce que vous avez abordé le sujet d'une réforme du droit d'auteur et il y en aura en 2017. Étant donné la recherche que j'ai faite sur le sujet et les questions qui sont survenues ici, j'étais content que vous aviez des commentaires sur le caractère abordable de l'accès à large bande. C'est une partie de l'équation. Lorsque nous nous sommes penchés sur la question du droit d'auteur, nous avons entendu de certains des journalistes et représentants de journaux devant nous que l'autre angle consiste à déterminer la manière de maintenir la viabilité du journalisme en soi et comme carrière.

Compte tenu de la réforme prochaine du droit d'auteur, quels sont vos commentaires quant à ce que nous devrions considérer alors que nous établissons un équilibre entre toutes les questions à cet égard?

M. Michael Geist: Merci de votre question.

Pour commencer, je dirais que dans le fond, le droit d'auteur n'a rien à voir avec la viabilité du journalisme à mon avis. Effectivement, l'une des exceptions les plus essentielles dans la Loi sur le droit d'auteur est celle qui vise le reportage de nouvelles. Pour être franc, s'il n'y a pas de disposition robuste sur l'utilisation équitable et qui intègre une approche libérale en ce qui concerne l'utilisation équitable et en particulier, le reportage de nouvelles, la capacité des journalistes à utiliser du matériel et à le réutiliser dans le cadre de leurs reportages risque en effet d'être gravement compromise.

Je pense au nombre de fois où je faisais des reportages pour les médias grand public et je les trouvais « juridiques » en raison des genres divers de préoccupations qu'ils suscitaient. Si nous ajoutons la possibilité d'une analyse de l'utilisation équitable parce que vous utilisiez d'autres matériels dans le cadre de votre reportage et vous craigniez des poursuites possibles, je crois que le genre de journalisme original qui est absolument essentiel serait gravement compromis.

En ce qui concerne la manière dont l'utilisation équitable a été interprétée, y compris dans le cadre d'études et la notion selon laquelle il y a des sites de nouvelles qui peuvent copier mon travail au complet et le diffuser sans aucune compensation, cela ne représente tout simplement pas une image fidèle de ce que permet l'utilisation équitable. Bien sûr qu'elle permet l'utilisation, et parfois, d'articles au complet à des fins disons non commerciales dans un établissement d'enseignement, mais quand il s'agit d'une utilisation commerciale — disons par un concurrent — la notion que d'une manière ou d'une autre, l'utilisation équitable permettrait que ces matériels soient copiés et republiés n'est pas une interprétation juste de la loi.

Mme Julie Dabrusin: Je pose la question parce qu'il semble que plusieurs témoins à qui le Comité a donné audience ont abordé le sujet des lois de droit d'auteur et ont parlé des préoccupations concernant les agrégateurs qui font tout simplement une collecte de leur matériel et ensuite le diffuse, et du fait qu'ils ne peuvent recevoir des redevances ou une autre forme de paiement une fois que leur matériel est utilisé par ces agrégateurs. C'est cela que je voulais aborder.

M. Michael Geist: Bien sûr, et je suis au courant de certains de ces commentaires. Je pense que nous devrions distinguer les agrégateurs qui prennent du contenu à des fins d'indexation, et ensuite, qui en publient des extraits par rapport aux agrégateurs qui prennent du contenu et le publient carrément de nouveau dans l'intégralité, sans changement.

Je ne pense pas que ceux qui prennent du contenu pour l'indexer à des fins de recherche, mais qui ne publient pas le texte intégral et redirigent le chercheur du contenu à la source originale, commettent une violation du droit d'auteur. Je crois en effet que c'est une bonne chose parce que le reportage original circule d'autant plus.

Si quelqu'un regroupe du contenu et le republie tout simplement, sans changement, il y a certainement des questions à poser. Je sais que la ligne est mince dans le cas de certaines sources dont on a l'impression qu'elles prennent du contenu, le remanient un peu et, ensuite, le publient de nouveau.

Permettez-moi de revenir sur la distinction entre la protection des idées et de l'expression. Je ne crois pas que nous voudrions avoir un environnement ou bien une loi qui protégeait tant l'expression que les idées, et qui faisait en sorte que le droit d'auteur protège également les idées de manière à ce que si un organe de presse publie une exclusivité, il soit interdit à tous les autres de faire un reportage au même sujet parce que d'une façon ou d'une autre, l'organe de presse était aussi généralement protégé.

Mme Julie Dabrusin: Pour faire suite donc à notre discussion sur l'utilisation équitable, avez-vous des suggestions pour des changements aux éléments de la législation sur le droit d'auteur qui font l'objet de notre examen en 2017, ou est-ce que vous les laisseriez tels quels?

• (1130)

M. Michael Geist: Non, dans le cadre des réformes de 2012, j'ai fait l'argument et je continuerais de le faire que s'il faut quelque

chose, c'est de suivre un modèle d'utilisation équitable — le modèle des États-Unis — en éliminant les limites. Dans la Loi, il y a une série de fins — actuellement, il y en a huit — telles que des reportages sur l'actualité, la recherche et l'examen, et nous devrions reprendre le libellé pour préciser « des fins telles que » de manière à possiblement ouvrir la voie à d'autres utilisations.

L'idée que nous essayions par des mesures législatives de retourner en arrière sur ce que la Cour suprême du Canada a prononcé quant à l'équilibre ainsi établi me semble le mauvais chemin à prendre. Je crois que ce serait faire du tort non seulement aux établissements d'enseignement et au public canadien, mais aussi à certains des mêmes organismes dont on parle aujourd'hui pour être franc. Leurs homologues ailleurs et notamment aux États-Unis profitent de la souplesse de l'utilisation équitable. Que nous limitions certaines des capacités opérationnelles de ce genre me semble très nuisible comme idée.

Mme April Lindgren: J'allais faire la remarque que M. Geist vient de faire, c'est-à-dire que les organes de presse veulent en fait que les agrégateurs redirigent les lecteurs vers leurs sites. Cela fait partie de la manière d'élargir le lectorat, et c'est considéré comme un outil très puissant. Ils veulent des agrégateurs qui adoptent l'approche qui consiste à prendre des extraits qui font en sorte qu'on lit les trois premières phrases puis on clique, et on est redirigé directement au site.

Mme Julie Dabrusin: Est-ce qu'il me reste du temps?

La présidente: Oui, allez-y. Vous avez environ une minute.

Mme Julie Dabrusin: D'accord.

Une autre question est survenue dans cet ordre d'idées. Certains des témoins ont mentionné que l'argent payé aux médias sociaux étrangers a l'effet de priver les médias canadiens de revenus. Je peux m'adresser à vous deux. C'est une préoccupation permanente en ce qui concerne notamment Facebook et Google. Quelle est votre réponse à cette préoccupation et quelle serait votre solution?

M. Michael Geist: Je ne veux pas donner l'impression de répondre de façon désinvolte, mais ma solution à moi serait d'y faire concurrence. Oui, il y a de grands joueurs dans le marché, mais l'idée que nous fermions l'Internet canadien à Google et à Facebook alors qu'une grande partie de ce qu'ils font consiste à rediriger des internautes vers des sites canadiens me semble assez non-partant.

Ils prennent une partie des revenus, donc je comprends la frustration, mais je crois qu'un environnement numérique qui compte de nombreux lecteurs et non seulement au Canada, mais dans le monde entier, suggère qu'il y a aussi des possibilités pour des organismes canadiens.

La présidente: Le temps est écoulé.

Mme Lindgren peut faire des commentaires lors d'une autre séance si elle souhaite le faire, mais nous devons passer au suivant.

Nous donnons la parole à M. Maguire des conservateurs.

M. Larry Maguire (Brandon—Souris, PCC): Merci, madame la présidente, et merci à nos témoins de leur présence aujourd'hui et de leurs présentations.

Madame Lindgren, votre projet de recherche sur les nouvelles locales m'intéresse sincèrement. Vous avez mentionné Brandon — comme Peter l'a fait —, ma région natale, et je me suis demandé si vous avez eu l'article traitant des 200 boisseaux de blé dont quelqu'un a fait don à ma campagne et que nous avons transformé la soirée même en 6 000 \$ à la banque de céréales vivrières.

De toute façon, soyez la bienvenue. Je m'intéresse sincèrement à ce que vous pouvez présenter au Comité. Y a-t-il du travail que vous avez déjà préparé? Le projet est en cours depuis trois mois, c'est ça?

Mme April Lindgren: J'ai préparé un mémoire pour le Comité qui a été distribué, mais il faut dire que les données sur Brandon ne font pas partie des résultats en ce moment parce qu'il fallait mettre au point le... Nous n'avons pas terminé le travail sur les données concernant Brandon à temps pour la présentation devant le Comité, mais selon le modèle, la communauté de Brandon est dans la moyenne concernant l'offre de nouvelles locales.

Dans le mémoire, je présente l'étude plus détaillée et, à l'avenir, nous espérons pouvoir travailler à l'index et, ensuite, examiner de manière plus approfondie les raisons pour lesquelles certaines communautés sont mieux servies que d'autres. Je pense que c'est le noeud de la question: comprendre ce qui se passe dans les communautés mal servies et réfléchir sur la manière de régler les problèmes dans ces communautés. Une solution qui aurait des effets dans une communauté comme Toronto n'aura pas forcément des effets dans une petite communauté rurale.

Je voudrais faire un commentaire sur la discussion plus tôt au sujet de Facebook et Google. Pour qu'un organisme en ligne se lance dans une petite communauté et survive, il faut que le site soit en vue. Dans une communauté qui compte 60 000 personnes, la capacité d'atteindre assez de publicitaires à 0,00, soit de toutes petites fractions d'un cent par visionnement, rend la survie d'autant plus difficile quand votre contenu n'attire qu'un petit nombre de personnes puisqu'il traite de nouvelles et d'activités locales.

● (1135)

M. Larry Maguire: Pour faire suite à votre commentaire, Brandon compte 52 000 personnes. La ville de Brampton compte 500 000 ou plus, comme vous dites, sinon 600 000 et, donc, elle est 10 fois plus grande. Vous vous penchez sur de petites régions, y compris Brampton. Nous nous penchons sur des régions rurales et éloignées. Je comprends que pour quelqu'un qui vient du centre-ville de Toronto, la ville de Brampton semble un peu rurale, mais comment choisissez-vous les communautés et les régions sur lesquelles vous vous penchez? À partir de l'étude que vous avez faite ou des appels que vous recevez?

Mme April Lindgren: Lorsque nous avons choisi les premières communautés aux fins de l'étude, je cherchais une diversité. Je voulais une communauté rurale, soit la ville de Kawartha Lakes. Je m'intéressais à Brandon parce que je crois que la station de télévision locale a fermé il y a quelques années. Je croyais que ce serait intéressant d'observer l'offre de nouvelles à Brandon afin de la comparer à celle dans d'autres villes petites et moyennes ayant une station de télévision locale.

Ce que nous pouvons faire à l'aide de nos données, c'est d'observer la quantité de nouvelles produites par chacun des organes de presse locaux au sein de la communauté et de déterminer la mesure dans laquelle les stations de télévision présentent les nouvelles par rapport à la radio ou les organismes en ligne.

J'ajouterai que l'une des observations qui nous frappent, c'est qu'il n'y a pas beaucoup de nouveaux organismes en ligne inscrits sur la carte. C'est peut-être que personne n'y a entré l'information à cet égard, mais aussi, la question se pose: pourquoi est-ce que nous n'observons pas une réponse plus vive d'organismes médiatiques en ligne qui se lancent dans diverses communautés?

La fermeture du site *NewsKamloops* justement cette semaine soulève des questions vraiment intéressantes quant à la capacité de survie des organismes médiatiques en ligne. Dans l'absence de

quotidien de Kamloops en 2014, le site réussissait assez bien à le remplacer et à couvrir l'actualité locale. Nous voici deux ans après et le site n'est plus là.

M. Larry Maguire: Dans votre étude, vous vous penchiez uniquement sur les publicités indépendantes dans les journaux, à la télévision et à la radio, et non pas les publicités payées par les partis politiques, n'est-ce pas?

Mme April Lindgren: Nous n'avons pas considéré la publicité. L'étude portait uniquement sur les reportages et la couverture de l'actualité.

M. Larry Maguire: C'était ma question.

Mme April Lindgren: Nous nous sommes penchés seulement sur le nombre réel de reportages. Nous avons fait une collecte de données. Nous voulions connaître la qualité de ces reportages et nous n'en avons pas encore fait l'analyse. Nous avons observé la variété de sources citées dans les articles ainsi que la longueur des articles, et nous avons essayé de les regrouper en catégories selon qu'il s'agissait d'une enquête-reportage par rapport à un compte rendu d'événement. C'est la prochaine étape.

Nous avons aussi fait la collecte de données sur les messages de médias sociaux publiés par ces organismes de presse, c'est-à-dire des messages sur Twitter et Facebook. Nous voulions avoir une idée du rôle que les médias sociaux jouent dans la discussion locale sur les élections et dans la suscitation de débat et de discussion pendant la période électorale.

M. Larry Maguire: À la toute fin de votre présentation, vous avez parlé de pistes d'enquête sur la raison pour laquelle des communautés se regroupent. Avez-vous des commentaires à cet égard? Je ne pense pas que vous avez eu l'occasion de vous exprimer pleinement à ce sujet.

Mme April Lindgren: Absolument. En fait, j'espérais la question.

Les pistes d'enquête que nous allons suivre viennent d'études réalisées ailleurs. Aux États-Unis, par exemple, on a observé que le fait d'être en périphérie d'un grand centre médiatique pourrait poser problème, entre autres. Par exemple, le travail fait sur l'État du New Jersey, de ses problèmes et du milieu des médias locaux suggère que le fait que la ville de New York l'éclipse et que, de temps en temps, ses journalistes arrivent pour faire un reportage intéressant pourrait avoir l'effet de saper la vitalité des médias locaux. Il se peut que les médias new-yorkais détournent une partie du potentiel de publicité. Voilà qui pourrait être un problème. Il pourrait s'agir de quelque chose qui se passe à Brampton et à Oakville et nous allons nous pencher sur la question.

Le revenu semble être un indicateur de la qualité du service fourni à une communauté locale. Toujours dans l'État du New Jersey, une étude a été faite sur Newark, une communauté plus diverse et à plus faible revenu, une communauté moins diverse et à revenu moyen, et une communauté plus prospère et très peu diverse. La communauté plus prospère disposait de plus de sources de nouvelles locales et d'une couverture de l'actualité locale plus pertinente par rapport à ses besoins essentiels d'information. Une liste des besoins essentiels a été dressée et étudiée.

● (1140)

La présidente: J'espère que vous aurez l'occasion d'en parler davantage. Merci beaucoup.

Nous donnons la parole à M. Nantel des néo-démocrates.

[Français]

M. Pierre Nantel (Longueuil—Saint-Hubert, NPD): Merci, madame la présidente.

Madame Lindgren, je vous invite à parler en anglais. Cela ne me dérange pas.

[Traduction]

Si vous avez une idée à préciser, s'il vous plaît, n'hésitez pas.

Mme April Lindgren: Je souhaitais simplement mettre en évidence quelques facteurs pouvant avoir une incidence sur la façon dont une communauté est servie.

Une recherche effectuée en Europe, au Danemark, suggère que l'existence d'une bonne presse écrite dans une quelconque région peut avoir une incidence sur la qualité des nouvelles disponibles au niveau local. Cette recherche a conclu que de nos jours la presse écrite n'est plus vraiment considérée comme appartenant aux médias grand public, puisque la majorité des gens ne s'abonne plus aux journaux. De plus, on ne les consulte plus pour obtenir de l'information, ni les considère comme étant une source importante de nouvelles. Mais la recherche démontre que la presse écrite joue véritablement un rôle clef dans ce que nous appelons la santé du système local de nouvelles.

Ce qu'on veut dire par là, c'est que les journaux couvrent plus l'actualité politique que les chaînes de télévision, les stations de radio, et, dans de nombreux cas, la plupart des sites Web. Les journaux offrent ce genre de renseignements de base sur ce qu'il se produit dans la communauté. En outre, il arrive souvent que leur couverture médiatique est reprise par les stations de télévision et de radio locales, et parfois même par les sites Web de la région. Les journaux ne sont pas nécessairement des acteurs importants dans la diffusion des nouvelles, mais ils ont une incidence importante sur ce qui se passe et sur la vitalité de la couverture médiatique des nouvelles locales dans une région en particulier.

[Français]

M. Pierre Nantel: Je comprends très bien quand vous parlez de l'effet champignon. En effet, à Longueuil, qui est située dans ma circonscription, il y a une radio communautaire, un journal, un journal communautaire, une radio et une télé communautaire. Ils sont tous sous le champignon de Montréal. Je regarde mes journaux locaux. J'en ai d'ailleurs apporté quelques exemplaires.

J'aimerais vous demander si nos journalistes sont prêts à faire face à cet environnement qui est très différent de ce que j'ai connu lorsque j'étais à l'Université Concordia, il y a trente ans. Offre-t-on des cours où on explique aux jeunes qu'ils n'auront pas un travail avec un régime de pension de 25 ans, à vie, au même endroit, comme leurs professeurs ont peut-être eu?

Pouvez-vous me répondre brièvement?

[Traduction]

Mme April Lindgren: Il est bien vrai que le journalisme comme on le connaît aujourd'hui est différent aux yeux de nombreuses jeunes personnes qui débent dans le domaine, mais nous leur offrons également une formation qui est différente des formations d'autrefois.

Je dispense actuellement un cours destiné à des nouveaux étudiants en maîtrise. Ils doivent produire des reportages pour le cours pendant le semestre. Cette année ils font la couverture d'une cérémonie de remise de prix à Toronto pendant laquelle ils vont à la fois utiliser Twitter, écrire un reportage, et produire des vidéos.

M. Pierre Nantel: Ils font plus d'une tâche en même temps.

Mme April Lindgren: Absolument. Ils apprennent comment faire plus d'une tâche à la fois.

Nous offrons également un cours qui a pour but de développer leurs propres talents d'entrepreneurs. Notre conception du domaine journalistique a beaucoup changé en cinq ans: il y a beaucoup de nouvelles opportunités de travail dans le domaine dont on ignorait l'existence il y a 5 ans.

M. Pierre Nantel: Nous sommes vraiment pressés et nous n'avons que si peu de temps. J'espère avoir une autre occasion d'entendre l'avis de M. Geist sur le sujet, mais une chose que je dois vous demander est ceci: pourquoi le site NewsKamloops a-t-il été clôturé? Si je ne m'abuse, il y avait quand même espoir chez les gens de la communauté que le site devienne une véritable plateforme d'information.

Mme April Lindgren: C'était un site Web qui s'affairait à la couverture des nouvelles locales. Des journalistes qui travaillaient pour le journal ont mis sur pied ce site Web. Je ne peux vous en dire plus. Je n'ai pas eu l'occasion de leur en parler, mais je suppose que c'était une question de viabilité financière.

M. Pierre Nantel: Je reviens à vous monsieur Geist.

Je vous remercie de votre présence, monsieur Geist.

Il m'apparaît évident que vous savez de quoi vous parlez. Aux yeux de nombreuses personnes qui s'intéressent à ce marché ou des acteurs influents du milieu, vous êtes LA référence.

[Français]

Pour beaucoup de gens de l'industrie, vous êtes de ceux qui ont été de l'école « *If you can't beat them, join them* ». Quand on adopte cette position, on dit que le système s'en vient, la numérisation arrive, les frontières explosent et qu'il faut donc arrêter le protectionnisme.

Évidemment, pour beaucoup de gens, nous l'avons vu, cette étude suscite beaucoup d'intérêt. C'est le cas des industries parce qu'on parle ici d'emplois et de notre part d'un marché qui est actuellement aspirée par des compagnies internationales. J'aimerais souligner en passant que, depuis notre dernière rencontre, l'ADISQ a fait des demandes de soutien pour la situation que lui fait vivre la diffusion en continu. Rogers se tourne essentiellement vers des activités en ligne et cherche à se débarrasser de *Châtelaine* et de *L'actualité*, qui s'adressent à des marchés moins payants pour eux parce que ce sont de plus petits marchés.

● (1145)

[Traduction]

La présidente: Vous avez deux minutes.

[Français]

M. Pierre Nantel: Monsieur Geist, il a été question dans les journaux d'hier du Conseil québécois du commerce de détail, qui était à Ottawa. C'était dans *Le Devoir*, dans *Le Droit*, dans *Le Soleil*. Tout le monde est actuellement sous le choc de ces changements de paradigme.

Au cours des années 1970, on a proposé l'imposition de quotas pour la diffusion, la visibilité des nouvelles, l'actualité et la culture. À l'époque, auriez-vous souhaité que l'on protège notre industrie, notre distinction culturelle du reste de la planète, ou auriez-vous dit « *if you can't beat them, join them* »?

[Traduction]

M. Michael Geist: Je vous remercie pour cette question.

Je dois avouer qu'il me serait difficile de me prononcer sur un tel sujet alors qu'à cette époque j'avais huit ans. Je ne peux pas dire avec certitude ce que j'aurais fait pour protéger ces institutions canadiennes auxquelles vous faites allusion.

Cependant, je pense que nous avons adopté des mesures de plus en plus protectionnistes ou des mesures qui tenaient compte de la rareté, disons, des ondes ou de quelque chose comme ça, des politiques nationales importantes et des priorités qui avaient vraiment une raison d'être dans le système à une époque où de telles restrictions étaient en vigueur. Ça n'avait rien de surprenant, je le pense, et c'était ce que nous devons faire pour établir certaines mesures qui s'assuraient que les Canadiennes et les Canadiens verraient leur propre pays dans un système où il y avait de telles restrictions.

Ce qui a changé au cours des décennies suivant l'époque où nous avons adopté de telles politiques, c'est que, comme tout le monde le sait, nous vivons actuellement à une époque où il y a une abondance telle que la rareté n'est plus un problème. Le fait est que, dans un certain sens, nous avons trop de choix. Cela étant, les revenus potentiels se dispersent entre tellement d'acteurs qu'il est difficile pour certaines personnes de réussir dans le milieu. Au moins, comme ils auraient pu le faire autrefois. C'est sans aucun doute un domaine en pleine transformation et ça représente un véritable défi. Je crois que nous en sommes à un stade préliminaire, et ce, même si on tient compte des propos qui font la manchette.

Je vois qu'il y a beaucoup de nouvelles qui pourraient en décourager plus d'un. Et c'est certainement le cas. En même temps, cela nous indique que beaucoup de projets d'expérimentation sont en cours. Nous sommes dans les premiers jours d'une nouvelle ère. Je vous dirais, en guise de mise en garde, de ne pas apporter de nouvelles solutions législatives à un stade si précoce.

La présidente: Je vous remercie beaucoup, monsieur Geist.

Nous passons maintenant à M. O'Regan du parti libéral.

M. Seamus O'Regan (St. John's-Sud—Mount Pearl, Lib.): Je vous remercie.

Je vais reprendre là où mon collègue du NPD mentionnait que le système était en état de choc.

Étant donné que John Oliver de l'émission *Last Week Tonight* de la chaîne HBO n'a pas pu se présenter devant le présent Comité, je vais citer ses propos sur l'avenir du journalisme. C'est tout à fait brillant. Si vous me permettez:

C'est tout comme s'il tente le sort en étant si confiant. Il agit comme un citoyen de Pompéi qui dit: « Ce que j'adore de cette ville c'est qu'elle est à l'épreuve des volcans! Il n'y a pas une seule année qui passe sans que l'on craigne que nos postures horrifiées soient figées à tout jamais dans les cendres. »

Il avance un argument fort pertinent à propos de l'importance des nouvelles locales, ce qu'il définit comme étant les médias. Il dit:

Il m'apparaît tout à fait évident que sans la presse écrite que l'on cite souvent, les bulletins d'informations à la télévision consisteraient en Wolf Blitzer qui donnerait sans arrêt des coups sur une pelote de laine... Les médias consistent en une chaîne alimentaire qui ne peut exister sans la présence de la presse écrite locale.

C'est un point de vue intéressant à adopter pour comprendre le rôle clef de la presse écrite et le point d'origine des reportages.

Ce qui m'effraie le plus, et il en avait parlé, est qu'un comité similaire a lieu au sud de la frontière, au Congrès. David Simon y a assisté. C'est lui qui a créé l'émission, acclamée par la critique, *Sur écoute (The Wire)*. Il était un journaliste de terrain à l'hôtel de ville de Baltimore avant cette époque. Il n'a jamais oublié les leçons apprises. Son compte-rendu glace le sang. Il a dit:

Les 10 ou 15 prochaines années dans notre pays seront les années heureuses de la corruption politique, tant sur le plan local que sur le plan étatique. Il n'y aura pas un meilleur temps pour être un politicien corrompu.

Son argument se résume à ceci: avant de pouvoir trouver des solutions aux problèmes, il faut à tout prix que les propriétés soient réparties en zones et c'est à ce moment qu'on peut bâtir sur du solide. Je sais très bien que je ne peux pas regarder *Spotlight (Édition spéciale)*. Je ne l'ai pas encore fait. Je trouve tout cela très frustrant, puisqu'un tel travail de journalisme d'enquête en profondeur, lequel est très important pour la démocratie, n'existe plus de nos jours.

Au dire de John Oliver:

En majeure partie, nous sommes responsables de la chute de l'industrie journalistique, la faute nous revient, car nous ne voulons pas payer les journalistes pour leur labeur. Nous nous sommes habitués à recevoir le fruit du travail des journalistes sans avoir à payer un sou. À un moment ou à un autre, nous allons devoir payer les journalistes pour leur travail, sinon ça va nous coûter très cher.

En disant ça, je vous ramène à un point antérieur de notre discussion, et il est encore question des revenus, des droits d'auteur et tout ce dont mon collègue parlait plus tôt. Il m'est d'avis que tout journaliste désire que son travail soit lu ou entendu autant qu'il en est possible. Comme vous l'avez dit, ce n'est pas ça le problème. Le problème, c'est comment peut-on gagner sa vie dans ce domaine? Comment peut-on compenser un travail journalistique de première qualité?

Je vous remercie, tous les deux, de vos présentations. Vos présentations ont été parmi les plus substantielles que nous avons entendues. La difficulté que nous éprouvons est de trouver la façon de résoudre la quadrature de ce cercle. C'est une question d'argent.

Avez-vous des réflexions supplémentaires en particulier sur la question de revenus?

• (1150)

Mme April Lindgren: Au moment où nous nous parlons, je ne crois pas qu'il existe une solution miracle, et je doute qu'on en ait une bientôt.

Vous avez eu vent de toutes les suggestions, par exemple d'apporter des modifications fiscales au statut caritatif des fondations philanthropiques. Aux États-Unis, les gens font toutes sortes d'expériences en ce qui concerne des financements par des fondations; ils essaient de créer des écosystèmes durables de nouvelles locales dans différentes communautés. Cependant, l'approche qu'ils adoptent n'est pas de subventionner les artisans du journalisme, ils subventionnent plutôt les projets qui tentent de créer de nouveaux modèles de gestion durables.

Vous pouvez subventionner les nouvelles, mais une fois que vous arrêtez de le faire, alors tout s'effondre. L'idée et l'approche que les États-Uniens préconisent est de subventionner les projets qui, par exemple, font des choses aussi simples que produire un document et un site Web sur le droit médiatique, des renseignements de base, auxquels de jeunes entreprises locales qui veulent s'établir en ligne peuvent se référer.

Il s'agit d'apports minimes, mais c'est sur ce plan que les gens concentrent leurs efforts. Il faut encore faire du travail sur la façon dont nous abordons le problème en même temps que nous tentons de régler le problème du modèle de gestion.

M. Michael Geist: Je vais être honnête avec vous, votre question me donne l'impression d'un déjà vu. J'ai souvent comparu devant des comités lorsque nous avons débattu de la question des droits d'auteur pendant presque dix ans. Cette question était essentiellement la même qui nous était posée par l'industrie de la musique ou par l'industrie du film, quelque chose de l'ordre de: « Pouvez-vous faire quelque chose à propos des droits d'auteur pour nous sauver la peau? »

Et nous avons mis en oeuvre des réformes des droits d'auteur, mais dans les réussites dont nous avons été témoins dans certains de ces secteurs, soit du côté de la vidéo ou des services de diffusion vidéo en continu — tout en reconnaissant qu'il y a des préoccupations concernant l'allocation — le fait est que des nouveaux modèles de gestion ont vu le jour et ceux-ci n'avaient pratiquement rien à voir avec les droits d'auteur.

On nous a suggéré que, d'une certaine façon, les droits d'auteur pourraient régler les problèmes liés aux revenus alors que les problèmes systémiques ont des racines beaucoup plus profondes et qu'elles ne concernent que si peu le contrôle que l'on exerce sur le produit. Certaines personnes croient que c'est ce que les droits d'auteur font, bien que je croie que c'est davantage une question d'équilibre. Ce ne sont pas les droits d'auteur qui résolvent ces problèmes. Il y a cette vision que si nous protégeons davantage les auteurs, il y aurait de nouveaux emplois. Les problèmes systémiques que j'ai tenté d'expliquer et dont le présent Comité a entendu au cours des quelques derniers mois, ces problèmes qui sous-tendent ce qui se produit — plus de choix, plus de possibilités et le morcellement des revenus dispersés dans les poches de nombreuses personnes — ce ne sont pas les droits d'auteur qui vont régler ces problèmes. Je crois que la solution, au moins en partie, se trouve dans ces projets d'expérimentation qui voient le jour, une sorte de journalisme dont vous parlez, bien que nous n'associons pas nécessairement cette forme de journalisme à celle de la presse écrite.

M. Seamus O'Regan: Madame Lindgren, je veux dans un premier temps vous remercier. Nous avons entendu beaucoup de témoignages d'un genre particulier, mais vous nous avez donné des données très récentes et empiriques, ce qui est essentiel. Elles vont apparaître dans notre rapport final. Vous pouvez en être certaine.

À titre de professeure, vous avez parlé des différentes approches que vous adoptez pour enseigner aux étudiants en journalisme. Voici ma préoccupation: y a-t-il un marché pour ces connaissances? Peuvent-ils monnayer les compétences acquises en suivant des études en journalisme?

Mme April Lindgren: Les très bons étudiants trouvent tout de même des emplois. C'est le premier point sur lequel je veux insister. Ce ne sont pas nécessairement des emplois qui durent toute une vie, plutôt des contrats d'une durée d'un an par exemple, mais un certain nombre d'étudiants trouve du travail.

Nous sommes tous dans une phase exploratoire. Entre autres, nous voulons que les étudiants développent leurs talents entrepreneuriaux pour qu'ils démarrent leurs propres entreprises dans les médias numériques et qu'ils continuent de là.

Je répète qu'il n'y a pas de réponse simple. Mais l'idée est de leur faire développer des compétences qu'ils pourront utiliser pour mener à terme de tels projets, pour qu'ils sachent quoi faire avec leurs idées d'affaires. Je crois que c'est l'une des voies qu'ils prennent.

• (1155)

La présidente: Je vous remercie sincèrement.

Je crois que nous sommes arrivés à la fin des travaux de cette session. Nous n'aurons pas de temps pour un deuxième tour.

Je veux remercier grandement les témoins, et je veux également remercier les membres, qui nous ont fait part d'excellentes questions. Ce fut une très bonne séance.

Je demande au comité de se retirer à huis clos et de prendre une minute pour discuter du budget.

[*La séance se poursuit à huis clos.*]

• (1155)

_____ (Pause) _____

• (1200)

La présidente: Nous reprenons. Nous souhaitons la bienvenue au ministère du Patrimoine canadien.

Nous avons ici avec nous Jean-François Bernier, directeur général, Industries culturelles; Marthe Bujold, directrice, Direction générale de la radiodiffusion et des communications numériques; Helen Kennedy, directrice générale, Radiodiffusion et communications numériques; et Luc Marchand, directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques. Bienvenue.

Je suis certaine que vous savez ce qui attendu de vous. Vous avez une dizaine de minutes pour faire votre présentation, ensuite nous passons aux questions et aux réponses.

Qui est le premier à faire son intervention? Monsieur Bernier, je vous en prie.

• (1205)

M. Jean-François Bernier (directeur général, Industries culturelles, ministère du Patrimoine canadien): Je vous remercie de m'avoir invité.

[*Français*]

Il y a près de six mois, mes collègues et moi — le groupe de représentants de Patrimoine canadien — étions les premiers invités aux travaux de votre Comité, alors que vous lanciez votre étude sur les médias et les communautés locales. Depuis, vous avez sans doute su apprécier la richesse de ce sujet et la diversité des perspectives.

Lors de notre comparution, en février dernier, nous avions brossé un tableau de l'industrie des journaux et de ses enjeux, notamment ceux liés aux changements du comportement des consommateurs; aux baisses de revenus; à l'impact du numérique; et à l'émergence de différents modèles d'affaire. Nous vous avons finalement parlé de la boîte à outils de politiques du gouvernement fédéral.

Nous comprenons qu'à cette étape de vos travaux, vous souhaitez poser certaines autres questions aux représentants du ministère. Toutefois, avant de faire cela, le document qu'on vous a distribué comporte certaines initiatives dont je voudrais parler parce que, depuis le mois de février, des mesures ont été prises, et je voudrais simplement que nous possédions la même information.

Premièrement, vous avez sans doute entendu parler à quelques reprises des changements dans l'industrie.

[*Traduction*]

Que pouvons-nous dire de la qualité du journalisme? Est-ce que tout ce que nous lisons sur ces sites Web est vrai?

Twitter, Facebook et une vingtaine d'autres entreprises médiatiques ont mis en place un partenariat il y a quelques semaines. Ils ont pour but d'améliorer la qualité des reportages que l'on trouve sur le Web. Ce qu'on doit tirer de ça, c'est qu'eux aussi comprennent l'ampleur du problème, et ils comprennent que l'information qui circule sur leur plateforme n'est vraiment précise et qu'elle ne reflète pas la réalité.

Facebook a également lancé le programme Instant Articles, ce qui consiste en une entente selon laquelle des médias publient du contenu sur Facebook, et Facebook partage les recettes générées des publicités avec ces médias. Il y a aussi Facebook 360, une application vidéo qui intègre la technologie liée à la réalité virtuelle, laquelle est utilisée par de nombreux médias.

En ce qui concerne Amazon, Facebook et Netflix, on dit qu'ils ont été capables de créer un certain algorithme. Facebook a modifié son algorithme pour empêcher les « pièges à clics ». En soi, les pièges à clics sont des articles ou des événements sensationnalistes qui apparaissent sur Twitter et d'autres plateformes, mais ces articles sont souvent mensongers, alors Facebook a modifié son algorithme pour empêcher de tels articles de figurer sur leur site Web.

Par rapport à Postmedia, nous avons appris de bulletins d'information que Postmedia a restructuré sa dette et, selon l'entreprise, elle veut investir l'argent épargné dans des projets numériques.

[Français]

M. Nantel a parlé de la restructuration de Rogers, qui s'est départi de certains journaux, et qui a décidé que certains titres iront directement en ligne. Il y a eu des changements chez Rogers.

La semaine dernière, vous avez reçu une coalition de journaux du Québec. Les porte-parole ont présenté une panoplie de propositions, dont un fonds d'aide à la transition. Vous parlez de crédit d'impôt. Ce sont tous des types de mesures dont vous aviez sans doute entendu parler par l'entremise d'autres présentations individuelles.

Ce que M. Geist disait plus tôt sur le droit d'auteur est intéressant, parce que la coalition a mis dans sa liste de suggestions le fait de renforcer la Loi sur le droit d'auteur pour protéger les droits d'auteur des journalistes.

•(1210)

C'est donc une proposition qui a été faite au gouvernement fédéral. Il y a une dizaine de jours, VICE Media a annoncé qu'elle allait élargir la portée de VICE Québec.

Celui-là, je vous avoue que c'est un peu

[Traduction]

Voici l'un de mes faits saillants préférés : je lisais cet article de VICE Québec qui disait que ses membres apprécient les nouvelles locales. C'est rare de lire des articles de tels sites Web de nouvelles qui mentionnent l'importance de la presse locale. Je ne voulais qu'attirer votre attention sur ce fait.

Le ministère du Patrimoine canadien et le ministère de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique Canada —je ne vais jamais m'habituer à ce nom; on l'appelait autrefois Industrie Canada— ont donné un mandat assez important au Forum des politiques publiques pour fournir au gouvernement des avis d'experts sur la situation de la presse écrite. Ils ont fait des recherches et organisé des tables-rondes et ils vont nous remettre en décembre un rapport comprenant une série d'options stratégiques. Je veux vous

avertir tout simplement que c'est encore en cours et nous attendons le rapport.

Vous avez probablement remarqué que l'honorable Mélanie Joly a lancé des consultations publiques sur le contenu canadien dans le monde numérique, et je vais demander à Helen si elle veut nous en donner de plus amples détails.

Merci.

Mme Helen Kennedy (directrice générale, Radiodiffusion et communications numériques, ministère du Patrimoine canadien): Merci.

[Français]

Je suis ici pour vous à mettre à jour en ce qui concerne les consultations sur le contenu canadien dans un monde numérique.

•(1215)

[Traduction]

En ce qui concerne la procédure, il y a eu des consultations préalables au mois d'avril 2016 de pair avec la diffusion d'un document et d'un questionnaire en ligne pour recevoir l'avis des Canadiens sur les sujets qui leur tiennent à coeur. Cela a duré jusqu'au 27 mai, et nous avons reçu l'avis d'environ 10 000 personnes. En ce qui concerne les résultats « élevés », 85 % des répondants ont dit qu'ils considéraient comme « assez » ou « très » important l'accès à du contenu canadien dans le monde numérique. Et 88 % des répondants publics ont dit qu'ils considéraient « assez » ou « très » important l'accès à du contenu local dans leurs communautés.

Il s'agit de résultats très intéressants pour le comité.

La ministre a également nommé en juin un groupe consultatif d'experts pour la soutenir dans ses démarches. Ce groupe s'acquittera de son mandat jusqu'en février 2017. Ces experts servent d'organe de réflexion pour la ministre et apportent leur concours à l'orientation des politiques. Le groupe n'a aucun pouvoir de décision et n'a pas à produire de rapport officiel.

La deuxième phase des consultations officielles a été lancée en septembre avec la production d'un document de consultation et d'un portail Web, ainsi que la diffusion de résultats de l'enquête des consultations préalables. Les consultations portaient sur des questions liées au contenu informatif et au contenu ludique tel qu'il est diffusé à la télévision, à la radio, dans les films, dans les médias numériques et sur les plateformes, dans les jeux vidéo, dans la musique, dans les livres, dans les journaux et dans les magazines.

Pourquoi faisons-nous ces consultations? Je vais vous citer le document en question qui a déjà été publié.

Bien que nous voulions faire l'état de la situation actuelle, nous soutenons les créateurs et les entrepreneurs culturels dans l'adaptation d'un nouvel environnement, dans les efforts de renforcement du contenu canadien, la création, la découverte et l'exportation dans le contexte numérique. Nous voulons rendre les créateurs et les entrepreneurs culturels du Canada beaucoup plus forts pour qu'ils puissent s'épanouir et contribuer du mieux qu'ils le peuvent à l'économie du Canada et à notre qualité de vie.

Renforcer la création, la découverte et l'exportation de contenu canadien dans un monde numérique signifie que nous créons des voies vers des marchés. Les créateurs peuvent donc partager des histoires captivantes et poignantes qui façonnent un pays ouvert et inclusif, le Canada. Cela signifie que les Canadiennes et les Canadiens soient fiers de leurs créateurs et cherchent activement du contenu produit par les Canadiennes et les Canadiens disponible dans les deux langues officielles et qu'ils participent à notre démocratie en ayant accès à de l'information, à des nouvelles et à du contenu de première qualité qui reflètent un ensemble de voix et de perspectives. À l'étranger, cela signifie que les auditoires à l'échelle mondiale soient attirés par le contenu produit par les Canadiennes et les Canadiens parce qu'il s'agit d'un contenu unique, de calibre mondial.

Par-dessus tout, cela signifie que nous tenons en haute estime la contribution, sur les plans social et économique, de nos créateurs et de nos entrepreneurs culturels, reconnaissons que la créativité est au cœur de l'innovation et qu'elle est clef pour une classe moyenne forte et pour la réussite du Canada.

Si vous désirez participer à ces consultations, vous pouvez assister aux séances qui ont eu lieu dans six villes du pays. Vous pouvez consulter le calendrier affiché sur notre site Web. Une des séances a déjà eu lieu à Vancouver et d'autres séances suivront à Halifax, à Toronto, à Montréal, à Edmonton et au Nunavut. Certains de ces événements seront diffusés sur Facebook Live. Les Canadiennes et Canadiens de tous les horizons peuvent soumettre leurs idées et leurs histoires sur le portail Web. Ils peuvent également donner leur avis sur la façon dont nous pouvons promouvoir et soutenir le contenu canadien dans le monde numérique.

La présidente: Je vous remercie, Madame Kennedy.

Mme Helen Kennedy: Je vous en prie.

La présidente: Nous allons commencer la séance de questions et réponses. Débutons avec M. Samson pour les libéraux. Vous avez sept minutes.

[Français]

M. Darrell Samson (Sackville—Preston—Chezzetcook, Lib.): Merci, madame la présidente.

Je souhaite la bienvenue aux témoins. Cela nous fait plaisir de vous recevoir à nouveau. J'espère que nous serons plus intelligents, cette fois-ci, parce que nous avons eu beaucoup de présentations et d'information de la part des gens qui sont sur le terrain. Cela nous a permis de réfléchir davantage sur le sujet.

J'ai plusieurs questions. Ma première est au sujet du fait que plusieurs témoins qui ont comparu au Comité nous ont parlé d'un crédit d'impôt pour les annonceurs publicitaires dans les journaux. Ils pensent que ce serait une bonne idée pour assurer davantage de revenus pour ces publications. Que pensez-vous de cette idée?

M. Jean-François Bernier: Toutes les idées qui vous ont été présentées sont intéressantes.

M. Darrell Samson: Cela, c'est une réponse politique.

M. Jean-François Bernier: Oui. C'est parce que la ligne est mince entre...

Je suis ici pour être factuel. Nous avons pris connaissance de cette proposition, comme de toutes les autres d'ailleurs, et nous les analysons au même titre que vous le faites.

Je voudrais porter à votre attention qu'il y a plusieurs propositions qui ont été faites en matière de crédit d'impôt et de taxe de vente. Comme c'est le ministre des Finances qui s'occupe de la taxation au

Canada, vous voudrez peut-être l'inviter au Comité ou inviter les représentants du ministère pour tester certaines de ces idées.

À ce moment-ci, j'aimerais réserver mes commentaires par rapport à la valeur de cette proposition. Il y a déjà, dans la Loi de l'impôt sur le revenu, une possibilité pour les annonceurs canadiens de déduire leurs dépenses publicitaires dans les journaux imprimés. Nous en avons parlé le 23 février dernier.

J'aimerais arrêter ma réponse ici.

M. Darrell Samson: Lors des préconsultations sur le contenu local organisées par votre ministère, y a-t-il des solutions qui sont ressorties et que vous voudriez transmettre au Comité?

M. Jean-François Bernier: Encore ici, madame la présidente, nous prenons acte de chacune des propositions qui ont été faites et nous les analysons. Les travaux du Comité, votre rapport, les recommandations du Forum des politiques publiques, les consultations de la ministre, tout cela fait partie de l'ensemble des données que nous prenons en considération pour tenter d'élaborer la meilleure politique publique possible et la soumettre à l'approbation du gouvernement.

M. Darrell Samson: Une autre chose dont nous avons entendu parler et au sujet de laquelle vous pourrez peut-être donner des détails concerne la dualité linguistique dans les communautés rurales et les médias locaux. Avez-vous déjà reçu des plaintes à ce sujet? Des solutions ont-elles été mises sur pied pour appuyer davantage les médias locaux? Il ne faut pas toujours revoir un dossier pour faire des améliorations. Au cours des dernières années, y a-t-il eu des changements de stratégie pour mieux refléter cette préoccupation?

M. Jean-François Bernier: Votre question a plusieurs volets, parce qu'au ministère...

M. Darrell Samson: Il faut que bien j'aie capté quelque chose!

M. Jean-François Bernier: C'est bien. Je vais prendre le point de vue de la dualité linguistique. Effectivement, nous avons des outils, actuellement, qui soutiennent les médias. Il y a Radio-Canada, il y a le Fonds du Canada pour les périodiques.

Dans le Fonds du Canada pour les périodiques, qui vise les magazines et les journaux communautaires, selon la définition du ministère, la question de la dualité linguistique est traitée de façon particulière. L'approche est différente des pratiques usuelles. Elle reconnaît la dualité linguistique. Il y a des critères d'admissibilité différents pour les périodiques qui opèrent en situation linguistique minoritaire.

On peut donner plus de détails sur ces critères si vous le voulez, mais pour répondre à votre question, nous avons déjà à l'intérieur de nos programmes des critères adaptés à la situation des communautés linguistiques vivant en situation minoritaire, c'est-à-dire les communautés francophones à l'extérieur du Québec et les communautés anglophones au Québec.

• (1220)

[Traduction]

La présidente: Vous avez 30 secondes.

[Français]

M. Darrell Samson: En terminant, vous ne formulez pas de commentaires sur ce qui a été dit quant aux solutions possibles. Cependant, des éléments sont-ils ressortis, depuis que nous avons entrepris cette étude, qui cement les problèmes que vous devez régler?

M. Jean-François Bernier: Parmi les facteurs que je soulignais plus tôt, il y a l'impact du numérique, le changement des habitudes de consommation et la fuite des revenus publicitaires vers l'ensemble de la planète plutôt qu'au nord de la frontière. Je vous dirais que ce sont les trois facteurs principaux.

Évidemment, d'un côté plus social, on peut parler de la qualité du journalisme. Y a-t-il encore de l'avenir pour le journalisme de fond? Vous avez entendu Mme Lindgren en parler plus tôt. Je vous dirais que c'est ce qui émerge en ce qui nous concerne et relativement aux enjeux dont vous entendez parler ici.

[Traduction]

La présidente: Je vous remercie sincèrement M. Samson.

M. Maquire, c'est à vous.

M. Larry Maguire: Je vous remercie, Madame la présidente, et je remercie nos témoins de Patrimoine Canada de leur présence ce matin.

M. Bernier, vous avez mentionné que le monde numérique est l'avenir. Seriez-vous en accord avec une personne disant que le numérique est l'avenir pour la plupart des médias, et ce, nonobstant le fait que nous avions entendu des témoignages attestant que la presse écrite des régions rurales ainsi que les nouvelles locales sont toutefois très importantes?

M. Jean-François Bernier: L'un n'empêche pas l'autre. Dans le but de vous répondre brièvement à votre question, je vous dirai qu'on ne peut revenir en arrière. Alors, il est vrai que le numérique est l'avenir.

Il y a tout de même une demande très élevée pour la presse écrite locale, les journaux et certains magazines. En effet, le numérique fait partie de notre écosystème, mais dans 15 ans, le *Globe and Mail* existera-t-il dans sa version papier? Quinze ans, c'est peut-être un peu trop loin de nous, mais dans les cinq prochaines années, M. Nantel continuera-t-il d'apporter son journal en papier s'il est... Je ne veux pas faire des suppositions sur les résultats de la prochaine élection...

Des voix : Ho! oh!

M. Pierre Nantel: Merci.

M. Jean-François Bernier: Nous aurons encore des journaux en format papier.

M. Pierre Nantel: Je vais faire de mon mieux.

M. Larry Maguire: Peut-être qu'il serait mieux que je m'exprime en son nom.

Il n'y a aucun doute qu'il y en aura toujours. Ce que je veux savoir est ce qu'on peut faire pour s'assurer que cela se produise. Quel est le moyen le plus efficace? Les gens habitant les régions rurales et éloignées continueront à consulter les journaux locaux pour avoir de l'information. Ce changement générationnel poursuit son cours et il peut se terminer dans cinq ans, pas dans dix ou quinze ans, vu les changements qui ont eu lieu dans les cinq dernières années. Quelle est la façon la plus efficace de s'assurer que les gens utilisent cette nouvelle technologie? alors que d'autres le font tout simplement par choix? Quel est le moyen le plus efficace pour que les gens de ces régions aient accès à de l'information de première qualité? alors que, comme vous le disiez, les Facebook, Twitter et vingt autres entreprises médiatiques créent un partenariat pour améliorer la qualité des nouvelles?

• (1225)

M. Jean-François Bernier: Cela fait beaucoup de questions.

Une chose qui est certaine en ce qui concerne les communautés rurales... Il vous faut une connexion à large bande pour diffuser une telle quantité de données, des nouvelles, de l'information, ou du contenu de Netflix. Dans certaines régions, ce n'est pas toujours évident d'avoir accès à une telle connexion. Le gouvernement a mis en place un plan pour que les régions rurales aient accès à une telle connexion Internet comme c'est le cas au centre-ville de Toronto, mais c'est un défi.

C'est l'une des variables de l'équation : avoir la capacité numérique pour avoir accès à l'ensemble de l'information.

M. Larry Maguire: Nous avons commencé à réaliser un tel projet. Je sais que les libéraux continuent à déployer des efforts dans ce sens, et nous essayons de rendre accessible, d'un bout à l'autre du pays, un accès Internet à haute bande.

Je voulais tout simplement vous interpeller, Madame Kennedy, et voir si vous voulez conclure les propos sur la tenue de ces séances. Pas en ce qui concerne les lieux et les dates mais vos objectifs concrets.

Mme Helen Kennedy: Je vous remercie.

La consultation, vous l'avez assurément remarqué, comporte de nombreuses facettes. Sur le plan du contenu, nous couvrons de nombreux sujets, et nous faisons participer les gens de nombreuses façons. Il y a six événements en personne que la ministre va tenir et je crois que trois d'entre eux seront diffusés sur Facebook Live. Même si vous n'êtes pas physiquement présents dans la salle, il vous sera tout de même possible de participer à l'événement en utilisant Facebook Live.

Le portail Web sera également disponible aux Canadiennes et Canadiens; ils pourront l'utiliser pour soumettre leurs idées et ainsi de suite. Il existe aussi quelque chose que nous appelons une trousse de consultation, laquelle a été conçue pour que les gens l'utilisent pour organiser leurs propres consultations et ensuite nous rendre un rapport de leurs consultations en utilisant le portail Web. Ainsi, nous voulons rejoindre un plus grand nombre de personnes. Notre but est de rendre le tout simple. Que tous, députés et groupes d'intérêt, créateurs et acteurs industriels, puissent interpeler les Canadiennes et les Canadiens; nous voulons leurs avis et leur retour sur les consultations. Notre but est de leur donner un outil, puisque des multiples consultations ont lieu en même temps.

En ce qui concerne nos objectifs... Je crois que je parlais très vite, puisque je désirais donner le plus de renseignements possible et je veux vous remercier de m'avoir laissée m'exprimer. Mon but était de vous donner les principaux points qui figurent déjà dans le document de consultation du gouvernement. Nous nous sommes fixé un programme ambitieux par rapport à nos objectifs généraux. Il est écrit dans le document de consultation, vous l'avez peut-être remarqué, que l'un de nos objectifs est que les « Canadiens aient l'occasion de jouer un rôle actif dans notre démocratie en ayant accès à des nouvelles et à des informations locales de grande qualité provenant de sources et de points de vue variés. »

Il m'est d'avis que le processus de consultation est pertinent pour vous, assurément, puisque nous y discutons du problème sur le contenu local, et le processus de consultation donne une occasion à tous les Canadiennes et Canadiens de faire entendre leur voix. Comme nous l'avons remarqué dans les résultats des sondages en ligne obtenus pendant les consultations préalables, les Canadiennes et Canadiens sont d'avis que le contenu local est très important.

Je crois que j'en ai assez parlé.

La présidente: Merci beaucoup.

Je cède maintenant la parole à M. Nantel du Nouveau Parti démocratique.

● (1230)

[Français]

M. Pierre Nantel: Merci, madame la présidente.

Je remercie tous les témoins de leur présence parmi nous.

Vous êtes venus nous voir pour nous aider à nous orienter en ce début d'étude.

On a entendu beaucoup de choses préoccupantes. Je pense que tous les membres de ce comité cherchent à apporter de l'eau au moulin et à approfondir la réflexion. Nous sommes contents de savoir que vous lisez et scrutez les procès-verbaux de ces rencontres.

Il ne faut pas mettre tous les problèmes dans le même panier. Les médias régionaux et les médias en général ont un problème de revenus. En effet, le placement publicitaire n'est plus ce qu'il était.

Notre production culturelle souffre aussi d'un problème de visibilité. Ce problème se trouve sur le portail de Netflix, sous l'onglet « Kids ». On y trouve près de 600 choix et les choix canadiens sont de l'ordre de 15 ou 20 au maximum. Il faut en débattre. Des produits apparaissent et disparaissent, mais en général, pourquoi est-ce ainsi?

Ce n'est peut-être pas tant Netflix qui ne veut pas collaborer que le fait que notre système de production et de diffusion a été très bien géré en ce qui a trait à l'offre et à la demande. C'est un système tissé serré. Quelqu'un voulant produire une oeuvre audiovisuelle va déjà savoir qui va diffuser son oeuvre dans quatre ans parce que cette entité a assumé les coûts de diffusion et les a inclus dans le budget de production. Que Netflix ne soit pas là, c'est normal, car cette compagnie n'était pas là quand ces productions ont commencé. Netflix n'était pas dans le système et les droits pour le fournisseurs de services par contournement n'étaient peut-être même pas existants quand cela a été tourné.

Aujourd'hui, je suis content que nous parlions des pertes de revenus de nos médias locaux. C'est certainement le but de l'étude. Il est question de ce sentiment de reconnaissance que peuvent avoir tous les Canadiens en regardant leurs médias de chez eux. Ils n'ont pas, alors, le sentiment d'habiter dans une entrée de garage au fin fond du Connecticut, mais celui de faire partie d'une communauté qui existe et dont on parle, qui garde la vie et qui garde ses jeunes, qui garde ses commerces locaux et tout cela. Il y a cet enjeu.

Mme Kennedy est ici pour parler des consultations. Je pense qu'il y a un enjeu de communications et j'espère que le gouvernement va siffler la fin de la récréation. Il doit dire qu'il faut s'arrêter pendant deux minutes, voir que notre système est tissé serré et que tout le monde a intérêt à protéger cela. J'aimerais que tout le monde vienne parler et ne prenne pas de décisions pour l'instant.

Je trouve que depuis quelques mois, c'est la récréation. Le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens change son pointage, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes change le pointage pour le contenu canadien, shomi ferme parce que ce n'est pas payant, on veut vendre *L'actualité* et *Châtelaine*, Radio-Canada improvise et le Fonds des médias du Canada décide d'envoyer notre contenu sur YouTube pour le 150^e anniversaire du Canada!

Il faudrait une super vision d'ensemble, mais elle n'est pas là. Je m'attendrais à ce que la ministre du Patrimoine canadien et le ministre de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique prennent cela en mains. Je suis quand même content,

monsieur Bernier, que vous ayez fait allusion, lors de votre présentation, à l'étude commandée par Patrimoine canadien et ISDEC, parce que c'est important. Le ministère de l'Innovation, des Sciences et du Développement économique ne s'est pas occupé de cela pendant 10 ans en pensant que ce n'était qu'une histoire de patrimoine. Je suis content qu'il se montre à la table.

Justement, Mme Joly a souvent dit que tout était sur la table, alors peut-on avoir tout le monde autour de la table? En tout cas, beaucoup de gens m'appellent et me disent qu'ils aimeraient y aller, mais qu'on ne les a pas invités aux rencontres. Doivent-ils passer par Mme Guindon et M. Smith, présenter un mémoire de quatre pages, aller au microphone et dire ce qu'ils aimeraient dire? Ça ne marche pas.

Pour ma part, je n'ai pas d'autre choix que d'avoir confiance en vous et Mme Joly. Vous êtes des professionnels et vous faites votre travail très bien depuis longtemps. Il n'empêche que l'heure est grave. Je ne veux pas avoir l'air d'une grand-mère qui a peur du tonnerre, la vérité est que notre système est en péril. Il est lézardé et des gens profitent de cet état de fait, des gens qui viennent d'ailleurs et qui se disent que c'est un territoire à conquérir comme les autres. On les comprend car c'est dans leur intérêt, ils ont des actionnaires qui veulent que leur investissement rapporte.

Cependant, nous avons un système et j'aimerais savoir quel est, officiellement, le processus à suivre pour faire partie des invités. Je ne fais pas partie de ceux qui veulent y aller, mais beaucoup d'intervenants aimeraient savoir que tout le monde est à la table.

Il y a, notamment, George Cope de Bell Canada, qui est à la tête d'une entreprise dont on a toujours été très fier et qui profite des avantages de l'utilisation du spectre pour sa téléphonie sans fil. C'est un joueur important et c'est une compagnie publique importante.

● (1235)

Des fonds de pension sont en cause. Tout est important. Bell n'est pas un monstre, mais un joueur super important. Par contre, il a aussi des responsabilités envers nous. C'est la même chose pour la famille de Ted Rogers.

[Traduction]

La présidente: M. Nantel, vous avez deux minutes.

[Français]

M. Pierre Nantel: Ce sont de gros joueurs, mais tout le monde est concerné, même la maquilleuse d'une équipe qui produit un vidéoclip. Tout le monde a son point de vue. Cela représente beaucoup de monde, beaucoup d'emplois et beaucoup de visibilité.

Or quand est-ce que tout le monde aura son mot à dire?

Cette consultation est collégiale en ce qui concerne les citoyens canadiens, mais elle ne l'est pas quant aux gros joueurs de l'industrie. Nous ne parlons pas de musées, de beaux-arts. Il y a eu une panique générale quand vous avez pris la route la première fois. Beaucoup de gens ont souligné qu'il n'y avait pas d'artistes. On parle de l'industrie culturelle, mais ce n'est pas la façon dont cela a été présenté. Je pense que tous les joueurs de l'industrie veulent s'exprimer. Ils doivent le faire.

Madame Kennedy, je sais que c'est une question sans fin, mais je vous écoute.

[Traduction]

Mme Helen Kennedy: Je pense que je vais permettre...

La présidente: Mme Kennedy, vous avez 30 secondes pour répondre à la question. Merci.

Mme Helen Kennedy: D'accord.

En plus du portail Web et des activités diffusées sur Facebook Live par le ministère, le ministère tient des séances d'information techniques avec des intervenants clés après les séances personnelles avec la ministre. Nous avons différentes façons de faire en sorte que les acteurs s'impliquent dans le processus. Tel que je l'ai souligné plus tôt, nous comptons également les trousseaux des députés et vos consultations, et tous ces moyens qui vont nous permettre d'atteindre notre objectif.

M. Pierre Nantel: Dans cette courte période de temps, après les séances avec la ministre, est-ce que vous allez divulguer cette information? Peut-on savoir qui va rencontrer la ministre dans ces rencontres? Est-ce que ce sera monsieur George Cope? Est-ce que ça peut être les gens de AQTIS à Montréal?

Mme Helen Kennedy: Bon, ainsi le...

La présidente: Je suis désolée, il ne vous reste plus de temps. Je vous remercie sincèrement de votre apport. Peut-être que madame Kennedy pourra répondre à cette question lors de sa prochaine intervention.

M. Vandal, la parole est à vous.

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

[Français]

Monsieur Bernier, en 2010, le Programme d'aide aux publications est devenu le Fonds du Canada pour les périodiques.

Pouvez-vous me dire, en deux minutes ou deux minutes et demie, ce qui distingue fondamentalement ces deux programmes?

M. Jean-François Bernier: En 2010, le Fonds du Canada pour les périodiques est né de la fusion de deux fonds qui existaient déjà, soit le Fonds du Canada pour les magazines et le programme de subside postal, qui était administré par Postes Canada. Avant 2010, le programme d'aide de Postes Canada se chiffrait à 80 millions de dollars. Pendant les années 1980, son budget avait même été de 200 millions de dollars. Essentiellement, ce programme visait à subventionner la livraison à domicile.

En 2010, nous avons fusionné ces deux fonds et changé complètement la façon dont ils étaient administrés. Il s'agit d'une formule basée sur le lectorat.

[Traduction]

Nous réussissons à rejoindre les lecteurs, et — je vais conclure sur ce sujet, puisque je pense qu'il me reste 15 secondes — tout l'argent peut être utilisé non seulement pour payer les frais postaux de

L'Actualité, mais aussi pour acquitter les frais liés à votre site Web, aux dépenses découlant des textes et des images — mais pas pour acheter un autobus jaune — des choses relatives aux activités commerciales du périodique.

[Français]

M. Dan Vandal: Il reste que les communautés de langue officielle en situation minoritaire ne sont plus reconnues.

Est-ce exact?

M. Luc Marchand (directeur, Politique et programmes de l'édition des périodiques, ministère du Patrimoine canadien): En fait, le programme a des critères allégés pour les périodiques en situation minoritaire. Par exemple, il faut 5 000 exemplaires vendus pour accéder au programme, en ce moment, mais pour les périodiques en situation minoritaire, ce seuil est abaissé à 2 500 exemplaires. C'est donc dire qu'on rend l'accès à ce programme plus facile dans leur cas.

• (1240)

M. Dan Vandal: Lorsque les programmes ont été fusionnés, le nouveau Fonds du Canada pour les périodiques a-t-il reçu le même montant d'argent, moins d'argent ou plus d'argent?

M. Jean-François Bernier: Il a reçu le même montant d'argent que l'année précédant la fusion des deux programmes. Il n'y a pas eu, généralement, de réduction du montant d'argent alloué à chacun des deux anciens programmes. Ils ont été fusionnés et le même montant a été accordé, soit environ 75 millions de dollars.

M. Dan Vandal: Croyez-vous que cela soit désavantageux pour des périodiques comme *La Liberté*, à Saint-Boniface, dont les lecteurs sont partout dans la province? Les journaux doivent donc être envoyés par la poste et les frais d'envoi ont augmenté de 60 % au cours des huit dernières années. Qu'en pensez-vous?

M. Luc Marchand: Dans le cas de *La Liberté*, son financement a effectivement été réduit lors de la fusion des deux programmes. Les chiffres le démontrent. Une bonne partie de la réduction est due à la baisse du nombre de lecteurs abonnés. Alors, moins il y a de lecteurs, — comme M. Bernier l'expliquait — moins la publication reçoit d'argent. Par contre, lorsque nous comparons les statistiques entre l'ancien programme, le Programme d'aide aux publications et le Fonds du Canada pour les périodiques, les fonds destinés aux périodiques francophones ont augmenté d'environ 30 %.

M. Dan Vandal: Reconnaissez-vous qu'il s'agit d'une situation sans issue?

M. Jean-François Bernier: C'est un enjeu.

M. Dan Vandal: D'accord.

Nous pourrions en reparler plus tard.

[Traduction]

J'ai une question très simple à propos du contenu canadien. Je nécessite vos lumières. Je parle du contenu canadien pour la radio et la télévision. Est-ce que les normes sur le contenu canadien s'appliquent également aux journaux?

[Français]

M. Luc Marchand: Pour accéder au programme, il faut qu'il y ait un minimum de 80 % de contenu canadien à l'intérieur des publications admissibles.

M. Dan Vandal: D'accord.

Nous avons reçu toutes sortes de recommandations de nos témoins.

[Traduction]

Des recommandations vous ont été formulées. Les connaissez-vous? Pouvez-vous commenter l'une d'elles, le Fonds des médias du Canada, qui finance le contenu numérique à la télévision, et ce, dans les deux langues officielles?

Il y a eu des propositions d'inclure la production de nouvelles locales dans ce programme, afin que ses artisans aient accès au Fonds des médias. Pouvez-vous commenter cette proposition?

Mme Helen Kennedy: Comme vous le savez probablement, le Fonds des médias du Canada, en matière de contenu, contribue à un nombre limité de genres tels que les émissions dramatiques, les émissions pour enfants, les émissions de variétés, les arts de la scène et les documentaires. La décision concernant le choix de ces genres doit venir du gouvernement. Ouvrir le Fonds à d'autres genres tels que des émissions de nouvelles et d'information serait une décision politique prise par le gouvernement. C'est en soi un sujet politique.

M. Dan Vandal: Je comprends ce que vous dites.

M. Jean-François Bernier: Puis-je donner plus de détails? L'idée d'inclure les nouvelles locales dans le crédit d'impôt pour les films et la télévision a aussi été soulevée. Là encore c'est une décision politique. Les nouvelles sont un des onze genres qui ne sont pas éligibles au crédit d'impôt pour la production de films et d'émissions de télévision, tout comme les événements sportifs, les affaires publiques, les films pornographiques.... Il existe une liste.

M. Dan Vandal: Combien de temps me reste-t-il?

La présidente: C'est tout. Bon travail. Merci.

Maintenant nous allons faire un deuxième tour. Nous avons le temps pour une deuxième ronde de questions de cinq minutes, mais je vais être très stricte sur les cinq minutes.

Nous allons commencer avec M. Waugh du Parti conservateur.

M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC): Merci et bonjour.

Cette industrie change rapidement, n'est-ce pas? Combien Patrimoine canadien dépense-t-il en publicité numérique? Combien et quel est le pourcentage?

Nous avons entendu ici autour de la table lors des dernières semaines que Radio-Canada ne devrait pas faire de publicité et ainsi de suite. Quand je vais sur leur site, je vois une publicité bien conçue de 15 ou 30 secondes sur les musées canadiens. C'est merveilleux. C'est vraiment saisissant, je l'admets.

Je me demande, puisque nous avons entendu l'industrie des journaux dire que nous dépensons trop sur le numérique et qu'ils ne reçoivent rien, quel est le pourcentage de votre budget qui est dépensé sur le numérique et quel est le montant total de ce budget?

• (1245)

Mme Helen Kennedy: Juste pour clarifier, vous demandiez combien nous dépensons sur les publicités?

M. Kevin Waugh: Oui. Je veux dire juste sur l'aspect numérique de la chose. Vous avez entendu ce que nous avons dit lors de nos séances. Tous ceux qui viennent des milieux de la télévision de la radio et des journaux disent que le gouvernement a laissé tomber leur publicité dans ces trois secteurs. Pourtant il est évident qu'ils ont augmenté le nombre de publicités apparaissant dans le numérique.

M. Jean-François Bernier: Le budget de publicité du ministère est aussi minime que le bout d'un trombone. Je n'ai pas le chiffre exact, mais je doute qu'il y ait trois zéros après le chiffre.

Je pense que ce à quoi vous faites référence, si je peux interpréter votre question, est que beaucoup de personnes qui se sont présentées ici ont souligné que le budget de publicité du gouvernement de façon générale a fondu comme neige au soleil.

M. Seamus O'Regan: Il est passé de 20 millions à 1 million de dollars.

M. Jean-François Bernier: C'est certain que la publicité gouvernementale était une source importante de revenus pour les médias, surtout sur le plan local. Les chiffres sont là. Il dit qu'ils sont passés de 20 millions à 1 million de dollars. C'est probablement vrai. C'est ce que nous avons entendu de...

M. Kevin Waugh: Sur la plateforme numérique, Radio-Canada a été de toute évidence très énergique pour se faire de la publicité. Ceci est aussi vrai pour la télévision, mais pas pour la radio. Elle ne le fait pas pour la radio. Pourtant elle reçoit beaucoup de subventions du gouvernement fédéral. Pourquoi donc n'est-ce pas le cas?

Je regarde juste les trois plateformes. Le numérique a beaucoup de publicité, la télévision, également, mais la radio, elle n'a rien. Pourquoi pas et comment cela se fait-il? Il faut soit réduire la subvention payée par le contribuable soit être en concurrence avec les autres.

Saisissez-vous bien ce que je dis? Je vois les deux plateformes sur lesquels vous faites de la publicité et vous êtes en compétition directe, et pourtant à la radio vous n'avez aucune compétition.

Une voix: Nous ne voulons pas de publicité à la radio.

M. Kevin Waugh: Vous ne voulez pas de publicité à la radio. Alors pourquoi en avons-nous à la télévision et pourquoi en avons-nous sur la plateforme numérique?

Mme Helen Kennedy: Je pense que ce sont de très bonnes questions à poser à Radio-Canada. Son mandat est d'informer, d'éclairer et de divertir les gens. Aucun doute. J'ai eu vent que le comité a invité Radio-Canada à se présenter devant lui, je pense, le 25 octobre. Je pense que cela offrira une bonne occasion de lui poser des questions sur sa conduite des affaires dans ce domaine parce que, de toute évidence, elle fonctionne indépendamment du ministère.

M. Kevin Waugh: J'ai une dernière question. Des consultations préalables indiquent des différences, je pense, dans les réponses venant du public et de l'industrie. La concurrence étrangère était citée par 41 % des répondants venant du public comme étant la défi le plus urgent auquel fait face le secteur de la culture, alors que 54 % des répondants de l'industrie disent que c'était un créateur de richesse. Nous voyons ici de grandes différences dans les réponses provenant du public et celles provenant de l'industrie.

Mme Helen Kennedy: Il existe certainement quelques nuances, mais il y a aussi beaucoup de convergence en matière de l'importance mise sur le contenu canadien et les nouvelles locales en particulier.

J'ai remarqué en réexaminant les documents concernant les nouvelles locales que, c'est intéressant, si nous demandons aux Canadiens de choisir quel genre d'informations ils aimeraient avoir le plus, ils disent que ce sont les nouvelles qui concernent leur région. Du côté des intervenants, c'était les nouvelles au sujet des activités culturelles qui sont importantes, ce qui à mon avis va de soi.

Je pense que c'était une bonne chose pour nous d'avoir cette sorte de distinction, parce qu'elle nous démontre l'importance du point de vue des intervenants tout comme le point de vue du public qui ont choisi de répondre à notre sondage.

L'autre chose à garder en tête en analysant les résultats, c'est qu'il s'agissait d'un groupe de personnes volontaires. Ce n'est pas la même chose que faire une recherche sur l'opinion publique avec un cadre méthodologique rigoureux.

M. Kevin Waugh: Vous avez ici une différence de 15 %.

La présidente: Merci M. Waugh et Mme Kennedy. Vous avez dépassé votre limite de temps.

La parole est à M. Breton.

• (1250)

[Français]

M. Pierre Breton (Shefford, Lib.): Merci, madame la présidente.

Je remercie les témoins de leur présence parmi nous aujourd'hui. C'est un plaisir de vous revoir après plusieurs mois.

J'ai des questions concernant le sondage. Nous n'en avons peut-être pas parlé beaucoup ce matin, mais je voudrais vous entendre à ce sujet.

Il y a eu 10 000 réponses. Vous avez publié les résultats au début de septembre, ou à la mi-septembre — je ne m'en souviens plus trop. Que signifie le fait de consulter 10 000 personnes au sein de la population canadienne? Est-ce que ce sont des résultats que l'on devrait considérer comme crédibles? Qu'est-ce que cela veut dire? Parlez-m'en un peu.

Nous avons à présent des données, des faits. J'aimerais connaître l'analyse qu'on en tire, ce qu'on ne perçoit pas nécessairement en examinant les résultats.

[Traduction]

Mme Helen Kennedy: Je peux faire quelques commentaires sur ce sujet.

Comme je l'ai dit auparavant, les buts du sondage étaient de recueillir des retours des Canadiens et des intervenants sur les enjeux et leur avis sur la situation grâce à la trousse d'information sur la culture. Nous voulions le faire d'une manière stricte et ciblée. Nous voulions également que ce soit sur une base volontaire, ce qui a amené à la création d'un sondage en ligne.

Tel que je l'ai mentionné, il y a eu 10 000 répondants. Nous avons été vraiment contents des commentaires. Nous pensions que c'était un bon résultat, et que notre approche se comparait avantageusement avec quelques autres processus dont nous avons eu vent. Nous devons reconnaître que c'était des répondants volontaires. Les répondants sont donc des personnes qui sont, de par leur nature, intéressées par ce sujet et qui veulent participer au sondage. Ils ont des choses à dire sur ce domaine. Cela ne revêt pas la même sorte de rigueur statistique, disons, d'une recherche sur l'opinion publique où nous avons une plus large part de la population plutôt qu'un groupe de personnes volontaires.

[Français]

M. Pierre Breton: Très bien.

Est-ce que, en ce qui concerne l'analyse, vous avez fait une distinction entre les personnes qui demeurent dans les grandes villes et celles qui vivent dans de petites localités? Vous comprenez que, dans le cadre de notre étude, cela pourrait avoir une certaine importance.

Non, vous ne l'avez pas fait?

[Traduction]

Mme Helen Kennedy: Non, nous ne demandons pas aux participants de s'identifier, de dire s'ils venaient d'une grande ou d'une petite ville. Nous n'avons donc pas une répartition analytique par rapport aux villes.

[Français]

M. Pierre Breton: Toutes les réponses ont été traitées ensemble et il n'y a pas eu nécessairement de distinctions...

[Traduction]

Mme Helen Kennedy: Non.

[Français]

M. Pierre Breton: ... entre les hommes, les femmes, les lieux de résidence, etc. Ce genre d'analyse n'a pas été faite?

[Traduction]

Mme Helen Kennedy: Nous demandons aux gens d'indiquer quelle est leur province. Du point de vue de la répartition, c'était tout.

[Français]

M. Pierre Breton: D'accord.

Je crois qu'il pourrait être intéressant de procéder à une analyse un peu plus poussée des résultats qui, dans le fond, constituent un ensemble.

Malgré cela, j'aimerais vous entendre au sujet des défis que doit relever le secteur culturel. M. Waugh a fait mention de certaines différences un peu plus notables. Parlez-nous un peu de ce qui vous surprend? Qu'est-ce que vous avez noté de particulier? Vous avez sûrement analysé certains résultats, sans en faire l'analyse en détail dont nous avons parlé tout à l'heure. Parlez-nous de un ou deux éléments qui vous surprennent davantage dans ces résultats. Il serait intéressant de vous entendre à ce sujet.

[Traduction]

Mme Helen Kennedy: Honnêtement, les résultats pour la plupart étaient loin d'être surprenants. Ils s'alignaient avec les opinions émanant d'autres forums — par exemple, lors des instances du CRTC et même devant ce comité. De façon générale, il n'y avait rien d'étonnant.

Je pense qu'il y a eu quelques commentaires intéressants concernant l'importance de la promotion du contenu canadien à l'étranger et l'importance d'avoir du contenu canadien qui est capable de se démarquer du reste. Ces remarques sont plutôt intéressantes. Nous avons demandé aux gens de penser au contenu canadien de façon plus générale, au lieu de leur demander ce qu'ils voulaient.

Parmi les défis les plus urgents auxquels fait face le secteur de la culture, le public considère comme très importants la concurrence étrangère et l'impératif de rendre plus visible le contenu canadien sur l'Internet. De plus, il était clairement indiqué dans nos résultats que Radio-Canada joue un rôle très important, surtout si l'on considère son rôle dans la programmation en matière d'émissions de nouvelles et d'information.

• (1255)

La présidente: Merci, Mme Kennedy.

Merci, M. Breton.

Je cède maintenant la parole à M. Nantel pour cinq minutes.

[Français]

M. Pierre Nantel: Merci, madame la présidente.

Tout à l'heure, j'ai fait référence à la famille Rogers, une entreprise de chez nous qui a décidé de bâtir des réseaux comme Cantel. Je suis un abonné de Rogers depuis 22 ans, parce que c'est un système fiable et bien conçu pour notre pays. Il est bien adapté à notre situation géographique.

De nos jours, les mêmes entreprises cherchent à s'adapter aux goûts des Canadiens. Par contre, il ne faut pas s'attendre à ce que les Canadiens se grattent la tête en disant qu'ils aimeraient vraiment qu'il y ait beaucoup plus de contenu canadien, que cette question les préoccupe. Il ne faut pas s'attendre, non plus, à ce qu'ils déclarent ne pas aimer *James Bond*, ou *Orange is the new black*, en fait, les émissions que tout le monde regarde.

Il me semble qu'il y a une candeur dans cette consultation — anonyme, je le rappelle. Je ne vois pas l'intérêt de la chose. Tout à l'heure, M. Breton soulignait que nous devrions pouvoir obtenir plus d'information. Vous avez mentionné que les provinces d'origine des répondants étaient connues. Tout cela m'irrite énormément car, depuis belle lurette, je place beaucoup d'attentes dans cette consultation.

Chaque fois que j'ai eu l'occasion d'avoir des représentants de nos grands joueurs devant moi, je leur ai dit savoir qu'ils portaient plusieurs chapeaux, mais qu'il serait agréable d'entendre l'opinion de personnes avec un chapeau qui leur est propre. Il serait agréable d'entendre la personne qui s'occupe du contenu média et de la production de télévision nous dire que la situation est difficile, que le marché est en train d'être absorbé par la concurrence. Puis, la personne qui branche des fils et installe du service à large bande pourrait nous dire, que du côté de Netflix, tout va très bien chez. C'est la réalité de ces entreprises.

Il faut aussi se rappeler qu'il y a un an ou deux, M. Dion siégeait à ce comité. Il a posé des questions au représentant de Bell concernant FACTOR et ce qui devait être fait dans le cas de Musicaction pour amener de l'argent au moulin, parce qu'il n'y avait pas de transactions de radios.

Au bout du compte, le représentant de Bell a répondu que, potentiellement, les fonctions d'accès Internet pourraient suffire. Actuellement, c'est ce que demande l'ADISQ. Des commerçants en ligne estiment qu'il va falloir réglementer le service, prélever des taxes. Bell et tous les grands médias demandent à pouvoir jouer à armes égales avec les grands fournisseurs. Pourraient-ils au moins payer les taxes de vente? C'est quand même très élémentaire.

Dans cette optique, je voudrais vous poser trois questions. Est-ce que nous saurons, avant que la consultation soit terminée, qui se rencontre à la grande table et qui est assis à la table des enfants? Qui est invité? Comment se faire inviter? Il faut s'assurer que tous nos joueurs sont présents.

Quel est le processus? Beaucoup de gens se le demandent et plusieurs sont conscients de l'urgence de la situation. Nous dansons sur le Titanic. Alors, qu'est-ce qu'on fait pour réparer le trou dans la coque du bateau?

[Traduction]

Mme Helen Kennedy: Comme je le disais tantôt,

[Français]

c'est un processus extrêmement ouvert. Il y a plusieurs façons d'y participer.

[Traduction]

les séances en personne sont juste l'une des méthodes. Il y a les rencontres avec les intervenants allant de pair avec les réunions. Les intervenants...

M. Pierre Nantel: Comment pouvons-nous savoir qui y assistera?

Mme Helen Kennedy: Les listes sont élaborées en fonction des invitations. Je devrais vous revenir là-dessus...

M. Pierre Nantel: Je vous en prie.

Mme Helen Kennedy: ... à savoir si elles sont rendues publiques ou non.

Il y a un réel effort de s'assurer qu'il y ait un large éventail de représentants à la table. Nous voulons qu'environ 60 personnes participent à une réunion. Nous visons à obtenir un large éventail de participants: des intervenants, certes, mais aussi des personnes du monde universitaire, des artistes, des créateurs.

Par exemple, à une table ronde vous pouvez ne pas avoir le directeur exécutif de la Guilde des écrivains, mais vous auriez un membre de la guilde, alors qu'aurait lieu une rencontre avec la Guilde des écrivains...

M. Pierre Nantel: Oui. Nous avons été contents d'apprendre que Mme Smith, la jeune journaliste de The Tyee, sera des nôtres.

Mme Helen Kennedy: Oui.

M. Pierre Nantel: Formidable. Je ne dis pas que je nage dans l'obscurité la plus totale, mais je ne vois pas ce qui se passe. Je pense que les joueurs de l'industrie doivent savoir que le sujet de la transparence sera traité.

• (1300)

Mme Helen Kennedy: Exact. L'autre point que je veux apporter est que si vous choisissez de participer en utilisant le portail Web, c'est un acte public. C'est une manière très publique de participer aux événements.

M. Pierre Nantel: Que voulez-vous dire par le « portail Web »? Voulez-vous dire que si George Cope veut participer, il peut utiliser le portail Web?

Mme Helen Kennedy: Eh bien, tout le monde peut aller sur le portail Web. Il y a plusieurs façons de le faire. Vous pouvez faire un blogue. Vous pouvez faire une proposition. Vous pouvez télécharger une histoire. C'est ce que je voulais dire quand je disais que tout le monde peut participer en utilisant le portail Web. Il existe plusieurs manières de participer aux consultations.

M. Pierre Nantel: Tout le monde se demande comment George fera sa part.

Mme Helen Kennedy: Oui, exactement. Il pourrait écrire sa proposition ou raconter son histoire.

La présidente: Merci.

Je pense que nous avons terminé cette partie. Avant de libérer les témoins, j'ai une question que j'aimerais vous poser.

Vous dites que les répondants du sondage en ligne se sont portés volontaires. De toute évidence, les personnes qui sont intéressées à cette question auraient répondu au sondage, mais cette façon de faire comporte aussi ses limites. Je veux savoir ce que vous pensez de ça. Nous savons que nous n'avons pas tous une connexion à large bande. Seulement les personnes qui ont accès à l'Internet pourront participer au sondage. N'est-ce pas une restriction à la participation? C'est la première question.

Deuxième question. Nous avons parlé de la diversité des voix. Nous avons entendu de la part de beaucoup de journalistes et de médias ethniques qu'ils sont très désavantagés sur le plan de la publicité. Ils n'entrent pas dans le jeu. Est-ce qu'ils seront impliqués dans les consultations? Seront-ils spécifiquement choisis pour être impliqués dans le processus? Je parle ici des minorités linguistiques et ethniques.

Mme Helen Kennedy: À la première question concernant l'accès au sondage en ligne, nous avons envoyé des copies papier des sondages aux personnes qui en ont fait la demande. J'en ai pris note.

En ce qui concerne les médias ethniques, oui, nous envisageons un large éventail d'intervenants, un large éventail de participants. Cela va inclure, comme je l'ai dit, des gens de tous les secteurs des médias.

La présidente: Je remercie très sincèrement les témoins et les membres du comité d'avoir participé de façon si passionnée — M. Nantel — lors de cette discussion.

Je suis prête à accepter une motion d'ajournement.

La parole est à vous M. Van Loan.

L'hon. Peter Van Loan: Je fais la proposition.

La présidente: La séance est ajournée.

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

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

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

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

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

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

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