



● (0855)

[Traduction]

Le président (M. Clifford Lincoln (Lac-Saint-Louis, Lib.)): Bonjour. La séance est ouverte. Le *Comité permanent du patrimoine canadien* se réunit aujourd'hui pour poursuivre l'étude du système canadien de radiodiffusion.

La réunion d'aujourd'hui est très importante pour nous. Il va sans dire que notre premier témoin, CanWest Global, est l'un des participants les plus importants du système de radiodiffusion—en fait, dans le monde des médias en général, et non seulement à l'échelle du pays, mais également à l'échelle internationale. Nous vous remercions d'être venus nous rencontrer et nous sommes très heureux que vos cadres supérieurs assistent également à la réunion. Nous attendons votre exposé avec impatience ainsi que les questions des députés.

Nous vous souhaitons la bienvenue, monsieur Asper. Je vous cède la parole.

● (0900)

M. Leonard Asper (président et directeur général, CanWest Global Communications Corp.): Merci, monsieur le président. Je tiens à signaler à ceux qui ne sont pas originaires de Winnipeg que c'est froid et sec dehors, mais que ce n'est pas si pire qu'il le semble.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, nous avons été heureux de vous présenter notre mémoire en septembre dernier. Bien que je n'aie pas l'intention de lire ce mémoire, je vais m'y reporter aujourd'hui, étant donné qu'il contient de nombreuses recommandations au sujet de l'avenir du système canadien de radiodiffusion.

D'abord, nous voulons souligner trois points qui constituent le fondement de notre mémoire et de notre stratégie globale, et nous espérons que le comité tiendra compte de ces points pour décider de l'avenir du système canadien de radiodiffusion.

Le premier point est simple, mais il est fondamental et il a une incidence profonde sur nous tous: dans le monde des médias de la première décennie du XXI^e siècle, la fragmentation constitue le nouvel état «normal».

Deuxièmement, les recommandations de CanWest, qu'il s'agisse d'améliorer ses recettes ou de simplifier les règlements, peuvent être nécessaires pour réaliser l'objectif que nous cherchons tous à atteindre, y compris les membres du comité, qui est de créer des émissions plus intéressantes et plus populaires.

Le troisième point a trait à l'élaboration des modèles de gestion des médias au Canada. Les politiques générales doivent favoriser et soutenir le développement des entreprises médiatiques canadiennes qui peuvent réussir dans un monde fragmenté et global.

Pour qu'elles puissent donner une perspective canadienne à l'information et au divertissement, nos entreprises médiatiques devront bénéficier d'économies d'échelle pour faire concurrence aux entreprises médiatiques du monde entier qui auront accès au marché canadien. En 2000, le revenu total combiné des entreprises médiatiques canadiennes, provenant de toutes sources, s'élevait à environ 18 milliards de dollars. Je vais situer les choses dans leur contexte; un revenu canadien de 18 milliards de dollars correspond au revenu d'AOL Time Warner sur une période de trois ou quatre mois et au revenu de Viacom sur une période de cinq ou six mois.

Peut-être serez-vous intéressés de savoir que ces entreprises ont une forte présence dans notre système. Par exemple, à Winnipeg, sur le segment analogique du service de distribution par câble, il existe deux canaux CanWest—Global Winnipeg, autrefois appelé CKNB, et Prime, un service spécialisé. Sur la même série de canaux, on compte trois services appartenant à AOL Time Warner—CNN, CNN Headline News et WTBS, une société affiliée à Warner Brothers. Ils font également concurrence aux cyberservices canadiens au moyen d'AOL Canada—et j'ajouterais qu'ils sont des concurrents très vigoureux. Viacom et NBC sont des concurrents de plus en plus importants au Canada, et les autres ne sont pas très loin.

Nos concurrents étaient autrefois CTV et CHUM. Maintenant, en plus de CTV et CHUM, nous faisons face à des concurrents bien plus importants que ces entreprises. Il s'agit d'un aperçu de l'avenir de la radiodiffusion, ce qui nous fait croire que les entreprises médiatiques canadiennes auront besoin des économies d'échelle pour faire concurrence. C'est pourquoi les entreprises médiatiques canadiennes se regroupent—pour rassembler les fragments sur le marché et bénéficier des économies d'échelle plus efficaces.

Malgré ce regroupement au Canada, je veux souligner que les données indiquent clairement qu'il existe, en fait, plus de diversité dans les médias canadiens et moins de concentration que jamais. Nous avons inclus ces données dans notre mémoire.

L'objectif principal du comité a trait, bien sûr, à la radiodiffusion canadienne—la situation de l'industrie aujourd'hui et ce qu'elle sera d'ici quelques années. Comme vous le savez, nous oeuvrons principalement dans le domaine de la télévision traditionnelle au Canada. L'été dernier, le CRTC a renouvelé les licences de télévision traditionnelle de Global, un mandat de sept ans au cours duquel nous avons prévu de dépenser plus d'un milliard de dollars pour les émissions canadiennes, y compris plus de 600 millions de dollars pour les émissions canadiennes d'actualités.

Je vais être très clair sur l'importance de ces dépenses pour les émissions canadiennes. Contrairement aux services spécialisés, les radiodiffuseurs traditionnels privés ne reçoivent pas de revenus d'abonnement. Il s'agit d'un désavantage important. Tandis que les radiodiffuseurs traditionnels privés sont censés consacrer des sommes importantes aux émissions et aux dramatiques originales canadiennes très coûteuses, comparativement aux services spécialisés, nous y arrivons très facilement.

En fait, tout comme les services spécialisés canadiens, les services spécialisés américains reçoivent des revenus d'abonnement des entreprises de câblodistribution et des sociétés de communications par satellite, qui ont atteint 217 millions de dollars en 2000, et qui s'élèveront probablement à 250 millions de dollars en 2002. Il s'agit de 250 millions de dollars non assujettis à l'impôt sur le revenu du Canada et qui ne sont pas investis dans les émissions canadiennes.

Comparez cela aux services privés de télévision traditionnelle canadienne dont les revenus proviennent essentiellement d'une seule source, la publicité.

Permettez-moi de vous donner l'exemple d'un service spécialisé canadien auquel nous faisons concurrence pour l'obtention de droits. RDS recevra environ 120 millions de dollars cette année en revenus d'abonnement et c'est avec cette somme qu'elle fera une offre concurrentielle en vue de l'obtention des droits sur des émissions de sports. Une entreprise comme Global TV ne peut faire concurrence à une entreprise comme RDS pour l'obtention de droits sur des émissions canadiennes de sports. En fait, les dépenses de un million de dollars projetées par Global ont été effectuées en dépit de la stagnation constante des revenus de publicité de la télévision traditionnelle, ce qui n'a rien d'étonnant dans le contexte de la fragmentation du marché canadien de la télévision et compte tenu du ciblage pointu qu'offrent aux publicitaires les services spécialisés—ce qui explique pourquoi le segment des services spécialisés connaît une croissance de 25 p. 100 et que la télévision traditionnelle stagne.

Néanmoins, nous sommes intervenus et avons pris d'importants engagements en matière de programmation. Nous en sommes actuellement à la première année de notre mandat de sept ans. Nous avons dit que nous créerions un journal télévisé national, à Vancouver, qui serait diffusé à l'heure du souper, et c'est ce que nous avons fait. La réaction des téléspectateurs canadiens a été significative. Plus de 750 000 personnes regardaient l'émission en janvier 2002, et le nombre de téléspectateurs continue d'augmenter.

• (0905)

Nous avons lancé une nouvelle émission de nouvelles et d'information d'une heure en Ontario correspondant à celles que nous offrons sur d'autres marchés. Lors du renouvellement des licences, nous avons réitéré notre engagement déjà important en matière d'actualités locales à chacune de nos quatre stations, malgré la fragmentation des recettes sur les marchés que nous exploitons.

Nous avons dit que nous créerions une émission d'affaires publiques à Calgary. C'est ce que nous avons fait. Cette émission attire maintenant le plus grand nombre de téléspectateurs au Canada pour ce type d'émission.

Nous nous sommes engagés à présenter chaque année un certain nombre d'émissions documentaires, et nous avons diffusé 30 émissions de ce genre depuis le renouvellement de notre licence.

Nous avons pris ces engagements en matière de contenu canadien et de diversité accrue des émissions d'actualités pour deux raisons. Nous avons jugé qu'il était nécessaire de le faire et qu'il s'agissait d'une bonne affaire. Nous savons que tous les radiodiffuseurs privés doivent devenir moins dépendants des émissions américaines au cours des dix prochaines années et nous avons choisi notamment de développer de nouvelles voix canadiennes dans les actualités. Nous croyons qu'il est temps de prendre davantage en main notre programmation et de définir des concepts d'émissions canadiennes.

Un autre élément essentiel des activités de CanWest a trait à la convergence. Nous savons que ce mot a été souvent utilisé, peut-être même surutilisé, mais je vais vous dire ce que le mot convergence signifie pour CanWest. En fait, il existe au moins cinq convergences,

c'est-à-dire l'intégration des fonctions du bureau administratif; la nouvelle intégration des relations avec les clients qui se rapporte aux centres d'appels et aux autres outils de commercialisation et de recherche que nous avons mis au point; la publicité croisée; la publicité et la vente intégrées dans divers médias; et finalement, le partage et le recyclage du contenu.

Nous pouvons discuter de ces initiatives, mais permettez-moi de vous dire quelques mots en ce qui concerne le dernier point, le partage et le recyclage du contenu. Je ne dis pas qu'il faut présenter moins de nouvelles, mais qu'il faut utiliser efficacement les ressources pour présenter plus de nouvelles. Permettez-moi de vous donner quatre exemples récents relatifs aux liens entre les stations de télévision et les journaux: à Victoria, un projet conjoint sur l'avenir de l'économie de l'île de Vancouver; à Edmonton, un projet conjoint sur l'avenir du tourisme dans la péninsule de Niagara; et à Montréal, un projet conjoint sur les effets de la fusion municipale sur les citoyens. La collaboration entre les journaux et la télévision permet de sensibiliser davantage le public et d'étendre la portée de certaines nouvelles tout en permettant d'affecter plus de ressources à la couverture de ces nouvelles.

Grâce aux caméras qui lient toutes les salles de presse de la télévision, des journaux et des services en ligne, nous pouvons présenter plus de nouvelles non seulement dans les médias, mais également dans l'ensemble du Canada. Si Peter Kent, journaliste chevronné, publiait ses opinions dans les journaux et les diffusait à la télévision, il y aurait plus de sources d'information pour un plus grand nombre de personnes, et non l'inverse.

Les jeunes journalistes qui terminent leurs études en journalisme aujourd'hui et ceux qui les termineront au cours des dix prochaines années voudront avoir la possibilité de présenter les nouvelles au moyen de plusieurs médias, car c'est de cette façon qu'ils seront habitués à recevoir l'information. En fait, cela se produit déjà dans notre organisation. À mesure que ces initiatives évolueront, elles offriront d'énormes avantages, et deux raisons nous portent à croire que nous sommes bien placés pour servir le marché des médias en constante évolution.

Premièrement, notre façon de concevoir la convergence signifie que nous pourrions mieux servir le nouveau client du multimédia. Au cours des prochaines années, les enfants des baby-boomers constitueront le plus grand groupe d'adultes. Nous serons bien placés pour servir ces clients du multimédia qui voudront suivre la nouvelle au cours de la journée à partir de divers médias.

Deuxièmement, notre façon de concevoir la convergence signifie que notre capacité de présenter efficacement les nouvelles au moyen de différents médias contribuera à créer une marque canadienne puissante et efficace permettant de nous distinguer dans une foule de possibilités quasi illimitées.

Il s'agit donc de la perspective que nous présentons au comité aujourd'hui. Cette perspective constitue le fondement des recommandations que nous avons faites au comité dans notre mémoire. Dans ce mémoire, nous avons établi cinq principes fondamentaux et 27 recommandations spécifiques. Je vais répéter les cinq principes fondamentaux, mais pas les 27 recommandations. Je vais énumérer les plus importants par ordre de priorité.

Les cinq principes fondamentaux sont les suivants:

Les médias canadiens sont plus fragmentés et moins concentrés que jamais. À ceux qui croient le contraire, je propose simplement d'examiner les faits. Ces gens-là croient probablement aussi qu'Elvis est encore vivant.

L'établissement et l'évolution d'entreprises médiatiques canadiennes capables d'être concurrentielles, à l'échelle internationale devraient constituer un but explicite de la politique gouvernementale.

Les mesures législatives, réglementaires et stratégiques devraient permettre de jouir d'une plus grande souplesse dans les périodes de changement rapide.

Les mesures législatives, réglementaires et stratégiques devraient aider les radiodiffuseurs canadiens à respecter leurs obligations sur le plan de l'intérêt public, notamment en définissant les étapes à suivre pour prévenir l'abus et la distorsion des marchés par l'application inadéquate des nouvelles technologies à la distribution des signaux et à l'interaction avec les clients; il s'agit en fait de la relation entre les distributeurs et les radiodiffuseurs.

● (0910)

Les programmes gouvernementaux d'aide financière pour les réalisateurs d'émissions canadiennes devraient être axés sur l'industrie et tenir compte de la nécessité commerciale de produire des émissions canadiennes qui pourront être distribuées sur les marchés internationaux. Nous croyons que nous pouvons créer des émissions canadiennes qui seront diffusées et admirées au Canada et partout dans le monde. La production de ces émissions créera des emplois et générera des recettes fiscales au Canada et, par conséquent, elle permettra au gouvernement fédéral de récupérer les sommes investies dans ces émissions. Le gouvernement ne devrait pas se mêler de décider quelle émission canadienne est la plus canadienne et qui recevra du financement.

Nous serions heureux de discuter avec vous de l'une ou l'autre de nos recommandations.

Mais, après tout, comme nous sommes dans le milieu des médias, je vais vous donner la liste des dix changements fondamentaux en matière de politique qui assureront la capacité des radiodiffuseurs canadiens de continuer de présenter un contenu canadien.

Premièrement, il faut uniformiser les règles du jeu en ce qui concerne le soutien financier accordé par le gouvernement aux producteurs d'émissions canadiennes de sorte que l'efficacité soit primordiale, et non la structure organisationnelle du producteur. Ne pénalisez pas les radiodiffuseurs seulement parce qu'ils sont liés à un distributeur ou à un producteur.

Deuxièmement, il faut établir une politique qui permettra aux radiodiffuseurs traditionnels de partager directement les revenus d'abonnement réalisés par les entreprises de câblodistribution et les sociétés de communications par satellite. Tout le monde le fait, sauf nous.

Troisièmement, il faut prendre les mesures appropriées pour soutenir les émissions canadiennes en utilisant une partie des 250 millions de dollars qui proviennent des Canadiens et qui vont directement dans la caisse des services de câblodistribution spécialisés des États-Unis.

Quatrièmement, il faut interdire le décalage des émissions par les compagnies de câblodistribution et les sociétés de communications par satellite qui enfreignent les règles sur le droit d'auteur en offrant d'autres versions de la même programmation sur les marchés et en fragmentant davantage la publicité. Nous ne faisons pas seulement concurrence à tout le monde sur le marché, mais nous faisons

également concurrence à nos huit autres stations du Canada, comme le fait CTV.

Cinquièmement, il faut uniformiser les règles du jeu avec les États-Unis pour ce qui est de la publicité des médicaments délivrés sur ordonnance. Permettez cette publicité. Les Canadiens peuvent annoncer des médicaments délivrés sur ordonnance par le biais de dizaines de canaux américains, mais ils n'ont pas accès à cette source de revenus.

Sixièmement, il faut mettre à jour le régime de droit d'auteur pour donner aux radiodiffuseurs un meilleur contrôle de leurs propres signaux.

Septièmement, il faut s'assurer que la conversion au numérique s'effectue dans un cadre stratégique qui protège la capacité des radiodiffuseurs d'accéder à la clientèle et aux revenus nécessaires pour produire et diffuser un contenu canadien. Les pays comme l'Australie et les États-Unis qui se sont précipités pour établir des régimes numériques ont coûté des centaines de millions de dollars aux radiodiffuseurs.

Huitièmement, il faut conserver les règles de substitution de signaux identiques pour les signaux numériques et analogiques afin de protéger les droits d'auteur. Le régime de substitution de signaux identiques ne fait que protéger contre la violation des droits d'auteur qui se produit déjà.

Neuvièmement, il faut rationaliser le processus réglementaire en établissant les droits de licence du CRTC en fonction du coût réel de la réglementation et en éliminant graduellement la politique en matière de bénéfices qui s'applique à la vente d'un canal de télévision. Cette pratique et cette politique constituent une forme d'imposition et, soit dit en passant, elles sont mesurées différemment dans des circonstances différentes. Il n'y a aucune cohérence.

Dixièmement, il faut accroître à 49 p. 100 la limite autorisée en ce qui concerne la participation étrangère directe avec droit de vote dans le cas des titulaires de licence de radiodiffusion, dans le cadre d'accords de réciprocité avec d'autres pays, et entamer des négociations préliminaires avec les États-Unis et d'autres pays afin de faciliter les investissements stratégiques canadiens sur les marchés étrangers.

Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, nous croyons que la tâche que vous avez entreprise est importante pour l'avenir de la radiodiffusion canadienne. Nous voulons discuter de cette question en détail au cours des deux prochaines heures et des prochains mois.

Avant de terminer, j'aimerais vous faire part de deux points qui aideront les radiodiffuseurs à créer des émissions canadiennes de qualité. Premièrement, déliez-nous les mains et permettez-nous de disposer des mêmes outils concurrentiels que les services spécialisés au Canada et aux États-Unis, tels que les revenus d'abonnement et d'autres sources de revenus, y compris la publicité des médicaments délivrés sur ordonnance. Deuxièmement, assouplissez les règlements de façon à laisser les téléspectateurs canadiens choisir le sujet, les créneaux ou le caractère des émissions canadiennes. Nous acceptons le système de quota relatif au contenu canadien comme étant un élément de fait, mais nous sommes désavantagés par le sous-ensemble de règlements auquel il a donné lieu. Déliez-nous les mains et permettez-nous de profiter d'une plus grande souplesse, et le système canadien de radiodiffusion servira mieux le Canada et respectera les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion.

J'aimerais présenter brièvement les gens qui m'accompagnent: Ken MacDonald, vice-président national à l'information de Global Television; Ken Goldstein, premier vice-président et chef de la stratégie de CanWest, à Winnipeg; Gerry Noble, président et directeur général de Global Television; et Charlotte Bell, vice-présidente nationale aux Affaires réglementaires de Global Television.

Nous vous invitons à poser vos questions. Merci.

● (0915)

Le président: Merci, monsieur Asper.

Nous allons maintenant passer aux questions.

Madame Gagnon.

● (0920)

[Français]

Mme Christiane Gagnon (Québec, BQ): Bonjour. Je vais m'adresser à vous en français. Comme c'est ma langue officielle, je préfère m'exprimer en français.

Vous avez beaucoup parlé de diversité dans votre mémoire et dans votre présentation. Vous réclamez qu'on vous délie les mains afin que vous ayez plus d'autonomie, mais avec toute la concentration et l'achat de propriétés croisées, on a entendu un autre son de cloche de la part des consommateurs, de la part de certains témoins qui sont venus nous dire leur inquiétude face à ces concentrations, à ces propriétés croisées, face à la liberté d'expression et aussi à la pensée unique qui semble se dégager de certains conglomerats.

Comment pensez-vous qu'il faudrait encadrer davantage cela et donner aux consommateurs la certitude d'avoir une vraie diversité? Avec la concentration qui existe présentement, les gens se disent inquiets. Si vous voulez refléter la diversité et aussi parler d'une histoire canadienne...

En tout cas, ce qui s'est passé dernièrement inquiète beaucoup la population, qui dit ne pas s'y retrouver. Faisant actuellement la tournée du Canada, je ne pense pas qu'il y ait seulement une histoire canadienne; il y a plusieurs histoires canadiennes et il s'agit d'être un vrai reflet. Si vous avez des tentacules un peu partout, comment pouvez-vous vous assurer que ce que vous dites dans vos journaux et dans vos productions reflète vraiment ces réalités canadiennes historiques et sociales qui sont différentes d'une province à l'autre? J'aimerais vous entendre là-dessus.

M. Leonard Asper: D'abord, j'ai écouté la plus grande partie de votre intervention en français. Je n'ai pas trouvé la traduction anglaise, mais je pense avoir compris la question. Je vais y répondre en anglais, si cela vous convient.

[Traduction]

J'aimerais poser quelques questions. Je ne suis pas certaine d'avoir compris toute la question, car j'écoutais l'interprétation, mais je crois l'avoir comprise.

Je vais demander à Ken Goldstein de me répondre, et je crois que Ken MacDonald aura également son mot à dire car, bien qu'il n'y ait qu'un propriétaire dans une entreprise—qu'il s'agisse de Bell Canada ou d'autres grandes entreprises—il n'y a pas qu'un point de vue.

Si on examine en détail la façon dont l'information est recueillie et présentée, et la façon dont les entreprises fonctionnent, on se rend compte que plusieurs groupes travaillent ensemble pour rassembler l'information qui deviendra la nouvelle du jour. De façon générale, ils ne se parlent pas à moins qu'ils estiment pouvoir réaliser un meilleur reportage ou offrir un meilleur produit aux téléspectateurs ou aux lecteurs en se consultant. Nous consultons le personnel de

CHUM ou d'autres organes d'information concurrents si nous pouvons coordonner la collecte de l'information.

Cependant, j'aimerais indiquer que nous devrions peut-être nous efforcer de présenter les faits aux Canadiens sur la diversification du marché des médias en fonction du nombre de canaux et de distributeurs de nouvelles comparativement aux 25 dernières années. C'est à nous qu'il incombe, à mon avis, de créer un environnement où cette information sera disponible.

J'encourage les écoles de journalisme et les autres à examiner les résultats de cette organisation prétendument monolithique. Si nous écoutons les opinions et examinons les journaux et les émissions de télévision, la nature et les faits sont différents. Par exemple, un journal de Calgary favorise un Sénat selon la proposition «des trois e», tandis qu'un autre journal à Ottawa considère que c'est ridicule. C'est exactement ce qui s'est passé la semaine dernière. Je crois qu'il faudrait déterminer a posteriori ce qui s'est réellement passé. On constatera peut-être que les deux côtés ne se parlent pas, et il qu'il s'agit d'une bonne chose.

Ken, si vous voulez ajouter quelque chose, je serais heureuse de vous céder la parole.

● (0925)

M. Kenneth Goldstein (vice-président directeur et principal responsable de la stratégie, CanWest Global Communications Corp.): Merci.

Si on étudie l'histoire du marché des médias et qu'on regarde les statistiques récentes, on constate que la concentration des médias au Canada est un mythe. Le fait, c'est que les médias au Canada sont moins concentrés que jamais. À mon avis, une des raisons pour lesquelles on croit le contraire, c'est que l'on a tendance à considérer la part du marché que détient un média en particulier, au lieu de tenir compte du fait que ce média a vu sa part du marché diluer par d'autres médias. Il s'agit du point fondamental.

En 1950, le tirage combiné des quotidiens correspondait à 100 p. 100 des ménages. Il est maintenant de 44 p. 100. Lorsqu'on examine toutes les statistiques sur les médias, on constate que chaque média détient une moins grande part du marché qu'auparavant. Il faut donc tenir compte de la part de marché que possède un média en particulier. Ce faisant, on constate que nous avons accès à Internet et à plus de stations de télévision, qui n'existaient pas auparavant, et que nous avons également accès à plus de stations de radio et à moins de journaux. J'aimerais que les gens aient accès à plus de journaux. En fait, si les tirages étaient plus élevés, il y aurait plus de journaux.

Je vais vous donner un exemple simple de la capacité des Canadiens d'accéder à différentes sources d'information. Depuis le mois de décembre dernier, 575 000 Canadiens se sont abonnés au *New York Times* en ligne. Sa diffusion est plus grande que celle de n'importe quel autre journal canadien, sauf l'édition du samedi du *Toronto Star*. Si on analyse les chiffres et les tendances, on se rend compte qu'il y a moins de concentration et plus de diversité, et non l'inverse.

Le président: Monsieur MacDonald.

M. Ken MacDonald (vice-président, Global - Nouvelles, CanWest Global Communications Corp.): Je veux seulement ajouter, madame Gagnon, que, pour ceux d'entre nous qui pratiquent la convergence sur le terrain au lieu d'en parler en théorie, comme nous l'avons fait pendant une période assez longue il y a plus d'un an sur le plan de l'information, il s'agit de présenter plus de nouvelles et d'approfondir l'analyse de l'actualité. Je crois qu'il s'agit de la valeur ajoutée au journalisme, et c'est ce que nous avons constaté. Je crois que, si vous parliez à plusieurs journalistes, ils vous diraient la même chose.

Il ne s'agit pas... Je crois que la plupart des gens ne croient plus au mythe voulant qu'on embauche un groupe de journalistes fébriles qui peuvent transporter une caméra et un bloc-notes, attacher une antenne de télévision par satellite sur leur tête et couvrir les grandes nouvelles du jour, chaque jour, pour tout le monde. De nombreuses personnes travaillent sur des plates-formes multiples, et je crois que la meilleure façon de traiter cette question est de vous donner quelques exemples concrets.

Leonard a mentionné quelques-uns des projets régionaux, journalistiques et conjoints qui ont été réalisés. En raison de la récente guerre en Afghanistan, une équipe de neuf journalistes de CanWest a été envoyée en Afghanistan et au Pakistan sur les lieux mêmes du conflit ou dans les environs. En plus de leurs reportages, que ce soit pour les journaux ou la télévision, nous avons été en mesure d'échanger des informations et d'offrir une couverture plus détaillée, ce qui n'aurait pu être possible à la télévision auparavant..

Les impératifs de la télévision sont tels qu'il nous faut envoyer des équipes un peu partout, et il aurait été difficile d'envoyer neuf équipes et neuf journalistes sur place. Mais il y avait des journalistes dans différentes parties de la région, y compris Patrick Graham et Stewart Bell. Certains se trouvaient au nord, d'autres au Pakistan, d'autres étaient au sud, ou en opération secrète, et ils pouvaient communiquer avec nous et partager leurs expériences avec nous à la télévision.

Le lendemain, leur reportage ou leur article pouvait être assez différent de ce qu'ils nous avaient dit le soir précédent, mais il s'agissait d'une valeur ajoutée pour les téléspectateurs. Il s'agissait d'un point de vue, et je crois que nous n'aurions pas eu accès à cette information si la convergence ne s'était pas produite.

Je n'ai pas l'intention de m'attarder très longtemps sur le sujet. Je pourrais continuer longtemps. On a eu de la difficulté à couvrir les Jeux Olympiques, car on n'avait pas obtenu les droits sur l'événement mais, grâce à des efforts de convergence, je crois qu'il y avait une valeur ajoutée des deux côtés. Je crois donc qu'il faut améliorer le journalisme en augmentant le volume de nouvelles au lieu de le diminuer.

• (0930)

Le président: Madame Gagnon.

[Français]

Mme Christiane Gagnon: Il est certain que le dernier événement sur la pensée magique de l'éditorial unique fait en sorte qu'il y a des doutes dans la population. C'est à vous de faire la preuve. Vous avez le fardeau de la preuve. Vous devez montrer que ce que vous dites est vrai. Présentement, je ne pense pas que ce soit perçu comme cela dans la population. Ce n'est pas un mythe; c'est ce que les gens nous disent. Je suis certaine que si on faisait un sondage aujourd'hui pour savoir si les gens pensent qu'ils ont de l'information diversifiée et non pas la pensée magique unique, ils diraient qu'ils sentent que d'un poste à l'autre ou d'un journal ou l'autre, c'est à peu près la même chose. Comme politicienne, je connais un peu mieux le système de radiodiffusion, je sais ce qui appartient à qui et je peux savoir les nuances ou les nuances moindres qui se trouvent dans les journaux.

Hier, on a entendu un témoignage d'une dame qui est venue nous dire, par rapport à la souveraineté et à la situation politique du Québec, qu'elle aimerait savoir pourquoi les Québécois qui croient en la souveraineté ont été si tristes par rapport au projet de loi C-20, le projet de loi sur la clarté. Elle aurait aimé le savoir, car ce qu'elle en sait, ce sont des choses qui sont plus négatives.

Je ne suis pas certaine, comme souverainiste, que les journaux et les médias que vous possédez vont donner une image un peu plus constructive de ce que nous ressentons et de nos raisons. Cette option politique est quand même stable depuis de nombreuses années. Je ne suis pas certaine non plus que vous, qui en faites partie, ne contribuez pas à donner d'abord votre pensée d'après les grandes directions de votre journal et de vos grands patrons.

Le président: Madame Gagnon, s'il vous plaît, il faut accélérer. Les discours, c'est pour la Chambre des communes.

Mme Christiane Gagnon: Je le sais. Ça va. Merci.

[Traduction]

Le président: Monsieur Asper.

M. Leonard Asper: Oui, j'aimerais parler de deux ou trois points.

D'abord, ce que j'essaie de dire, et ce que notre entreprise essaie de dire, c'est que la façon dont on a décrit notre politique en matière d'éditoriaux s'appuie, à tout le moins, sur des faussetés. J'aurais pu dire «médiances», mais aujourd'hui je me contenterai du mot «faussetés».

Des 1 200 éditoriaux qui ont été rédigés dans nos journaux au cours des 10 ou 12 dernières semaines, 12 d'entre eux ont peut-être été produits—pas rédigés, mais produits—par une source extérieure. Compte tenu de cette faible proportion, on peut difficilement dire que nous ne permettons pas aux Montréalais ou aux Vancouverois d'exprimer leurs points de vue.

Cette histoire a, bien sûr, fait couler beaucoup d'encre dans le *Globe and Mail* et le *Toronto Sun*, ainsi que dans d'autres journaux qui poursuivent leurs propres intérêts et qui nous livrent une vive concurrence. On a répété encore et encore aux comités de rédaction et aux éditeurs de tous nos journaux qu'ils sont libres de présenter—et c'est véritablement ce qu'ils font—des points de vue divergents dans les éditoriaux; qu'ils sont libres de publier dans le courrier des lecteurs toutes les lettres qui sont représentatives de l'opposition aux points de vue exprimés dans l'éditorial de Southam. Soit dit en passant, la plupart de ces éditoriaux sont rédigés par des rédacteurs à l'extérieur de Winnipeg, qui sont sélectionnés parmi nos meilleurs rédacteurs au Canada.

Je crois donc qu'il serait préférable pour la libre expression des idées qu'une personne vivant à l'extérieur du Québec, par exemple, se prononce sur la nécessité d'adopter un projet de loi sur la clarté de la question référendaire, comme l'a fait Ralph Klein et beaucoup de gens vivant à l'extérieur du Québec, et fasse une proposition susceptible de lancer le débat. Si vous parlez à l'un de nos rédacteurs en chef, il vous dira qu'il publie volontairement et librement des opinions divergentes en essayant de présenter différents points de vue.

Les comités de rédaction du *Montreal Gazette* et du *Calgary Herald* étaient là avant que nous fassions l'acquisition de ces journaux. Ils fonctionnent toujours de la même façon, c'est-à-dire qu'ils discutent et décident ce que sera l'éditorial du jour. Cela n'a pas changé du tout. Tout ce qui est arrivé, c'est que les 12 points de vue sont devenus une position nationale à laquelle nous avons demandé aux gens de réagir. Le but, c'est de stimuler le débat, de favoriser la diversité et de faire connaître plus de points de vue, et nous ne considérons pas cela une menace.

J'aimerais également signaler qu'il y a une minorité vocale de personnes qui croient qu'il s'agit d'une menace. Notre recherche non officielle indique que la plupart des Canadiens ne considèrent pas cela comme un problème. La plupart des Canadiens s'en fichent. Je n'irais pas jusqu'à dire qu'il s'agit d'une tempête dans un verre d'eau; ce n'est pas tout à fait vrai, mais presque.

Cela étant dit, un petit groupe de Canadiens croient qu'il s'agit effectivement d'un problème. Nous nous devons donc de faire connaître les faits aux Canadiens en leur disant que les médias sont caractérisés par une diversité qui n'a jamais été aussi grande et en leur expliquant comment l'information est recueillie chaque jour. À part la section de l'éditorial, un journal compte 80 autres pages qui sont produites par les rédacteurs en chef locaux—la une et les titres qui y figurent. Cela ne nous intéresse pas et nous ne nous en mêlons pas. Ce sont des choses qui se produisent quotidiennement au niveau local. Il serait physiquement impossible de participer à ces activités tous les jours. Toutes ces activités sont décentralisées et elles sont restées les mêmes depuis l'époque où Hollinger était propriétaire de ces journaux, et le *Toronto Sun* ainsi que d'autres journaux ne fonctionnent pas différemment.

C'est donc malheureux que certains journalistes en aient fait tout un plat. Franchement, les lettres que vous lisez dans les journaux contiennent des mensonges, répandus par des journalistes et qui se propagent de plus en plus.

● (0935)

Le président: Pour des raisons de temps et parce que je crois qu'il s'agit d'une séance très importante pour nous tous, il faudrait garder les questions et les réponses concises pour permettre à tous les députés de poser leurs questions.

Monsieur Martin, je vous cède la parole.

M. Pat Martin (Winnipeg-Centre, NPD): Merci, monsieur Asper, d'être venu nous rencontrer et d'avoir amené vos cadres supérieurs avec vous comme témoins.

Je vous remercie également d'avoir signalé que c'est froid et sec à Winnipeg. Notre gouvernement provincial fonctionne bien, mais nous devons encore améliorer le temps. Il va nous falloir du temps.

Ma question est très précise. Vous avez mentionné dans votre mémoire que vous prévoyez dépenser 1 milliard de dollars pour le contenu canadien pendant la durée des licences. Cela m'amène à vous poser la question suivante: combien dépenserez-vous pour les émissions américaines? Dans quelle mesure ce rapport a-t-il changé

ou quelles sommes consacrez-vous au contenu canadien par rapport au contenu américain?

M. Leonard Asper: Merci, monsieur Martin.

Je vais laisser Gerry Noble répondre à cette question plus en détail et, je l'espère, brièvement. Le point que je veux soulever, c'est que tout ce que nous avons fait au cours des cinq ou six dernières années, nous l'avons fait pour essayer de diminuer le coût des émissions américaines. Nous avons tenté d'acquérir les stations de télévision WIC, et nous l'avons finalement fait, dans le but notamment d'essayer de rationaliser le marché. Jusqu'à un certain point, nos choix sont dictés par la situation de concurrence dans laquelle nous nous trouvons avec CTV pour l'obtention des émissions populaires. Malheureusement, c'est ainsi que les choses se passent. Qu'on soit en Australie, en Allemagne ou en Irlande, *X-Files*, *Friends* et *Survivor* sont des émissions qui viennent en tête de liste de la grille-horaire des radiodiffuseurs partout au monde.

Mais, Gerry, je vais vous laisser répondre à cette question.

● (0940)

M. Gerry Noble (président et directeur général, Global Television, CanWest Global Communications Corp.): Certainement. Merci.

La programmation américaine constitue toujours une grosse partie de notre budget de programme. Comme M. Asper l'a mentionné, nous avons connu un certain succès au cours des deux dernières années quant à la réduction de la programmation américaine, et notre objectif consiste à la réduire davantage. Je n'ai pas de pourcentage réel à vous donner aujourd'hui, mais je dis que l'une des raisons pour lesquelles l'horaire américain a pris beaucoup d'ampleur au cours des dix dernières années, même jusqu'au point où nous avons pris des mesures draconiennes pour le réduire, c'est que—et c'est toujours le cas au Canada—la programmation étrangère sert à financer les émissions canadiennes. Autrement dit, le coût de la programmation étrangère de l'heure est nettement inférieur à celui de la programmation canadienne; mais parce que les émissions étrangères figurent plus souvent à l'horaire que les émissions canadiennes, elles finissent par coûter plus cher.

M. Pat Martin: Pourriez-vous me donner le rapport approximatif? Si le contenu canadien représente 1 milliard de dollars sur une période de sept ans, le contenu américain se chiffrera-t-il à 2 milliards, à 3 milliards ou à 4 milliards de dollars?

M. Gerry Noble: Honnêtement, j'ai besoin de vérifier—et je le ferai.

M. Pat Martin: Vous voyez, il s'avérerait très utile pour nous de savoir si le montant que vous dépensez sur le contenu canadien s'accroît, reste stationnaire ou diminue parce que le mandat de la Loi sur la radiodiffusion nous...

M. Gerry Noble: Je peux vous dire que lorsque nous avons déposé notre demande de renouvellement de licence auprès de la commission l'année dernière, les dépenses au Canada échelonnées sur la durée de la licence augmentaient à un taux beaucoup plus rapide que les dépenses de l'étranger. L'investissement dans la production canadienne s'accroît donc plus rapidement.

Le président: Serait-il possible, monsieur Noble, de fournir ces chiffres à notre greffière?

M. Gerry Noble: Oui, monsieur le président, je les fournirai à la greffière.

Le président: Merci beaucoup.

M. Leonard Asper: Si je peux colorer cette discussion, je pense que l'investissement s'accroît plus rapidement au Canada grâce à notre décision stratégique qui vise à nous orienter de plus en plus vers des émissions d'informations et de nouvelles, qui coûtent évidemment plus cher que les émissions canadiennes que nous diffusons. L'idée, nous l'espérons, c'est que cette méthode aura une base du revenu plus élevée. Nous prévoyons en faire l'essai, mais je ne peux prédire quels seront les coûts de la programmation américaine dans six ans. Nous avons certainement tenté de le faire, mais l'idée, c'est que nous investissons plus dans la production des nouvelles. C'est pourquoi la programmation canadienne augmentera plus rapidement.

M. Pat Martin: D'accord, c'est très utile.

Ai-je encore un moment?

Le président: Nous reviendrons à vous, monsieur Martin.

Monsieur Harvard.

M. John Harvard (Charleswood St. James—Assiniboia, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je vous souhaite la bienvenue, madame et messieurs. Je veux dire, monsieur le président, que j'ai fait des entrevues avec Ken Goldstein quand il était plus jeune et très raffiné. Peut-être a-t-il vieilli, mais il est toujours aussi raffiné.

Le président: Très raffiné.

M. John Harvard: J'aimerais aborder les trois sujets suivants: la concentration, la programmation locale et le modèle de la radiodiffusion canadienne comme tel.

Peut-être, Kenneth, que vous pouvez répondre à la première question qui traite de votre argument disant que la concentration est un mythe au Canada. Est-il vrai que vous ne faites que compter le nombre d'organismes et de services et que vos critiques comptent le nombre de propriétaires, et que c'est ce qui est à l'origine du débat?

M. Kenneth Goldstein: En fait, j'ai divisé mon rapport—vous possédez la version antérieure que j'ai préparée dans le cadre de notre soumission; il existe une version du mois de janvier qui est plus récente, mais les deux se ressemblent beaucoup—en fonction des propriétaires. Par exemple, vous voyez que pour les émissions de langue anglaise, CTV recueille 20 p. 100 de l'auditoire—et je tiens compte des services généraux et spécialisés—tandis que nous en recueillons à peu près 15 p. 100, toujours en tenant compte de nos services généraux et spécialisés. Personne ne dépasse 20 p. 100. Une fois le contexte situé, que ce soit par propriétaire ou par organisme, nous constatons que la concentration est moins importante.

Vous vous rappelez aussi bien que moi de l'époque à Winnipeg—au cours de notre entretien pour la SRC—où il n'existait que deux propriétaires et deux chaînes. À l'heure actuelle, la câblodistribution offre 100 chaînes, et si vous regroupez ces chaînes par propriétaires, vous constaterez qu'elles sont moins concentrées et bien plus variées que dans le bon vieux temps, lorsque j'avais plus de cheveux.

• (0945)

M. John Harvard: Malheureusement, je fais allusion à une époque antérieure pendant laquelle CTV n'existait pas et où Winnipeg ne comptait qu'une seule chaîne.

Au cours de cette tournée, nous avons entendu beaucoup de plaintes au sujet du manque de programmation locale. Je sais que M. Asper a déjà fièrement fait allusion à la programmation de

CanWest, mais nous pourrions dire aux critiques qu'ils devraient être satisfaits de la programmation locale actuelle, ou nous pourrions peut-être admettre qu'ils ont un bon argument. Si nous reconnaissons qu'ils ont raison à cet égard, vers qui se tourneront-ils pour obtenir «plus de programmation locale»? Des services privés comme celui que vous offrez? La SRC?

M. Leonard Asper: La politique du CRTC conçue en 1983 consistait en «plus de voix, plus de choix». L'envers de la médaille, c'est que plus il y avait de choix, moins le modèle de revenu et de profit était soutenable. C'est magnifique que l'on possède 40, 60 ou 80 canaux, selon le type de câblodistribution auquel une personne est abonnée, mais ça rend la tâche bien plus difficile. En d'autres mots, la station CKND, que ce soit CKY ou toute autre station de ce marché, constitue à peine un projet financier et n'existerait pas si elle ne faisait pas actuellement partie de Global. Global Winnipeg n'existerait pas parce qu'elle ne possède pas... Elle a perdu sa base nationale de recettes publicitaires à cause des chaînes spécialisées, donc sa seule source de revenu est au niveau de la publicité locale.

M. John Harvard: Dites-vous, monsieur Asper, que les gens qui veulent plus de programmation locale ne verront pas leur rêve se réaliser en raison du contexte commercial?

M. Leonard Asper: Je vais le dire de cette façon: c'est très difficile. C'est un projet très difficile aujourd'hui.

M. John Harvard: Ne s'agit-il donc pas d'un argument qui appuie davantage la SRC?

M. Leonard Asper: Je dirais que nous avons concentré nos efforts en très peu de temps, je crois, sur la programmation locale dans les nouvelles plutôt que sur les émissions locales autres que les nouvelles. Premièrement, en n'ayant pas besoin de faire concurrence à la SRC, les radiodiffuseurs locaux pourraient consacrer plus de ressources aux nouvelles. Je pense que la souplesse en matière de réglementation que nous avons demandée entraînerait une augmentation des engagements au niveau local.

Si nous voulons nous distinguer des chaînes spécialisées, qui fonctionnent à l'échelle nationale, nous croyons que nous devons établir un facteur de différenciation, c'est-à-dire tenter d'offrir une programmation locale. C'est dans cette voie que nous nous dirigeons. Mais les conditions environnementales nous causent bien des soucis en ce moment.

M. John Harvard: Je n'ai qu'une autre question à poser au sujet du modèle de radiodiffusion canadien. Par le passé, pendant les 50 ou 60 dernières années, cet établissement a été soumis à un mélange de propriétaires publics et privés. Cependant, lorsque j'ai lu certains commentaires de votre organisme, il m'a semblé que vous étiez en faveur de l'affaiblissement ou de l'élimination de la SRC. Que s'est-il passé? Pourquoi les radiodiffuseurs publics et privés ne pourraient-ils pas se partager la responsabilité?

M. Leonard Asper: Avant que je réponde à cette question, Gerry voulait faire un commentaire comme personne engagée dans les marchés locaux. Un bref commentaire.

M. Gerry Noble: Monsieur Harvard, peut-être que je pourrais expliquer que les téléspectateurs de tous nos marchés locaux n'existent plus. Les choix d'émissions offerts, que ce soit par câblodistribution ou par TDS, se sont multipliés de façon exponentielle au cours des 10 dernières années. Cette augmentation se traduit par l'abandon de la programmation à caractère local, qui comprenait l'émission matinale, le jeu-questionnaire et l'émission de variétés. Nous avons réessayé ce format, mais n'obtenons aucune réponse positive des téléspectateurs qui en assurerait la rentabilité.

Oui, il y a des gens dans les marchés locaux, je dirais un petit nombre, qui s'intéressent à ce genre de chose, mais les téléspectateurs que nous devons attirer pour atteindre le seuil de rentabilité se sont redirigés vers les vastes choix d'émissions qu'offrent les autres chaînes.

Je me souviens d'une époque où la télévision n'était pas disponible avant midi ou 15 heures. À l'heure actuelle, les émissions sont diffusées pendant jour et nuit et l'auditoire ne s'est pas agrandi. En fait, l'écoute de la télévision a diminué d'environ une demi-heure au cours des dix dernières années. Si vous ajoutez 300 chaînes, mais que le nombre de téléspectateurs reste le même, l'auditoire se dispersera. C'est ça qui s'est passé.

● (0950)

Le président: Monsieur Asper, répondez à la dernière question.

M. Leonard Asper: En réponse à votre dernière question, nous ne disons pas, et nous n'avons jamais dit, que nous voulions éliminer la SRC. Je veux m'assurer que c'est clair. Nous n'avons rien contre la SRC. Je pense que nous éprouvons des problèmes concurrentiels relatifs à la structure de la SRC. En matière de politique générale, nous avons une idée de la façon dont la SRC pourrait desservir son auditoire, de façon plus efficace, tout en offrant ce que les autres radiodiffuseurs n'offrent pas.

L'idée de base, c'est que la SRC devrait diffuser la programmation que les autres radiodiffuseurs privés ne diffuseraient pas même si la SRC n'existait pas. C'est-à-dire un certain niveau et un certain type d'émissions artistiques et dramatiques véritablement canadiennes, qui coûtent très cher à produire. Nous suggérons que la SRC adopte un modèle semblable à celui de la BBC. Les villes de Leeds, Manchester, Plymouth et les Midlands ne comptent aucune station locale de la BBC. Les radiodiffuseurs reçoivent, dans leur cas, des fonds provenant de redevances que doivent payer tous les ménages. Je suis certain que vous êtes au courant de ce fait, mais ils produisent la programmation que la VTI et les autres chaînes britanniques ne peuvent pas, sur le plan économique, produire. Je pense que notre point de vue a toujours été que la SRC peut dépenser plus adéquatement son argent sur ce genre de programmation.

Une personne a mentionné le manque de couverture des élections de 1999 par la station CDND. Nous les avons couvertes, mais pas d'une manière exhaustive. Nous les avons couvertes de façon significative, mais il est impossible de faire concurrence à la SRC, puisqu'elle dispose de plusieurs ressources qui lui permettent de couvrir les élections, tandis que nous ne disposons que des recettes publicitaires.

Donc, si la SRC n'existait pas, nous pensons que les radiodiffuseurs privés couvriraient toutes les affaires publiques. Ils s'intéresseraient beaucoup aux sports. La SRC et Global déposeraient sans doute des demandes de soumission sur les droits olympiques, le patinage artistique, le curling et les émissions rentables telles que *Hockey Night in Canada*. Il est vrai que nous ne produisons pas beaucoup d'émissions comme *Da Vinci's Inquest* et *Made in Canada*. Nous en produisons, mais pas autant que la SRC. C'est là-dessus que nous pensons que la SRC devrait se concentrer plutôt que sur la chaux et le sable.

Si nous ne faisons pas concurrence à la SRC, je pense que nous ainsi que les chaînes de câblodistribution pourrions augmenter la programmation locale.

Le président: Monsieur Gallaway.

M. Roger Gallaway (Sarnia—Lambton, Lib.): J'aimerais revenir sur ce sujet. Je vous souhaite la bienvenue ce matin. C'est agréable de voir que vous avez attiré une foule.

Vous avez mentionné que vous, CTV et la SRC avez accès aux recettes provenant des tarifs du service de câblodistribution. La SRC a dit au présent comité, du moins à Toronto, que le système de radiodiffusion canadien ne coûtait que 290 millions de dollars pour la version anglaise; ces 290 millions de dollars constituent le prix net. Vous avez certainement mené des études économiques et conçu des modèles; par conséquent, si le CRTC le permettait, quel serait le montant d'argent qui reviendrait à la SRC, à CTV et à Global s'ils pouvaient accéder aux recettes de la câblodistribution?

M. Leonard Asper: Ken a effectué un peu de recherche à ce sujet, donc je vais le laisser répondre à la question.

M. Kenneth Goldstein: Les revenus d'abonnements à des services de câblodistribution et de satellite au Canada pour l'année en cours sont d'environ 4 milliards. Je ne prétends pas que le plein montant peut être transféré aux radiodiffuseurs traditionnels, mais si une personne calcule théoriquement la valeur de 5 p. 100, cela représente 200 millions de dollars.

Je dis ceci par ordre d'importance parce que si le présent comité recommandait ce transfert comme orientation politique... Le plus intéressant est qu'il s'agit d'une orientation que le CRTC a déjà considérée au début des années 70 et sur laquelle la CFC s'est déjà exprimée.....

Si ce comité disait qu'il serait bon que toutes les recettes de revenu pourraient s'appliquer en entier au contenu canadien, nous pourrions donc aller en détail. Mais, par ordre d'importance, si 250 millions des 4 milliards de dollars qui sont en train d'être encaissés étaient accordés à A&E, à TNN et à CNN, cela n'aurait aucun sens de suggérer qu'un montant du même ordre ne soit pas accordé aux radiodiffuseurs traditionnels.

● (0955)

M. Roger Gallaway: Notre comité a voyagé dans l'ouest du Canada, mais je suis originaire du sud-ouest de l'Ontario. Je suis toujours surpris lorsque j'allume la télévision, que ce soit à Winnipeg, à Regina ou à Edmonton, et que je vois des émissions de Detroit. Je suis toujours stupéfait. J'ai grandi près de la frontière et je connais les émissions de Detroit. Je ne m'attendais pas à les trouver ici, mais la câblodistribution de cet hôtel les diffuse.

De quelle façon ces émissions reçoivent-elles des fonds? A-t-on pris l'argent dans l'air ou a-t-on contribué aux stations de télévision de Detroit, ABC ou NBC?

M. Leonard Asper: Les réseaux américains, appelés les quatre-plus-un, ne reçoivent pas de tarifs d'abonnement. Ce sont les chaînes telles que CNN, A&E et toutes les autres chaînes de câblodistribution.

Même ici à Winnipeg, la population a tenté de se débarrasser des chaînes de Detroit. Je sais que nous en captions une de Detroit. Les Winnipegois ne veulent pas visionner des tueries violentes du centre-ville de Detroit alors qu'ils prennent leur petit-déjeuner. Ils disent que ce n'est pas du tout ce genre de chose qu'ils veulent voir à la télévision. Je ne dis toutefois pas que les Ontariens désirent voir ce genre de contenu plus que les Winnipegois.

Les Canadiens voulaient généralement capter des stations de Plattsburg, Bangor, Spokane, Minneapolis ou Fargo plutôt que de Detroit, Atlanta ou d'autres villes semblables. Ces stations américaines qui fonctionnent au coeur des grandes villes présentent une sensibilité qui est loin de la nôtre. Les quatre-plus-un sont diffusés gratuitement parce qu'ils peuvent être captés directement.

L'autre point a trait aux deux versions de NBC diffusées par câble et par satellite: l'une de l'est et l'autre de l'ouest. Vous pouvez capter deux réseaux NBC différents, cela vous permet donc de décaler la programmation. Il s'agit d'un autre facteur concurrentiel. Mais ils ne reçoivent pas de tarifs d'abonnement; ce sont les chaînes de câblodistribution américaines qui les reçoivent.

Le président: Vous pouvez faire un bref commentaire, monsieur Gallaway. Nous devons ensuite poursuivre.

M. Roger Gallaway: À la dernière page de votre mémoire, vous avez parlé du débat qui semble se poursuivre à propos de l'avenir de la radiodiffusion canadienne. L'un des points que vous soulevez a trait à la façon dont le débat doit se dérouler pour que nous examinions comment les Canadiens utilisent vraiment les médias.

Si nous parlons de la radiodiffusion, les différents lobbyistes qui appuient la radiodiffusion canadienne transmettent un message que le présent comité a déjà entendu et lu dans plusieurs journaux nationaux. Ils parlent des sondages qui indiquent qu'un grand nombre de Canadiens—sept huitième ou trois quarts ou quelque chose de ce genre—considèrent la SRC comme une institution nationale importante. Pourtant, la cote d'écoute de la SRC n'est pas très élevée.

Prenez, par exemple, le marché des nouvelles. La SRC est fière de ses émissions de nouvelles—à bon droit, je crois—, pourtant un autre réseau canadien dépasse la SRC dans tous les marchés de nouvelles du pays.

Comment confronter cet énoncé fait par des gens et certains groupes—que la SRC fait partie intégrante de l'identité canadienne et qu'elle représente les Canadiens—, alors qu'en même temps, très peu de gens l'écoutent?

M. Leonard Asper: Je pense qu'il y a quelques émissions produites par la SRC qui marquent les gens. Je dois dire que *Hockey Night in Canada* en est un exemple. La SRC diffuse de bonnes émissions, mais je souhaite qu'elle en produise plus de ce genre, car ces émissions s'imprègnent dans l'esprit des Canadiens.

Au cours des 12 ou 15 autres heures de la journée pendant lesquelles les Canadiens ne regardent pas la télévision, la SRC affecte toujours des ressources qui, à mon avis, doivent être réorientées. La SRC produit quelques émissions vedettes, même des nouvelles nationales et des nouvelles de fin de soirée. Je ne suggère pas, en passant, qu'elle s'abstienne de diffuser un bulletin de nouvelles national en soirée, mais je crois qu'elle doit réorienter ses ressources vers les autres secteurs. Il s'agirait au moins d'une méthode anecdotique. Je pense que c'est la même situation que celle du parc national Banff ou d'autres parcs nationaux. Peut-être que personne ne s'y rend, mais c'est quand même un élément essentiel au Canada.

L'autre élément de la SRC qui perturbe les radiodiffuseurs, c'est lorsque des émissions comme *Hockey Night in Canada* ou les Olympiques sont diffusées, la SRC écarte la possibilité de la programmation abondante dans le marché de la publicité. Nos recettes de revenu sont ainsi limitées parce que nous faisons concurrence à une entreprise qui n'a pas de but lucratif. La SRC fait chuter le nombre de téléspectateurs que nous pouvons recueillir pour nos émissions, ce qui pose un problème. Voilà ma réponse à la

question de monsieur Harvard, qui voulait savoir pourquoi les radiodiffuseurs sont bouleversés par la structure actuelle de la SRC.

• (1000)

Le président: Nous devons continuer. Monsieur McNally.

M. Grant McNally (Dewdney—Alouette, Alliance canadienne): Merci monsieur le président.

Merci de votre exposé.

J'aimerais faire un bref commentaire à propos de cette question relative à la rédaction qui a été mentionnée auparavant, puis je vais poser quelques questions.

Les membres assis autour de la table entrent souvent dans la catégorie de la perception qui devient réalité. Une fois la perception créée, qu'il s'agisse d'une vérité ou non, les gens ont du mal à l'oublier.

Vous avez mentionné que vos concurrents ont inventé toute cette affaire qui traite de la rédaction, mais je tiens également à dire qu'une partie de cette perception est auto-infligée en réaction à quelques événements qui ont eu lieu, notamment l'affaire Shawinigate. Un article relatif à l'affaire Shawinigate a été publié et, par conséquent, la publication d'un éditorial visant à défendre le premier ministre s'est avéré nécessaire.

C'est un fait connu que M. Asper, père, est l'ancien chef du Parti libéral du Manitoba. C'est un fait. On nous a présenté de l'information à Edmonton qui prétendait que CanWest Global versait une grosse somme d'argent aux ministres libéraux et au Parti libéral. Je veux simplement dire que ce n'est pas sans motif que les gens prétendent qu'il y a un lien.

La question que je veux poser traite d'un sujet qui a été soulevé à Edmonton lors de notre visite à A-Channel. On a alors parlé des médias qui faisaient la nouvelle. Une bombe a explosé à la station, ce qui a fait les manchettes.

Nous avons beaucoup parlé de la publication d'articles et de nombreuses autres choses dans les journaux. Je n'ai pas de problème avec cela, parce qu'une fois que l'article est publié, les gens peuvent décider s'il est vrai, s'il est équilibré ou s'il est faux. Mais je veux vous demander pourquoi les articles ne sont pas publiés ou ne font pas les manchettes. Je vais vous donner un exemple particulier.

J'aurais dû poser cette question à Global lors de notre visite à Vancouver, mais je ne l'ai pas fait. L'affaire de la bombe à A-Channel est survenue lorsque nous étions à Edmonton. Ça m'a rappelé l'affaire impliquant Global Television. C'est plutôt une affaire locale qui m'est familière.

Il existe une réserve Cheam près de ma circonscription, soit juste à l'extérieur de Vancouver, où des allégations de déchargement illégal ont été soulevées; une équipe de Global s'est rendue sur place. Elle a fait un reportage, mais au coeur du tournage, sa camionnette et sa caméra vidéo ont été saisies. Le reportage n'a donc jamais été présenté. À mon avis, il s'agit d'un exemple des médias qui font la nouvelle.

C'est un plus gros problème, selon moi: les reportages qui ne sont pas présentés en comparaison à ceux qui le sont. Lorsqu'ils sont diffusés, les gens peuvent se faire une opinion à leur égard. Je vous demande donc de répondre à mes propos.

Ma dernière question a trait aux dix grandes recommandations que vous nous avez suggérées. Y a-t-il une recommandation parmi les dix qui ne favoriserait pas votre position sur le marché ou celle de CanWest Global en matière de succès?

M. Leonard Asper: Si je peux revenir brièvement sur l'affaire Shawinigate que vous avez mentionnée, je tiens à clarifier la décision que nous avons prise d'aller de l'avant en tant que propriétaires. Nous pensions que les médias, tous les médias, voulaient tellement représenter l'opposition officielle et tenter de trouver la vraie vérité que le principe journalistique de base, c'est-à-dire l'équilibre, avait disparu, et que personne n'essayait de dire...

En passant, nous n'avons pas dit dans l'éditorial que le premier ministre avait raison de faire ce qui a été prétendu qu'il a fait. Nous avons seulement dit: est-il possible de replacer le tout dans son contexte? Quelqu'un peut-il tenter de trouver une différente interprétation de ce qui a été fait? On a pris beaucoup de liberté quant aux allégations et aux sous-entendus, mais aucune liberté n'a été prise concernant les faits. Il s'agissait d'un cas où l'on était offensé par le fait que la meute de journalistes, si l'on peut dire, voulait à tout prix la peau du premier ministre.

Je dois vous dire que, pour ce qui est du lien existant la vie politique d'Izzy Asper chez les Libéraux et la période allant de 1970 à 1975, après laquelle il a appuyé John Turner à un certain moment, puis Paul Martin à un autre moment lors d'une campagne électorale, le lien apparent entre notre président exécutif et M. Chrétien est extrêmement exagéré. Bell Canada est propriétaire du *Globe and Mail*, et cette compagnie a versé beaucoup plus d'argent au gouvernement libéral que CanWest. Nous serions prêt, en fait, à adopter un régime comme au Manitoba, où la réforme de financement de campagne interdit les contributions de sociétés.

•(1005)

M. Grant McNally: [Note de la rédaction: *Inaudible*]

M. Leonard Asper: J'applaudis ce que fait John McCain aux États-Unis. Les députés ne sont peut-être pas d'accord avec moi.

Mais je veux répondre à cette question.

Une voix: [Note de la rédaction: *Inaudible*]

M. Leonard Asper: Je suis content d'entendre cela. Je pense que le système changera pour le mieux.

Quant aux reportages qui ne sont pas diffusés, j'aimerais rediriger cette question à Ken MacDonald, parce que je ne connais pas l'incident dont vous avez fait mention.

M. Ken MacDonald: Monsieur McNally, je dois vous faire part de certains détails sur la situation à Vancouver. Je peux vous dire que cette année, nous avons eu plusieurs problèmes avec les véhicules pendant des émeutes et des incidents semblables. Cette année ne semble pas être une bonne année pour notre compagnie d'assurances.

Je prends votre question au sérieux. Vous vouliez savoir comment se fait la prise de décisions au niveau de la rédaction? C'est vraiment très simple du côté de la télévision. Au niveau local, les directeurs et les producteurs de nouvelles ainsi que les agents des affectations déterminent l'ordre du jour et les affectations du jour, puis en fin de journée, un réalisateur collabore avec ces gens pour transformer le tout en bulletin de nouvelles et définir le conducteur.

En matière de nouvelles nationales, notre centre national de nouvelles est à Vancouver, comme vous le savez. Il consiste en un réalisateur-coordonateur, un directeur administratif et un réalisateur d'émission. Ils ont des conférences téléphoniques avec différents producteurs du pays et les directeurs de nouvelles des stations pour

déterminer l'ordre du jour. Le conducteur est essentiellement déterminé à Vancouver, tout comme le montage et la diffusion de l'émission.

Aucune formule magique n'existe pour déterminer les événements qui seront couverts. C'est strictement fait par... Je participe au processus de discussions avec ces gens à Vancouver, mais quotidiennement, le réalisateur-coordonateur de *Global National* et le directeur administratif sont responsables de cette émission.

M. Grant McNally: Il me semble bizarre qu'un reportage soit peut-être présenté à la fin du bulletin de nouvelles parce qu'il est de moindre importance... Ce reportage pourrait faire les manchettes, puis se faire couper du bulletin de nouvelles.

Je sais que vous ne...[Note de la rédaction: *Difficultés techniques*] ...pas la peine d'aborder le sujet parce qu'à mon avis ce sont les reportages qui ne sont pas diffusés et les raisons pour lesquelles ils ne sont pas diffusés... Je comprends une partie du processus que vous avez décrit. Il me semble qu'il s'agisse d'un sujet qui mérite de faire les manchettes. À mon avis, la question la plus importante, c'est lorsqu'un organisme ne possède pas sa propre soupape de critique et que les gens ont tendance à adopter une attitude cynique à son égard, qu'il s'agisse d'un parti politique, d'un organisme de presse, d'une entreprise quelconque ou d'un organisme communautaire.

Dans le cadre de cette industrie très importante, votre entreprise a une incidence considérable sur la population de ce pays. Puisque notre tâche consiste à agir en tant que gardiens du système, nous voulons voir la mise en oeuvre d'une structure qui permette aux gens d'accéder à l'information relevant d'un vaste choix de sujets.

De plus, la mise en oeuvre d'une telle structure améliore la crédibilité d'un organisme de presse et ne l'abaisse pas lorsque l'organisme s'auto-critique. Les gens disent que ces organismes sont prêts à effectuer une rétrospective honnête d'eux-mêmes.

•(1010)

M. Leonard Asper: Nous devons établir un ensemble de normes auxquelles nous serons conformes—et nous l'avons fait. Il est vrai que probablement tous les jours, ou de temps à autre, ces exigences ne sont pas satisfaites. Des erreurs typographiques se glissent dans les journaux ou un employé néglige d'insérer la signature, comme c'était le cas l'autre jour. Nous devons donc tenter de gérer le processus. Nous comprenons certainement votre argument et nous n'avons nullement l'intention de ne pas présenter ces genres de choses; ce sont des décisions prises quotidiennement.

M. Gerry Noble: Le matin suivant notre bulletin de nouvelles, les données relatives à l'auditoire montrent si nous avons présenté les bons reportages. Si le nombre total de téléspectateurs baisse, nous savons que nos reportages ne sont pas adéquats; il s'agit donc d'une vérification automatique quotidienne.

M. Grant McNally: Merci, monsieur le président.

Le président: Je remarque que, d'après les notes de la greffière, je n'ai pas été juste envers vous. Je vous ai accordé beaucoup moins de temps qu'aux autres membres. Si vous voulez poser une autre question, allez-y.

M. Pat Martin: C'est très gentil de votre part, monsieur le président. Quel bon comité. En réalité, je ne fais que remplacer un membre de ce comité. J'ai d'autres questions à poser et je tenterai d'être bref. Merci pour la tribune.

Je crois que la question de base de ce comité du patrimoine en tournée est le renouvellement de l'ensemble de la Loi sur la radiodiffusion. Je pense que la politique nationale de rédaction de vos journaux est le facteur qui a le plus stimulé les débats sur la concentration des propriétaires médiatiques depuis la Commission Kent. Vous avez très bien abordé le sujet. D'après votre point de vue, c'était une tempête dans un verre d'eau, et les gens surévaluent les choses s'ils essayent de laisser entendre que vous menacez la démocratie ou quelque chose du genre. Je suis prêt à accepter ce fait.

Le mandat de la Loi sur la radiodiffusion consiste à s'assurer que la majeure partie du système canadien de radiodiffusion est canadienne. La SRC réussit à le faire. Pendant les heures de grande écoute, je crois que le contenu de la programmation est à 86 p. 100 canadien. On m'a donné l'horaire du conducteur des heures de grande écoute de quelques radiodiffuseurs privés. Le contenu de la programmation de CTV n'est pas mieux, mais Global n'est pas vraiment à la hauteur de ses concurrents pendant les heures de grande écoute. Vous ne pouvez même pas dire que des émissions à contenu canadien comme *Outer Limits* contribuent à la promotion de la culture canadienne ou présentent des villes ou des emplacements canadiens aux enfants de notre pays. L'émission *Bob and Margaret*, par exemple, est un dessin animé qui n'a vraiment rien à voir avec le Canada, sauf le fait qu'il est produit au Canada, quoique je ne le savais pas.

Considérez-vous comme un problème le fait qu'un faible pourcentage—5 p. 100, je crois—de votre conducteur des heures de grande écoute consiste en des émissions à contenu canadien? Vous demandez dans votre mémoire d'inclure les infopublicités de fin de soirée dans le contenu canadien. Vous cherchez à agrandir la définition pour satisfaire à vos exigences en matière de contenu canadien. Pourtant, pendant les heures de grande écoute, les émissions canadiennes ne figurent pas à l'horaire.

Considérez-vous cela comme un problème qui doit être réglé, ou croyez-vous que les lignes directrices de la Loi sur la radiodiffusion sont trop rigoureuses ou axées inutilement sur la diffusion de contenu canadien aux Canadiens?

M. Leonard Asper: Je laisserai Gerry répondre dans un instant.

Je pense que le problème fondamental en ce qui concerne la production du type d'émission dont vous parlez—une émission dramatique qui expose les régions canadiennes et qui est évidemment produite au Canada—n'a pas été réglé à la satisfaction de tous. Si le CRTC accorde huit heures aux radiodiffuseurs d'émissions jugées prioritaires durant les heures de grande écoute et que nous figurons dans ce groupe, les gens devront répondre à la question fondamentale suivante: selon les règlements actuels, est-ce que les stations privées devraient produire des émissions dramatiques canadiennes, comme on les nomme dans l'industrie, au lieu de produire des émissions industrielles? Vous avez cité l'émission *Outer Limits* à titre d'exemple.

Comme je l'ai mentionné dans mon mémoire, la programmation industrielle crée des emplois et des recettes fiscales. Elle atteint peut-être les objectifs de la politique canadienne de radiodiffusion, mais pas nécessairement ceux des gens qui veulent voir plus d'émissions canadiennes à la télévision.

Deux problèmes rendent la diffusion de ces émissions difficile. Le premier est le coût. Je suis certain que vous connaissez déjà ces chiffres. Par exemple, si la production de l'émission *Blue Murder* nous coûte 1 million de dollars, cette dernière va probablement rapporter de 50 000 à 100 000 \$ en recettes publicitaires. Les entreprises ne peuvent pas produire que ce genre d'émission parce

qu'elles feraient faillite. De manière sélective, nous produisons quelques émissions de ce genre, mais nous essayons également de varier notre programmation en incluant des émissions jugées prioritaires par le CRTC, telles que des documentaires et d'autres émissions industrielles.

Le réseau CTV fait la même chose, et il ne s'agit pas d'un problème pour Global. Nous en faisons beaucoup plus que les radiodiffuseurs CHUM et Craig, mais c'est justifié, puisque nous avons plus de ressources et donc, plus de licences. Nous tentons de régler le problème en ayant accès à plus de revenus afin de produire ce type d'émission, tout en nous assurant que c'est vendable à l'échelle internationale.

L'émission *Blue Murder* est vendable à l'échelle internationale, même s'il est évident qu'elle est filmée à Toronto. *Da Vinci's Inquest* se vend aussi, mais à bon marché. Tout peut se vendre à l'échelle internationale, mais il s'agit d'une question de prix. Le groupe Tragically Hip est canadien, mais n'est pas tellement vendable à l'échelle internationale. Par contre, la chanteuse Amanda Marshall, qui est canadienne, se débrouille très bien sur le marché international. Nous voulons obtenir la flexibilité qui nous permettrait de produire des émissions qui régleraient le problème industriel et qui seraient encore vendables à l'échelle internationale.

Comment faire pour atteindre le prochain niveau? Je pense que si tous les changements que nous demandons au niveau du système de réglementation étaient acceptés, nous pourrions continuer à produire des émissions comme *Blue Murder*. Et si nous pouvions avoir accès à d'autres flots de revenus, dont nous ne disposons plus, il serait peut-être possible de produire d'autres émissions du genre.

●(1015)

M. Gerry Noble: Désolé, monsieur le président, mais j'aurais besoin de votre maillet.

Merci, Leonard, c'est une bonne réponse.

Pour ce qui est de vos données, monsieur Martin, je ne connais pas l'horaire et la semaine dont vous parlez, mais notre contenu est mesuré...

M. Pat Martin: Du 25 février au 17 mars 2001.

M. Gerry Noble: —sur une période d'un an, et il va y avoir quelques semaines où nous ne serons pas à 50 p. 100 et des semaines où nous atteindrons les 80 p. 100. Tout dépend de la livraison, de la promotion et de l'horaire américain. Plusieurs facteurs ont une influence sur l'horaire.

M. Pat Martin: Le CRTC a déclaré que lors des heures de grande écoute, 95 p. 100 du contenu est étranger et 5 p. 100 du contenu est canadien. C'est pour cette raison que je posais la question concernant l'infopublicité de fin de soirée. Est-ce qu'elle fait partie de votre contenu canadien?

M. Leonard Asper: Je vais demander à Ken de répondre à cette question.

M. Kenneth Goldstein: Monsieur le président, je pense être au courant des chiffres auxquels M. Martin fait référence, puisqu'ils remontent aux audiences pour le renouvellement des licences qui ont eu lieu il y a environ un an.

M. Pat Martin: Le 21 février 2001.

M. Kenneth Goldstein: Il y a un problème concernant ces chiffres. Le CRTC a inscrit dans le dossier public un ensemble de chiffres correspondant aux dépenses des chaînes CTV et Global ainsi qu'un ensemble de chiffres correspondant à la cote d'écoute. Mais le problème dans cette affaire, c'est qu'il s'est basé sur l'année civile pour déterminer l'un des ensembles de chiffres et sur l'année financière pour l'autre. Donc, les chiffres ne correspondent pas.

Monsieur Martin, nous avons demandé aux membres du CRTC de relever les chiffres auxquels vous faites référence, c'est-à-dire les chiffres exacts qui correspondent aux stations en question. Ces chiffres ont démontré que le pourcentage ne correspondait pas à 5 p. 100, mais à un pourcentage plus élevé. Ils ont aussi permis de démontrer que, sans compter les émissions sportives par exemple, la cote d'écoute des émissions dramatiques canadiennes était plus élevée pour Global que pour CTV.

Cette situation vous semble probablement très complexe et croyez-moi, elle l'est. C'est parce que, dans ce cas, il s'agissait d'un groupe de stations que nous avions acheté et qui avait été considéré lors du traitement des données financières, mais qui n'avait pas été considéré lors du traitement des données de cotation. En réalité, notre performance est donc nettement meilleure que ce qui a été publié.

• (1020)

M. Pat Martin: Merci.

Le président: Je regrette, nous allons revenir à M..... Si seulement nous avions plus de temps.

Puis-je vous poser deux questions qui, selon moi, devraient être traitées? La première se rapporte à la propriété étrangère. Différents intervenants ont recommandé l'annulation des exigences en matière de propriété étrangère dans les cas se rapportant strictement à l'infrastructure et le transfert du contrôle du contenu à des sociétés canadiennes. Dans votre mémoire, vous mentionnez trois principes: premièrement, vous voulez obtenir la réciprocité si la programmation étrangère est annulée; deuxièmement, vous ne voulez pas que le contenu étranger dépasse 49 p. 100; et troisièmement, en ce qui concerne le contenu, vous voulez l'imposition d'une réglementation. Est-ce que j'ai bien compris?

M. Leonard Asper: C'est exact. La seule modification que je voudrais apporter se rapporte au taux de 49 p. 100. Ce pourcentage pourrait probablement être plus élevé. Nous avons pensé limiter le contenu à 49 p. 100 pour commencer et ensuite réévaluer la situation. Mais nous pensons que ce pourcentage pourrait même être augmenté à 100 p. 100, à condition que des restrictions et des règles en matière de contenu soient établies. Qu'une société possède 100 p. 100 ou 49 p. 100 d'une entreprise telle que CTV ou CHUM, cela ne devrait poser aucun problème à condition que les règles en matière de contenu soient suivies.

Le président: Alors, dans votre cas, le contenu n'aurait pas besoin d'être contrôlé par une société canadienne. Vous choisiriez plutôt d'établir des règles en matière de contenu, n'est-ce pas?

M. Leonard Asper: Oui, si je comprends bien la question. Ce que nous essayons de dire, c'est que...

Le président: Certains intervenants ont suggéré de laisser les sociétés canadiennes contrôler le contenu et de permettre l'augmentation de propriétés étrangères dans les cas se rapportant à l'infrastructure.

M. Leonard Asper: C'est-à-dire les entreprises de télécommunications telles que les sociétés de distribution.

Le président: Comme Shaw a fait avec Corus.

M. Leonard Asper: Non, non. Nous recommandons aux entreprises de réduire le pourcentage à 49 p. 100 en tant que mesure pratique lors de la première étape. Elles devraient aussi maintenir les règles en matière de contenu, s'assurer d'obtenir la réciprocité afin que nous puissions élargir le contenu jusqu'à leurs marchés et élargir leurs points de vente, ce qui permettra de rentabiliser la programmation canadienne, par exemple.

La deuxième étape pourrait comprendre l'augmentation du pourcentage à 100 p. 100. Peu importe, pourvu qu'il y ait une réglementation en matière de contenu.

Le président: D'accord. Pourriez-vous nous expliquer ce que vous vouliez dire dans la recommandation 8, je pense, lorsque vous avez parlé des «normes techniques obligatoires pour les décodeurs»? Vous avez ensuite parlé, par exemple, des autres points qui se rapportent à la technologie: «ne pas utiliser de technologie exclusive». Qu'est-ce que vous vouliez dire par ces normes établies pour les décodeurs?

M. Leonard Asper: Je vais demander à Ken de répondre à cette question. L'une des raisons pour lesquelles nous avons demandé à Ken de faire partie de notre équipe était de déterminer l'évolution de la technologie d'ici les trois, quatre, cinq et même dix prochaines années et de tenter de nous préparer pour la mise en oeuvre de cette technologie.

M. Kenneth Goldstein: Monsieur le président, au Canada, c'est bien connu, nous sommes responsables de l'établissement de normes pour les circuits d'accord—il s'agit de la même situation aux États-Unis. À l'origine, les canaux 2 à 13 étaient attribués selon une réglementation et aucun autre canal n'était disponible. Plus tard, d'autres canaux sont devenus disponibles et étaient aussi attribués selon une réglementation. Après un certain temps, les circuits fabriqués ou importés au Canada pouvaient obtenir les canaux 2 à 13, et ensuite d'autres canaux. C'était à l'époque où la transmission se faisait au moyen des ondes.

Aujourd'hui, les décodeurs qui nous permettent d'accéder à tous les autres canaux représentent en effet les nouveaux circuits d'accord, mais en tant que société et en tant que gouvernement, nous n'avons pas établi de normes. Il y a la possibilité qu'une entreprise respecte une certaine norme tandis qu'une autre entreprise en respecte une autre. Il y a également la possibilité que nous ne nous limitions pas à offrir des canaux; nous sommes capables d'offrir un ensemble d'autres signaux qui sont inclus dans ces canaux, c'est-à-dire des signaux pour le commerce électronique, pour la création de guides de programmation et pour la diffusion d'information.

Nous voulons que les entreprises telles que la nôtre puissent continuer d'avoir accès aux décodeurs. Nous ne voulons pas nous retrouver dans une situation où nous devons produire des émissions ou modifier notre signal de cinq manières différentes afin de pouvoir accéder à ces boîtiers. Nous ne voulons pas non plus qu'on nous dise que nos émissions pourront passer par ces décodeurs, mais que nous ne pourrions pas obtenir de cheminement de données qui nous permettrait de gagner un revenu supplémentaire en raison du commerce électronique.

En passant, la communauté européenne, le Royaume-Uni ainsi que d'autres pays ont déployé des efforts pour établir des normes. Ils ont tenté d'établir des normes pour les guides de programmation. Une quantité importante de travail d'ordre public a été effectuée à ce sujet. Et je crois fermement qu'une des contributions principales que ce comité pourrait faire serait de mettre l'accent sur le besoin d'établir des normes.

•(1025)

Le président: Vous ne voulez pas être limité à un système particulier.

M. Kenneth Goldstein: Oui, exactement.

Le président: D'accord, je comprends.

Monsieur Asper, certains membres m'ont signalé qu'ils voudraient vous poser d'autres questions.

Il s'agit aujourd'hui d'une réunion très importante, mais malheureusement, nous ne disposons pas de beaucoup de temps. Serait-il possible de vous envoyer nos questions par écrit afin que vous puissiez nous envoyer les réponses plus tard?

M. Leonard Asper: Certainement. Nous serions prêts à poursuivre cette discussion importante et animée par les moyens que vous jugez utiles.

Le président: Merci beaucoup.

Au nom de nous tous, je voudrais vous remercier, monsieur Asper, ainsi que vos collègues. Nous vous sommes très reconnaissants d'avoir pris le temps de rencontrer vos supérieurs aujourd'hui.

Merci beaucoup d'être venus.

M. Leonard Asper: Merci.

Le président: Nous allons maintenant faire une pause de quelques minutes.

La séance est suspendue.

•(1026)

(Pause)

•(1030)

Le président: Je voudrais reprendre la séance et demander à [Français]

la Société franco-manitobaine et M. Daniel Boucher, son président. Monsieur Boucher, nous sommes très heureux de vous accueillir ici. Nous avons pu écouter les propos de vos collègues de la Saskatchewan et de l'Alberta. Vous savez comment cela se passe. Vous avez la parole.

•(1035)

M. Daniel Boucher (président, Société franco-manitobaine): Merci beaucoup, monsieur Lincoln. Bonjour, messieurs et mesdames les députés.

D'abord, on aimerait vous remercier de cette occasion d'exprimer la vision de la communauté francophone du Manitoba en ce qui a trait à l'état de la radiodiffusion canadienne et aux orientations futures qu'elle devrait privilégier.

J'aimerais vous rappeler le mandat de la Société franco-manitobaine. La Société franco-manitobaine est l'organisme porte-parole officiel de la communauté francophone du Manitoba. Elle veille à l'épanouissement de cette communauté et revendique le plein respect de ses droits. De concert avec ses partenaires, elle planifie et facilite le développement global de la collectivité et en fait la promotion.

En matière de communications, l'un des principaux objectifs de la SFM est de contribuer à l'essor et à l'épanouissement de la communauté en lui permettant de s'approprier les moyens et les outils de communication en production, en diffusion et en promotion de contenu francophone.

Il est donc tout à fait approprié que la SFM participe à votre étude puisque vous accordez une place de choix à la diversité culturelle et que l'alinéa 3(1)d) de la Loi sur la radiodiffusion de 1991 stipule que

le système canadien de radiodiffusion devrait refléter la dualité linguistique.

Permettez-moi de vous parler un peu de la communauté francophone du Manitoba. Il y a une présence francophone ici, au Manitoba, depuis 1731. On n'est pas tombés d'un arbre. Ça fait longtemps qu'on est ici. En 1870, lorsque le Manitoba est entré dans la fédération canadienne, il y avait un nombre égal de francophones et d'anglophones au Manitoba. Nous avons des garanties inscrites pour les francophones et le français a un statut officiel au Manitoba.

Nous avons passé des périodes difficiles comme communauté. Comme vous le savez, en 1890, il y a eu l'abolition des droits des francophones et, en 1916, l'éducation en français était rendue illégale. Nous avons vécu des choses difficiles pour notre communauté, mais depuis 30 ans, nous faisons des progrès énormes dans différents secteurs. On peut parler du Collège universitaire de Saint-Boniface, de notre conseil scolaire et de bien d'autres choses qui font en sorte qu'on a une communauté très forte et très vivante aujourd'hui.

Parlons de la situation actuelle. On compte environ 50 000 francophones au Manitoba, soit environ 5 p. 100 de la population. Nous sommes concentrés surtout à Winnipeg et dans le sud-est de la province, bien que nous ayons des communautés importantes dans d'autres régions. Il y a une statistique importante dont on est très heureux: 10 p. 100 de la population totale du Manitoba peut s'exprimer en français. C'est une statistique qui est évidemment due aux écoles d'immersion, qui ont connu un succès assez impressionnant au Manitoba. Évidemment, il y a notre système francophone que nous gérons nous-mêmes, mais c'est une communauté qui s'est prise en main il y a longtemps. Nous avons des institutions très solides et nous sommes très fiers du travail que nous faisons à tous les jours. Nous contribuons véritablement à la société canadienne et nous en sommes très fiers.

Pour ce qui est des communications, tant à la télé qu'à la radio, c'est un domaine d'une importance absolue pour notre communauté en ce sens que ça nous aide énormément à nous épanouir et aussi à conserver notre langue et notre culture. C'est un outil essentiel pour nous.

En ce qui a trait à l'état actuel et aux orientations futures de la radiodiffusion en français, j'aimerais parler de deux choses spécifiques: l'accessibilité et la représentativité. Quand on parle d'accessibilité, on parle de choses qui peuvent vous sembler très simples, mais qui ne sont pas évidentes dans le monde d'aujourd'hui. Nous sommes en 2002 et il se passe encore des choses qui sont un peu difficiles à comprendre.

Ce qu'on recherche, c'est une gamme complète de services de télévision et de radio en français. C'est absolument important pour notre communauté. On veut assurer le passage de la câblodistribution en mode numérique. Dans ce contexte-là, nous considérons que les câblodistributeurs devraient offrir une gamme complète de chaînes de langue française, mais ce n'est pas toujours le cas. Il y a toujours des choix qui se font et, évidemment, ces gens-là sont là pour faire des profits. Mais nous considérons que la dualité linguistique est une valeur fondamentale du Canada et que l'on devrait trouver des moyens plus faciles d'offrir à nos populations à l'extérieur du Québec des services en français, des services importants en ce qui a trait à l'accès à un plus grand nombre de chaînes de télévision et de radio françaises.

Par exemple, nous avons RDI, qui est un service que nous considérons exceptionnel. De notre côté, nous produisons *L'Ouest en direct* ici, au Manitoba, et nous en sommes très heureux. Le problème, c'est que RDI n'est pas accessible partout au Manitoba, ce qui est vraiment malheureux pour les francophones.

• (1040)

Le président: Il n'est pas accessible?

M. Daniel Boucher: Il n'est pas accessible dans les régions plus éloignées.

Le président: Je vois.

M. Daniel Boucher: Nous pensons que ça devrait être obligatoire parce que les câblodistributeurs n'ont pas nécessairement cette obligation. Ils font des choix d'affaires, et on les comprend, mais le CRTC devrait pouvoir dire que les chaînes nationales que nous avons devraient être accessibles. C'est absolument essentiel pour qu'on se connaisse partout au Canada. Le RDI est un moyen extraordinaire pour permettre aux Canadiens et aux Canadiennes de se connaître un peu partout au Canada. On peut penser à l'inondation que nous avons eue il y a quelques années. Les gens ont appris où étaient Saint-Boniface, Ste Agathe et tous ces endroits du Manitoba dans des circonstances malheureusement très difficiles. Mais on s'en est bien sorti, merci.

Nous avons aussi, comme je le disais, des problèmes d'accès dans des régions éloignées. Par exemple, pour la radio française, il y a des gens dans des communautés comme Ste Rose du Lac, Laurier et Dauphin, ou même dans des endroits moins éloignés, qui nous disent à tous les jours qu'ils n'ont pas toujours la réception.

J'entends des gens me dire que s'ils veulent entendre CKSB, la radio française du Manitoba, ils doivent aller dans leur voiture. Il me semble qu'en 2002, on devrait peut-être changer certaines choses et ajouter des tours pour s'assurer que les gens y aient accès. Il me semble que ce serait tout à fait normal.

Pour ce qui est de la radio communautaire, par exemple, elle ne peut pas être captée partout. Nous avons une radio communautaire ici. Ça aussi, c'est une chose extrêmement importante pour le développement de nos communautés. Je vous dis des choses simples. Ce sont des choses qui, me semble-t-il, devraient être assez faciles à régler, des choses qui pourraient faire un grand bout de chemin pour nous appuyer.

Il y a aussi toute la question de l'Internet et des satellites. Évidemment, on veut plus de contenu sur l'Internet. On veut avoir une place. Il y a aussi toute la question des satellites et du câble. Comme vous le savez, c'est très malheureux qu'on n'ait pas accès à la chaîne de Radio-Canada locale par satellite. Cela nous enlève un choix.

J'ai fait le choix, récemment, entre une boîte câblo et un satellite. Le satellite m'aurait permis d'avoir beaucoup plus de chaînes, par exemple le Réseau des sports, le Canal Famille et des choses de ce genre-là, mais j'aurais alors perdu mon contenu local. Je ne suis pas prêt à perdre mon contenu local. C'est un choix que j'ai été obligé de faire. Il me semble que c'est tout à fait normal de recevoir nos nouvelles de chez nous, qu'on fait chez nous. On devrait avoir accès à *Ce soir Manitoba* par satellite de la même façon qu'on y a accès par câble. Ce sont des choses qui sont simples mais importantes.

Pour ce qui est de la représentativité, on veut être reflétés dans les produits. Comme consommateur de Radio-Canada, notre communauté est aussi entendue et vue à Radio-Canada. On veut s'assurer que les gens connaissent la communauté francophone d'ici, du Manitoba, et qu'ils connaissent toutes les communautés francopho-

nes et acadiennes du Canada. Il est donc important d'investir et de s'assurer qu'on soit en mesure de produire des émissions et de participer pleinement. On a une très bonne relation avec Radio-Canada ici, mais on veut être vus un peu plus au Québec. On veut être connus au Québec. On veut que les gens soient au courant qu'on a des communautés ici. Je pense franchement que ça vient ajouter quelque chose à toute la question de l'unité canadienne. C'est un moyen extrêmement important pour nous. Quand on se connaît, je pense qu'on fait énormément de progrès.

Nous sommes quand même assez chanceux ici. Nous vivons au Manitoba et nous en sommes très fiers. Nous sommes francophones. Nous sommes chanceux parce que nous vivons très bien avec nos amis anglophones, et nous sommes aussi un pont avec les gens du Québec, mais il faut avoir les moyens de véhiculer le message disant qu'on est bien ici, au Manitoba. Les gens ont tendance à penser qu'on est en train de recevoir des coups de bâton sur la tête. Ce n'est pas vrai; on est bien. J'aimerais que les gens du Québec, les gens de l'Ouest, les gens de l'Est entendent ce message et comprennent qu'on a trouvé des façons de travailler ensemble, mais nous devons avoir des moyens de communication comme Radio-Canada, par exemple, pour nous aider à faire ces choses-là.

Récemment, on a aussi eu accès à la chaîne culturelle ici, au Manitoba, ce qui est quand même extraordinaire. C'est quand même difficile à croire. M. Sylvain Lelièvre, qui était l'artiste invité à la soirée, ne pouvait pas croire que jusque-là, on n'avait pas eu accès à la chaîne culturelle dans un endroit comme Winnipeg. C'était pour lui une révélation. Ce sont des choses comme celle-là qui ne devraient pas se produire. On devrait avoir des programmations qui sont accessibles à tous les Canadiens et Canadiennes.

Au cours des dernières années, avec les coupures à Radio-Canada, on a eu des coupures en matière de productions locales. Comme je le disais tout à l'heure, il est très important de poser des gestes pour remonter la côte et de faire des productions locales qui nous reflètent afin que nous nous connaissions entre nous et que nous soyons en mesure de véhiculer le message ailleurs. Pour cela, il faut évidemment des ressources supplémentaires.

Nous sommes de grands partisans de Radio-Canada parce que Radio-Canada nous a beaucoup aidés ici, au Manitoba. Nous avons différents moyens de communication ici. Nous les avons bâtis et nous en sommes très, très heureux. La télévision publique devrait être davantage le miroir de la réalité des francophones en situation minoritaire. Il est nécessaire d'augmenter les productions locales et d'obtenir une plus grande voix à l'intérieur des produits de la SRC.

Pour ce qui est de la télévision privée, comme vous le savez, TVA a reçu une licence du CRTC il y a quelques années et la chaîne s'est dite diffuseur national. Elle fait certaines émissions qui sont très bien, mais je pense qu'elle doit aller au-delà de cela. Ce n'est pas seulement le fait de faire une demi-heure par semaine qui va donner un contenu pancanadien. Nous pensons qu'elle devrait en faire beaucoup plus et nous espérons qu'elle va le faire.

Pour ce qui est des médias communautaires, il y a un partenariat entre notre chaîne Radio-Canada, la radio CKSB, et notre radio communautaire, Envol. C'est un très bon exemple d'une collaboration entre deux stations de radio de différents endroits. Nous félicitons Radio-Canada et Envol pour ce partenariat, parce que ça nous donne plus de choix, une meilleure qualité et de meilleurs produits.

Je termine en vous parlant des producteurs indépendants. Nous avons des producteurs indépendants qui veulent participer et jouer un rôle. Je sais que c'est très difficile de sortir de cela dans le contexte de Montréal et de Toronto, où il y a le fameux cercle du centre du Canada, mais au Manitoba, nous avons énormément à offrir et il est absolument essentiel que le message soit transmis au niveau des communications, au niveau du produit culturel et au niveau des émissions pour qu'on soit en mesure de participer pleinement à cela.

Je vous remercie énormément de cette occasion que vous me donnez. Je suis prêt à répondre à vos questions.

• (1045)

Le président: Monsieur Boucher, je voudrais vous remercier de votre présentation très précise qui va beaucoup nous aider parce que vous avez ciblé clairement des points très précis. Nous vous en sommes reconnaissants. Je pense que votre approche était très constructive, et nous vous en remercions.

Nous allons maintenant passer aux questions. Je demande à Mme Gagnon de commencer.

• (1050)

Mme Christiane Gagnon: Merci.

Effectivement, vous nous donnez plusieurs éléments. Ce qui se dit clairement se comprend assez clairement. Je peux voir que les différentes associations de la communauté francophone ont exprimé à peu près la même problématique quant à la possibilité d'avoir plus de programmation de langue française. Je crois que les câblodistributeurs ont une très grande responsabilité. On va voir comment tout cela peut être aménagé et comment on pourrait faire en sorte que certaines réalités sociales de la dualité linguistique soient respectées.

En ce qui a trait à l'appui financier qu'on vous donne, je pense que la volonté politique pourrait être plus évidente quant à l'appui aux communautés francophones. Par exemple, est-ce que le fait de dire qu'on est 5 ou 10 p. 100, le fait de ramener toujours cela à une proportion moindre fait en sorte que...? Lorsqu'on est en comité, par exemple, et qu'on réclame un budget plus important pour Radio-Canada par rapport à CBC, on nous dit que nous constituons tel pourcentage de la population et que nous avons notre pourcentage. Souvent, on en a un peu moins, mais ce n'est pas grave. On nous dit que tout le monde subit des coupures. J'ai un peu de misère face à cela parce que, finalement, c'est minimiser l'apport de la nation francophone, qui est l'un des peuples fondateurs du Canada. On parle beaucoup de contenu canadien. Je me demande toujours ce que ça veut dire. Comme francophone, je trouve très insultant qu'on vous réduise toujours à un pourcentage. Au Québec, on n'a pas la même réalité, mais je peux comprendre parce que si on était minoritaires au Québec, ça se traduirait à peu près de la même façon. Le fait qu'on vous réduit toujours à un pourcentage fait en sorte que vous n'êtes que l'une des communautés culturelles qui sont venues ici, au Canada. Vous faites partie de l'ensemble de la diversité culturelle avec votre 2 p. 100.

Je ne sais pas comment le discours pourrait être changé pour que, lorsque l'on pose des questions aux députés unilingues du Parlement, ce ne soit pas une question de pourcentage, mais une question de droits des communautés qui ont fondé le Canada. Je voudrais vous entendre là-dessus.

C'est aussi une question d'outils. On développe un peuple avec des outils, et je trouve que la communauté francophone est desservie. Comme vous l'avez bien dit, vous avez perdu du terrain. Ce terrain, vous l'avez perdu pour des raisons de manque de volonté politique

de vous donner tout l'espace dont vous aviez besoin pour rayonner non seulement à l'intérieur de votre communauté, mais aussi chez les francophiles qui viennent s'ajouter à vous. Il faut que vous ayez des institutions et il faut qu'on vous donne des moyens.

M. Daniel Boucher: J'apprécie énormément ce que vous dites, madame. Vous avez absolument raison. Toute cette question de pourcentage est toujours assez difficile. Nous l'utilisons, mais ce n'est pas le point le plus important. Le point le plus important, c'est que l'on considère nos communautés comme une valeur fondamentale. C'est ce que c'est.

Dans notre pays, on a certaines valeurs. On a eu tendance, dans les années où on a coupé des choses, à mettre les valeurs un peu de côté. On a coupé sans penser à ce qui était important pour nos populations, pour nos communautés, à ce qui était important pour faire avancer nos communautés. Je considère cela non seulement comme un geste, mais aussi comme un moyen extrêmement important de remonter la pente parce que, comme vous le dites, on a perdu des choses.

Mais je peux vous dire qu'on a une volonté et qu'on veut absolument travailler en partenariat avec les gens qui veulent travailler avec nous, pour prendre notre place. On a notre place et on veut la prendre comme communauté. Radio-Canada et tous les moyens qu'on a, qu'il s'agisse de TVA ou de TFO en Ontario, par exemple, vont nous aider à remonter cette pente, surtout dans le contexte de la dualité. Il faut comprendre qu'ici, au Manitoba, on a différentes réalités et qu'il y a des réalités différentes en Ontario et au Québec. Il s'agit de comprendre que l'on veut tous aller dans la même direction.

• (1055)

Mme Christiane Gagnon: J'ai une autre question sur la réalité des réseaux communautaires de télévision et de radio. Hier, à Regina, l'association fransaskoise nous a proposé un modèle de conseil régional. Peut-être que vous pourriez m'éclairer davantage sur la façon de nommer cette association que l'on souhaiterait avoir. On parle de population francophone et non pas de communauté parce que la communauté ne vit pas dans un même aspect physique. On dit que ce serait pour communiquer ensemble et parler des réalités des francophones qui sont un peu partout.

Est-ce une idée que vous souhaiteriez voir se réaliser avec les autres communautés francophones ailleurs dans la région?

M. Daniel Boucher: Absolument. Plus on peut avoir de collaboration, plus de force de frappe on a. Ça nous permet de nous connaître entre nous, car les francophones du Manitoba ne connaissent pas nécessairement les francophones de la Colombie-Britannique. Si on n'a pas de moyens de communication pour se connaître, c'est très difficile, sauf si on se rend sur place. Évidemment, des réseaux de ce genre, où on pourrait regrouper l'ensemble des provinces de l'Ouest et les gens du Nord, par exemple, seraient un excellent moyen de bâtir des choses ensemble et de les diffuser ensemble. Je pense que ce serait très bien vu de notre côté.

Mme Christiane Gagnon: Même à l'intérieur d'une province.

Qu'est-ce qu'il faudrait comme appui financier? Il ne faut pas perdre cela de vue. Il faut du financement pour réaliser des choses aujourd'hui. Qu'est-ce qu'il faudrait comme appui financier? Ou pourriez-vous trouver cet appui financier? Est-ce que ce serait un programme précis? On sait très bien que les réseaux communautaires dépendent des câblodistributeurs. On vient de décider au CRTCC que ce sont encore les câblodistributeurs qui vont vous appuyer financièrement. Est-ce que vous avez cette possibilité?

Le président: Monsieur Boucher.

M. Daniel Boucher: Oui, il y a certainement cette possibilité. Il y a mille et une possibilités, d'ailleurs, et c'est ce qu'il faut regarder. Comme vous le savez, au gouvernement fédéral, il y a les articles 41 et 42 en vertu desquels certains ministères ont certaines responsabilités envers nos communautés. Le ministère du Patrimoine canadien n'est pas le seul à avoir une responsabilité envers nos communautés. Alors, nous devons aller voir dans l'ensemble de ces ministères, que ce soit à Industrie Canada, à Radio-Canada ou ailleurs. On doit aller voir quels sont les meilleurs moyens d'aller chercher cet appui financier et de créer de nouveaux partenariats. On ne peut pas toujours travailler selon les anciennes façons de faire les choses et demander des subventions ici et là. On doit créer des partenariats. Nous voulons contribuer à cela, et si nous pouvons trouver des gens qui peuvent nous aider de ce côté-là, évidemment, nous allons travailler avec eux.

[Traduction]

Le président: M. Martin de prendre la parole.

M. Pat Martin: Merci, monsieur le président, et merci, monsieur Boucher, de nous avoir présenté un mémoire aussi intéressant.

Je n'ai reçu l'exemplaire de votre mémoire que dans une langue. Alors, si ma question n'a aucun rapport avec ce dernier, veuillez me le signaler.

Ce qui m'a surpris en lisant votre mémoire, c'est qu'il y a des régions du Manitoba qui ne figurent pas dans le circuit de radiodiffusion du RDI. Je n'étais pas au courant de la situation et je trouve cela ridicule.

Pour transformer cette remarque en question, avez-vous analysé en quelque sorte les coûts que devrait défrayer RDI pour remédier à cette situation afin que des collectivités comme Sainte-Rose-du-Lac et Saint-Laurent puissent au moins faire partie du circuit de radiodiffusion du Manitoba?

M. Daniel Boucher: Selon nous, il ne s'agit pas du problème de RDI. Le problème découle plutôt des câblodistributeurs. Ce sont eux qui décident s'ils vont offrir l'accès au réseau ou non, et il s'agit là d'une partie du problème.

Nous croyons qu'ils devraient décider dès maintenant qu'il s'agit d'un programme qui s'étend aux communautés francophones. Si ce programme faisait partie intégrante du Canada, des règlements devraient être établis pour confirmer qu'il ne s'agit pas d'une stratégie d'affaires, mais d'un programme qui se rapporte au Canada.

M. Pat Martin: Je pensais que de tels règlements existaient déjà. Est-ce que vous recommandez au comité ou que vous êtes en train de demander au comité de recommander que cette situation soit rectifiée en obligeant les câblodistributeurs à inclure ce programme dans la variété de canaux offerts par leur réseau?

• (1100)

M. Daniel Boucher: Absolument. Il devrait être obligatoire d'offrir ce service partout au pays.

M. Pat Martin: Je pense que cette idée serait appuyée. Merci d'avoir attiré notre attention sur ce point.

Je n'ai pas d'autres questions. Merci.

Le président: Merci, monsieur Martin.

Monsieur Gallaway.

M. Roger Gallaway: Merci, monsieur le président.

Je n'ai qu'une question. Vous dites que vous voudriez que les câblodistributeurs offrent ce que vous appelez une *gamme complète*

de chaînes en langue française. Combien de canaux comprendrait cette gamme? Qu'est-ce que vous voulez dire par une *gamme complète*? Combien de canaux seraient offerts?

M. Daniel Boucher: Tous les canaux. Ils existent déjà, mais ils ne sont pas accessibles. À moins d'avoir une antenne parabolique orientable et de perdre la station locale, il est impossible d'y accéder. Avec ces antennes, il est possible de capter le *Réseau des Sports*, le *Canal Famille* ou le *Canal Histoire*. Plusieurs de ces canaux existent et sont accessibles, mais comme je viens de le dire, il faut avoir une antenne parabolique orientable et perdre le canal de Radio-Canada, ce qui est ridicule. Il faut aussi perdre la station locale CBC, ce qui est également ridicule. Et en plus, il faut perdre les émissions locales. Nous ne pensons pas qu'il s'agit d'une bonne façon de faire les choses et que les gens seraient prêts à faire le changement. Ces canaux existent. Il ne s'agit pas d'en créer de nouveaux, mais plutôt de permettre l'accès à ceux qui existent.

M. Roger Gallaway: Au Manitoba, et en Saskatchewan aussi, je pense, il existe un grand nombre de petites entreprises privées de câblodistribution dans les régions les moins peuplées et peut-être même éloignées. En raison de la taille de leur clientèle—de 200 à 300 demeures—, ces entreprises échappent au régime de réglementation imposé par le CRTC aux grandes sociétés. Pensez-vous qu'il devrait y avoir un régime de réglementation qui obligerait ces entreprises à offrir une gamme complète de canaux et un équilibre linguistique?

M. Daniel Boucher: Oui, c'est ce que je pense. Je crois qu'il s'agirait d'une démarche très importante et efficace, mais elle doit être...

Nous ne voulons pas nuire à ces entreprises ou les empêcher de faire des profits. Nous voulons simplement dire que certaines choses sont canadiennes et devraient être accessibles à tous les citoyens, qu'ils vivent à Sainte-Rose-du-Lac ou à Saint-Boniface. Nous croyons que le rôle du CRTC est d'exposer le contenu canadien et de le rendre accessible au peuple, et je pense qu'il s'agit d'un élément très important.

Le président: Monsieur Harvard.

M. John Harvard: Merci, monsieur le président. Merci pour votre exposé, monsieur Boucher.

Vous avez très bien parlé de nos valeurs canadiennes. Mais, vous le savez aussi bien que moi, nous connaissons des réalités économiques difficiles et les petites populations entrent en jeu. Je peux certainement comprendre pourquoi vous voulez qu'une gamme complète de services soit offerte—au moyen du câble ou autrement.

Plus tôt cette semaine, lorsque nous avons visité une région dans l'ouest du pays, nous avons discuté avec un câblodistributeur qui nous a informé que, selon les règles établies par le CRTC, il devait offrir des services à quatre minorités linguistiques. Je ne pense pas qu'il s'opposait à ce principe, mais il a mentionné les réalités économiques difficiles auxquelles il doit faire face.

L'un des problèmes que rencontre ce câblodistributeur est qu'il doit offrir quatre services, ce qui réduit sa capacité d'offrir d'autres services qui rapporteraient plus d'argent. Il a même mentionné que pour la moitié de ses services, même s'ils étaient offerts, il n'avait pas de client—pas un seul. Il s'agit là d'un conflit entre l'économie des marchés et les valeurs que nous avons. Qu'auriez-vous répondu à ce câblodistributeur?

M. Daniel Boucher: Je comprends ses préoccupations.

Revenons aux valeurs. Je pense qu'il s'agit de la question principale. Nous disons que nous sommes un pays bilingue et que nous sommes différents des Américains.

Nous devons donc le prouver. Il est parfois difficile de le faire et cela exige un engagement de la part du gouvernement fédéral.

• (1105)

M. John Harvard: Alors vous dites que les fonds publics doivent venir au secours des câblodistributeurs.

M. Daniel Boucher: Oui. S'il s'agit d'une valeur fondamentale du pays, je crois fermement que nous devons avoir recours aux fonds publics.

M. John Harvard: Si vous le voulez bien, je vais vous raconter ce qui s'est passé hier, lorsque nous étions en Saskatchewan. Nous avons entendu un exposé assez peu différent du vôtre qui se rapportait à la radio communautaire. Je ne dis pas ceci de façon péjorative, mais l'homme qui présentait l'exposé se plaignait de la réglementation établie par le CRTC. Il voudrait établir une station de radio communautaire de 250 watts, peut-être même plusieurs stations, mais il a rencontré des problèmes au niveau de la réglementation.

Il nous a été souligné que certaines solutions pour les minorités telles que la vôtre seront offertes sous peu et qu'elles seront liées à Internet. Bientôt, la majorité des maisons seront branchées à Internet. Alors, les services offerts dans une langue minoritaire, qu'ils soient vidéo ou audio, pourraient être offerts par le biais du réseau Internet. Bien sûr, l'aspect positif de cette situation est que le CRTC n'a aucun contrôle sur le réseau Internet. Qu'en pensez-vous?

M. Daniel Boucher: Le fait que certaines gens n'ont pas accès à Internet pose un problème.

M. John Harvard: Pas encore, mais retournons en arrière un moment. En 1950, ce n'est pas tout le monde qui possédait un téléviseur, monsieur Boucher.

M. Daniel Boucher: Mais le problème, c'est qu'en tant que Canadien, je pense que je devrais avoir accès aux mêmes services que vous. Si vous avez accès à la télévision, aux satellites et au service numérique, je veux l'accès à ces services moi aussi, parce que je contribue à ce pays comme les autres. Mon argument est le suivant: pourquoi suggérons-nous toujours une solution différente? Je ne suis pas d'accord avec cela, parce que je suis sur un pied d'égalité avec vous et avec bien des gens.

M. John Harvard: Alors peu importe si vous demeurez à Sainte-Rose-du-Lac, à Saint-Lazare, à Sainte-Anne ou à Saint-Boniface, tout le monde devrait être sur un pied d'égalité.

M. Daniel Boucher: Je crois fermement que c'est ce que nous devrions viser. Je comprends qu'il existe des différences d'opinions.

Le président: Monsieur McNally.

M. Grant McNally: Merci, monsieur le président.

Merci pour vos exposés.

J'ai des parents qui vivent dans le sud du Manitoba, près d'Altona. Ils font partie d'une collectivité mennonite. Puisqu'ils vivent dans une région rurale périphérique, ils ont également des problèmes d'accès au câble et aux satellites. Alors, je comprends pourquoi vous êtes préoccupé par cette situation.

Vous avez parlé tout à l'heure des partenariats au niveau du financement et de la création de nouveaux partenariats. Est-ce que votre organisation reçoit du financement des gouvernements fédéral et provinciaux?

M. Daniel Boucher: Les fonds proviennent en majorité du gouvernement fédéral.

M. Grant McNally: Quelle est la taille de votre organisation compte tenu du corps administratif? Est-ce qu'il s'agirait de 10, 20 ou 100 personnes?

M. Daniel Boucher: Est-ce que vous voulez dire les employés ou les membres du conseil d'administration?

M. Grant McNally: Le personnel administratif et le conseil d'administration.

M. Daniel Boucher: Notre conseil d'administration compte neuf personnes et nous avons environ 17 employés, y compris les employés à temps partiel. Voilà les personnes qui forment notre organisation.

M. Grant McNally: Vous avez parlé des défis à l'égard de l'accès aux émissions. Je comprends très bien ce que vous dites. Votre message est semblable à celui que nous avons reçu dans l'ouest du pays. Je suis certain que nous entendrons les mêmes commentaires dans d'autres parties du pays aussi.

Vous avez également donné un bref aperçu de la meilleure solution possible pour régler la situation. Selon vous, quelle serait la recommandation principale à faire pour augmenter l'accès aux émissions *produites en français* pour les francophones?

M. Daniel Boucher: Je pense qu'il est très important que le CRTC fasse des recommandations claires auprès des entreprises de câblodistribution. En réalité, nous avons eu de bonnes relations avec nos câblodistributeurs. Auparavant, nous faisons affaire avec Videon, mais maintenant il n'y a que Shaw. Nous avons eu des réunions avec ces entreprises et nous pensons que nous avons fait du progrès. Je ne suis pas en train de dire que ces réunions ne sont pas productives, mais il semble que les entreprises se trouvent toujours immobilisées devant une situation. Avant l'arrivée des fonctions numériques, le nombre de canaux offerts était limité.

Alors, je crois que le CRTC devrait se rendre compte qu'il existe des communautés francophones à l'extérieur du Québec. Ces communautés ont des problèmes relatifs à l'accès et à la programmation. Les différents problèmes qu'elles rencontrent les désavantagent par rapport aux autres. Le gouvernement fédéral devrait remédier à cette situation. Ma recommandation serait de trouver une manière de permettre l'accessibilité à tous et d'augmenter la programmation.

Ce qui arrive actuellement dans plusieurs cas—et pas seulement dans le domaine des communications—, c'est que les émissions sont produites pour la majorité des gens. Et lorsqu'une minorité souhaite avoir accès à certaines émissions ou à certains canaux, nous devons toujours effectuer des modifications pour essayer de trouver une solution au problème.

Je pense qu'il est grand temps de modifier ce processus parce que chaque région et chaque communauté de ce pays sont différentes l'une de l'autre. Les besoins d'une communauté francophone ne sont pas les mêmes que les besoins des autres communautés. Je ne pense pas qu'ils sont meilleurs, mais différents. Et nous devons trouver une façon de gérer ces différences et de faire en sorte que tout le monde puisse profiter du même niveau d'accessibilité.

•(1110)

[Français]

Le président: Monsieur Boucher, je veux vous poser deux questions. D'après ce que je vois, vous êtes pris dans une espèce de souricière. D'un côté, si vous avez le satellite, ça ne vous donne pas la programmation locale. Le câble vous la donnerait, mais vous n'avez pas le câble. Alors, ce que vous cherchez, c'est une solution technologique. Ce que vous demandez, c'est ou bien que le satellite produise le programme local, ou bien que le câble se rende chez vous.

M. Daniel Boucher: Nous avons les émissions locales sur le câble, mais nous n'avons pas toute la gamme de services.

Le président: Je vous comprends bien. Vous voudriez aussi que RDI se rende dans les régions éloignées.

M. Daniel Boucher: Absolument. C'est absolument nécessaire. C'est aussi le cas pour le signal de la radio de Radio-Canada. Je pense que ça fait au-delà de 50 ans que nous avons la radio de Radio-Canada ici, au Manitoba, et c'est un peu bizarre, comme je le disais tout à l'heure, que les gens doivent aller dans leur voiture pour écouter la radio de Radio-Canada. Ce sont des choses de ce genre-là. Quelqu'un doit investir quelque part. Je ne connais pas la responsabilité de X, Y ou Z. Ce n'est pas mon domaine.

Le président: Oui, je comprends. Ça serait une bonne vignette à mettre dans notre rapport si vous nous donniez l'exemple d'une localité quelconque, le nom d'une ville ou d'un village qui n'a pas Radio-Canada et dont les habitants sont obligés d'aller dans leur voiture pour écouter la radio.

M. Daniel Boucher: À Ste Rose du Lac, le village natal du regretté sénateur Molgat, les gens doivent souvent aller dans leur voiture; pas toujours, mais souvent. C'est tout à fait inacceptable.

Le président: Je suis tout à fait d'accord avec vous.

Finalement, en Alberta, en Saskatchewan et ici, nous avons entendu parler de toute la question de la radio communautaire pour la minorité francophone. Les services sont parfois très bons dans les grandes agglomérations, mais très difficiles à obtenir dans les plus petites municipalités. Comme M. Harvard l'a expliqué, une demande pour un transmetteur de 250 watts a été refusée. On leur a dit qu'ils ne pouvaient pas avoir plus de cinq watts, ce qui rend la chose impossible.

Je vais vous faire part d'une idée sur laquelle il faudrait faire faire de la recherche. Si, par exemple, il y avait une espèce de coopérative pour tout l'Ouest canadien, une coopérative réunissant les réseaux communautaires de langue française, et qu'on pouvait trouver un moyen technique quelconque de rendre cela possible, est-ce que ça serait un grand pas en avant pour réunir ces communautés et ensuite pour faire une espèce de réseau qu'il serait plus pratique de mettre en place, parce qu'il couvrirait une plus grande étendue?

•(1115)

M. Daniel Boucher: Je pense que c'est une idée qui vaut absolument la peine d'être explorée; ça ne fait aucun doute. Comme je l'ai dit tout à l'heure, on cherche des moyens innovateurs. Il ne s'agit pas de faire les choses de l'ancienne façon. On est prêts à envisager de nouvelles façons de faire les choses, et si vous pouvez nous appuyer de ce côté-là, nous ferons notre bout de chemin pour arriver à voir si c'est vraiment fonctionnel et si ça répond véritablement à nos besoins. Je ne vois aucune raison de ne pas faire ce genre de partenariat.

Le président: D'accord. Vous avez toute notre sympathie. Je vous remercie beaucoup, monsieur Boucher, d'être avec nous aujourd'hui. On vous a écouté avec beaucoup d'attention et je peux vous assurer que vos recommandations vont trouver leur chemin petit à petit. On ne peut pas faire des miracles, mais on va regarder de très près ce que vous avez dit.

Merci beaucoup.

M. Daniel Boucher: Merci beaucoup à vous tous.

[Traduction]

Le président: J'inviterais maintenant les membres de l'Aboriginal Peoples Television Network à présenter leur exposé.

Nous sommes très contents d'accueillir les membres de l'Aboriginal Peoples Television Network parce que, si je ne me trompe pas, il s'agit d'une expérience unique. Les membres ici présents sont M. Clayton Gordon, président, M. Ron Nadeau, directeur de l'exploitation, M. Jim Compton, directeur de la programmation, M. Patrick Tourigny, responsable des affaires réglementaires et Mme Deanie Kolybabi, directrice des ventes, du marketing et des communications.

Je pense que nous nous intéressons tous grandement à l'évolution de l'APTN. Ce réseau a de l'importance pour nous tous. C'est pourquoi nous sommes heureux de votre présence aujourd'hui.

Vous avez la parole. Monsieur Gordon, voulez-vous commencer?

M. Clayton Gordon (président, Aboriginal Peoples Television Network): Merci.

Nous voulons premièrement remercier le comité de nous avoir donné la chance de présenter notre exposé.

Le dernier examen majeur de la politique canadienne de radiodiffusion a entraîné un grand tournant pour les radiodiffuseurs autochtones. Lorsque le Comité permanent des communications et de la culture a fait l'examen de la politique de radiodiffusion, en 1988, plusieurs représentants de nos organisations ont assisté aux audiences en espérant ce qui, à l'époque, était pour ainsi dire inconcevable. Il y a 15 ans, nous avons suggéré que la Loi sur la radiodiffusion soit modifiée afin de reconnaître les radiodiffuseurs autochtones, et nous avons demandé de l'appui pour établir un système de distribution.

Grâce à la vision de l'avenir et au courage de vos prédécesseurs, la radiodiffusion autochtone au Canada a connu beaucoup de progrès. Les recommandations faites en 1988 par le Comité permanent ont tracé le chemin pour la Loi sur la radiodiffusion de 1991, qui a reconnu les radiodiffuseurs autochtones comme étant un élément clé du système canadien de radiodiffusion. Ces recommandations ont aussi entraîné la création, en 1992, de Television Northern Canada, le plus grand réseau de télévision autochtone au monde. Nous vous rencontrons 10 ans plus tard pour représenter un service national de télévision unique et prospère.

Le peuple autochtone n'a pas connu beaucoup de bonnes choses lors de la dernière décennie, sauf la création de l'APTN. Nous avons créé un auditoire national, nos recettes publicitaires augmentent et nous attirons l'attention à l'échelle internationale. Nous avons offert notre appui et nos conseils à des radiodiffuseurs de l'Irlande, de l'Australie, de la Nouvelle-Zélande et des États-Unis ainsi qu'à des communautés autochtones un peu partout dans le monde.

Nous avons créé une nouvelle industrie et favorisé le talent créatif et artistique de nombreux membres de nos communautés. L'APTN est un exemple de ce qu'une organisation engagée, des individus talentueux et un gouvernement progressiste peuvent accomplir lorsqu'ils travaillent tous ensemble.

Ce comité a une responsabilité complexe et importante. Votre tâche est d'évaluer l'état de la radiodiffusion canadienne et d'analyser les orientations futures du système de radiodiffusion canadien. Nous vous remercions de nous avoir invités à présenter notre exposé.

Je vais maintenant demander à Ron de vous donner un aperçu des points que nous voulons aborder.

● (1120)

M. Ron Nadeau (directeur de l'exploitation, Aboriginal Peoples Television Network): Merci beaucoup, Clayton.

Je voudrais souhaiter la bienvenue au président de la réunion, Clifford Lincoln. Il me fait plaisir de vous revoir, monsieur Lincoln. Je voudrais également souhaiter la bienvenue aux députés fédéraux du Manitoba, à tous les membres du comité ainsi qu'à vos collègues.

C'est un privilège pour moi d'assister à cette réunion. Nous allons tenter de mettre en lumière certaines questions qui nous préoccupent.

Peu après l'annonce du mandat de ce comité, nous avons soumis un document de travail intitulé «Towards a Truer Mirror». Vous avez sans doute des exemplaires de ce document devant vous. En soumettant ce document, nous avions un objectif double: réaffirmer l'importance de la télévision publique en tant que partie intégrante du système de radiodiffusion et attirer votre attention sur les questions précises qui se rapportent à notre rôle, tel qu'il est défini selon la Loi sur la radiodiffusion et selon notre licence du CRTC.

Plus tôt cette année, nous avons présenté un exposé au CRTC concernant plusieurs questions réglementaires. Parmi ces questions, il y avait le positionnement des canaux et la protection des largeurs de bande pour l'utilisation des radiodiffuseurs publics et des radiodiffuseurs à but non lucratif. Ces questions sont traitées dans notre soumission écrite et nous savons que vous en prenez connaissance.

Aujourd'hui, étant donné que le comité a un horaire chargé, nous voulons aborder trois de nos préoccupations les plus pressantes. Au lieu de vous mentionner nos trente questions, nous avons décidé de limiter ce nombre à trois questions précises. Nous espérons que cette décision sera favorable non seulement pour le comité, mais également pour notre organisation et notre auditoire.

Nos préoccupations sont les suivantes. Nous voulons que le ministère du Patrimoine canadien appuie financièrement la radiodiffusion en langue maternelle. Nous voulons qu'un financement public soit offert aux producteurs et aux radiodiffuseurs autochtones indépendants. Et nous voulons capter l'intérêt des auditoires distants à l'aide de notre programmation.

Je vais demander à mon collègue Jim Compton d'aborder la question du financement de la programmation en langue maternelle.

M. Jim Compton (directeur des programmes, Aboriginal Peoples Television Network): Pendant plus de 35 heures par semaine, l'APTN diffuse des émissions en langues autochtones telles que l'inuktitut, le cri, l'ojibway, l'inuvialuktun, le saulx-cri, le mohawk, le gwich'in, le mikmaq ainsi que d'autres langues. Presque toute notre programmation autochtone est produite par des organisations de radiodiffusion autochtone financées à l'aide du Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion élaboré par le ministère du Patrimoine canadien.

Ce qu'il y a d'ironique à propos de l'augmentation de la radiodiffusion autochtone, c'est que plus le système de distribution pour la télévision autochtone s'améliore, plus le financement de la programmation diminue. Lors des premières années d'existence du PAANR, les radiodiffuseurs recevaient jusqu'à 12,5 millions de dollars par année, mais ils n'avaient pas de système de distribution. Leurs émissions étaient diffusées tard le soir sur le réseau CBC et les réseaux régionaux, après la journée de radiodiffusion de CBC.

En 1998, un financement a été promis à Television Northern Canada, un réseau qui répondait finalement à leurs besoins de distribution. Mais en 1998, il y a aussi eu une série de réductions accablantes au niveau du fonds de production. Pendant que le système de distribution s'améliorait, le financement pour la programmation se faisait réduire à chaque année. De 1999 à 2000, le fonds de production a atteint un bas sans précédent de 7,9 millions de dollars. Cette même année, ironiquement, nous avons créé le réseau national de télévision autochtone, c'est-à-dire l'APTN.

Ce tableau illustre les téléspectateurs potentiels des émissions produites à l'aide du PAANR lors des 20 dernières années. Vous verrez que l'auditoire potentiel a augmenté grâce à l'appui du gouvernement pour la distribution au moment où le financement du gouvernement pour la production a diminué. On pourrait comparer cette situation à l'annonce d'un programme national qui consisterait en la construction d'autoroutes et en une interdiction simultanée des automobiles.

Le PAANR fournit actuellement 3,7 millions de dollars par année aux sept organisations de radiodiffusion autochtone pour la programmation télévisée. La Loi sur la radiodiffusion, le CRTC et les études du gouvernement au cours des 20 dernières années ont tous permis de confirmer qu'il y a un besoin critique de services de radiodiffusion pour les peuples autochtones. Malgré cette constatation, le financement offert aux radiodiffuseurs subventionnés par le PAANR a été réduit d'environ 50 p. 100 pendant les huit ans d'existence du programme.

En 2000, le ministère du Patrimoine canadien a mené deux études indépendantes. Tout comme les 11 rapports qui les précédaient, ces études ont confirmé que les radiodiffuseurs autochtones faisaient face à des défis cruciaux. Deux défis précis ont été mis en évidence dans ces études.

● (1125)

M. Clayton Gordon: Un fonds unique de remplacement des immobilisations constitue le besoin le plus pressant. Paralysés par deux décennies de compressions budgétaires, un grand nombre des diffuseurs qui reçoivent des subventions du Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion (PAANR) ont été contraints d'utiliser des caméras, des systèmes d'édition et de l'équipement audio qui ne seraient pas acceptés par une entreprise de câblodistribution locale, sans parler d'un réseau national.

Au cours de la dernière année, APTN a été forcé d'éliminer certaines émissions produites par ses propres membres. L'état de l'équipement ne leur permet pas de respecter les normes techniques standard, ce qui empêche le canal de satisfaire les besoins du public autochtone dans toutes les régions du pays. Ces réalisateurs du Nord perdent également les options limitées dont ils disposaient pour générer des revenus.

Il existe un talent remarquable au sein de ces organismes. Comme vous le savez déjà, Sak Kunnuk, un réalisateur formé par la Inuit Broadcasting Corporation, a tout récemment remporté de nombreux prix Génie, ainsi que le prix de la Caméra d'Or (nouveau réalisateur) de 2001 au Festival International du Film à Cannes pour le film *The Fast Runner*. Sans un soutien adéquat, un talent de ce genre ne peut être développé. Tant que les réalisateurs du Nord n'auront pas les outils nécessaires pour respecter les normes techniques standard de l'industrie, ils seront isolés du grand public canadien ou international. L'un des produits culturels uniques du Canada demeurera invisible.

Chaque année, la SRC, le plus important diffuseur public du pays, se voit accorder des crédits pour des dépenses en capital. En revanche, les groupes du PAANR n'ont jamais reçu de fonds en capital en vue de remplacement du matériel.

Un sondage indépendant, commandé en 2000 par le ministère du Patrimoine canadien, a recommandé qu'une contribution unique de 4,74 millions de dollars soit versée afin de permettre aux sept organismes de radiodiffusion financés par le PAANR de mettre leur équipement à niveau, selon les normes numériques de base. Il s'agit d'un prix peu élevé pour protéger l'un des principaux atouts en matière de radiodiffusion au pays. Par contre, près de deux ans plus tard, le ministère du Patrimoine canadien n'a pas mis en oeuvre ces recommandations qui proviennent de sa propre étude. Nous demandons au comité d'appuyer cette recommandation et au ministère du Patrimoine canadien de prendre les mesures nécessaires dès que possible.

M. Ron Nadeau: Le deuxième problème majeur avec lequel les diffuseurs du Nord sont aux prises à trait au fait que seule la moitié des groupes autochtones financés par le PAANR a reçu des fonds pour la réalisation d'émissions de télévision. Au moment de sa création en 1983, le programme soutenait 13 groupes partout au pays, de la Colombie-Britannique au Labrador. Chaque région devait déterminer quel service serait initialement offert, radio ou télévision. Il était prévu que chaque région recevrait ensuite des fonds pour offrir des services dans les deux médias—la télévision et la radio.

Malheureusement, le financement consacré à l'expansion du PAANR a été gelé après les élections de 1984, et les groupes qui réalisaient des émissions pour la radio n'ont jamais pu faire des émissions de télévision. Des régions entières du Canada ont été laissés sans service de télévision dans leur langue. Aucun réalisateur d'émissions télévisées n'est financé par le PAANR en Alberta, au Saskatchewan, au Québec francophone, en Colombie-Britannique ou parmi les Premières Nations des Territoires du Nord-Ouest.

Ainsi, la deuxième recommandation clé de l'étude indépendante commandée par le ministère du Patrimoine canadien propose que des fonds soient accordés aux sociétés qui se consacrent uniquement à la radio pour qu'elles puissent offrir des services télévisés. L'étude estime le coût de ce financement à environ 7 millions de dollars. Que permettra-t-il d'accomplir? Il permettra de doubler la production en langues autochtones au Canada. Cela créera aussi de nouvelles possibilités de formation et d'emploi dans des régions particulièrement pauvres et donnera une voix aux Premières Nations, tant au Canada qu'à l'étranger, dans la langue de leur choix, à l'échelle du pays y compris au Québec.

Le PAANR (Programme d'accès aux Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion) constitue le coeur de la télévision autochtone du pays. Grâce à ces deux recommandations qui proviennent de sa propre étude, le ministère du Patrimoine canadien peut s'assurer que

la programmation d'APTN représente toute la diversité des peuples et des langues autochtones du Canada.

Jusqu'à présent, nous avons parlé des organismes autochtones de radiodiffusion financés par le gouvernement fédéral. Notre deuxième préoccupation concerne le financement offert aux réalisateurs et aux cinéastes indépendants. Je demande donc à Jim de discuter de cette question.

• (1130)

M. Jim Compton: Je désire vous avertir qu'il s'agit d'un thème plus vaste; je vous demande donc un peu de patience.

L'année dernière, les réalisateurs autochtones indépendants ont comblé environ 30 p. 100 de notre programmation. Il s'agit du travail effectué par les réalisateurs et les écrivains les plus connus du Canada, ainsi que par des novices talentueux qui en sont à leurs débuts. Le secteur des réalisations indépendantes a produit certaines des émissions les plus passionnantes, les plus caractéristiques et les plus innovatrices d'APTN. Il constitue l'avenir de notre réseau.

Mais, ce potentiel ne sera développé que lorsque les réalisateurs auront un accès équitable aux fonds de réalisation. Tous les réalisateurs canadiens doivent affronter la concurrence pour obtenir du financement, mais les réalisateurs autochtones doivent faire face à d'autres obstacles qui les défavorisent encore plus que la plupart des autres réalisateurs. Permettez-moi de m'expliquer.

Comme vous le savez, il existe au Canada deux fonds fédéraux importants offerts aux réalisateurs indépendants: le Programme de droits de diffusion du Fonds canadien de télévision ainsi que le Programme de participation au capital de Téléfilm Canada. Le montant total offert aux réalisateurs canadiens grâce à ces deux programmes s'élève à 200 millions de dollars. Chaque programme comprend une enveloppe pour les réalisations autochtones qui constitue environ 1 p. 100 de l'ensemble des fonds. Il s'agit là d'un problème en soi, puisque le peuple autochtone représente près de 3 p. 100 de la population canadienne. Nous pouvons ainsi déjà constater l'iniquité dans la distribution des fonds.

Il y a cependant un autre obstacle. L'enveloppe autochtone n'est offert que pour les émissions en langues autochtones. Des productions en anglais ou en français pourraient ne pas être admissibles pour l'obtention de fonds de l'enveloppe autochtone, même si le réalisateur, les acteurs, les employés, l'auteur et le public visé sont tous autochtones.

Je vous demande donc de réfléchir au scénario suivant. Vous êtes un réalisateur indépendant qui souhaite créer une série de 13 émissions. Disons qu'il s'agit d'une série présentant des entreprises et des entrepreneurs autochtones connaissant du succès. Vous désirez diffuser cette série partout au pays. Vous cherchez à présenter des modèles aux jeunes autochtones, à montrer à la population non autochtone qu'un véritable esprit d'entreprise est en pleine croissance. La réalisation de la série ne coûtera que la somme modique de 50 000 \$ par émission. Au total, la série coûtera 650 000 \$, ce qui, comme vous le savez, est relativement bon marché dans le monde actuel de la radiodiffusion.

Vous cherchez donc à obtenir des droits de diffusion d'APTN. Ces droits varient en fonction de divers facteurs. Disons, par exemple, que vous recevez 130 000 \$ pour la réalisation de la série. Vous faites ensuite une demande pour obtenir des fonds de l'enveloppe principale de la FCT puisque vous devez produire l'émission en anglais afin qu'elle soit comprise par le public à l'échelle nationale. Vous constatez toutefois que ces fonds sont l'objet chaque année d'un trop grand nombre de demandes. Vous apprenez que la sélection des demandes se fait à l'aide d'un système de pointage, dans lequel du plus grand nombre de points sont attribués aux réalisations dont les droits de diffusion sont les plus élevés. Vous faites concurrence à Alliance Atlantis, à Nelvana, à CanWest Global et à toutes les autres maisons de production du Canada, qui fournissent des droits de diffusion pour des dizaines de millions de dollars. Évidemment, la plupart de ces radiodiffuseurs possèdent plusieurs canaux et ils peuvent répartir les coûts en diffusant une série donnée sur divers canaux.

APTN est un radiodiffuseur autonome qui n'offre qu'un seul service. Il lui est donc impossible de répartir les coûts. Des droits de diffusion de 130 000 \$ ne sont tout simplement pas suffisants pour obtenir des fonds de l'enveloppe principale du FCT. Vous n'êtes donc plus dans la course.

Il ne s'agit pas d'un scénario hypothétique. L'an dernier, aucune série créée par un réalisateur autochtone n'a reçu de financement provenant des enveloppes principales anglophones et francophones.

Vous décidez donc d'essayer d'obtenir des fonds de l'enveloppe autochtone. Mais il y a plusieurs obstacles.

Cela signifie que la production doit être réalisée dans l'une des langues autochtones, mais la série est destinée au public à l'échelle nationale. Il faudra donc la traduire en anglais et peut-être même en français. Vous êtes donc obligés de réaliser de multiples versions de l'émission afin d'être admissible aux fonds. Mais, comme nous avons déjà dit, les fonds disponibles sont peu élevés et sont plafonnés. Le total maximum combiné que vous pouvez obtenir des enveloppes autochtones du FCT et du Programme de participation au capital est fixé à 200 000 \$ et vous devez payer les multiples versions de la série avec ces fonds, obstacle auquel les réalisateurs non autochtones n'ont pas à faire face.

Le système, sous sa forme actuelle, ne profite personne, surtout pas aux réalisateurs autochtones qui ne peuvent rivaliser pour l'obtention des fonds de l'enveloppe principale, et qui ne peuvent pas non plus se permettre de travailler avec les fonds offerts dans l'enveloppe autochtone. Et ce système n'est d'ailleurs pas avantageux pour APTN.

Tous les diffuseurs canadiens dépendent de ce financement afin de respecter leurs obligations en matière de contenu canadien. Nos obligations à cet égard sont encore plus élevées que celles de la SRC. Si nous voulons atteindre les objectifs en matière de contenu et de langues qui ont été fixés par le CRTC et si nous devons remplir le rôle défini pour nous dans la Loi sur la radiodiffusion, nos fournisseurs, c'est-à-dire les réalisateurs autochtones indépendants, doivent avoir accès à des fonds qui correspondent à ces objectifs.

Il nous est impossible de faire notre travail à l'aide des fonds existants. Nous proposons donc trois changements au programme actuel.

- (1135)

En premier lieu, nous demandons au comité permanent d'appuyer l'augmentation des enveloppes autochtones de Téléfilm et du FCT afin d'inclure les productions en anglais et en français, les critères d'admissibilité étant définis en collaboration avec APTN. Cela

permettrait aux réalisateurs de travailler dans la langue du public visé et éliminerait l'élément discriminatoire mentionné plus tôt.

En deuxième lieu, nous demandons au comité permanent de recommander une augmentation des enveloppes autochtones de Téléfilm et du FCT, qui serait calculée à l'aide d'une formule tenant compte des exigences linguistiques de la licence d'APTN.

Ce graphique illustre la structure de financement qui assurerait un niveau approprié de financement correspondant aux fonds offerts aux réalisateurs généraux. Nous proposons que le financement des émissions autochtones soit maintenu au niveau actuel de 2,5 millions de dollars. Nous demandons toutefois que 1,5 million de dollars soient offerts aux entreprises et aux réalisateurs autochtones francophones pour des productions en français. Enfin, nous demandons 6 millions de dollars pour permettre la réalisation d'émissions en anglais par des entreprises et des réalisateurs autochtones.

Ce rapport est établi en fonction de la diversité de la programmation qu'APTN prévoit présenter, selon les conditions de sa licence. Nous ne demandons pas de financement supplémentaire pour APTN. Il s'agit plutôt d'un investissement dans le secteur des réalisations indépendantes dans le but d'assurer l'avenir de la radiodiffusion autochtone.

M. Ron Nadeau: Cela dit, nous avons une dernière demande visant l'amélioration de la valeur de notre service. Nous sommes à une époque où les relations entre les peuples autochtones et le gouvernement du Canada sont plutôt tendues, et APTN constitue le symbole manifeste d'une collaboration entre les deux nations. Plus de huit millions de ménages canadiens sont maintenant en mesure de connaître la vie et la culture des Autochtones.

L'un des meilleurs commentaires que nous avons reçu provient d'un téléspectateur non autochtone de Vancouver:

Il s'agit véritablement d'un canal canadien. On ne peut voir de telles images du Canada sur d'autres canaux, y compris la SRC. Il n'est pas nécessaire d'être un Autochtone pour apprécier ces émissions!

Une partie de nos émissions les plus importantes, celles qui sont au coeur de notre expérience, sont inaccessibles aux téléspectateurs non autochtones puisqu'elles ont été produites dans une langue autochtone et que les réalisateurs n'ont pas les moyens de les faire traduire. Nous recevons littéralement des centaines de demandes en provenance de téléspectateurs, d'écoles, d'universités et de centres culturels pour le sous-titrage de nos émissions non autochtones en anglais et en français afin de les présenter à un public plus vaste. Nous recevons également de nombreuses demandes de téléspectateurs autochtones de partout au pays qui sont très curieux par rapport aux cultures d'autres Premières Nations et qui demandent la traduction de ces types d'émissions.

Chaque semaine, nous diffusons environ 15 heures de programmation originale en langues autochtones. Nous estimons que toute la programmation d'APTN en langues autochtones peut être rendue accessible aux universités, aux centres linguistiques, aux bibliothèques, aux programmes culturels, aux écoles ainsi qu'à un public canadien et international au coût relativement modeste d'environ 2,1 millions de dollars par année. Nous recommandons donc que le comité permanent appuie la création d'un fonds de traduction, d'une valeur de 2,1 millions de dollars par année, afin d'offrir aux Canadiens un accès plus vaste aux émissions en langues autochtones. Nous proposons que ces fonds soient gérés par Téléfilm, en fonction de critères établis en collaboration avec le secteur de la radiodiffusion autochtone.

Nous avons parlé de la possibilité d'atteindre des auditoires non autochtones au Canada et ailleurs. Je demande maintenant à Clayton de discuter des défis que présente l'accès des régions rurales et éloignées du Canada à notre programmation.

• (1140)

M. Clayton Gordon: Environ un tiers de la population autochtone canadienne habite dans une réserve. Nous estimons que moins de la moitié des 2 500 réserves canadiennes ont accès à la câblodistribution. La population est habituellement faible, les habitations sont très dispersées sur un grand territoire et les niveaux de revenu et d'emploi sont inférieurs aux moyennes nationales. Ainsi, dans la plupart des réserves, la câblodistribution ne constitue pas une entreprise viable. De plus en plus, les gens s'abonnent aux services de Star Choice ou d'ExpressVu et un nombre croissant de personnes possèdent des antennes paraboliques provenant du marché gris leur permettant d'avoir accès au réseau américain par satellite ou à DIRECTV, qui ne présente pas le Aboriginal Peoples Television Network. En revanche, la plupart des ménages dans les réserves n'ont pas accès à la câblodistribution ou au service par satellite et ils ne peuvent ainsi capter le seul canal qui a été créé expressément pour eux.

Lors de la création de TVNC il y a dix ans, des fonds en capital ont été consacrés à l'achat de gros récepteurs paraboliques et d'émetteurs à faible puissance dans 96 communautés. Grâce aux satellites actuels à puissance élevée en bande Ku, les plus grandes réserves du Canada pourraient recevoir le service offert par APTN à un coût minimal, à l'aide d'antennes paraboliques moins coûteuses, ayant la taille d'une pizza. Comme avantage additionnel, toute localité équipée pouvant recevoir les signaux d'APTN pourrait également recevoir la gamme complète de services numériques, notamment les services Internet et Télésanté et les programmes d'enseignement à distance.

Notre recherche indique que nous pourrions offrir aux 150 plus grandes réserves du pays une liaison descendante au satellite ainsi qu'un émetteur à faible puissance à un coût moyen de 35 000 \$ par site, les dépenses d'équipement initiales et d'installation totalisant environ 5,25 millions de dollars. Les coûts annuels d'exploitation et de gestion, d'environ 450 000 \$, pourraient être gérés efficacement dans le cadre du Programme d'aide à la distribution dans le Nord.

La diffusion de notre programmation dans les réserves constitue le dernier morceau du casse-tête que nous assemblons depuis 25 ans. Nous nous sommes dotés d'une capacité de production et d'un réseau national; notre dernier défi consiste à nous assurer que notre programmation est offerte dans les localités rurales et éloignées où habitent les Autochtones. Nous demandons donc au gouvernement fédéral d'effectuer une étude de faisabilité qui examine les moyens et les coûts liés à la diffusion d'APTN dans les réserves et qui détermine également les autres avantages et services qui pourraient être offerts grâce aux services numériques.

Au nom de tous les membres de l'organisme et des peuples que nous représentons, je désire remercier le comité de cette occasion de faire valoir notre point de vue. La Loi sur la radiodiffusion de 1991, que nos prédécesseurs ont contribué à définir, a reconnu notre rôle en tant qu'élément clé dans le système de radiodiffusion public du Canada dans les termes suivants. Le système de radiodiffusion canadien doit «refléter la condition et les aspirations des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones».

Nous avons déployé beaucoup d'efforts pour nous acquitter de l'obligation sous-entendue par la loi. Comme vous-mêmes, nous nous sommes engagés à créer un système de radiodiffusion qui présente de façon plus réaliste et plus complète le véritable visage du Canada, tant aux Canadiens qu'au monde entier. Avec votre appui, nous pourrions consolider ce que nous avons entamé il y a 25 ans. J'espère que vous partagez notre fierté dans ce que nous avons accompli ainsi que notre confiance dans ce que nous prévoyons réaliser au cours des années à venir.

Voilà la fin de notre exposé. Nous nous ferons un plaisir de répondre aux questions du comité.

Le président: Merci beaucoup, monsieur Gordon.

Avant d'entamer la période de questions, je dois rappeler aux membres que nous rendons visite à APTN cet après-midi. En effet, à la clôture de cette séance, nous allons déjeuner, puis nous rendre dans les locaux d'APTN; nous aurons donc l'occasion de parler à monsieur Gordon, à monsieur Nadeau et à leurs collègues.

Compte tenu du temps dont nous disposons et puisqu'il reste encore deux témoins, je propose que chacun de nous ne pose qu'une question et vous serez libres d'interroger les autres témoins cet après-midi, si cela vous convient.

Madame Gagnon.

• (1145)

[Français]

Mme Christiane Gagnon: Merci, monsieur le président.

Merci de votre présentation. Je pense que vous avez brossé un tableau complet des réalités que vos communautés vivent. Cela m'amène à une certaine réflexion quant à l'appui et au choix à faire. On est pris entre deux choix: donner un meilleur service à nos communautés ou assurer la viabilité du système de radiodiffusion. Selon le choix qu'on fait, on a les réponses et les appuis qui sont donnés présentement et qui sont nettement insuffisants.

Je voudrais vous poser une question plus précise. Par exemple, si vous aviez tout l'appui souhaité par vos communautés, parce qu'on pense aussi à la viabilité, quels seraient les marchés où vous pourriez percer pour mieux vous connaître, mieux vous comprendre et avoir un meilleur dialogue avec l'ensemble de la communauté, tant ici, au Canada et au Québec, qu'à l'étranger?

[Traduction]

M. Ron Nadeau: Merci pour votre question, madame Gagnon. Je commencerai, puis je demanderai à mes collègues d'apporter des précisions.

Dans un monde idéal, nous aimerions que tous les Canadiens, Autochtones ou non, puissent regarder nos émissions. L'un des problèmes que nous avons signalés a trait à la position du canal. Soixante-dix pour cent des téléspectateurs non autochtones qui ont participé à un sondage ont dit ignorer l'existence d'APTN. Le problème, c'est qu'on nous a garanti une distribution obligatoire à l'échelle nationale, mais la distribution réelle dont nous disposons... Ce n'est sûrement pas mon intention de critiquer les personnes présentes, je le souligne rapidement, mais il n'en est pas moins vrai que si 70 p. 100 des Canadiens non autochtones ignorent le fait qu'APTN fait partie du service obligatoire, comment pouvons-nous présenter nos émissions aux Canadiens comme vous-mêmes?

Nous nous intéressons donc vivement à la position du canal, puisque cet aspect constitue la clé qui ouvre de nombreuses portes.

Je demande maintenant à ma collègue, Deanie Kolybabi, si elle aimerait apporter des précisions.

Mme Deanie Kolybabi (directeur, ventes et commercialisation, Aboriginal Peoples Television Network): Oui, j'aimerais bien.

Il n'y a aucun doute que, comme Ron l'a indiqué, la position du canal constitue pour nous un obstacle important en ce qui a trait à la sensibilisation sur les marchés canadiens. Au cours de l'été, nous avons effectué des sondages auprès d'Autochtones et de non-Autochtones dans des localités rurales, éloignées et urbaines du Canada qui prouvent qu'il s'agit effectivement d'un obstacle, car la position du canal a un effet sur la perception qu'on a de la valeur d'un canal et du public auquel il s'adresse. Même si nous nous efforçons de créer une télévision qui s'adresse aux Autochtones du Canada, notre intention est de l'offrir à tous les Canadiens. Lorsque vous parlez de marché, notre premier marché se trouve certainement à l'intérieur des frontières de notre pays et il est lié à la perception de la valeur d'APTN pour tous les Canadiens.

Je crois également que le marché international a une valeur considérable par rapport à la programmation d'APTN. Divers pays nous ont indiqué leur intérêt, comme nous l'avons mentionné dans notre rapport. En ce qui concerne la programmation canadienne, les réalisateurs autochtones canadiens vont aux États-Unis, en Nouvelle-Zélande et en Australie pour discuter de co-productions; en effet, nous avons déjà entamé des co-productions.

Il existe donc plusieurs occasions de marketing à l'extérieur du Canada, mais je suis d'avis que nous serions négligents si nous ne soulignons pas que notre plus grand défi par rapport aux marchés a trait à la sensibilisation du public à l'intérieur du pays.

M. Ron Nadeau: Puis-je demander à monsieur Tourigny de faire un commentaire?

• (1150)

Le président: Oui, mais soyez bref.

M. Patrick Tourigny (directeur, Aboriginal Peoples Television Network): Oui, je le serai.

J'aimerais lier cet exposé aux commentaires présentés par le témoin qui a parlé de la francophonie au Manitoba. Il existe un concept selon lequel les diffuseurs publics qui devraient être classés par ordre de priorité. Quand je dis priorité, je compare cela à une épicerie: dans les allées, tout ce qui est canadien est à hauteur d'oeil. Vous n'avez pas à monter sur un escabeau pour voir ce qui se trouve sur la tablette supérieure et trouver APTN ou des services francophones, s'ils sont offerts. Il s'agit donc d'un concept dont on pourrait discuter. En ce qui concerne la position du canal, ce concept pourrait nous être utile en nous permettant d'être reconnus et d'avoir la priorité au lieu d'être considérés simplement comme faisant partie

du service de base. S'il existe un groupe fondamental de services canadiens, ils doivent être visibles et accessibles, c'est-à-dire à hauteur d'oeil. Cela réglerait sûrement notre problème relatif à la position des canaux.

Le président: Merci.

Oui, cette suggestion a été présentée. Plusieurs témoins l'ont proposé, y compris Vision TV. Nous la garderons à l'esprit.

Monsieur Martin.

M. Pat Martin: Merci, monsieur le Président.

Je vous remercie pour votre exposé très intéressant. Puisque nous aurons l'occasion de visiter la station de radiodiffusion, je limiterai mes commentaires.

J'aimerais d'abord dire que le comité permanent sur les affaires autochtones reçoit fréquemment des commentaires positifs sur le travail effectué par APTN. Partout au pays la population le remarque et l'apprécie, et non seulement le peuple autochtone, et nous l'avons constaté nous-mêmes au cours de nos déplacements dans le Nord et ailleurs. Votre mémoire de l'an dernier, je crois, intitulé *Pour un reflet plus fidèle*, présente des témoignages du grand public. Le public est fasciné par les émissions «réalité» qui traitent de la vie quotidienne dans les collectivités autochtones du Nord canadien.

Je vous félicite et vous complimente donc pour un travail bien accompli. Et cela, c'est sans tenir compte du fait que vous respectez les normes en matière de contenu canadien et les normes linguistiques (25 p. 100), etc.

Ma question est liée à un point qui est mentionné dans ce document. La demande que vous présentez propose qu'APTN obtienne des droits de diffusion obligatoires sur tous les systèmes de câblodistribution de classe 1 et 2. Mais vous demandez également des frais d'abonnement minimaux de 15 ¢ par mois. TSN reçoit 1,09 \$, je crois, et Newsworld reçoit 63 ¢ par mois. Quel est l'état de cette demande? Quel est votre objectif? Avez-vous une indication que ce type de financement de base stable fait actuellement l'objet d'une étude?

M. Ron Nadeau: Je commencerai ma réponse de cette façon, monsieur Martin. Il s'agit d'une question très pertinente pour nous. Au moment de la création d'APTN, la même chose s'est produite que dans le cas de la SRC, c'est-à-dire que nous avons créé une industrie. Des réalisateurs autochtones indépendants s'adressent à nous. Il peut s'agir d'écrivains, de réalisateurs ou de cadres. Ils s'attendent qu'ils pourront sonner à notre porte et qu'on les enverra chez Téléfilm, le FCT et tout autre organisme connexe. Mais, le problème, c'est que, après avoir créé une industrie, les revenus nécessaires pour appuyer tous les projets des réalisateurs indépendants... Ainsi, nous devons faire des choix et offrir ce que nous pouvons nous permettre. Lorsque nous avons présenté notre demande initiale, nous avons demandé des frais d'abonnement de 15 ¢ par mois, et nous sommes très heureux de les avoir obtenus.

Lorsque nous songeons à l'avenir, il nous est actuellement impossible de prédire ce qui se passera au moment de renouveler notre licence. Par contre, comme l'indique le document, nous avons déjà entrepris plusieurs initiatives dans les dernières années avec le PAANR, c'est-à-dire le Programme d'accès des Autochtones du Nord à la radiotélédiffusion; des études, des évaluations et des recommandations nous indiquent que nous devons aider ces diffuseurs autochtones à produire leurs émissions.

Nous ne demandons pas d'argent. En effet, nous ne demandons pas un sou. Ce que nous demandons véritablement, avec beaucoup de respect, c'est que le comité et le gouvernement fédéral assurent le suivi de ces évaluations et de ces recommandations relatives au PAANR. Cela nous aiderait énormément puisque, si vous offrez aux 13 groupes du PAANR l'équipement numérique pour la réalisation d'émissions, nous pourrions acheter leurs productions. Nous pourrions ensuite vendre plus de publicité et ainsi de suite.

Est-ce que quelqu'un désire ajouter quelque chose?

• (1155)

Le président: Monsieur Harvard.

M. John Harvard: Je n'ai que deux petites questions.

Sur quoi se fonde la formule qui permet d'accorder 1,09 \$ à TSN et 15 ¢ à APTN? Sur quoi se fonde-t-elle, au juste? J'aimerais bien comprendre.

M. Patrick Tourigny: Le CRTC a pris un grand nombre de décisions ad hoc. Les premiers services spécialisés, tels que TSN et MuchMusic, ont obtenu leur licence en 1984, et Moses Znaimer affirme avoir honte depuis ce temps, car il a demandé seulement 10 ¢ et il doit maintenant, comme il le dit, s'en tenir à ça. En revanche, au moment d'avoir sa licence, TSN a obtenu 90 ¢, je crois, en raison du coût élevé des émissions sportives, puis il a profité d'une autre augmentation. Ces services font partie de volets facultatifs, et les entreprises de câblodistribution augmentent habituellement le prix de chaque volet. Il existe trois types différents de volets.

M. John Harvard: La formule se fonde donc sur les volets.

M. Patrick Tourigny: Nous ne faisons pas partie d'un volet. APTN est offert avec le service de base, bien qu'il se trouve bien au-delà des volets optionnels. L'industrie de la câblodistribution augmente généralement les frais pour ces volets, tels que MuchMusic et TSN. Si leurs frais de gros, c'est-à-dire les frais imputables, sont de 2 \$, des frais de 4 \$ seront imposés pour le volet. YTV, je crois, a eu droit à 35 ¢ au moment d'obtenir sa licence en 1987, tandis que VisionTV, qui n'a rien eu en 1987 au moment d'obtenir sa licence, a eu droit par la suite à 7 ¢. C'est donc très variable.

Lorsque APTN a demandé 15 ¢, nous avons également demandé à être intégrés à la distribution obligatoire. Nous préférons ne pas faire partie d'un volet, car nous étions d'avis que tous les Canadiens devaient avoir accès à notre canal. Nous savions que nous y arriverions à peine avec 15 ¢, mais nous voulions absolument obtenir notre licence parce que nous savions que l'industrie de câblodistribution allait contester notre demande, ce qu'elle a fait. Si nous avions demandé 25 ¢, nous aurions réduit nos chances d'obtenir une licence. Nous sommes maintenant les victimes de notre propre succès.

Comme Ron l'a dit, nous attirons l'ensemble de la communauté artistique autochtone. Ses attentes à l'égard d'APTN sont particulièrement élevées. Nous ne pouvons pas accorder des droits de diffusion aussi importants que Jim Compton le voudrait en raison de nos revenus limités. Nous nous sommes donc tournés vers Téléfilm. Toutefois, les réalisateurs autochtones ne sont pas de taille à affronter la concurrence quand il s'agit d'obtenir l'aide de Téléfilm. Nous proposons donc des changements structurels afin de venir en aide aux réalisateurs indépendants.

Dans trois ou quatre ans, lorsque nous retournerons devant le CRTC, nous déterminerons si ces 15 ¢ sont toujours satisfaisants.

M. John Harvard: Je croyais que votre réponse allait être brève. Pourriez-vous répondre très brièvement à la prochaine question?

Vous avez parlé des défis que vous devez relever. Je sais que les francophones de cette région du Canada, malgré le fait qu'ils ont accès à des émissions en français, en raison de l'importance de l'anglais dans leur milieu et de la prédominance de la programmation anglaise, ils regardent quand même des émissions en anglais. Évidemment, c'est leur choix. Est-ce la même chose pour les Autochtones?

M. Patrick Tourigny: Je ne suis pas un Autochtone, mais je présume que oui. Les Autochtones regardent *The West Wing*, *ER* et *Survivor*. Certainement.

Le président: Monsieur Gallaway.

M. Roger Gallaway: Les revenus que vous tirez de la câblodistribution se situent, je présume, entre 12 et 14 millions de dollars par année. À combien s'élèvent vos revenus en provenance d'autres sources? De quel ordre sont vos revenus de publicité—je ne vous demande pas de chiffre précis—par rapport à ceux provenant des frais d'abonnement ou même d'autres sources?

Mme Deanie Kolybabi: Nos revenus proviennent d'un certain nombre de sources et nous continuons d'examiner les possibilités d'en produire d'autres. La publicité en est une parmi d'autres. Notre budget prévoit des recettes de 1,7 million de dollars en publicité mais, si on ajoute à cela les revenus tirés d'autres initiatives, telles que les fonds d'avantages sociaux et la location de l'espace inutilisé sur notre répondeur, on parle plutôt d'un revenu de 4,55 millions de dollars.

Le président: Monsieur McNally.

M. Grant McNally: Merci, monsieur le Président.

Merci pour votre exposé.

Je peux comprendre vos inquiétudes relativement à la position élevée de votre canal. Dans mon marché, aux abords de Vancouver, le canal parlementaire est au 69 alors qu'APTN est au 70 ou au 71. Ils se trouvent tous deux à une position plus basse.

J'aimerais poursuivre avec un commentaire semblable à celui de M. Gallaway. Je serai bref.

Nous connaissons le débat concernant le recours à la publicité commerciale par un diffuseur public comme la SRC. Vous y avez fait allusion plus tôt. Lorsqu'un canal connaît du succès, qu'il élargit son auditoire et qu'il produit plus de revenus, le débat entourant la question du financement refait surface, en levant du poids à l'argument qu'un financement accru soit nécessaire étant donné que les revenus de publicité augmentent.

Je me demande si vous pouvez entrevoir une solution à ce débat. Nous sommes aux prises avec le même problème dans le contexte plus large de la SRC. La solution se trouve-t-elle dans l'atteinte d'un équilibre, et de quelle façon pourrait-on l'assurer?

•(1200)

M. Ron Nadeau: Je commencerai, puis mes collègues pourront apporter des précisions.

En toute honnêteté, APTN a une vocation hybride. Notre mandat consiste à servir le public autochtone ainsi que l'ensemble des Canadiens, à diffuser nos émissions, à établir de nouvelles relations, à communiquer, et ainsi de suite.

Nous avons également des objectifs. Évidemment, nous voulons payer nos propres factures. Nous ne voulons pas toujours demander l'aide du gouvernement. Nous aimerions être autonomes; c'est bien cela notre objectif. Nous avons emprunté, pendant un certain temps, une certaine voie afin de vendre APTN au monde entier. Nous pensions que, si nous avions d'excellentes annonces publicitaires, c'est ce qui se produirait, mais cela ne se produit pas comme ça.

Nous essayons de vendre de la publicité, mais ce n'est pas facile. Il nous a été impossible, jusqu'à présent, d'obtenir des fonds de publicité des ministères fédéraux. Mais, pour être juste, il faut dire que nous continuons de rencontrer des députés et de faire des démarches, et nous prévoyons accomplir des progrès de ce côté. Par contre, c'est très difficile pour un diffuseur public qu'on attende de lui qu'il comble les besoins de tout le monde. Nous disposons d'un nombre limité de ressources. Pourtant, nous ne voulons pas faire porter nos efforts uniquement sur les affaires pour ne pas perdre de vue nos principaux objectifs.

Je vais maintenant demander à Deanie de poursuivre.

Mme Deanie Kolybabi: Je vais ajouter à cela que les entreprises de câblodistribution ne se sont pas conformées à l'entente obligatoire de couverture quand vous voyez la place qu'ils nous ont attribué.

Récemment, j'ai participé à une conférence sur la publicité et le marketing destinés aux minorités visibles du Canada, qui était animée par l'honorable Hedy Fry.

Il a été intéressant de constater que les personnes qui ont pris la parole lors de cette conférence, étaient toutes d'accord pour dire que les minorités visibles sont composées majoritairement d'autochtones. Cela ne les a pas empêchés de se vanter d'avoir collaboré avec la Carleton University pour faire d'importantes études de marché à travers le Canada pour déterminer la valeur de ces minorités visibles pour les publicitaires. C'est cela qui motive nos actions. Ensuite, ils ont fait des graphiques pour démontrer le pouvoir d'achat des minorités visibles d'un bout à l'autre du pays. Ces graphiques incluaient les Noirs, les Hispaniques, les Asiatiques et je crois également la population arabe. Par contre, les Autochtones du Canada n'ont pas du tout été pris en compte.

Je pense que les autochtones représentent un marché intéressant que le Canada devrait exploiter. Ce sont des consommateurs. Aucune étude ou recherche n'a été faite par le Bureau de la télévision du Canada, ni par une entreprise de vente au détail, pour étudier le marché des consommateurs canadiens autochtones. C'est un domaine auquel nous aimerions nous ouvrir, mais où que nous regardions, nous ne voyons que des obstacles.

Le président: M. Gordon, nous devons nous arrêter maintenant. Néanmoins, j'aimerais que vous sachiez que le mémoire que vous avez présenté au comité et votre présentation nous ont permis de connaître et de comprendre votre opinion.

Les chercheurs m'ont dit que votre documentation est bien structurée. Nous avons tous constaté que nous pouvons facilement nous conformer à vos recommandations qui sont d'ailleurs regroupées. Votre visite nous a donc permis d'avoir un tableau complet de vos revendications.

Nous vous sommes reconnaissants d'être venu et nous réjouissons de vous rencontrer lors de notre visite chez APTN. Je vous remercie de votre visite. Nous vous en sommes reconnaissants.

M. Clayton Gordon: Je vous remercie beaucoup.

Le président: Je vais maintenant donner la parole au Saskatchewan Communications Network. Nous souhaitons la bienvenue à M. David Debono, président-directeur général, ainsi qu'à M. Richard Gustin, directeur exécutif de la programmation.

Je crois comprendre que vous ne pouviez pas être présent lors de notre visite en Saskatchewan, alors vous avez demandé de pouvoir vous présenter ici. Comme vous le savez, notre temps est compté. Selon les dires du greffier, vous avez accepté de résumer votre présentation, afin de laisser du temps pour les questions, car il y a un autre groupe qui se présente après vous.

Nous vous souhaitons donc la bienvenue. Votre point de vue est important pour nous, car, je crois comprendre que, en tant qu'organisme sans but lucratif, vous jouez un rôle important dans le domaine des chaînes éducatives. Nous nous réjouissons d'entendre votre présentation, vous avez la parole.

•(1205)

M. David Debono (président et directeur général, Réseau des communications de la Saskatchewan): Merci.

Je m'appelle David Debono et je suis le président-directeur général de SCN, le radiodiffuseur éducatif public de la Saskatchewan. Je suis accompagné par Richard Gustin, le directeur exécutif de la programmation de SCN.

Nous aimerions commencer par remercier le comité de nous donner l'occasion de parler des questions concernant le système canadien de radiodiffusion. Étant donné que nous diffusons principalement des programmes éducatifs et d'information, nous allons nous en tenir au segment télévisé du système canadien de radiodiffusion.

La télévision est devenue une grande entreprise. Des milliers de Canadiens gagnent leur vie en travaillant pour ou en produisant des émissions télévisuelles. La télévision est clairement une de nos plus belles réussites. En effet, le Canada est maintenant le deuxième exportateur mondial d'émissions télévisuelles en anglais.

SCN ne s'oppose pas du tout au fait que des personnes gagnent leur vie ou fassent des profits grâce à la télévision. Néanmoins, le système canadien de télévision actuel accorde plus d'importance au profit qu'au public. SCN aimerait voir naître un système qui concorde avec les idées annoncées par la Loi sur la radiodiffusion et qui soit capable de répondre aux besoins de tous les téléspectateurs du Canada qui est d'obtenir les informations qui les concernent et d'avoir accès à une programmation divertissante de qualité, faite au Canada.

Au bon vieux temps, il y avait seulement deux ou trois stations de télévision par ville ou par région et toutes diffusaient une émission-débat quotidiennes comme «Around the Town» ou «People Are Watching». Cette style de diffuser des informations véridiques a rendu la télévision crédible et les personnes lui ont ouvert leur maison et leur cœurs. La télévision est devenue la boîte magique qui facilite la mondialisation et qui raconte des histoires.

Au cours des dernières décennies, le nombre de chaînes a augmenté et donc le nombre d'histoires racontées. La plupart de ces chaînes, et par conséquent les histoires, venaient d'ailleurs. Les radiodiffuseurs locaux ont été absorbés par des systèmes nationaux, de même que les histoires.

La population de la Saskatchewan est une des plus dispersées du Canada et sa densité est une des plus faibles. Ils semblerait également que la Saskatchewan ait l'hiver le plus long et le plus rigoureux du pays. Les communautés peuvent être vulnérables, surtout lorsqu'il fait moins quarante et qu'on est séparé de la ville par vingt miles de route non goudronnée, une des spécialités de la Saskatchewan. Quel sera l'effet de cette programmation, qui met l'accent sur les événements nationaux et qui ne contient presque pas d'information, sur ces communautés, sur leur mode de vie et sur leur sentiment d'appartenance à la communauté.

SCN est le radiodiffuseur public d'émissions éducatives de la Saskatchewan. SCN ne vend pas de services publicitaires et n'existe pas dans le but de réaliser des bénéfices pour ses actionnaires. Par le biais de son réseau de télédiffusion et de télévision en circuit fermé, SCN s'efforce de fournir un service éducatif et d'information au peuple de la Saskatchewan.

SCN est la seule station de télévision à diffuser dans la province qui soit gérée et qui fasse sa programmation depuis la Saskatchewan. SCN semble être le dernier télédiffuseur à avoir le mandat ou la préoccupation de satisfaire aux besoins télévisuels des téléspectateurs de la Saskatchewan et des Prairies. À l'exception des nouvelles locales, du sport et de la météo, les télévisions commerciales ne produisent presque pas de programmes d'information locaux ou régionaux dans la province.

La SRC et les télévisions commerciales de la province ont constamment réduit les services offerts à la communauté et à la région qu'ils desservent. Il fut un temps où la SRC employait 400 personnes au centre de radio télévision de Regina. Mais, en raison de coupures budgétaires, le nombre actuel d'employés est inférieur à cent. En raison de ces coupures budgétaires, la SRC était incapable de développer des programmes qui satisfont aux besoins régionaux ou qui servent les intérêts de la communauté. Si, comme le stipule la Loi sur la radiodiffusion, on ajoute à cela une composante de service public, il sera du ressort des législateurs de créer un environnement où les diffuseurs et la programmation de service public ont une place clairement définie au sein du système canadien de radiodiffusion.

SCN diffuse plus de 5 000 heures de programmation réservées aux programmes d'éducation et aux informations sur le réseau de radiodiffusion et télédiffusion. De plus, grâce à des partenariats avec les écoles, SCN diffuse chaque année 3 000 heures en direct sur les ondes du réseau d'information, pour parler des classes télévisées des écoles secondaires et postsecondaires.

SCN est l'un des principaux piliers de l'industrie de la production télévisuelle indépendante en Saskatchewan et au Canada. SCN possède l'un des niveaux de diffusion de documentaires canadiens aux heures de grande écoute les plus élevés au pays et des producteurs, des bailleurs de fonds et d'autres télédiffuseurs ne cessent de dire combien les autorisations accordées par SCN sont importantes.

L'industrie de la production est très active en Saskatchewan. Néanmoins, pour pouvoir vendre à d'autres marchés, pour attirer des fonds pour la production et des crédits d'impôt, le produit doit être suffisamment générique pour avoir du succès au-delà des frontières de la province. Nous sommes fiers des succès que ces programmes ont obtenus. Les productions de la Saskatchewan, autorisées par le

biais du SCN, ont obtenu de nombreuses récompenses, notamment le prestigieux Emmy qui a été gagné par la société de production de Regina, Partners in Motion, et la série *Incredible Story Studic* que des milliers de personnes à travers le monde peuvent maintenant voir et qui est produite par Minds Eye Pictures.

Mais il est clair qu'il manque une pièce. Où est passé la programmation qui se consacre aux gens des Prairies? Si la télévision est l'image de nous-mêmes, elle a évolué pour prouver que nous n'existons pas. SCN pense que c'est un problème grave auquel le système canadien de radiodiffusion doit actuellement faire face.

SCN propose qu'on accorde un statut spécial aux programmes d'information régionaux en ce qui concerne l'admissibilité au fonds de production. SCN attribuerait le statut de programme d'information régional à tous les programmes ou séries non dramatiques qui ont été commandées. Il s'agit d'un programme pour lequel le public-cible se trouve dans une région géographique déterminée et qui ne serait pas utile ou qui ne présenterait aucun intérêt pour un public qui habite en dehors de cette région. Il devrait s'agir d'une programmation produite pour répondre à un besoin de l'audience. Il est probable qu'une bonne partie du contenu du programme sera périssable et que le programme aura une durée de vie très courte. Pour cette raison et à cause de l'information régionale, il est peu probable qu'un autre radiodiffuseur, étranger à la région, soit intéressé à acquérir les droits pour de tels programmes.

Actuellement, ces programmes ne sont pas admissibles aux systèmes de soutien de la production qui existent au Canada. Dès lors, ils sont entièrement financés par les radiodiffuseurs. SCN est actuellement en train de développer un certain nombre de séries dont le but est de répondre aux besoins des téléspectateurs de notre région. Ces séries sont développées par des producteurs régionaux et visent à fournir des informations aux résidents de la Saskatchewan et du Manitoba sur leur région de résidence et de travail.

SCN pense qu'un radiodiffuseur régional devrait être la principale source pour ce genre de programmation diversifiée. Néanmoins, sans aucune forme de soutien, il sera difficile pour SCN de soutenir ces séries. En vertu du système de financement actuel, ce genre de programme n'est pas admissible à un soutien d'aucune sorte.

Pour empirer les choses, en vertu du système actuel tel qu'il a évolué, le rôle traditionnel de leader assuré par SCN pour appuyer la programmation d'intérêt général et les documentaires de qualité, de toutes les régions du Canada, est menacé par de grands conglomerats de radiodiffusion qui utilisent des fonds publics pour contrôler la programmation et en profitent exclusivement. Dans certains cas, il s'agit de programmes ou de séries dont SCN s'occupait depuis le début. Mais maintenant ces compagnies en veulent l'exclusivité pour toute la durée du programme.

- (1210)

De plus, en vertu de l'actuel modèle de financement, certaines régions du pays reçoivent une grande partie du financement, alors que d'autres régions, comme les Prairies, en reçoivent beaucoup moins. SCN croit que le système canadien de radiodiffusion doit satisfaire à divers besoins, comme cela est défini dans la Loi sur la radiodiffusion, et pas seulement tenir compte du rendement du capital investi des exploitants commerciaux à but lucratif.

SCN a proposé qu'on crée un fonds de production réservé aux besoins de la programmation d'information régionale. Le fonds doit pouvoir assurer que les régions qui en ont le plus besoin, qui ont la plus faible densité de la population et le plus de frais d'exploitation y aient prioritairement accès. Le fonds doit également être conçu pour aider à satisfaire les besoins en programmation d'intérêt général et pas seulement devenir un moyen de subventionner les frais engendrés par la concession locale d'un radiodiffuseur national.

Les fonds de production et les frais de branchement sont le résultat des projets de redistribution du financement. SCN se rend compte que les chaînes ciblées de TSN à MuchMusic et Newsworld à Vision, reçoivent une part du gâteau par le biais des frais de branchement. Les chaînes ciblées auraient beaucoup de mal à survivre sans ces subventions.

Lors de sa mise en fonction, APTN demandait et recevait 15¢ par abonné branché, cela faisait partie de leur plan d'affaires. Pour les radiodiffuseurs régionaux ou éducatifs, des frais similaires auraient un impact considérable sur leur capacité de fournir une programmation régionale d'intérêt général. Ces frais pourraient être liés ou consacrés à la programmation régionale d'intérêt général. Si cet argent était ajouté à l'argent d'un fonds de production régional, nous pourrions encore obtenir de meilleurs résultats.

Selon la Loi sur la radiodiffusion, le système canadien de radiodiffusion a l'obligation de fournir des services complémentaires de programmation télévisée, au besoin, pour assurer que la gamme complète de programmation proposée est disponible dans l'ensemble du système. Dans les provinces et régions qui, présentement, ne sont pas desservies par un service provincial ou complémentaire de programmes régionaux, la combinaison des frais de branchement et d'un fonds régional pourrait aider à créer un environnement qui encouragerait la création d'un tel service.

Pour terminer, SCN lance un appel pressant au comité pour qu'il réaffirme le rôle des radiodiffuseurs publics et éducatifs et qu'il insiste sur l'importance de la programmation régionale d'intérêt général au sein du système canadien de radiodiffusion.

SCN n'a pas l'intention de contester ou combattre le succès des télévisions commerciales, mais il aimerait que les objectifs de la Loi sur la radiodiffusion soient appliqués, en laissant de la place et en donnant l'occasion aux voix régionales, aux voix d'intérêt général et aux voix éducatives de se faire entendre et de prendre leur place au sein du système canadien de télédiffusion.

Merci.

● (1215)

Le président: Je vous remercie beaucoup, M. Debono.

M. Martin.

M. Pat Martin: M. Debono, la majorité des questions que vous avez soulevées m'ont plu. Je pense que vous avez reformulé un des paragraphes de votre mémoire et je vous demanderais de bien vouloir le détailler un peu plus.

Vous dites dans votre mémoire que si la télévision est le reflet de nous-mêmes, elle a évolué pour prouver que nous n'existons pas. C'est un commentaire plutôt important pour démontrer que le système canadien de radiodiffusion n'est pas à la hauteur du mandat de la Loi sur la radiodiffusion dans plusieurs domaines. Auriez-vous la gentillesse de nous en parler davantage?

M. David Debono: Certainement. C'est ironique, à une époque où les téléspectateurs de toutes les provinces ont des centaines de sélections et de possibilités de capter des chaînes différentes, ils captent de moins en moins de nouvelles de leur région. En tant

qu'habitant des prairies, lorsque vous feuilletez un programme de télévision, vous pourriez presque prouver que votre province n'existe pas, car il n'y a pas beaucoup d'histoires qui sont racontées sur les Prairies. Vous entendez parler de la sécheresse, vous entendez parler des mauvaises nouvelles, mais il n'y a pas vraiment d'histoires des Prairies. Tous ces services ciblés et ces services numériques qui ont été lancés, ont été édulcorés pour capter l'attention d'un vaste auditoire dans tout le pays.

En même temps, certaines des possibilités de diffusion traditionnelles de SCN, spécialisés dans les documentaires, les émissions sur l'histoire et la programmation universitaire sont maintenant remplacés par des chaînes ciblées qui diffusent des programmes sur des chaînes éducatives et spécialisées en histoire. Cela nous laisse donc de moins en moins de place pour répondre à certains de ces engagements. En même temps, avec la réduction des effectifs de la SRC, les histoires régionales seront de moins en moins diffusées.

Dès lors, nous pensons qu'en tant que modèle régional pour un radiodiffuseur local, cela nous fournirait la possibilité de raconter les histoires qui manquent et qui n'ont pas été racontées depuis que la SRC et les autres radiodiffuseurs ont abandonné les provinces. Vous avez plus de contenu que jamais, mais de moins en moins au sujet de votre région.

M. Pat Martin: Très bon argument. Merci.

Le président: M. Harvard.

M. John Harvard: Si je vous ai bien compris M. Debono, les nouvelles réalités de la radiodiffusion, en particulier dans la foulée des chaînes ciblées, ont provoqué une baisse de vos services, juste? Et vous recherchez une plus grande part du marché pour faire vos émissions. C'est cela que vous voulez dire?

● (1220)

M. David Debono: En fait, je pense qu'il s'agit d'une occasion intéressante pour SCN et pour le concept d'un radiodiffuseur éducatif qui met l'accent sur la région. Nous pensons qu'il est plus important que jamais que nous racontions les histoires régionales, parce qu'il y a un créneau dans le système, parce que tout le monde programme maintenant des émissions pour l'ensemble du pays et, en même temps, certaines de nos fonctions précédentes, comme étant la seule méthode de diffusion pour la programmation d'intérêt général, ont été remplacées par des chaînes ciblées—de cette manière vous pourriez construire votre propre radiodiffuseur éducatif virtuel, en scindant le programme.

M. John Harvard: Oui, je peux comprendre cela.

Dois-je alors déduire que, lorsque SCN a commencé à diffuser ses programmes—quand était-ce?

M. David Debono: Il y a dix ans.

M. John Harvard: Il y a dix ans. Prêsumait-on alors que, alors qu'il y avait peut-être déjà ce créneau dans le système de radiodiffusion—je parle de raconter les histoires des Prairies—ce n'était pas le centre des préoccupations; vous n'aviez pas l'intention de combler ce vide il y a dix ans. Il y a dix ans, vous aviez l'intention de vous en tenir à la programmation éducative, ai-je raison?

M. David Debono: C'est juste. Nous sentons que les besoins et les exigences de notre rôle changent. Nous n'abandonnons certainement pas notre rôle éducatif et nos responsabilités, mais nous pensons que...

M. John Harvard: Bien que vous deviez affronter un peu de concurrence de ce côté-là.

M. David Debono: C'est le cas. Dans le fond, ce que nous disons c'est qu'au lieu de nous battre dans ce domaine où il y a déjà beaucoup de possibilités... Bien souvent cela veut dire que, alors que nous étions la première fenêtre sur une bonne partie de ces programmes—les premiers à diffuser ces programmes—beaucoup de ces émissions sont englouties par les chaînes ciblées et les systèmes numériques.

De plus, pour des émissions que nous avons diffusées pendant des années et dont nous étions un partenaire de diffusion, il y a maintenant des intervenants importants qui disent, «Non, nous allons prendre les droits de diffusion—et quel est le montant que vous nous avez payé l'année dernière? Non, nous allons les exclure de notre marché, car nous voulons les diffuser par le biais de nos propres succursales.»

Il devient donc de plus en plus difficile pour nous et pour les autres radiodiffuseurs éducatifs d'obtenir du contenu qui ne soit pas contrôlé par les télévisions commerciales. C'est le dilemme actuel. Le deuxième problème, c'est qu'il n'y a personne qui prend les mesures qui s'imposent et qui raconte les histoires régionales. Nous sautons donc sur l'occasion pour associer les deux idées.

M. John Harvard: Nous sommes un groupe de politiciens à Ottawa, et nous voyons qu'il est nécessaire de raconter plus d'histoires des Prairies—c'est exactement ce que vous avez proposé. Je suppose que la question qu'il faut se poser, si nous pouvions dénicher cinq, dix, quinze, vingt millions de dollars supplémentaires—en fait ce qui est nécessaire pour combler ce vide—, et je ne veux pas paraître désobligeant, pourquoi les donnerions nous à SCN et pas à la SRC?

Tout d'abord, la SRC est un radiodiffuseur qui porte un nom commercial qui est bien plus connu. Ne serait-ce pas plus logique, si je vais distribuer les fonds publics, de les donner à la SRC, plutôt qu'à vous?

M. David Debono: Je vais vous exposer une des grandes questions. Nous avons étroitement collaboré avec la SRC et beaucoup de ces intervenants sont présents aujourd'hui. Nous examinons actuellement un nouveau modèle pour travailler en collaboration avec la SRC. Soit dit en passant, on nous y encourage beaucoup. Je dois souligner qu'ils font actuellement de très bonnes choses avec nous.

Mais ils n'ont tout simplement pas la largeur de bande, c'est à dire...

M. John Harvard: La largeur de bande?

M. David Debono: —largeur de bande en ce qui concerne le marché local, car une partie importante de leur journée de programmation est basée sur un concept de programmation central pour le pays dans son ensemble. Actuellement, ils sont limités à un journal télévisé local d'une demi-heure par jour, alors que nous avons

une capacité ininterrompue. Nous avons beaucoup de largeur de bande, mais nous n'avons pas beaucoup d'argent.

Nous avons donc un problème. C'est pourquoi nous essayons de créer des partenariats avec des intervenants comme la SRC qui se rendent compte de la limite imposée par leur budget et qui ont une largeur de bande limitée, c'est à dire que leur programmation ne leur permet pas beaucoup de programmes locaux.

M. John Harvard: Alors vous avez la capacité et pas l'argent—

M. David Debono: Oui.

M. John Harvard: —et ils n'ont pas la capacité.

M. David Debono: Pas la capacité et ils n'ont pas forcément l'argent. Mais ils ont...

M. John Harvard: Ils n'ont pas non plus beaucoup d'argent.

M. David Debono: Nous examinons des nouvelles façons de collaborer, alors c'est encourageant.

Mais, encore une fois, ce qui nous distingue, c'est que nous avons une approche différente. Il est vrai que la SRC dessert le pays, mais leur vision est devenue une vision pour le pays en entier; nous mettons l'accent sur la vision des Prairies, ce qui est un peu différent.

Il y a des histoires—qui, honnêtement, n'intéresseraient pas les personnes qui ne vivent pas dans les Prairies—que nous voulons raconter. Si vous examinez les modèles de financement actuels du FTC et du Fonds de télévision de Téléfilm, vous êtes déclaré irrecevables—vous êtes disqualifiés—si vous voulez raconter une histoire qui concerne uniquement votre région. Nous pensons que cela est injuste.

Nous cotisons pour le système, comme tout le monde, mais nous ne recevons quand même pas la part du gâteau qui doit nous revenir. Nous entendons souvent que, oh oui, l'Ouest reçoit beaucoup d'argent, mais ils parlent de Vancouver. Il y a très peu d'argent du FTC et du Fonds de télévision de Téléfilm qui est donné aux Prairies.

• (1225)

M. John Harvard: De quel montant parlons-nous si vous voulez faire ce que vous proposez?

M. Richard Gustin (directeur exécutif de la programmation, Saskatchewan Communications Network): Nous ne parlons pas d'une grosse somme. Pour aider SCN dans les projets qu'il aimerait réaliser, un demi million de dollars feraient une grosse différence.

Nous travaillons avec des producteurs indépendants et d'autres partenaires de production, mais en essayant d'obtenir une programmation régionale, nous ne parlons pas de grandes productions qui coûtent cher. Nous parlerons plus volontiers de bonne qualité, c'est à dire en termes d'émissions numériques de qualité qui proposent des têtes qui parlent.

M. John Harvard: Vous parlez d'une sorte de canal communautaire.

M. Richard Gustin: Oui, car nous n'en avons pas. Cela ne se fait tout simplement pas dans les Prairies. Nous avons beaucoup plus d'information au sujet du sud de Los Angeles que sur la Saskatchewan ou sur le Manitoba.

[Français]

Le président: Madame Gagnon, est-ce que vous avez des questions?

Mme Christiane Gagnon: Je m'excuse de ne pas avoir entendu votre exposé: on m'avait demandé de faire une entrevue télévisée.

Je ne l'ai pas tout lu, mais vous dites dans votre mémoire que «la plus grande part de la largeur de bande et presque toutes les ressources de productions financées par le secteur public sont consacrées à la programmation grand public».

Est-ce que vous voulez dire par là qu'il n'y a pas assez de programmation plus spécialisée dans les domaines de l'éducation et des sports? Pour vous, qu'est-ce que ça veut dire? Qu'est-ce que ça représente pour votre entreprise?

[Traduction]

M. David Debono: Je suis désolé, mais je n'ai pas compris toute votre question.

[Français]

Mme Christiane Gagnon: Quand vous dites, par exemple, que la programmation qui existe présentement est une programmation grand public, qu'est-ce que vous entendez par là? Est-ce que vous donnez une programmation de productions plus spécialisées? Est-ce que vous n'avez pas de débouchés pour vos productions?

[Traduction]

M. David Debono: Je pense que ce que nous voulions dire c'est que, en général, sur la scène canadienne de radiodiffusion, la programmation a été produite pour répondre aux besoins de tout un pays. Ce qui nous manque, c'est une programmation qui tient spécifiquement de la perspective ou de la vision des Prairies. Il ne s'agit pas d'un manque de programmation à la télévision. Au contraire, la programmation abonde. Mais nous pensons qu'il manque la possibilité de pouvoir raconter des histoires propres à notre région. C'est un rôle important à jouer et nous pensons que ce sont les radiodiffuseurs éducatifs qui doivent le jouer. Il ne s'agit pas vraiment du fait qu'il y a un manque de programmation, il s'agit du fait que nous voulons raconter plus d'histoires sur notre région et pas simplement régurgiter l'information qui est diffusée sur une multitude d'autres chaînes. Nous voulons vraiment régionaliser l'information de façon unique.

M. Richard Gustin: Si je peux ajouter à cela qu'il ne s'agit pas seulement d'un problème en Saskatchewan; il semble que c'est également un problème dans les Maritimes. Nous avons été contactés par des groupes des Maritimes qui examinent ce que fait SCN dans les Prairies pour peut-être l'utiliser comme modèle pour s'attaquer aux problèmes des Maritimes. Ce n'est pas uniquement un problème qui nous concerne ici.

Le président: Je comprends.

Avez-vous une question M. Abbott?

M. Jim Abbott (Kootenay—Columbia, Alliance canadienne): J'ai seulement une petite question. Une des choses que nous avons relevé, lors d'une présentation en Alberta, était les difficultés rencontrées par Access pendant une certaine période, en particulier lors de la modification du financement, etc. Avec le genre d'élargissement que vous aimeriez faire—ce qui peut ou peut ne pas être une bonne idée, je ne me prononce pas à ce sujet—je demande seulement, est-il possible que vous soyez sur une pente glissante et que vous vous retrouverez dans la même situation qu'Access?

M. David Debono: C'est une question intéressante et nous sommes très proactifs lorsque nous reconnaissons qu'en tant que petite province qui n'a pas beaucoup d'habitants et qui a de très importants dilemmes de financement, nous ne pouvons plus subvenir à nos besoins tout seul. Nous ne suggérons pas de prendre le même chemin qu'Access, où il s'agit de vendre des périodes publicitaires sur les ondes. Nous pensons toujours qu'il y a un grand besoin pour

que quelqu'un joue le rôle de radiodiffuseur public non commercial et nous ne voulons pas nous engager sur le même chemin qu'Access.

Néanmoins, nous allons examiner des modèles qui s'apparentent plus à la PBS, qui collecte des fonds à l'antenne. En fait, la raison pour laquelle nous nous trouvons ici aujourd'hui, c'est que nous essayons déjà de mettre en place ce modèle régional. Nous sommes actuellement en discussion avec le gouvernement pour développer notre modèle afin d'y inclure le Manitoba qui n'a pas de radiodiffuseur éducatif. À long terme nous aimerions que, par exemple, SCN pourrait se transformer pour devenir ce qu'on appellerait Prairie TV, un radiodiffuseur éducatif régional qui desservirait les Prairies. Cela nous permettrait d'obtenir du financement de plusieurs gouvernements.

De plus, nous aimerions avoir la possibilité de nous référer une fois de plus au modèle de la PBS pour financer plus d'émissions du secteur des entreprises, mais nous devons être réalistes. Nous sommes conscients que nous pouvons pas assurer notre subsistance grâce aux subventions publiques, alors nous essayons de trouver d'autres solutions pour consolider notre futur.

● (1230)

M. Jim Abbott: Vous avez dû jeter un coup d'oeil à TVO compte tenu de notre discussion. Voulez-vous rapidement faire un commentaire pour nous dire si vous pensez structurer votre financement d'après l'idée de TVO, ou allez-vous vous abstenir? Quels sont les problèmes que rencontre TVO et quels sont ses bénéfices?

M. David Debono: Je pense que le modèle TVO présente beaucoup d'avantages qui nous intéressent. Tout d'abord, nous n'avons jamais organisé de téléthon pour réunir des fonds à l'antenne. TVO et Knowledge l'ont fait. Alors je pense que nous allons sérieusement étudier cela.

Ils ont des émissions, y compris Studio 2, qui réussissent vraiment à faire saisir le réseau aux personnes. Nous voulons faire plus de travail dans ce sens. C'est ce genre d'émission type. Alors au lieu d'être simplement une belle chaîne où l'on peut voir des documentaires de qualité...c'est ce que nous sommes, mais nous voulons également tenir compte des spécificités des Prairies, y inclure les affaires courantes, les émissions d'affaires publiques et les choses répondent aux besoins de la scène culturelle locale et la scène artistique.

TVO est donc certainement un modèle à suivre pour nous et nous aimerions faire plus de programmation de ce genre où l'on se concentre vraiment sur la région.

Le président: M. Debono et M. Gustin, il se peut que nous vous écrivions pour vous poser plus de questions, en raison de la contrainte de temps. Lorsque la requête vous parviendra, auriez-vous la gentillesse de nous écrire une lettre ou un courriel...

M. David Debono: Tout à fait, Monsieur le président.

Le président: Avant de terminer, il existe un service éducatif similaire au vôtre en Alberta: Access. Le gouvernement de l'Alberta le finançait à 100 p. 100, mais ils ont, je crois, réduit le financement de 50 p. 100 et ont demandé à Access de récolter de l'argent en diffusant des publicités. Ainsi, c'est devenu un mélange de télévision commerciale et publique. Ils doivent donc rechercher des publicités.

Pensez-vous que la même chose peut vous arriver, que le gouvernement de la Saskatchewan examine ce qu'à fait l'Alberta et dise, faisons la même chose en Saskatchewan à SNC?

M. David Debono: Je devrais dire, pour faire suite à mon commentaire précédent, que nous préférons ne pas suivre ce modèle, c'est à dire chercher des subventions commerciales, mais nous pensons que nous sommes trop petits pour exister tout seul dans notre province. Nous sommes en discussion avec le gouvernement du Manitoba et nous croyons que, en travaillant ensemble, en ayant plus d'une source de financement, nous aurons plus de chance de survivre. Mais si nous devons compter sur le financement d'une seule province, en nous basant sur la conjoncture actuelle, je pense que SCN et les stations similaires à SCN ne survivraient pas longtemps.

Nous devons trouver d'autres solutions de financement. Il y aura plus de partenariats et, au lieu de simplement recevoir notre subvention et la dépenser, nous envisageons la création d'entreprises coopératives, à l'aide de différents ministères, de différentes agences et nous travaillons avec le secteur privé—pas pour les messages publicitaires, mais il pourrait s'agir de «cadeaux à Microsoft» ou ce genre de choses, une série.

Nous essayons d'élargir nos horizons et nous savons que, si nous ne le faisons pas, soit nous ne survivrons pas longtemps ou nous devons suivre le modèle d'Access et ce n'est pas ce que nous voulons.

Le président: D'accord, je vous remercie beaucoup et je vous remercie d'être venu. Nous vous en sommes vraiment reconnaissants.

Pour terminer, nous donnons la parole à Craig Broadcast Systems Inc., représenté par M. Drew Craig, son président.

Comme vous le savez, nous disposons seulement de trente minutes, alors c'est à vous de voir. Si votre présentation dure trente minutes, vous n'aurez pas de temps pour les questions; si elle dure dix minutes, vous aurez vingt minutes à disposition pour les questions.

M. Craig, vous avez la parole. Je vous suis reconnaissant d'être venu.

•(1235)

M. Drew Craig (président, Craig Broadcast Systems Inc.): Je vous remercie énormément.

Mes salutations à vous Monsieur Lincoln ainsi qu'à tous les membres du Comité permanent du Patrimoine canadien. Je m'appelle Drew Craig et j'occupe la fonction de président et directeur général de Craig Broadcast Systems Inc., une entreprise qui œuvre dans le domaine de la radiodiffusion et des chaînes de télévision thématiques.

J'ai à mes côtés aujourd'hui, M. Greg Ashley, vice-président aux affaires réglementaires chez Craig Wireless International ainsi que mon frère Boyd Craig, président et directeur général chez Craig Wireless International, une entreprise qui œuvre dans le domaine des communications et qui offre l'accès Internet sans-fil ainsi que des services vidéo au Manitoba et qui desservira bientôt Vancouver et le Lower Mainland sous l'appellation Sky Cable.

Nous réalisons l'ampleur de votre étude sur le système de radiodiffusion au Canada. Nous désirons cependant faire porter nos commentaires sur deux aspects particuliers de votre étude soit: la programmation locale et l'importance de son rôle au renforcement de la toile culturelle et politique du Canada; ainsi que la diversité de propriété et d'opinion.

Puisque nous sommes la seule entreprise de radiodiffusion privée au pays, couvrant trois générations, nous espérons pouvoir vous présenter un aperçu particulier qui pourrait s'avérer utile lors de vos

délibérations. Mais auparavant, nous aimerions vous dresser un bref aperçu historique de nos entreprises.

Avec l'aide de mes frères Boyd et Myles, je suis propriétaire exploitant de l'entreprise fondée en 1948 par notre grand-père, John Craig, lorsqu'il fit l'acquisition de la station de radio locale, CKX, des mains de la Société de téléphone du Manitoba.

En 1955, notre famille fit ses premiers pas dans le domaine de la télévision lors de l'arrivée sur les ondes de la station CKX-TV, la première station de télévision privée du Manitoba. Dès sa création, la ville de Brandon devint le plus petit bassin de population au Canada à posséder sa propre station de télévision. La station CKX s'est avérée une importante source d'information et de nouvelles locales en dépit des nombreux défis inhérents à l'opération d'une telle entreprise au sein d'un des plus petits marchés au Canada. La station CKX, une station affiliée à la SRC offre encore de nos jours une programmation d'information et de nouvelles locales de grande qualité. Sans l'apport de notre affiliation avec la SRC, il est peu probable que nous eussions été en mesure d'offrir à la population de Brandon un service local viable.

En 1986, sous la direction de notre père, Stuart Craig, nous avons lancé avec succès la quatrième chaîne de télévision du Manitoba, MTM, rebaptisée maintenant A-Channel Manitoba qui dessert Portage la Prairie et Winnipeg.

En 1996, les entreprises Craig ont obtenu les licences d'exploitation d'une quatrième chaîne pour desservir l'Alberta. C'est ainsi que furent créés A-Channel Calgary et A-Channel Edmonton en septembre 1997.

Notre famille s'est toujours maintenue à l'affût des progrès de la technologie, plus spécialement avec l'inauguration de notre premier système SDM (service de distribution multipoint) au Manitoba sous le nom de Sky Cable sous l'approbation du CRTC. Le service de télévision numérique multipoint, le premier en Amérique du Nord, fut inauguré au Manitoba en 1996. Quatre ans plus tard, nous nous méritons le prix Gémeaux 2000 pour l'excellence technique, car Sky Cable représentait le summum du développement dans le domaine de la télévision numérique.

En juillet 2000, nous avons obtenu une licence, cette fois pour offrir le service SDM en Colombie-Britannique, et nous espérons pouvoir l'activer un peu plus tard cette année.

En décembre 2000, on nous a accordé 16 licences relatives à des chaînes thématiques de télévision numérique, dont une devait porter sur le style de vie des adolescents. Grâce à une entente de marque et de licence entre notre entreprise et Viacom, nous avons pu lancer cette nouvelle chaîne en octobre dernier au Canada sous le nom de MTV. Les entreprises Craig agissent en qualité de propriétaire exploitant et s'engagent à y présenter un minimum de 50 p. 100 de contenu canadien. Nous considérons que la diversification de nos opérations vers le domaine des chaînes thématiques représente un atout important qui nous permettra de demeurer compétitif.

En dernier lieu, nous avons présenté une demande de licence au CRTC dont nous attendons la décision en avril, concernant un projet de radiodiffusion en direct pour desservir Toronto. L'ajout de Toronto, comme point de vente, à l'ensemble de nos stations dans l'Ouest, s'avère un facteur essentiel à notre croissance dans le domaine de la télévision conventionnelle et à notre capacité de produire des émissions locales de haute qualité.

Nos stations de télévision excellent au niveau de la programmation locale. La station CKX, par exemple diffuse considérablement plus de nouvelles locales que les autres stations pour un marché comparable en importance, soit 25 heures de programmation à caractère local chaque semaine. La chaîne A-Channel Manitoba diffuse présentement 30 heures de productions locales par semaine et surpasse régulièrement les engagements adoptés par ses concurrents pourtant beaucoup plus importants relativement à la diffusion de nouvelles locales. De plus, A-Channel Manitoba demeure encore de nos jours la seule station qui, en plus de s'impliquer du côté de la programmation locale, présente une couverture médiatique sur les questions d'intérêt public pour toute la Province, y compris le Manitoba rural. Dans nos stations du A-Channel à Edmonton et Calgary, nous diffusons plus de 35 heures par semaine de programmation locale dans chacun des marchés, y compris 22 heures de nouvelles locales en première diffusion.

Nous avons également grandement contribué au système de radiodiffusion canadien en accordant notre aide à de nombreux producteurs indépendants régionaux. Ils ont ainsi produit des long-métrages tels: *The War Bride* en Alberta ainsi que des documentaires tels: *The Genius of Lenny Breau* à partir de Winnipeg. Ces divers scénarios locaux issus des régions connaissent une immense popularité tant à l'échelle nationale qu'internationale. Le fonds d'aide à la production de A-Channel en Alberta a mandaté la production de 15 films et de trois long-métrages documentaires sur une période de quatre ans.

Nous vous mentionnons ceci dans le seul but de mettre en évidence le fait que la SRC ou les grands réseaux ne sont pas les seuls à contribuer au niveau de la programmation locale et de la diversité des émissions. En réalité, les engagements des grands de l'industrie, y compris la SRC, à l'égard de la programmation locale n'a fait que diminuer dans la mesure où ceux-ci ont dû rediriger leurs ressources vers d'autres priorités du réseau; comme par exemple la production d'émissions dramatiques canadiennes. Par contre, des petites et moyennes entreprises, telles Craig, ont choisi d'apporter leur contribution à la radiodiffusion en mettant l'accent sur la programmation locale. Par conséquent, nous jouons un rôle unique et prédominant au sein de la radiotélévision canadienne.

Au moment où le processus de globalisation s'intensifie et que les Canadiens sont exposés à un nombre sans cesse grandissant d'idées, de cultures ainsi qu'à une gamme d'émissions de plus en plus vaste, les scénarios et les émissions à saveur locales deviendront de plus en plus essentielles au renforcement et au maintien de notre identité nationale et de notre sentiment d'appartenance à la communauté.

Ceci dit, passons maintenant à la prochaine question qui traite de l'impact de la consolidation sur la diversité des émissions et des opinions. Le système de radiodiffusion canadien a subi des transformations profondes au cours des dernières années. Avec la convergence et la consolidation des marchés, il existe de moins en moins de radiodiffuseurs de télévision conventionnelle au Canada offrant des services aux Canadiens. Au cours des 10 dernières années, on a vu un grand nombre de familles et d'entreprises disparaître de la scène de la télévision conventionnelle. Figurent sur la liste: Electrohome, Maclean Hunter, Blackburn, Power, Moffat, Allarcom, les Irving, Pouliot, Bassett, les Eaton et bien d'autres encore. Le Canada se retrouve en bout de ligne avec trois réseaux privés de télévision: CTV, CanWest et CHUM.

Nous comprenons fort bien les avantages pour la radiodiffusion de pouvoir compter sur des entreprises intégrées de grande envergure qui ont la capacité de se battre à l'échelle internationale, mais nous croyons aussi qu'il est nécessaire de maintenir un certain équilibre en

s'assurant que la radiodiffusion compte dans ses rangs une diversité au niveau de la propriété et des opinions. Une diversité de propriété assure que le système ne deviendra pas trop collet monté et qu'il y aura de la place pour l'innovation et les nouvelles idées au niveau de la production.

Dans notre cas, comme moyenne entreprise, nous avons choisi la spécialisation dans le domaine de la programmation reflétant un caractère local. En tant que propriétaires exploitants qui habitent au Manitoba et en Alberta, nous apportons une vision différente de ce qu'est la programmation locale au sein de nos marchés respectifs. En raison de notre statut d'entreprise privée, bien que nous n'ayons pas accès aux innombrables ressources mises à la disposition des entreprises gouvernementales, nous avons tout de même la capacité de partir en quête des projets et des occasions d'affaires qui nous intéressent, même si nous devons attendre quelques années avant de réaliser des profits. L'exemple de Sky Cable illustre bien cette situation.

Parmi les moyennes entreprises de diffusion restantes, Craig est de loin la plus importante. Toutefois, on nous compare souvent à CHUM, bien que notre entreprise soit beaucoup plus modeste que celle-ci. Nous souhaitons et devons assurer notre croissance afin d'obtenir les économies requises pour créer une programmation locale de haute qualité et la distribuer à tous nos marchés.

Comme vous l'avez certainement entendu de la bouche des autres qui ont comparu devant vous, il est de plus en plus difficile de réaliser des profits dans le domaine de la radiodiffusion et d'être en mesure de rester concurrentiels avec les grands regroupements de stations. Il est extrêmement difficile dans des marchés tels Winnipeg et Brandon, de rencontrer ses obligations face à la programmation locale, sans les revenus qui proviennent de marchés plus lucratifs tels: Calgary et Edmonton.

• (1240)

De plus, l'industrie affronte en ce moment des problèmes systémiques qui nécessitent des efforts constants afin d'y remédier, notamment la grande prolifération des signaux en provenance des distributeurs de service de télévision par satellite et son impact au détriment des stations de télévision locales et de leur capacité à fournir un service local de haute qualité dans leurs marchés respectifs.

Nous avons la ferme intention de continuer sur les traces de notre grand-père dans cette industrie. Nous sommes engagés dans le domaine de la radiodiffusion canadienne et prévoyons continuer à fournir des services de télévision aux Canadiens pendant très longtemps. La clé de voûte du succès de nos stations sera sans aucun doute notre degré d'engagement à présenter des productions locales canadiennes.

À titre de conclusion, nous croyons que le système de radiodiffusion canadien a connu un succès remarquable et nous sommes fiers de la contribution de notre entreprise à cette réussite. En dépit des changements incroyables qui se sont produits dans cette industrie, nous sommes persuadés que les objectifs mis de l'avant dans la Loi sur la radiodiffusion sont autant d'actualité aujourd'hui qu'ils l'étaient hier. Bien qu'il sera nécessaire de mettre en place ou de modifier certaines stratégies ou règlements dans le but d'atteindre ces objectifs, la Loi sur la radiodiffusion, fournit toute la flexibilité nécessaire pour passer directement dans le 21^{ème} siècle.

Nous vous remercions de votre attention. Il nous fera plaisir de répondre à vos questions.

•(1245)

Le président: Malheureusement madame Craig, nous ne disposerons pas de beaucoup de temps en raison de la longueur de votre présentation. Nous devons déjeuner avant d'entreprendre nos visites prévues pour l'après-midi.

Il nous reste 15 minutes, donc nous allons commencer avec M. Abbott. Je vous prie d'être bref afin de permettre à tous de poser des questions.

M. Jim Abbott: J'ai deux courtes questions. En page 3 de votre présentation, vous mentionnez...

Le président: Il serait peut-être bon que tous les membres posent leurs questions, ensuite nous obtiendrons les réponses. Je crois que nous économiserons beaucoup de temps de cette façon.

M. Jim Abbott: D'accord. Merci.

En page 3 de votre présentation, vous faites mention de Winnipeg et de Brandon. J'aurais cru que la ville de Winnipeg représentait un marché potentiel égal ou qu'il pouvait fournir la possibilité de hausser la marge de revenus grâce à la publicité tout comme Calgary et Edmonton. Je me demande si vous pourriez nous aider à mieux comprendre cette situation. Je ne vous demande pas de renseignements se rapportant à la concurrence ni de divulguer votre position face à la concurrence sauf du point de vue... Je crois que je comprends comment les achats de médias se produisent.

La deuxième se trouve dans l'avant-dernier paragraphe et je souhaiterais approfondir la question de la concurrence vis-à-vis des distributeurs de service de signaux satellite. J'aimerais vous voir apporter des précisions quant au niveau de cette menace portée à la diffusion locale, du point de vue d'une entreprise comme la vôtre.

[Français]

Mme Christiane Gagnon: Je vais faire mon commentaire en français.

Votre structure organisationnelle semble être une structure plus familiale, transmise de génération en génération, et vous dites que vous voulez croître pour mieux survivre. Je voudrais avoir un aperçu de votre stratégie de croissance. Qu'est-ce que vous souhaitez et quel type d'environnement voulez-vous mettre sur pied? Est-ce que ça ressemblerait à une structure comme celles des grands, comme CanWest ou d'autres?

Vous dites que vous faites beaucoup de productions locales. On entend partout que la production locale est déficiente. La plupart des témoins nous disent que CBC est là pour jouer le rôle local, que s'il n'y avait pas CBC, on aurait moins de production locale. On a aussi parlé de la qualité des émissions. C'est peut-être une critique, mais comment recevez-vous ce constat de la population sur la production locale?

Merci.

[Traduction]

Le président: Monsieur Harvard, je vous prie de poser vos questions.

M. John Harvard: Oui, merci.

En premier lieu, je veux ajouter mon témoignage personnel. J'ai travaillé pour J.B. Craig, leur grand-père. Ce sont ses jeunes petits-fils. Comme ils grandissent !

M. Roger Gallaway: Avez-vous travaillé avec Thomas Edison?

M. John Harvard: Quelquefois, après que vous et moi avons passé 14 heures ensemble, oui. De toute façon, vous êtes le bienvenue.

Il me semble, messieurs, que vos commentaires se présentent comme l'antithèse des déclarations faites ce matin par les gens de CanWest Global. Ils nous disaient que la concentration dans les médias est un mythe. C'est ce qu'ils nous ont affirmé. Vous n'êtes pas de cet avis?

J'ai aussi une question qui porte sur le modèle de diffusion, qui résulte nécessairement d'un mariage du domaine public et du privé. Vous nous avez fait mention que la Loi sur la radiodiffusion est encore d'actualité. J'en conclus, Drew que vous croyez qu'il existe un créneau pour la radiotélévision d'état dans ce pays contrairement à monsieur Asper qui souhaiterait qu'on y apporte des modifications majeures. Je crois qu'il a précisé clairement sa position, il ne veut pas fermer la SRC mais il souhaiterait que la SRC ne s'implique que dans les domaines où l'entreprise privée ne peut ou ne veut pas s'impliquer.

Voilà mes deux questions—à propos du mythe de la concentration et la place qui revient à la SRC dans ce mélange, si vous êtes d'accord ou non?

•(1250)

Le président: Monsieur Gallaway.

M. Roger Gallaway: J'aimerais seulement que vous vous reportiez à cette phrase en page 3 où vous déclarez: «La diversité au niveau des propriétaires assure que la radiotélévision ne devient pas trop collet monté et concède une place à l'innovation et aux idées nouvelles». Ce que je cherche à savoir lorsque vous faites référence au «système de radiodiffusion», faites-vous référence à la radio-diffusion en direct... parlez-vous des arrangements de distribution en vertu de la Loi?

Deuxièmement, lorsque vous dites que la radiotélévision ne doit pas se prendre trop au sérieux et permettre l'épanouissement de l'innovation et des idées nouvelles. Il existe quelques grandes corporations telles CTV, qui possèdent un grand nombre de licences tout comme votre entreprise. Il semblerait dans ce cas que plus une compagnie grandit, plus il y aura de possibilités pour un plus grand nombre de services et que c'est de là que proviennent les idées pour les nouvelles émissions. Comment pouvez-vous concilier les deux?

Le président: Monsieur Martin

M. Pat Martin: Vous n'aurez pas beaucoup de temps madame Craig, donc j'aimerais vous entendre réaffirmer le fait que vous avez décidé consciemment de vous spécialiser au niveau des nouvelles locales, régionales et de la programmation, car je constate que c'est un point de vue très rafraîchissant. Vous souhaitez possiblement expliquer votre façon de gérer et de survivre, et pourquoi il est important pour vous de le faire.

Le président: Madame Craig, je reconnais que de répondre en détail à toutes ces questions peut sembler un peu déconcertant. Je vous prie cependant de le faire mais en plus, si vous souhaitiez écrire au Comité par l'entremise du greffier et nous fournir des réponses plus détaillées sur ces points, ce serait bien. En fait, ce serait apprécié.

Vous pouvez commencer mais si vous considérez que vous n'avez pas suffisamment de temps pour répondre—ce que je qualifierais de défi à relever—je vous encourage à nous écrire par la suite.

M. Drew Craig: Si vous me le permettez, j'essaierai de répondre brièvement à toutes ces questions. J'ai tenté de les prendre en note, et il est possible...

Le président: Si vous me le permettez, j'ajouterai une question.

Nous avons reçu beaucoup de commentaires à propos des coûts reliés à l'observation des règlements du CRTC, plus spécialement pour les petites entreprises de diffusion. Il s'agit d'un fardeau de travail énorme relativement au nombre d'employés requis parfois afin de remplir tous les formulaires ou autres déclarations de ce genre. Pourriez-vous également répondre à cela?

M. Drew Craig: Faites-vous allusion à la bureaucratie?

Le président: La bureaucratie, le nombre de gens impliqués. Le représentant d'une petite entreprise de diffusion nous a fait remarquer qu'il y avait auparavant une personne qui s'occupait des formulaires pour le CRTC et que maintenant il y en a quatre. C'est ce genre de chose.

M. Drew Craig: Allons-y.

Je commencerai par le commencement, en vertu du marché de Winnipeg comparativement à celui de l'Alberta et la capacité de Winnipeg d'être rentable et d'apporter sa contribution financière à notre réseau. J'évalue le marché de Winnipeg à 50 millions de dollars en termes de revenus de publicité. En comparaison, l'Alberta est évaluée à 225 millions de dollars. Par conséquent même si les deux marchés sont d'importance comparable, en termes de disponibilité, l'histoire considère Winnipeg comme un marché faible. Je ne suis pas certaine si cela répond ou non à votre question?

La diffusion directe a un impact énorme et je vous ferai part de l'opinion de notre entreprise sur ce point. Nous opérons 4 signaux conventionnels: Brandon, Portage-Winnipeg, Calgary et Edmonton. Nous en avons un qui est diffusé grâce aux satellites, autant pour Star Choice et ExpressVu. Lors du dernier sondage sur les cotes d'écoute, afin de bien illustrer la situation, Edmonton s'est révélé le seul marché où nous n'avons pas connu de baisse significative du nombre de téléspectateurs, et nous attribuons ce résultat à la portée que nous procure le satellite.

À Calgary, entre 13 et 15 p. 100 de la population se tourne vers les signaux par satellite. Donc, si on ne vous retrouve pas sur le satellite—nous sommes la seule station locale qui ne l'est pas—cela signifie que votre marché vient de diminuer de 15 p. 100. Donc cela produit un impact dramatique et significatif sur notre capacité à attirer et garder notre clientèle. C'est le premier point.

Le second porte sur ce qui se produit lorsque le consommateur a accès au satellite. Les décalages horaires ont une importance capitale en terme d'écoute. Cela commence à Terre-Neuve, avec un décalage de trois heures et demi, ainsi vous pouvez syntoniser *West Wing* jusqu'à Calgary. Et si vous habitez l'Ouest, vous êtes automatiquement pénalisés car maintenant *West Wing* est en onde, et une émission que nous comptons diffuser *JAG*, par exemple est diffusée trois ou quatre fois avant que nous ayons eu la possibilité de la diffuser nous-mêmes. Cela a un impact incroyable sur notre capacité d'attirer les téléspectateurs.

Il s'agit là, de l'obstacle principal que les diffuseurs ont à surmonter. Au début, on saluait avec plaisir la distribution supplémentaire par satellite, mais cela pose un problème qui a tellement d'impact qu'il nous faudra trouver une solution si nous voulons garder notre clientèle. Selon moi, il doit être aussi question de droits d'auteurs. Lorsque vous payez pour obtenir des droits locaux, vous assumez que vous les obtenez et que vous êtes protégés.

Je vais essayer maintenant de répondre à la question concernant la position future de notre entreprise. Notre compagnie existe depuis longtemps déjà. Nous sommes une des plus vieilles compagnies de télévision au Canada qui existe encore à l'état original. Il s'agit d'une entreprise privée et familiale. Nous nous sommes diversifiés. Nous

avons fourni tous les efforts possibles pour assurer notre croissance. Nous avons aussi présenté des demandes pour desservir d'autres marchés parce que nous reconnaissons la nécessité de croître si nous voulons survivre.

Nous avons posé notre candidature à Vancouver par deux fois, mais nous avons essuyé un refus. Nous avons entrepris des démarches visant à y faire l'acquisition d'une station mais nous avons échoué. Nous avons certainement faits les efforts nécessaires pour offrir nos services dans d'autres régions du Canada. Nous avons aussi fait plusieurs tentatives pour acquérir des stations de télévision en Ontario mais sans succès. Nous avons présenté une demande de licence au CRTC pour desservir Toronto, nous attendons la réponse.

Nous réalisons pleinement qu'il s'agit d'un type d'entreprise qui exige une certaine croissance afin d'en assurer la survie et c'est ce que nous avons fait au cours des 5 dernières années. Nous avons entrepris un virage vers les chaînes spécialisées car celles-ci nous offrent des possibilités supplémentaires et une synergie. Nous sommes des joueurs de longue haleine, nous visons des objectifs à long terme. Nous désirons ardemment continuer à œuvrer dans ce domaine pour au moins le temps d'une autre génération.

En ce qui concerne la programmation locale, je répondrai à la question par l'affirmative que la SRC est l'unique fournisseur de production locale. Je souhaite débattre cette question et vous affirmer que la SRC, contrairement à ce que l'on croit, ne produit pas beaucoup d'émissions locales si ce n'est les bulletins de nouvelles. Au sein des marchés que nous desservons, notre entreprise s'avère l'unique source de production d'émissions locales consacrées au divertissement.

Nous considérons ceci comme un avantage. C'est de la production inédite. Nous avons 35 heures par semaine de programmation locale. Nous sommes les seuls à le faire. Nous croyons aussi que le public souhaite voir ces émissions. C'est une tâche difficile et onéreuse. Toutefois, c'est ce qui nous différencie des grands réseaux qui arrivent et diffusent un bulletin de nouvelles nationales en lieu et place des nouvelles locales sur la totalité des stations qui composent le réseau. Nous sommes persuadés que la demande pour un service de télévision qui présente une forte présence locale existe, autant dans les régions que nous desservons que dans bon nombre d'autres. Voilà la raison de notre demande concernant un service à Toronto.

En ce qui concerne la qualité, je peux vous affirmer que la qualité de nos productions est pour le moins égale ou supérieure à toute autre émission à l'affiche dans les régions que nous desservons. Je vous assure que ces marchés sont très compétitifs, donc si nos émissions ne font pas le poids, le public n'y portera aucune attention. Les téléspectateurs écoutent fidèlement nos émissions produites localement.

Je vous parlerai maintenant brièvement de la question de concentration. Notre position à ce sujet, comme nous l'avons souligné dans notre dossier, maintient que pour obtenir une réelle diversité d'opinion vous devez obligatoirement passer par la diversité de la propriété. L'intégration verticale et horizontale, c'est très bien mais plus souvent qu'autrement le message perd de sa force. Un réseau choisit les émissions, celles-ci apparaissent sur les ondes d'un autre réseau, encore et encore sous la tutelle d'un regroupement de propriétaires.

•(1255)

À notre avis, la seule façon d'innover et de rester concurrentiels consiste à introduire de nouveaux joueurs sur ces marchés. Je crois que l'exemple de l'industrie aéronautique au Canada illustre le mieux ce phénomène. Nous avons tous volé avec Air Canada. Nous connaissons tous les inconvénients causés par l'annulation d'un vol, la réduction du nombre de vols, les coupures de services et la hausse des prix. L'industrie et le système ont besoin d'une saine compétition afin d'innover et de créer un meilleur produit. À notre avis, c'est aussi simple que ça.

En ce qui concerne le rôle de la SRC, nous sommes persuadés que la SRC occupe une place importante dans le monde de la radiodiffusion. Nous sommes une station affiliée de la SRC à Brandon depuis le début. Nous pressentons que le rôle de la SRC serait de compléter celui des radiodiffuseurs privés. Nous sommes, en fait, leur principal concurrent sur les marchés que nous desservons, pourtant nous sommes affiliés de la SRC à Brandon. Nous ne considérons pas la SRC comme un concurrent, mais plutôt comme un service complémentaire et nous croyons qu'ils doivent occuper une place à long terme dans le domaine de la radiodiffusion au Canada. Nous pensons, en toute sincérité, qu'ils entreprennent des projets que les radiodiffuseurs privés n'oseraient même pas envisager et nous croyons que la SRC devrait continuer à jouer un rôle actif.

De plus nous croyons aussi, comme je l'ai mentionné, que les stations de télévision affiliées à la SRC ont droit à une place dans le système. Je crois qu'il est important que le gouvernement appuie la notion de l'existence de stations affiliées privées. Les stations affiliées privées fournissent un service qui couvre de 20 à 25 p. 100 de la superficie du Canada—principalement dans les régions isolées; dans les régions du Canada les plus difficiles d'accès. Bien souvent on ne leur accorde pas la reconnaissance qu'elles méritent.

Ce n'est pas une mince affaire d'opérer une station de télévision dans un marché comme Brandon. C'est un marché où il est difficile de réaliser des profits et d'offrir des services. Sans les revenus d'affiliation que nous recevons de la SRC, nous ne pourrions pas offrir ce service. Il est important autant pour la SRC que pour les stations affiliées de maintenir des relations d'affaires basées sur le bon sens, car en bout de ligne, le sort de la programmation et de la télévision locale dans plus de 20 communautés isolées du Canada dépend de la décision de la SRC de se passer ou non des stations affiliées.

En toute honnêteté, la SRC souhaiterait nous voir disparaître. Nous sommes ici à dire qu'ils ont une place. Eux ne croient pas que les affiliés en aient une. Cette lutte est engagée en ce moment.

J'essaierai de répondre à la dernière question relative aux coûts inhérents à l'observation des règlements.

Une voix:[*Note de la rédaction: Inaudible*]

M. Drew Craig: Je crois que j'ai essayé d'y répondre en même temps que l'autre question.

Le coût inhérent à l'observation des règlements du CRTC, c'est quelque chose que nous acceptons. Je ne crois pas que nous connaissons le coût relié à l'observation des règlements. Cela fait parti du processus. Il est certain que le processus pour la candidature et le renouvellement des licences est très onéreux. Il s'agit là d'un obstacle qui empêche les petites entreprises de rejoindre ce marché.

Si vous désirez présenter une demande en bonne et due forme pour l'obtention d'une licence de télévision conventionnelle, il vous en coûte près d'un million de dollars une fois terminées les études de marché et les recherches exigées. Nous dépensons énormément d'argent, en fait, par rapport à nos revenus, et nous le réinvestissons dans le système à chaque fois que nous essayons de faire grandir notre entreprise grâce au processus de réglementation des frais inutiles qui servent la bureaucratie.

Comme je l'ai mentionné, nous ne connaissons pas le montant du coût réel de l'observation des règlements. Nous l'acceptons tout simplement chaque jour et c'est ce que nous faisons depuis 50 ans déjà.

•(1300)

Une voix: Cela fait partie des règles du jeu.

M. Drew Craig: Cela fait simplement partie des règles du jeu.

Le président: Madame Craig, je vous remercie beaucoup. N'hésitez surtout pas à nous écrire si vous souhaitez détailler plus amplement ces réponses.

Nous apprécions énormément votre présence. Nous vous remercions encore d'avoir bien voulu être des nôtres.

M. Drew Craig: C'est moi qui vous remercie.

Le président: La séance est levée.

POSTE  MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

Poste-lettre

Lettermail

**1782711
Ottawa**

*En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :*
Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

If undelivered, return COVER ONLY to:
Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5

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.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à : Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

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.

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

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