



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC • NUMÉRO 044 • 1^{re} SESSION • 39^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le jeudi 22 mars 2007

Président

M. Gary Schellenberger

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :

<http://www.parl.gc.ca>

Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 22 mars 2007

•(0905)

[Traduction]

Le président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)): Bonjour à tous. Bienvenue à la séance 44 du Comité permanent du patrimoine canadien.

Ce matin, conformément à l'article 108(2), nous nous réunissons afin d'effectuer une enquête approfondie du rôle d'un diffuseur public au XXI^e siècle. Nous accueillons ce matin des témoins de la Société Radio-Canada.

Bienvenue, monsieur Rabinovitch. Veuillez présenter les personnes qui vous accompagnent et commencer ensuite votre exposé.

M. Robert Rabinovitch (président-directeur général, président par intérim du Conseil d'administration, Société Radio-Canada): Monsieur le président, membres du comité. Merci de nous avoir invités. Nous apprécions tous les efforts visant à clarifier le rôle de la radiodiffusion publique.

Je suis accompagné aujourd'hui de M. Sylvain Lafrance, vice-président principal des Services français, de M. Richard Stursberg, vice-président principal, CBC Television et de Mme Jennifer McGuire, vice-présidente par intérim de CBC Radio.

J'irai droit au but. Les Canadiens pourraient être beaucoup mieux servis par leur système de radiodiffusion et par leur radiodiffuseur public.

[Français]

L'environnement de la radiodiffusion subit actuellement de profonds changements. Nous croyons que ce nouvel environnement exige une nouvelle convention avec les Canadiens. Il faut instaurer de nouvelles règles du jeu qui tiennent compte de la nouvelle réalité. Je suis tout de même heureux de vous confirmer que CBC/Radio-Canada est aujourd'hui en excellente forme.

Commençons par les médias traditionnels. Depuis une décennie, nos services de radio connaissent une croissance soutenue à la fois par la taille de leur auditoire et la fidélité de leurs auditeurs. Ils ont rehaussé la qualité de leur programmation et ont pratiquement remporté les prix les plus prestigieux en radiodiffusion, non seulement au Canada mais à l'échelle internationale.

Au cours des quatre dernières années, la télévision de Radio-Canada a remporté autant de succès auprès du public que de la critique, avec des émissions aussi innovatrices que *Les Bougon* et *Tout le monde en parle*. Ce succès ne passe pas inaperçu. Ce n'est pas par hasard que Radio-Canada s'est classé au quatrième rang des entreprises les plus admirées des Québécois, selon un sondage publié par la revue *Commerce* en mars 2007.

La télévision de Radio-Canada s'approche du difficile point d'équilibre entre une programmation grand public et la programmation de qualité exceptionnelle qu'on attend d'un radiodiffuseur public.

[Traduction]

Même la télévision anglaise, qui de tous nos services est celui qui est confronté aux plus grands défis, a le vent dans les voiles grâce à l'arrivée d'une nouvelle équipe de direction qui poursuit un plan audacieux. Confrontée à une concurrence féroce, à l'éclatement du marché et à un changement des habitudes des consommateurs, CBC Television a néanmoins maintenu une part d'auditoire entre 7 et 9 p. 100 aux heures de grande écoute, au cours des quatre dernières années, un résultat qui se compare à celui de Global TV et qui équivaut à plus du double de celui des services spécialisés les plus populaires.

La saison dernière, 15 des 20 émissions canadiennes les plus regardées ont été diffusées à l'antenne de CBC Television. Les sites Radio-Canada.ca et CBC.ca comptent parmi les sites de médias canadiens les plus populaires. Enregistrant plus de un million de téléchargements de fichiers par mois, CBC/Radio-Canada est l'un des chefs de file incontestés de la baladodiffusion au Canada. Fait à noter, les fichiers de baladodiffusion les plus populaires sont ceux des émissions les plus sérieuses diffusées à notre antenne, comme

[Français]

Les Années lumière, Les premières à la carte,

[Traduction]

Ideas et Quirks and Quarks. Le public qui les télécharge se situe principalement dans la tranche des 18 à 34 ans, ce qui dément la croyance voulant qu'il faille niveler par le bas pour intéresser les jeunes. Ce que l'on constate par ailleurs, c'est que la nouvelle technologie permet de recruter de nouveaux auditoires pour du contenu existant. Comme vous le voyez, CBC/Radio-Canada se porte bien en général, malgré l'incertitude du cadre dans lequel elle évolue.

Il y a quelques années de cela, dans le cadre de leur rapport intitulé : *Notre souveraineté culturelle*, les membres de ce même comité nous ont instamment priés de trouver des moyens pour améliorer les services offerts aux différentes régions du pays. Nous avons alors répondu en soumettant au gouvernement notre premier plan d'action complet à l'automne 2004. N'ayant reçu aucune réponse à notre proposition, nous avons soumis récemment un autre plan plus modeste, dont l'objectif principal est d'offrir des émissions de radio locale aux huit millions de Canadiens qui vivent dans des centres où le radiodiffuseur public national n'offre pas de service local.

Entre-temps, grâce aux progrès de la technologie, nous nous employons à repenser notre offre de nouvelles locales. Nous n'avons pas l'intention de reproduire ce que font déjà les radiodiffuseurs privés. Nous croyons en effet qu'en gérant nos budgets avec une précision chirurgicale et en utilisant la technologie de manière innovatrice, nous pourrions ainsi tisser des liens de proximité avec les citoyens ordinaires et, du même coup, aller à l'encontre de la tendance du secteur privé qui se retire graduellement des émissions de nouvelles locales.

J'ai mentionné les efforts que nous déployons pour gérer nos budgets. J'ajouterai qu'au cours des sept dernières années, notre gestion est devenue beaucoup plus efficace et beaucoup plus pointue. Nous avons en effet réduit nos coûts de 75 millions de dollars par année de façon permanente et l'an dernier, nous avons réalisé au-delà de 93 millions de dollars de revenus en marge de la publicité, au moyen d'un éventail d'activités allant du marchandisage à une utilisation plus efficace de notre actif immobilier.

Malgré ces prouesses de gestion, nous continuons de subir de graves pressions financières. Le fait est que nous devons trouver rapidement des solutions pour diminuer ces pressions, car nous n'aurons aucune autre carte à jouer pour sauver la mise.

Certains se demandent encore si CBC/Radio-Canada en donne pour leur argent aux citoyens. La réponse est simple : tout à fait!

● (0910)

[Français]

Selon l'étude du Groupe Nordicité portant sur un échantillon de 18 pays industrialisés que nous avons déposée avec notre mémoire, c'est au Canada que le besoin d'un radiodiffuseur public est le plus criant et que le système est le plus complexe. Le Canada figure cependant au 16^e rang pour ce qui est de l'importance du financement public : moins de la moitié de la moyenne de 80 \$ par habitant. La BBC, qui offre le service dans une seule langue et à l'intérieur d'un seul fuseau horaire, dispose de 7,3 milliards de dollars. En comparaison, le Canada verse un milliard de dollars à son radiodiffuseur public, ou 30 \$ par habitant, pour offrir des services dans deux langues et couvrir cinq fuseaux horaires et demi.

[Traduction]

Nous avons besoin d'un contrat explicite. La BBC opère selon une charte royale, qui est renouvelée et financée après examen tous les dix ans. C'est le genre de prévisibilité et de clarté que nous souhaitons. Accepter toute forme de compromis en deçà de ce modèle optimal équivaldrait à ériger un monument de vœux pieux à l'idéal de la radiodiffusion publique, alors que celle-ci déperit lentement.

Mais vous vous demandez peut-être quelle est l'urgence d'agir? Je vous répondrai qu'en 1997, le public canadien n'avait pas comme aujourd'hui accès à une centaine de chaînes numériques spécialisées, qu'il ne pouvait recevoir au-delà de 100 chaînes étrangères par satellite ni choisir parmi les 17 services de vidéo sur demande ou à la carte qui lui sont offerts. Les Canadiens ne regardaient pas la télévision et n'écoutaient pas la radio sur leurs ordinateurs portatifs, leurs assistants personnels Blackberry, leurs cellulaires ou leurs iPod comme ils le font maintenant.

En 2004, il n'y avait pas encore de radio par satellite. En 2005, le site YouTube était encore à venir. En 2006, on attendait encore le iPhone. Aujourd'hui, les Canadiens veulent pouvoir accéder au contenu quand et où ils le veulent. CBC/Radio-Canada est appelée à dépasser son statut de simple entreprise de radiotélévision pour devenir un fournisseur de contenu totalement affranchi des contraintes inhérentes à la technologie. Cette inévitable réalité nous amène déjà à transformer radicalement nos activités.

L'ampleur du changement qui devra être opéré est l'un des facteurs qui expliquent l'urgence d'agir que nous ressentons. Et en raison de la vitesse à laquelle ce changement s'effectue, retarder indéfiniment l'examen des objectifs et des stratégies à long terme de CBC/Radio-Canada découplera les risques inhérents à la politique du laisser-aller, et ce, sur tous les plans — financier, culturel et politique.

Certains contesteront la nécessité d'un radiodiffuseur public maintenant que l'offre est pratiquement illimitée et que la technologie est de plus en plus puissante. En supposant que ce point de vue ait jamais été valable, cela n'est certes plus le cas aujourd'hui. De nos jours, l'importance du rôle que Radio-Canada joue pour enrichir la vie culturelle et démocratique de la communauté francophone fait pratiquement l'unanimité. Pour les services français comme pour les services anglais, il existe toutefois des éléments dont les diffuseurs privés ne peuvent ou ne veulent tout simplement pas se charger, mais qu'un radiodiffuseur public digne de ce nom se doit d'offrir, en l'occurrence : diffuser des émissions canadiennes aux heures de grande écoute à la télévision; offrir des émissions pour enfants qui divertissent, sans publicité et sans risque; assurer une desserte dans le Grand Nord et dans les régions éloignées du pays; produire des émissions d'actualités originales; couvrir la scène internationale selon un point de vue canadien; et d'autres types de programmation mentionnés dans notre mémoire. Voilà en quoi se distingue le radiodiffuseur public national.

Il y a également la question de la diversité de la programmation. À Vancouver, deux entreprises se partagent pratiquement la totalité du marché des médias de masse, toutes plateformes confondues. La concentration des médias a pour effet de gommer la diversité des points de vue exprimés. Préserver cette diversité fait également partie des rôles qui incombent au radiodiffuseur public.

La demande en matière de produits diversifiés et de qualité a littéralement explosé. La réalité économique est toutefois contraignante. En effet, le financement de base de CBC/Radio-Canada n'a jamais été relevé de façon permanente au cours des 33 dernières années, soit depuis 1974.

Je tiens à remercier le ministre Oda qui a annoncé, hier, que le radiodiffuseur public recevrait une enveloppe de financement supplémentaire de 60 millions de dollars pour les deux prochains exercices. Ce financement ponctuel est essentiel et sera utilisé à bon escient.

Par ailleurs, dans une perspective plus large, le modèle de financement de la télévision commerciale est gravement menacé. Ce dont nous avons besoin, c'est d'une stratégie de radiodiffusion à long terme dûment financée pour les dix prochaines années. Il faut que le Parlement et les citoyens canadiens s'investissent dans un processus de planification pour trouver des solutions aux grandes questions propres à la politique de la radiodiffusion. Des questions comme : Le Canada a-t-il besoin d'émissions canadiennes de qualité diffusées aux heures de grande écoute? Les Canadiens souhaitent-ils qu'on leur propose des émissions qui rendent compte de leur réalité?

Il a été démontré que les dramatiques présentées à la télévision étaient les instruments les plus efficaces et ayant le rayon d'action le plus étendu pour modeler la culture populaire dans les pays occidentaux. De fait, au cours des 20 dernières années, tous les autres pays du monde industrialisé ont fait de leur radiodiffuseur national le point d'ancrage de leur stratégie visant à rapatrier les téléspectateurs aux heures de grande écoute. Partout ailleurs, les dramatiques produites à l'échelle nationale sont les émissions les plus regardées aux heures de grande écoute.

● (0915)

[Français]

Une autre question qui se pose est de savoir comment présenter les événements internationaux d'un point de vue typiquement canadien. CBC/Radio-Canada possède déjà le plus vaste réseau de correspondants à l'étranger par rapport aux autres radiodiffuseurs canadiens. Faudrait-il intensifier notre présence à l'échelle internationale?

On peut se demander également comment promouvoir la cohésion de l'une des sociétés les plus diversifiées à l'échelle de la planète. Comment pouvons-nous soutenir l'identité canadienne dans un monde où la diversité et la fragmentation sont la norme? Comment parvenir à créer un sentiment d'appartenance et de fierté nationale? Aussi, comment peut-on inciter les Canadiens à faire avancer les principes de la démocratie?

Nos chaînes de radio se démarquent par leur engagement à servir de tribune à des débats pancanadiens. Que ce soit avec *Christiane Charette*, *The Current*, *Cross Country Checkup* ou *Maisonnette en direct*, nos services de radio sont à leur meilleur lorsqu'ils sont un lieu de rassemblement pour toutes les régions, dans un même échange.

[Traduction]

Les émissions d'actualités et les documentaires sont chose rare à la télévision généraliste, les chaînes privées offrent en tout 70 heures d'actualités par semaine dans le cas de la télévision anglaise et encore moins à la télévision française. En revanche, CBC Television et la Télévision de Radio-Canada en diffusent des centaines d'heures par année, et nous n'incluons même pas dans ce compte la contribution de CBC Newsworld et du RDI. Qui d'autre est prêt à en faire autant?

CBC/Radio-Canada est en fait une entité mixte, à la fois publique et privée, pour ce qui est de son financement, alors que le mandat qu'elle remplit auprès des Canadiens fait d'elle un radiodiffuseur essentiellement public. En raison du mandat que nous devons remplir et de nos niveaux de financement, nous sommes contraints de trouver des activités commerciales pour soutenir financièrement les services que nous offrons. Est-ce véritablement ce que souhaite le gouvernement? Cette question mérite une réflexion approfondie et une planification rigoureuse pour que nous puissions parvenir à un bon équilibre.

À l'heure actuelle, CBC/Radio-Canada se trouve à un tournant décisif, et aucune solution ponctuelle ou stratégie unidimensionnelle ne suffira à régler l'impasse dans laquelle elle se trouve. Pour réaliser son plein potentiel comme instrument au service de la politique canadienne, CBC/Radio-Canada doit passer un nouveau contrat avec le peuple canadien qui, comme tous les contrats, définira les obligations de toutes les parties en cause pour une durée précise, qui pourrait être fixée à dix ans. Le contrat en question fournirait des éléments de solution aux grandes questions que j'ai soulevées précédemment. Il reposerait sur les principes de base déjà consacrés dans la Loi sur la radiodiffusion, et viendrait préciser la relation que nous entretenons avec nos 32 millions d'actionnaires. L'un des principaux postulats de tout contrat est la présomption que les parties disposeront des ressources nécessaires pour s'acquitter de leurs obligations de part et d'autre et respecter les attentes prévues dans la convention. En vérité, si l'argent fait défaut, les obligations contractuelles ne pourront être honorées.

Notre souhait le plus cher est que le comité voie dans le projet d'instaurer un processus permanent d'examen du mandat CBC/Radio-Canada l'occasion pour les Canadiens de renouveler le lien qui les unit à leur radiodiffuseur national et de clarifier au moyen d'un nouveau contrat comment servir au mieux les citoyens canadiens.

• (0920)

[Français]

Je vous remercie. Nous sommes prêts maintenant à répondre à vos questions.

[Traduction]

Le président: Merci beaucoup.

La première question, monsieur Scott.

L'hon. Andy Scott (Fredericton, Lib.): Je tiens à vous remercier, monsieur Rabinovitch, vous et vos collègues, d'être venus aujourd'hui. L'exercice auquel nous nous livrons est extrêmement important pour le pays et nous n'avons que trop tardé à le faire.

Vous ne serez sans doute pas surpris d'apprendre que j'appuie de manière générale l'idée de renouveler notre engagement à l'égard de la radiodiffusion publique et de CBC et Radio-Canada. Je suis convaincu également que cet engagement devrait être accompagné des ressources nécessaires pour en autoriser la concrétisation.

Vous ne serez sans doute pas surpris d'apprendre non plus que j'attacherai certaines conditions à cet appui, un appui substantiel en faveur de la présence régionale et locale de CBC. Je pense qu'on peut dire que le Canada atlantique est probablement un des plus fervents adeptes, surtout de la télévision, et la décision de déplacer les actualités d'une demi-heure à l'heure du souper a causé quelques problèmes dans cette région. Quant au projet pilote de Saint John's, on ignore s'il aurait pu fonctionner, étant donné que les ressources étaient limitées —

J'aimerais beaucoup appuyer cette nouvelle vision, ce nouveau contrat et j'aimerais vous demander de nous expliquer comment vous entrevoyez son application dans les régions du Canada qui ont un accès limité au dialogue national, un accès moins grand aux autres possibilités de trouver leur place au pays. Comment envisagez-vous cela?

M. Robert Rabinovitch: Monsieur Scott, il faudrait selon moi entamer un dialogue avec la population en général, et en particulier par l'intermédiaire du Parlement, afin de préciser quelles devraient être les priorités du radiodiffuseur public.

Une de ces priorités pourrait et devrait viser des services régionaux de vulgarisation et d'information. Nous croyons fermement que ce serait important. C'est une des raisons pour lesquelles nous avons modifié encore une fois notre bulletin de nouvelles de six heures et c'est ce que nous essayons de faire pour mettre en place de nouveaux services destinés aux régions, comme M. Stursberg peut le confirmer. C'est l'essentiel de notre soutien dans les régions et les services radiophoniques que nous offrons à l'échelle locale font de la radio de CBC une force imposante au pays. Par conséquent, nous le reconnaissons.

Nous sommes limités financièrement. C'est une des raisons pour lesquelles nous avons répondu assez rapidement au rapport présenté par votre comité, afin de préciser quels seraient les moyens dont nous devrions disposer pour offrir un service régional de qualité qui viendrait s'ajouter aux services que nous proposons déjà, et d'indiquer l'ensemble des liens qui les uniraient. Un contrat est une négociation qui précise ce que nous pouvons faire, combien cela coûtera-t-il, ce que nous souhaitons faire et quels sont les services que nous voulons financer. Si le Parlement et la Chambre souhaitent consacrer d'importantes ressources à la programmation régionale et locale, il faudrait le préciser dans le contrat et nous nous engagerions à offrir de tels services.

L'hon. Andy Scott: Il me semble que l'on se retrouve devant le problème de la poule et de l'oeuf lorsqu'on a besoin de ressources pour pouvoir offrir les services, mais que, d'un autre côté, le contenu doit inspirer une certaine confiance. Je pense que l'investissement est important et je crois qu'il faut avoir confiance dans le produit pour effectuer un tel investissement. Personnellement, j'ai confiance dans les résultats de cet investissement. J'ai résolu ce dilemme il y a quelque temps.

Je sais que dans d'autres secteurs, cette question continue de se poser. C'est pourquoi, j'accueille favorablement l'invitation au dialogue. J'apprécie que l'on reconnaisse que la dimension supplémentaire concerne les nouvelles technologies. Je comprends assez bien la question du contenu.

Je pense que notre pays est probablement unique au monde, en raison de sa proximité des États-Unis et en raison de sa faible population dans un vaste territoire et des défis que cela représente. Mais à mon sens, il faut voir l'autre côté de la situation et les énormes possibilités que cela représente. J'ai l'impression que, compte tenu de la nature du Canada, nous devons innover. Nous serons donc les premiers, ce qui présente beaucoup d'avantages.

Quel est, selon vous, le rôle du radiodiffuseur public dans cette mission pour notre pays? Est-ce à vous de jouer ce rôle? Est-ce à nous? Est-ce à vous et nous conjointement? Comment envisagez-vous la situation au Canada et quel serait votre rôle?

● (0925)

M. Robert Rabinovitch: Je suis clairement convaincu que c'est à vous et nous d'exercer ce rôle conjointement. Le secteur privé a un rôle à jouer. Le radiodiffuseur public a le sien. Le Parlement a son rôle à jouer, par l'intermédiaire de comités comme le vôtre, afin de définir les priorités que nous devrions cibler.

Comme je l'ai mentionné dans mon exposé, et Richard pourrait peut-être vous donner d'autres détails au sujet de ce que nous faisons actuellement à l'échelle régionale, je pense qu'on peut avoir confiance dans notre réussite. Nous méritons cette confiance, puisque nous avons extrêmement bien réussi avec la radio. Comme vous le savez, nous déplorons grandement que huit millions de Canadiens ne disposent pas d'un service de radio local. Nous estimons qu'il est extrêmement important pour l'avenir de la radiodiffusion publique que ces huit millions de Canadiens ne soient plus défavorisés en étant privés d'un service local très utile.

Nous recommandons un dialogue entre les représentants de la population — vous — et le radiodiffuseur public et le gouvernement afin de préciser ce que l'État est prêt à financer en vue de déterminer les priorités et même de fixer un calendrier de mise en oeuvre. Ensuite, nous serions prêts à prendre les mesures nécessaires pour aller de l'avant.

L'hon. Andy Scott: Ai-je utilisé tout mon temps?

Le président: Oui. Vous aurez une autre occasion.

L'hon. Andy Scott: Merci.

Le président: Nous allons maintenant passer à M. Kotto.

[Français]

M. Maka Kotto (Saint-Lambert, BQ): Merci, monsieur le président.

Bonjour et bienvenue.

Monsieur Rabinovitch, je vous ai entendu dire que Radio-Canada est en excellente forme. Pour mieux comprendre et nourrir notre réflexion, pourrait-on sous-entendre que tout va bien sur le plan du

financement? Est-ce une excellente forme relativement à d'autres critères?

M. Robert Rabinovitch: Je vais commencer et je donnerai ensuite aux autres l'occasion de répondre.

Nous sommes en excellente forme compte tenu des ressources dont nous disposons. Il y a sans doute d'autres choses qu'on peut faire ou qu'on veut faire, par exemple augmenter la programmation régionale en anglais et en français, prendre plus de risques en développant de nouveaux programmes, tant en anglais qu'en français.

Je dois dire que les ressources dont nous disposons actuellement ne sont pas suffisantes, mais nous sommes très contents de recevoir 60 millions de dollars pour deux ans. Cette somme nous aidera au chapitre de notre programmation car, comme vous le savez, le développement de nouveaux programmes prend du temps. Nous sommes donc très contents de recevoir ce montant, mais je dois vous dire franchement que nous sommes sous-financés pour ce qui est des autres choses qu'on veut faire.

M. Sylvain Lafrance (vice-président principal, Services français, Société Radio-Canada): Je peux vous donner un exemple. Effectivement, ça va bien en termes d'écoute de la radio ou de la télévision française et de fréquentation de nos services nouveaux médias. Si on considère uniquement la fréquentation et l'écoute, ça va très bien.

Par contre, à cause de l'absence de nouveau financement depuis plusieurs années, l'écart entre les attentes des Canadiens et ce qu'on peut offrir va en augmentant. C'est ce que vous constaterez si vous allez vous promener dans les régions.

Travailler dans le monde de la culture, c'est comme travailler dans un magasin de porcelaine, tout le monde est fragile : les francophones hors Québec, les Gaspésiens, le milieu de la culture et du théâtre, celui des émissions scientifiques. Dès qu'on touche à une de nos fonctions, on touche à quelque chose d'extrêmement fragile. L'écart s'agrandit donc entre ce que les Canadiens souhaitent obtenir de Radio-Canada et ce que nous sommes capables de faire.

De plus, particulièrement dans le monde de la télévision, le modèle économique est en difficulté, surtout pour les chaînes généralistes comme la nôtre. Le financement commercial est à la baisse. Il devient de plus en plus difficile de financer des séries. On le voit au Québec avec la question des séries lourdes. On le voit un peu partout. Il est difficile de lancer une nouvelle série. Notre grille continue à bien fonctionner parce qu'elle fait largement place à des émissions d'information et d'affaires publiques, à plusieurs dramatiques canadiennes et à des émissions de variétés de grande qualité.

Cependant, il devient de plus en plus difficile de soutenir le financement. À terme, cela pourrait entraîner, d'une part, une baisse de la qualité de notre production et, d'autre part, une difficulté à assurer une présence dans certains secteurs où les gens pensent à juste titre qu'elle est absolument essentielle, que ce soit les francophones hors Québec, les Gaspésiens, le milieu de la culture ou de la littérature. Cela crée donc une situation extrêmement difficile. Le modèle est menacé à long terme.

● (0930)

M. Maka Kotto: Vous avez également mentionné que vous aviez réalisé des réductions de 75 millions de dollars par année. Pouvez-vous nous donner une idée des dommages collatéraux que ces réductions ont pu avoir?

M. Sylvain Lafrance: Parlez-vous des 75 millions générés à l'intérieur d'autre chose?

M. Maka Kotto: Non. J'ai entendu M. Rabinovitch dire que vous aviez réussi à réduire le budget de 75 millions de dollars par année.

M. Robert Rabinovitch: J'ai dit qu'une meilleure gestion de nos actifs nous avait permis d'économiser 75 millions de dollars par année. Par exemple, nous louons un étage de notre édifice à Toronto, le Broadcasting Centre, ce qui représente 5 millions de dollars. Nous avons conclu une entente avec un propriétaire voisin concernant le développement de deux grands édifices, ce qui nous donne une autre somme de 5 millions de dollars par année.

Notre réseau de musique Galaxie s'améliore et génère maintenant environ 12 millions de dollars par année. Nous pouvons utiliser cet argent pour protéger la programmation et absorber la hausse de l'inflation et des impôts municipaux.

M. Sylvain Lafrance: Il ne s'agit pas d'une compression. Au contraire, il s'agit d'économies que nous avons faites dans l'ensemble des actifs qui ne sont pas des programmes. Ces économies servent à générer de l'argent pour les programmes. En termes de programmes, ce n'est pas une compression. Au contraire, c'est un ajout.

M. Robert Rabinovitch: Voici un autre exemple beaucoup plus important. On a conclu une entente avec un grand promoteur de Vancouver. On lui a vendu nos *air rights* et notre stationnement pour 40 millions de dollars. Cet argent nous permet de reconstruire et de numériser le centre de production de Vancouver. Cela a été possible grâce à une meilleure gestion de nos actifs.

M. Maka Kotto: D'accord. Parle-t-on de grosses sommes d'argent?

[Traduction]

Le président: Vous aurez une autre occasion.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD): Merci, monsieur le président.

Je suis très heureux de dialoguer avec vous aujourd'hui. J'ai l'impression que nous entamons un très intéressant périple afin de définir où peut nous mener un radiodiffuseur public.

Je crois que j'ai quelques questions de gestion interne à vous poser pour commencer. Voilà environ six mois maintenant que M. Fournier a donné sa démission. Par conséquent, vous êtes encore le président du conseil et le président-directeur général. Avez-vous pris des mesures pour —

M. Robert Rabinovitch: Oui, je suis le grand manitou.

M. Charlie Angus: Le grand manitou, en effet. Quelles mesures avez-vous prises pour remédier à ce déséquilibre au niveau de la gouvernance?

M. Robert Rabinovitch: C'est une question qui ne relève pas de mon mandat, mais du gouvernement. C'est le gouvernement qui se charge de faire ces nominations et nous attendons que le gouvernement nous présente le candidat qu'il aura choisi et nous indique quand et comment nous devons procéder.

● (0935)

M. Charlie Angus: Est-ce que la ministre a parlé avec vous de la personne qui remplacera le président du conseil et précisé les mesures à prendre?

M. Robert Rabinovitch: Ce n'est pas dans l'ordre des choses que la ministre m'en parle. Il peut arriver que l'on me demande mon avis sur telle ou telle personne. Cependant, le ministère ne m'a rien

demandé et il n'est d'ailleurs pas normal que l'on me demande de proposer des noms ou de discuter de la candidature de certaines personnes.

M. Charlie Angus: Très bien. Par conséquent, la décision de vous séparer de l'équipe de scénographes à Toronto a été prise au moment où nous avons annoncé que nous allions entreprendre la présente étude. La CBC voulait-elle de cette façon mettre carte sur table avant que nous présentions des recommandations?

M. Richard Stursberg (vice-président principal, Télévision (anglais), Société Radio-Canada): Non, la décision était déjà prise depuis pratiquement un an.

Pour ceux d'entre vous qui ne connaissent pas les détails de cette histoire, la télévision de la CBC dispose, depuis de nombreuses années, d'un département de conception et de construction de décors. Permettez-moi de préciser que nous sommes le seul radiodiffuseur de langue anglaise en Amérique du Nord à disposer de tels services internes. Nous nous sommes penchés sur ce service de scénographie afin d'étudier des options plus efficaces. Nous avons conclu que nous pourrions économiser environ 1 milliard de dollars par an en demandant essentiellement à nos réalisateurs de se tourner vers le secteur privé pour faire fabriquer leurs décors à des prix concurrentiels. C'est ce que nous avons fait. Nous avons tout simplement décidé de nous retirer de ce secteur.

Le syndicat a pris contact avec nous à ce moment-là pour nous demander de retarder légèrement l'application de notre décision afin de leur donner le temps d'étudier la possibilité de mettre sur pied une société ou une sorte de coopérative de travailleurs afin de permettre aux employés de se retrouver, au moment de quitter leurs fonctions, dans une petite entreprise qui serait en mesure de soumissionner sur des travaux proposés par nous ou d'autres radiodiffuseurs et de conserver ainsi leurs emplois. Nous leur avons répondu que cette proposition nous paraissait acceptable et que nous allions leur accorder du temps pour mettre sur pied leur projet en retardant les compressions jusqu'à la fin de la saison de télévision, au début du mois de mai. Par conséquent, nous leur avons accordé environ neuf mois, mais il s'est avéré que leur projet n'a malheureusement pas pu voir le jour.

Maintenant, nous avons tout simplement confirmé que nous allions nous retirer de ce secteur d'activité. Mais, comme je l'ai dit, cette décision avait été prise bien avant que vous ayez choisi de vous pencher sur le mandat de la CBC.

M. Charlie Angus: Êtes-vous prêt pour le marché de la haute définition? Les États-Unis ont fixé 2009 comme date butoir. La CBC a-t-elle des projets à ce sujet? A-t-elle les ressources nécessaires pour se préparer à passer à la haute définition?

M. Robert Rabinovitch: Nous ne disposons pas des ressources nécessaires pour un échéancier aussi proche. D'après les derniers chiffres dont je dispose, il nous faudra je crois une dizaine d'années pour atteindre le niveau que nous jugeons approprié à l'heure actuelle. Nous avons évolué très rapidement dans certains secteurs. Par exemple, nous avons très bien progressé à la télévision française dans le secteur de la production, mais pas dans le secteur des nouvelles. Dans le secteur de la production télévisuelle, nous avons équipé plusieurs studios de matériel numérique et nous avons créé des studios HD qui sont opérationnels. Nous avons construit et mis en service deux unités mobiles HD que nous utilisons à la fois pour les productions et les sports.

En revanche, les fonds nous font cruellement défaut, tout d'abord pour terminer la conversion des installations que nous aimerions moderniser au centre de radiodiffusion de Toronto. Nous n'avons pas suffisamment de crédits pour convertir les centres régionaux de production à la HD ou au numérique, sauf que nous avons parfois la chance de transférer des pièces d'équipement d'un endroit à un autre lorsque nous procédons à des mises à niveau. À Moncton, par exemple, nous avons pu passer à la technologie numérique en installant la haute définition dans un des studios. Mais de manière générale, nous manquons énormément de ressources et nous n'avons pratiquement pas de fonds actuellement à consacrer à la transmission. Nous comptons sur la transmission par satellite et en partie par voie hertzienne, mais pas beaucoup. Pour pouvoir poursuivre dans cette direction, nous aurions besoin d'une injection de fonds considérable.

M. Charlie Angus: Dans le même ordre d'idées, la BBC a mis ses archives d'émissions télévisées à la disposition des internautes sur YouTube. La CBC est-elle en mesure de proposer son catalogue sur une plate-forme Internet? Avez-vous examiné les coûts? Savez-vous combien cela coûterait? Avez-vous évalué les droits de suite que vous auriez à payer relativement aux émissions présentées sur Internet?

M. Richard Stursberg: Non, nous n'avons pas mis les archives de télévision sur le site Web ni sur YouTube. Ce type d'opération présente différents problèmes et quand vous parlez d'archives, je suppose que vous pensez surtout aux anciennes dramatiques, aux émissions de variétés, etc.

Cela pose plusieurs problèmes. Tout d'abord, il faut numériser toutes ces émissions. Deuxièmement, le processus d'acquiescement des droits liés à ces anciennes émissions est tout à fait particulier. Cela nous coûte plus cher de diffuser ces émissions plutôt que de les vendre à des tiers. Par exemple, si la CBC décidait de sortir de ses archives *The Whiteoaks Of Jalna*, les anciennes émissions de Wayne and Shuster, etc., et de les mettre à la disposition des consommateurs, il lui en coûterait plus cher en paiements de droits que de vendre ces émissions à un autre radiodiffuseur. C'est une des conséquences de l'application des ententes conclues avec l'ACTRA en matière de droits.

C'est dommage, mais nous nous heurtons à ce double problème. Le premier est le coût de la numérisation et le deuxième le coût d'acquiescement des droits concernant ces émissions.

● (0940)

M. Robert Rabinovitch: Si vous me permettez, je vais ajouter une précision. Depuis quatre ans, le ministère du Patrimoine canadien nous accorde 2 millions de dollars par an afin de numériser nos archives de télévision. Nous avons donc entamé cette numérisation et nous la poursuivons actuellement. De ce point de vue, nous progressons lentement, grâce à ce programme spécial du ministère du Patrimoine canadien.

Le président: Merci.

Monsieur Warkentin.

M. Chris Warkentin (Peace River, PCC): Merci, monsieur le président.

Merci d'être venus témoigner ce matin. Nous vous remercions d'être venus présenter vos points de vue à l'heure où nous entamons l'examen du mandat de CBC/Radio-Canada afin de déterminer de quelle manière nous pouvons l'adapter pour les années à venir et tout au moins proposer quelques suggestions pour aller de l'avant.

Il est clair que CBC/Radio-Canada joue un rôle important dans la préservation de notre souveraineté culturelle. Je pense que tous les Canadiens reconnaissent que nous avons quelque chose de spécial à préserver au Canada et que nous voulons conserver nos caractères distinctifs. CBC/Radio-Canada joue un rôle important et nous vous en remercions.

Nous vous remercions d'avoir appliqué des principes de responsabilité financière ces dernières années. Vous avez maintenu non seulement votre entité, mais également la souveraineté culturelle.

Comme vous l'avez dit dans votre témoignage, personne au pays ne sera surpris d'apprendre que nous allons faire face à toutes sortes d'obstacles découlant des nouvelles technologies et que les téléspectateurs pourront s'adresser à d'autres fournisseurs d'émissions télévisées. On sait que chaque année les nouvelles chaînes se comptent par centaines.

Permettez-moi de vous raconter une anecdote personnelle. J'écoute régulièrement CBC Radio. Dans notre région, c'est la seule radio qui propose des émissions-débats et la plupart des gens qui aiment ce genre d'émissions, écoutent CBC Radio. Depuis quelques années, j'ai un groupe d'amis à qui je peux parler d'une émission de CBC Radio ou d'une information que j'ai entendue à *As it Happens* ou ailleurs, car je sais qu'ils écoutent ce genre d'émissions. Depuis quelque temps, ces mêmes amis m'ont avoué qu'ils écoutent d'autres émissions qui leur proviennent par satellite. J'ai constaté que ce phénomène a pris plus d'ampleur au cours de l'année écoulée. Je suis un peu surpris, mais le plus inquiétant, c'est que les gens qui écoutent d'autres émissions de radio parlée n'écoutent pas nécessairement des émissions canadiennes.

Cela me préoccupe à plus d'un titre. Pour commencer, je suis inquiet quant à l'avenir de CBC/Radio-Canada. Deuxièmement, la souveraineté culturelle de notre pays me préoccupe. Il est évident que nous devons nous pencher sur cette question.

J'espère, à mesure que nous progresserons dans l'examen du mandat, que nous comprendrons mieux ce phénomène et que nous trouverons un moyen de ramener les auditeurs aux préoccupations canadiennes et aux ressources que nous offre CBC/Radio-Canada. Cependant, je ne sais absolument pas comment nous pourrions nous y prendre et cela me préoccupe.

J'ai fait ma propre enquête et les gens à qui j'ai parlé m'ont dit qu'ils se tournent vers CBC/Radio-Canada pour certains produits-créneaux. Par exemple, ils regardent *Hockey Night in Canada*. Ils regardent les actualités régionales et autres émissions de ce type. Je crains que CBC/Radio-Canada n'ait plus ces produits-créneaux si ses concurrents commencent eux-mêmes à les offrir.

Il y a des secteurs où CBC/Radio-Canada peut offrir aux auditoires canadiens des produits-créneaux que personne d'autre ne peut proposer. Vous avez dit notamment que les émissions dramatiques diffusées aux heures de grande écoute pourraient être ce type de produit-créneau.

Franchement, je ne suis pas certain que vous allez pouvoir intéresser tout le monde, en particulier les jeunes. Je ne suis pas sûr qu'ils seront attirés par ce genre d'émissions. J'ai parlé à des jeunes. Ils préfèrent les émissions de télé-réalité. Ce n'est pas le genre de chose qui m'attire nécessairement, mais les jeunes aimeraient en voir un peu plus. Nous pourrions peut-être proposer ce genre d'émissions avec un contenu canadien.

Quels sont les produits ou émissions-créneaux? Quand je pose la question, je pense essentiellement au réseau anglais, parce que je sais que le réseau français a ses propres créneaux. Quels sont les produits-créneaux que peut proposer le réseau anglais pour faire face à l'énorme concurrence de nos voisins du Sud? On sait bien sûr que l'avenir de l'émission *Hockey Night in Canada* est un peu incertain. Où en sommes-nous à ce sujet? Quels sont les autres produits-créneaux sur lesquels on pourrait tabler à l'avenir?

• (0945)

M. Robert Rabinovitch: Merci de votre question. Cependant, elle est si vaste que, si vous n'y voyez pas d'inconvénient, je vais d'abord y répondre de manière très brève et demander ensuite à Jennifer, qui est responsable de la radio, et à Richard d'y répondre, puisque vous avez abordé plusieurs points extrêmement importants.

Tout d'abord, je ne considère pas les nouvelles technologies comme des obstacles, mais plutôt comme des opportunités. Prenez par exemple le nombre de téléchargements sur notre site, et l'âge des internautes qui font ces téléchargements... Des émissions comme *Ideas* font l'objet de millions de téléchargements chaque mois. Ce sont des émissions que je ne peux pas convaincre mon fils d'écouter le soir à 21 heures, mais c'est très bien s'il peut les écouter pendant qu'il s'entraîne sur un tapis roulant.

La technologie bouleverse tout et c'est pourquoi j'ai dit également que nous devenons de plus en plus un organisme de création d'émissions plutôt qu'un réseau de radio et de télédiffusion et c'est là une partie des changements auxquels nous devons nous adapter à l'avenir. Nous devons offrir aux auditoires canadiens les émissions qu'ils aiment, au moment où ils peuvent les écouter ou les regarder.

Je crois que certaines de nos nouvelles émissions comme *The Current*, atteignent exactement l'objectif que vous avez indiqué et attirent un auditoire nombreux et important.

Permettez-moi d'ajouter une dernière chose. Le pire qui puisse arriver à notre pays serait que nous soyons le seul fournisseur d'informations et de nouvelles. Nous ne voulons pas détenir un monopole. Pour moi, en tant que citoyen, ce serait catastrophique. Les gens devraient pouvoir se tenir au courant de l'actualité en regardant les chaînes NPR, CBC, RDI et CNN. C'est pourquoi, un monopole serait la pire chose. Par contre, il est indispensable de conserver une chaîne canadienne offrant le point de vue canadien. C'est l'équilibre que je recherche.

C'est très bien que vos amis écoutent la radio par satellite, dans la mesure où ils nous écoutent également.

Mme Jennifer McGuire (vice-présidente intérimaire, Radio anglaise, Société Radio-Canada): J'aimerais ajouter par ailleurs qu'à CBC Radio, nous avons constaté que la technologie nous apporte de nouveaux auditoires. Aussi, lorsque nous concevons certaines émissions, nous tenons compte des différentes plateformes sur lesquelles elles seront présentées. Je vais vous donner un exemple. CBC Radio s'est lancée à fond dans la baladodiffusion et une émission comme *Ideas*, dont l'auditoire à la radio terrestre est important mais asymétrique et légèrement plus âgé, figure parmi les cinq émissions les plus suivies sur iTunes et les amateurs de baladodiffusion sont plus jeunes.

Nous constatons qu'actuellement, grâce à notre programmation musicale et à une approche plus large, la qualité et l'originalité du contenu est un atout.

M. Chris Warkentin: Je comprends, mais il y a deux points en particulier qui me paraissent importants. En ce qui a trait à l'examen du mandat, je crois que vous souhaitez que l'on se concentre sur le

secteur de la production — parfait. Deuxièmement, dans notre examen du mandat, je me demande comment vous souhaiterez que l'on vous présente des suggestions sur la manière d'attirer les Canadiens vers CBC/Radio-Canada. Je pense qu'il est intéressant de disposer de toutes ces nouveautés, mais permettez-moi de vous signaler qu'il y a toute une tranche de la population qui ignore totalement l'existence de ces nouveaux moyens. Nous devons les faire connaître.

Le président: Il faut vraiment abréger. Nous avons nettement dépassé les limites de temps. Aussi, si vous voulez une réponse, nous devons —

M. Chris Warkentin: Très bien. Je vais terminer là-dessus et en particulier sur le secteur des produits-créneaux. Cela ne me dérange pas que vous nous répondiez par écrit ou que vous nous informiez plus tard au sujet de ces deux points. Je ne veux pas abuser de mon temps de parole.

Merci.

M. Richard Stursberg: Voulez-vous que je réponde?

Le président: Très brièvement si vous pouvez.

M. Richard Stursberg: Je pense que c'est extrêmement fondamental. La difficulté que nous avons éprouvée depuis quelques années à attirer les Canadiens anglais vers les émissions canadiennes anglaises, reflète, à mon sens, un très intéressant problème structurel au sein de l'industrie.

Depuis 15 ans, littéralement des centaines de nouveaux services spécialisés ont obtenu une licence au Canada et ont été autorisés à diffuser dans notre pays. Nous avons mis en place de très importantes ressources de financement, par exemple par l'intermédiaire du Fonds canadien de télévision. La plus grande partie de cet effort a consisté à renforcer le secteur privé de la radiodiffusion. Comme l'a signalé le président, au cours des 15 dernières années, aucune nouvelle chaîne importante n'a été créée à CBC. Le financement de notre entreprise n'a pas augmenté, il a d'ailleurs diminué de près de 400 millions en dollars d'aujourd'hui, par rapport à ce qu'il était.

Le résultat de tout cela est intéressant, car si l'on compare la situation actuelle avec celle que l'on connaissait il y a seulement cinq ans, on constate que le pourcentage global des émissions canadiennes regardées à la télévision anglaise représentait, en 2004-2005, 31 p. 100 des émissions regardées pendant toute la journée et 22 p. 100 des émissions diffusées aux grandes heures d'écoute, alors que ces pourcentages étaient de 34 p. 100 et 26 p. 100 respectivement cinq ans plus tôt. Ce qui s'est produit, en fait, c'est que nous avons lentement perdu de plus en plus de terrain. Nous n'avons essentiellement fait aucun progrès au cours des 25 dernières années dans les plus importantes catégories de programmation.

Quand je suis arrivé à CBC/Radio-Canada, je partageais votre point de vue et j'étais absolument, passionnément et profondément convaincu que le plus important pour nous était d'utiliser ce médium des plus importants pour présenter des émissions qui attireraient et interpelleraient les Canadiens anglais. Or, non seulement cela ne s'est pas réalisé à une échelle suffisante, mais en plus, nous perdons du terrain.

Si nous perdons du terrain, c'est en partie je crois parce que la CBC elle-même a été tenue à l'écart pendant longtemps, alors que ce sont multipliées les licences accordées aux radiodiffuseurs privés qui ont également bénéficié de la majorité des nouveaux financements.

• (0950)

Le président: Merci.

Madame Keeper.

Mme Tina Keeper (Churchill, Lib.): Oui, merci monsieur le président.

J'aimerais remercier M. Rabinovitch et les autres témoins d'être là aujourd'hui. Je suis très contente d'entamer cette étude.

On l'a dit à plusieurs reprises — et nous l'entendons constamment à cette table — c'est un jour nouveau et, comme vous l'avez mentionné, il y a des défis à relever. Je suis une personne d'âge moyen et je constate régulièrement que j'ai du mal à comprendre les nouvelles technologies. Personnellement, j'ai du mal à me tenir au courant. Alors je me dis que l'industrie, CBC/Radio-Canada et nous-mêmes en tant que pays, nous faisons face à d'énormes défis d'adaptation aux technologies qui voient le jour aujourd'hui.

Je voulais vous demander de commenter les changements qui ont touché le mandat traditionnel de CBC/Radio-Canada sur le plan des services. Monsieur Lafrance, vous avez évoqué le fossé entre les services que vous devez fournir et les ressources limitées dont vous disposez. Pouvez-vous nous dire comment vous voyez l'évolution du mandat de votre société à cette nouvelle époque?

M. Robert Rabinovitch: Il y a un danger réel à mettre l'accent sur la transmission des émissions, par iPod, radio ou sur YouTube, et d'en oublier le contenu. En bout de ligne, c'est le contenu, c'est l'émission qui compte.

Il est indispensable pour nous d'offrir ce contenu en respectant les divers modes de transmission que préfèrent les Canadiens et Canadiennes. Ce qui est magnifique, c'est que les nouvelles technologies nous permettent de découvrir de nouveaux auditoires. Les gens nous disaient que l'on ne pourrait jamais attirer les auditeurs de moins de 50 ans et pourtant, ces auditeurs viennent à nous et sont attirés par des émissions intéressantes. Leur musique rock, ils l'écoutent ailleurs, mais ils écoutent nos émissions pour entendre de la nouvelle musique. Ils se tournent vers nous pour écouter des groupes qui n'ont pas encore été découverts. Ils se tournent vers nous pour écouter des émissions comme *Ideas*, une émission-débat qui aborde des sujets profonds. Voilà ce que nous permettent les nouvelles technologies. Voilà pourquoi nous devons nous lancer dans les nouvelles technologies car ni nous ni personne ne savons comme les auditeurs de l'avenir recevront leurs émissions de radio ou de télévision.

Il ne faut jamais oublier que notre premier objectif est la production d'émissions. Et c'est la production qui devient de plus en plus coûteuse. Nous ne progressons même plus; nous perdons régulièrement du terrain dans notre capacité à produire des émissions de qualité, à prendre les risques nécessaires, à subir des échecs, mais également à connaître de grands succès.

La semaine dernière, l'émission *Canada IQ* a remporté un immense succès et a été suivie par plus de 1,5 million de téléspectateurs. Des émissions comme *Tout le monde en parle* et *Les Bougon* attirent plus de 1,5 million de téléspectateurs. Au départ, personne d'autres que Radio-Canada ne voulait de l'émission *Les Bougon*; c'est une émission à risque et nous étions tous un peu nerveux au début. L'émission *Little Mosque on the Prairie* aurait pu connaître un sort contraire. En fait maintenant on considère que c'est une émission très réussie.

Il ne faut pas perdre de vue qu'en bout de ligne, c'est la programmation et le financement de la programmation qui compte. On peut parler des moyens de transmission. J'aimerais beaucoup en parler, parce que ça me paraît fascinant, mais il faut éviter de faire l'erreur de se concentrer uniquement sur cet aspect.

● (0955)

M. Sylvain Lafrance: Permettez-moi d'ajouter quelque chose à ce sujet. Je sais qu'on peut perdre le sommeil avec toutes ces nouvelles technologies qui sont très difficiles à suivre. Cependant, je pense que, fondamentalement, ce n'est pas un problème technique, puisque nous savons comment nous servir de cette technologie. Le débat fondamental porte sur la démocratie et la culture au Canada. Pouvons-nous protéger notre souveraineté culturelle dans ce monde moderne? Et comment nos citoyens seront-ils en mesure de voter et de comprendre la démocratie dans notre pays? Il faut leur donner des outils.

Ils puiseront des informations dans une myriade de sites Internet ou autres sources du genre qui sont parfois totalement indignes de confiance. Par conséquent, ils devront trouver d'autres sources fiables — et j'espère que CBC/Radio-Canada sera cette source. Les radiodiffuseurs importants au Canada seront ceux qui offriront des informations fiables sur la démocratie, sur notre culture et notre souveraineté.

C'est, d'après moi, la principale réalité que nous devons comprendre et à laquelle nous devons nous préparer.

Mme Tina Keeper: Pouvez-vous nous expliquer en quoi consiste exactement votre rôle de fournisseur de contenu? Il semble en effet que ce soit la clé, comme vous le dites, en matière d'identité culturelle et de souveraineté culturelle. Comment votre capacité à créer et produire ce contenu a-t-elle évolué au cours des 10 ou 15 dernières années?

M. Robert Rabinovitch: Eh bien, il faut reconnaître que notre capacité à créer de nouveaux contenus a diminué au même rythme que les fonds dont nous disposons. Parallèlement, nous nous sommes efforcés d'être des gestionnaires efficaces et nous avons mis en oeuvre différents moyens et techniques en vue d'économiser des ressources afin de produire de plus nombreuses émissions.

Je suis très fier entre autres de la tranche de 10 millions provenant des 60 millions que nous venons de recevoir, qui sera consacrée à ce que nous appelons la programmation interculturelle, ou programmation commune entre le réseau français et le réseau anglais, ou entre la radio et la télévision. Pour être en mesure de produire des émissions pouvant être diffusées par des services multiples, il faut commencer au tout début du processus de programmation.

Le meilleur exemple n'est pas de chez nous. Le meilleur exemple, selon moi, est *Bon Cop, Bad Cop*. D'après le producteur, le film a été tourné et mis au point dans l'idée qu'il serait destiné aux deux marchés; il n'a pas été tourné en vue d'un marché particulier puis traduit pour l'autre marché. Le film a connu un grand succès justement à cause de cela.

Mme Tina Keeper: En effet.

M. Robert Rabinovitch: Par conséquent, nous apprenons au fur et à mesure. Il nous arrive d'échouer, c'est vrai, lorsque nous tentons de passer d'un secteur à un autre. Mais c'est ce que je voulais dire quand je parlais de prendre des risques: pour réussir, il faut prendre des risques.

Le président: Merci pour ce commentaire.

Monsieur Kotto.

[Français]

M. Maka Kotto: Merci, monsieur le président.

On s'est laissés tout à l'heure en parlant du sous-financement, et je reviens sur ce sujet.

Le mandat de Radio-Canada est de plus en plus vaste et, paradoxalement, son financement donne plutôt dans la régression. Pouvez-vous nous donner une idée du budget exact de CBC/Radio-Canada?

M. Robert Rabinovitch: Je pense que nous l'avons indiqué dans notre présentation.

M. Maka Kotto: Je vous posais la question sur une base d'échange.

M. Robert Rabinovitch: On peut vous donner l'information par service.

M. Maka Kotto: Le budget global de Radio-Canada se chiffre à combien?

M. Robert Rabinovitch: Le budget global, avec l'argent qui vient du secteur commercial, est de 1,6 milliard de dollars.

M. Maka Kotto: À combien est évaluée l'enveloppe parlementaire?

M. Robert Rabinovitch: L'enveloppe parlementaire est évaluée à environ 930 millions de dollars, plus ou moins. Je pourrais vous donner des montants précis, mais elle est d'environ 930 millions de dollars.

• (1000)

M. Maka Kotto: Peut-on avoir une idée claire de la répartition de cette enveloppe entre CBC, d'un côté, et Radio-Canada, de l'autre?

M. Robert Rabinovitch: Le montant pour la télévision anglaise est de 510 millions de dollars. Pour la radio anglaise, il est de 138 millions de dollars. Pour la télévision française, il est de 354 millions de dollars, et il est de 101 millions de dollars pour la radio française.

M. Maka Kotto: Cette répartition est de 60-40.

M. Robert Rabinovitch: Normalement, la répartition est d'environ 60-40.

M. Maka Kotto: Parfait.

M. Robert Rabinovitch: Effectivement.

M. Maka Kotto: Est-il possible, par soucis de transparence à notre égard, d'avoir accès à l'information relative à l'utilisation de ce budget, pour conforter la théorie qui veut que Radio-Canada soit sous-financée? Autrement dit, est-il possible d'avoir accès à vos livres pour alimenter l'argumentaire?

M. Robert Rabinovitch: Oui, c'est possible.

M. Maka Kotto: Est-il possible de nous envoyer cette information?

M. Robert Rabinovitch: Oui. Nous pouvons vous envoyer l'information détaillée ainsi que —

M. Maka Kotto: Cela aidera nos analystes.

M. Robert Rabinovitch: De plus, s'il y a d'autres membres du comité qui le désirent, nous sommes prêts à faire des présentations individuelles pour expliquer les chiffres en détail.

M. Maka Kotto: De votre point de vue, la télévision publique, en l'occurrence la vôtre, la nôtre, doit-elle centrer sa cible sur le champ publicitaire pour survivre aujourd'hui?

M. Robert Rabinovitch: Ce n'est pas vraiment une question de savoir si cela doit être dans le secteur publicitaire, c'est plutôt que la réalité, sans cela, est qu'il nous est impossible de survivre. Il faut dire aussi que presque tous les services publics au monde sont mixtes — on pense toujours à la BBC —, c'est-à-dire qu'ils ont une assez grosse subvention qui provient du gouvernement,

beaucoup plus grosse que la nôtre, et ils acceptent, eux aussi, les annonces publicitaires.

La question n'est pas de savoir s'il faut le faire ou non, mais plutôt de déterminer notre réalité. Et notre réalité est que nous sommes sous-financés. Comme vous le savez, la radio est complètement exempte d'annonces publicitaires. Du côté anglais, 55 p. 100 du budget de M. Stursberg provient du secteur privé, c'est-à-dire des annonces publicitaires, etc., tandis qu'il est de 40 p. 100 du côté français.

M. Richard Stursberg: Le fait que 55 p. 100 du revenu provient du secteur publicitaire indique qu'il y a un problème. Le budget de la CBC et de Newsworld est de 600 millions de dollars. Vous pouvez voir sans difficulté que sans le 55 p. 100 qui vient du secteur publicitaire, on a pas de service.

M. Sylvain Lafrance: Cela dit, je tiens à préciser que plusieurs de nos choix ne sont pas des choix commerciaux. Si on regarde la grille de la télévision française, on constate qu'on a 10 fois plus d'émissions d'affaires publiques que tous nos concurrents, qu'on a des émissions scientifiques, des émissions religieuses et des émissions qui ne sont pas des émissions qu'on appelle généralement, dans le milieu, des *rating getters* qui amènent des revenus publicitaires.

Notre grille est fondamentalement différente. Cette année, on a créé 12 nouvelles séries dramatiques. On est donc le plus grand générateur de nouvelles séries dramatiques dans la francophonie. Nos choix ne sont donc pas que des choix commerciaux. Cela tient d'un équilibre, effectivement, entre le besoin d'avoir des revenus pour soutenir le système et soutenir le modèle économique, et le besoin d'avoir une télévision qui est quand même distinctive. Je pense que par ses émissions d'information, par la quantité de ses émissions dramatiques, par la qualité de ses émissions de variétés et par sa présence sur l'ensemble du territoire canadien, elle est extrêmement différente de toutes les autres télévisions francophones.

[Traduction]

Le président: Merci.

Monsieur Fast.

M. Ed Fast (Abbotsford, PCC): Merci, monsieur le président.

Monsieur Rabinovitch, vous avez fait une déclaration qui me paraît contenir une importante vérité. Permettez-moi de citer cet audacieux point de vue : « Les radiodiffuseurs publics ont toujours eu comme rôle de renforcer la cohérence de leur société d'accueil et de favoriser le partage de valeurs communes. »

Parmi tous nos radiodiffuseurs nationaux, CBC/Radio-Canada est considérée comme le miroir dans lequel les Canadiens peuvent se reconnaître. Je pense que vous conviendrez avec moi que beaucoup de Canadiens, à tort ou à raison, estiment que CBC/Radio-Canada ne reflète pas nécessairement leurs valeurs, ni probablement plus justement leurs perspectives. Dans une société de plus en plus diversifiée, ces perspectives différentes seront plus nombreuses.

Comment ramener ces citoyens au bercail, là où ils se sentiront valorisés, là où ils auront l'impression que leur point de vue sera jugé légitime, peut-être pas partagé par la majorité des Canadiens, mais digne de considération? Dans un monde où l'évolution technologique est si rapide, comment allons-nous nous y prendre pour faire en sorte que ces personnes reconnaissent CBC/Radio-Canada comme le radiodiffuseur public? Vous pourriez peut-être également nous parler des stratégies que vous avez mises en oeuvre par le passé pour amorcer un dialogue élargi sur ces questions, ainsi que des nouvelles stratégies que vous envisagez d'appliquer à l'avenir.

•(1005)

M. Robert Rabinovitch: Je vais commencer à vous répondre, mais je vais également demander à M. Stursberg d'intervenir.

La stratégie que nous sommes actuellement en train de mettre en place n'est pas expérimentale. C'est ce que nous appelons « My CBC », un concept qui vise à plus d'un titre à réaliser exactement ce que vous proposez à l'échelon local et régional.

Permettez-moi de préciser d'entrée de jeu que nous ne définissons pas les valeurs communes. Ce serait une terrible erreur de le faire. Notre travail consiste à refléter ces valeurs afin que nos auditoires puissent s'identifier à ces valeurs et aux décisions qui en découlent.

M. Ed Fast: Qui définit ces valeurs si vous ne le faites pas?

M. Robert Rabinovitch: Essentiellement, si l'on prend le service des informations, c'est le service lui-même qui décide, mais nous exerçons également une surveillance très attentive afin d'assurer un équilibre au sein de la programmation. Nous disposons également d'un système très perfectionné de médiateur — un système reconnu comme le meilleur au monde — afin de nous assurer que nous faisons notre travail correctement. Nous prenons très au sérieux les commentaires qui nous sont présentés et le médiateur intervient régulièrement, étant donné que souvent les gens ne cherchent pas à présenter un point de vue équilibré, mais à faire passer le point de vue qu'ils veulent défendre. Il arrive constamment, en particulier dans le domaine des affaires internationales, qu'une des deux parties ou parfois même les deux, se soucient vivement de la façon dont nous avons présenté la question. Notre travail consiste à essayer de trouver un juste équilibre et d'être équitables et nous avons mis au point certaines procédures, avec l'aide du médiateur.

Il peut arriver parfois qu'une émission semble pencher en faveur d'un certain point de vue; il faut présenter tout de suite après une autre émission favorable au point de vue opposé. Nous avons établi des règles afin d'éviter de faire des émissions de télévision ennuyeuses par souci d'équilibre. Nous faisons de la bonne télévision et nous prenons les moyens justes pour représenter tous les points de vue ou permettre à tous d'être représentés. Là encore, la clé est le système de médiateur qui nous oblige à rendre des comptes et qui sert de contrepoids. Je crois que le travail que nous tentons d'effectuer actuellement est encore plus important en raison de l'intervention coordonnée de tous nos médias.

M. Richard Stursberg: J'ai une seule chose à rajouter. Bien entendu, le président a raison de dire que ce n'est pas à nous de dire aux Canadiens quelles sont les valeurs qu'ils devraient épouser. Notre travail consiste à refléter toute la diversité des points de vue qui existent dans notre pays.

Nous avons parlé un peu plus tôt des informations régionales. Nous nous efforçons d'envisager les informations régionales d'une manière différente. Lorsque nous faisons un reportage, nous ne nous contentons pas de montrer Calgary ou Halifax. Nous cherchons plutôt à représenter aux informations nationales la perspective de Calgary ou celle de Halifax afin que notre réseau reflète complètement la diversité des voix du pays, que ce soit une diversité régionale, une diversité politique ou une diversité sociale.

Nous avons adopté une approche qui implique je crois une décentralisation de la manière dont nous abordons ce type de questions par le passé — qui consiste à privilégier la reconstitution de notre présence locale et régionale, mais de façon à amener les Canadiens et Canadiennes à commenter plus efficacement les informations à mesure que nous les présentons et, ce faisant, à nous aider à faire ressortir les priorités que devrait appliquer la couverture médiatique. Le président a parlé du concept « My CBC » que nous

mettons actuellement à l'essai à Vancouver. Ce concept s'appuie sur le raisonnement suivant : « Prenons la totalité de nos activités — radio, télévision, services en ligne — et regroupons-les afin de créer un service d'information intégré qui permet aux Canadiens et Canadiennes de s'informer au moment et par le truchement des moyens qu'ils choisissent, tout en accordant autant d'importance à l'efficacité des nouvelles technologies afin de permettre aux Canadiens et Canadiennes d'intervenir de façon encore plus approfondie dans le dialogue que sont les informations. »

Il y a différents noms pour qualifier cette façon de faire. Certains l'appellent « journalisme citoyen », mais cela veut dire que le site Web permet aux membres de nos auditoires non seulement de commenter les informations, mais aussi d'engager un véritable dialogue avec nos propres journalistes au sujet de ce qu'ils ont vu et de dire s'ils considèrent que les informations étaient présentées de manière exacte et équitable. Mais en plus, ces intervenants peuvent nous indiquer les éléments que nous n'avons pas couverts et qu'ils jugent importants et, de plus, nous leur faisons savoir que leurs contributions au service d'information lui-même sont bienvenues et nous leur donnons la possibilité d'exprimer leurs opinions en format vidéo ou audio.

Nous voudrions nous défaire du principe que nous appliquions dans le passé, qui se présentait sur le mode suivant : « Nous, les spécialistes de l'information, nous vous présentons les nouvelles. » Ça, c'était la vieille école. Nous voulons tout à fait nous éloigner de cette approche afin de présenter essentiellement les informations comme un dialogue entre les citoyens qui leur permette d'exposer leurs points de vue sur des sujets qu'ils jugent importants. Nous devenons, dans un sens, le catalyseur de ce dialogue.

•(1010)

Le président: Très bien, merci.

Madame Fry.

L'hon. Hedy Fry (Vancouver-Centre, Lib.): Merci beaucoup.

Je vous prie d'excuser mon retard. J'ai attendu un taxi pendant trois quarts d'heure ce matin.

J'ai essayé de poser une question claire : qu'arriverait-il si CBC/Radio-Canada venait à disparaître? De tous les horizons, on nous dit que CBC/Radio-Canada est extraordinairement importante pour les Canadiens. Le problème, cependant, est que toute la population canadienne n'a pas accès à vos services. Tout cela est dû bien entendu à la nouvelle technologie numérique et à l'infrastructure insuffisante. Dans plusieurs cas, vous avez dû annuler certains projets, étant donné que votre auditoire ne pouvait vous capter que sur la télévision par câble.

On nous a dit à maintes reprises que vous faites du bon travail, compte tenu des moyens dont vous disposez, mais que vous devez aborder les régions de manière différente; que vous devez offrir à la population canadienne un reflet d'elle-même, en particulier des régions à la nation aussi bien que de la nation vers les régions. Vous ne réussissez pas aussi bien que vous le pourriez à transmettre la voix des régions à la nation. Tous les gens que nous avons entendus ont souligné un point important : CBC/Radio-Canada doit bénéficier d'un financement approprié.

Nous avons lu les rapports et pris connaissance des études faites par les villes, etc. Essentiellement, on nous dit que nous sommes au bas de l'échelle. Étant donné que les Canadiens sont en faveur d'un radiodiffuseur public, qu'ils estiment que vous avez besoin de plus de ressources, pensez-vous que CBC/Radio-Canada fonctionnerait bien et différemment si elle disposait d'un meilleur financement? Pourriez-vous adopter un mode de fonctionnement analogue à celui de la BBC si vous changiez votre système de compte rendu afin de rendre des comptes directement au Parlement, la plupart de vos activités étant placées sous la surveillance d'une fiducie particulière, de sorte que vous seriez beaucoup plus tenus de rendre des comptes de l'utilisation des fonds dont vous disposez et de vous présenter au Parlement, et pas nécessairement devant une autre autorité, pour obtenir sa rétroaction et présenter chaque année les activités auxquelles vous vous livrez?

Les intervenants ont dit également qu'il vous fallait focaliser davantage. Beaucoup de représentants du milieu du cinéma ont souhaité que CBC/Radio-Canada fasse fonction de distributeur des longs-métrages canadiens, des documentaires canadiens et des spectacles des arts de la scène canadiens produits en mode numérique. Vous savez que ce volet qui était autrefois assuré par CBC/Radio-Canada a été supprimé, alors qu'il était très suivi par les auditoires.

J'aimerais entendre vos commentaires sur ces différents aspects.

M. Robert Rabinovitch: Vous avez ratissé très large.

L'hon. Hedy Fry: Désolée.

M. Robert Rabinovitch: Ce n'est pas grave. Je vais essayer de répondre à certaines de vos questions et peut-être que mes collègues voudront également ajouter leurs points de vue.

Je trouve réconfortant, si je peux utiliser ce terme, que les témoignages que vous avez entendus jusqu'à présent reconnaissent qu'il est impossible de demander à CBC/Radio-Canada d'en faire plus. Je crois que l'on reconnaît de plus en plus que nous faisons le maximum et que si nous voulions en faire plus, en fait, nous en ferions moins. Il faudrait éliminer certaines choses de notre programmation et de notre approche. Et je n'ai pas entendu beaucoup de voix réclamer raisonnablement notre retrait de tel ou tel secteur, car, chaque fois qu'une telle suggestion est faite, on ne nous dit pas comment nous pourrions nous procurer les fonds que nous rapportent telle ou telle activité et qui nous permettent de poursuivre nos autres projets.

Cela me semble très rassurant. Comme je l'ai mentionné dans mes remarques préliminaires et dans le document que j'ai déposé au comité, je pense que nous sommes à la croisée des chemins. Nous avons participé à toutes les audiences spéciales sur CBC/Radio-Canada, tous les trois ou quatre ou cinq ans. Je pense que le moment est venu et nous pensons qu'il est temps de réunir toutes ces données sous la forme d'un contrat. Comme tous les contrats, ce document comportera des clauses et exposera des attentes : en fonction des attentes, nous définirons les coûts que cela représente et nous concluons un contrat. Ou, si nous estimons qu'il en coûterait tant pour atteindre les objectifs mais que vous ne nous en donnez que la moitié, il faudra alors s'entendre sur des échéances différentes.

Mais j'accepte totalement cette formule et je pense qu'il est tout à fait logique pour le gouvernement et le Parlement de définir plus précisément ce qu'ils attendent de leur radiodiffuseur public — dans un contrat — et d'aller de l'avant à partir de là.

Je pense que la BBC fonctionne selon la même formule et, si vous regardez le contrat, il a évolué avec le temps. Le contrat actuel met plus l'accent sur les variétés et précise notamment qu'un radio-

diffuseur public n'a pas à présenter des émissions ennuyeuses. Le contrat de la BBC exige également la décentralisation de certaines opérations. Le contrat précise aussi que la BBC doit s'approvisionner plus souvent auprès de fournisseurs indépendants et diminuer les productions internes. Mais c'est très bien. Cela fait partie de la définition des objectifs que vous voulez nous voir atteindre.

C'est pourquoi j'estime que nous devons nous lancer dans ce débat et engager ce dialogue. Cependant, cela ne peut se faire du jour au lendemain. Cela nécessitera, je crois, une réflexion commune et la participation du public canadien.

Mais je dois dire que pour nous, l'essentiel réside dans la programmation. L'essentiel pour nous est de faire parvenir nos émissions à nos auditoires; c'est-à-dire à tirer parti des nouvelles technologies et des systèmes de transmission. Mais sans programmation et sans financement, nous n'avons rien à confier aux systèmes de transmission. Et quelle est l'utilité d'un tuyau, s'il reste vide?

•(1015)

Le président: Merci beaucoup.

Nous passons à M. Abbott.

M. Jim Abbott (Kootenay—Columbia, PCC): L'un des groupes les plus intéressants qui viennent de temps en temps témoigner au sujet de la radiodiffusion au Canada est Friends of Canadian Broadcasting. Pourriez-vous nous décrire la relation, s'il en existe une, entre Radio-Canada et cette organisation? Elle défend son point de vue avec beaucoup de vigueur, ce qui est tout à fait normal. Nous sommes en démocratie, après tout. Toutefois, elle semble attacher beaucoup d'importance à Radio-Canada et l'appuyer avec vigueur. Je pense qu'il serait intéressant pour nous de savoir ce que vous en pensez.

M. Robert Rabinovitch: Nous considérons que Friends of Canadian Broadcasting est une organisation de lobbying sur la radiodiffusion, de manière générale, et sur la radiodiffusion canadienne et Radio-Canada, en particulier.

Nous estimons parfois qu'elle est très concentrée sur les régions et la programmation locale. Nous ne contestons pas cette optique qui nous semble éminemment valide mais il nous semble que le groupe est peut-être parfois irresponsable quand il nous demande de faire plus de telle ou telle chose sans dire à quoi nous devrions renoncer ni comment cela devrait être financé. Je pense par ailleurs que son rôle devrait être de mettre en relief certaines préoccupations plutôt que de dire aux parlementaires et à Radio-Canada comment ces choses devraient être financées.

M. Richard Stursberg: J'aimerais ajouter une remarque.

Je crois qu'il y a certains domaines dans lesquels nous sommes en désaccord avec Friends of Canadian Broadcasting. Je crois comprendre que cette organisation est venue devant le comité et a dit qu'elle estime que nous ne devrions pas être sur Internet et que notre site Web n'est pas particulièrement efficace. J'oublie les chiffres qu'elle a mentionnés mais je pense que c'était quelque chose comme 2 000 contacts par jour, à peu près. Or, notre site Web accueille 3,6 millions de visiteurs uniques par mois et c'est incontestablement et de loin le site Web de nouvelles et d'information le plus important du pays du point de vue de l'usage et de l'ampleur du contenu.

Pour toutes les raisons que nous avons déjà mentionnées, je pense qu'une des responsabilités fondamentales du radiodiffuseur public est de servir les Canadiens de toutes les manières qu'il juge adéquates. Si les citoyens veulent obtenir leurs informations par Internet, nous devons le leur permettre. S'ils veulent les obtenir par leur téléphone cellulaire, nous devons leur donner satisfaction pour qu'ils puissent obtenir leurs informations de la manière qui convient à leur mode de vie et à leurs objectifs.

• (1020)

M. Jim Abbott: Permettez-moi de faire un commentaire. Je suis parfois fasciné de constater que cette organisation semble de temps à autre — pas toujours — refléter les positions de notre gouvernement. Or, vous nous dites — et c'est le revers de la médaille — que ses commentaires ne sont pas nécessairement utiles à Radio-Canada. J'en conclus que cela témoigne de son indépendance, n'est-ce pas?

M. Robert Rabinovitch: Je pense que son indépendance ne fait aucun doute.

M. Jim Abbott: Bien. Merci.

Le président: Merci.

M. Angus.

M. Charlie Angus: Merci beaucoup.

L'une des choses intéressantes que nous avons apprises — je parle de ceux d'entre nous qui avons participé à l'étude des films du patrimoine — est la réalité choquante que nous pourrions être amenés, à titre de contribuables canadiens et de gens d'affaires indépendants, à fournir 3 millions de dollars pour un film n'ayant aucun plan réel de diffusion. Voici ma question : pourquoi devrions-nous dépenser de l'argent pour faire des films canadiens pour lequel il n'existe aucun plan de diffusion à long terme après la diffusion d'origine, sauf par des ventes de DVD? Si nous devons faire un tel investissement, ne devrait-il pas y avoir un tel plan?

Cela m'amène à demander pourquoi nous devrions faire de la télévision canadienne si nous n'avons aucun plan de ventes résiduelles des émissions avec, comme vous le disiez, l'utilisation sur plusieurs plates-formes? Étant donné que nous n'avons pas accès au catalogue incroyablement de ressources de Radio-Canada, à cause des problèmes de droits, je vous demande si, quand vous négociez des accords de production télévisuelle, vous avez le droit de diffuser les produits sous n'importe quel format? Avez-vous en outre un plan de commercialisation vous garantissant un certain rendement, que ce soit par la publicité en ligne ou autrement?

M. Richard Stursberg: Je vais commencer en parlant des marchés anglais.

Nous sommes parfaitement d'accord avec vous quand vous dites que nous devons concevoir toute notre production, dès le départ, en fonction de toutes les plates-formes possibles sur lequel elle est susceptible d'être diffusée et commercialisée.

Pour ce faire, Radio-Canada a transformé complètement son processus de production de façon à ce que chaque projet soit envisagé dès le départ en fonction des différentes plates-formes envisageables pour les Canadiens.

Évidemment, la situation est un peu plus difficile quand il y a des producteurs indépendants. En ce qui concerne les émissions d'information et notre propre production, il n'y a pas de problème mais, quand il y a des producteurs indépendants, c'est une autre affaire.

Je sais que l'Association canadienne de production de films et télévision a comparu devant votre comité l'autre jour en disant que

nous étions un peu trop gourmands en voulant obtenir ce genre de droits pour des plates-formes autres que la télévision.

Voici ce que nous avons dit à l'association des producteurs quand nous avons commencé à discuter de cette question : « Vous savez, le problème de ces nouvelles plates-formes est que personne n'en connaît la valeur réelle parce que nous en sommes au tout début. Donc, pourquoi ne pas — » — et c'est votre question de commercialisation — « — envisager un accord entre Radio-Canada et le producteur pour que Radio-Canada soit le distributeur du produit sur toutes les autres plates-formes? Ainsi, nous le distribuerons quand il y aura une offre de vidéo sur demande, une offre de diffusion mobile, que ce soit par téléphone cellulaire ou autrement, ou une offre de diffusion par Internet. Nous travaillerons avec vous pour assurer une bonne diffusion du produit et nous nous partagerons les recettes à égalité. Faisons ça pendant une certaine période, jusqu'à ce que le marché se soit stabilisé et qu'on ait une meilleure idée de la valeur réelle de ces différentes plates-formes. »

Nous pensions que c'était une offre extraordinaire car, voyez-vous, ce qui entraînera l'expansion de toutes les nouvelles plates-formes sera en réalité le moteur de la télévision qui est et restera pendant encore un certain temps la plate-forme dominante. Avec notre proposition, nous aurions pu partager les risques et les revenus.

Cette offre a été refusée et, très franchement, je pense que c'est dommage car cela aura pour effet de ralentir de la capacité de notre pays à produire du contenu canadien pour ces nouvelles plates-formes.

• (1025)

M. Sylvain Lafrance: Nous avons le même problème du côté français.

[Français]

En français, cette question des droits est vraiment fondamentale. Elle est complexe, d'abord, parce qu'elle touche à l'international, à beaucoup d'ayants droit, mais aussi parce qu'elle touche au Fonds canadien de télévision, par exemple, qui fixe lui-même certaines règles et certaines limitations. Le Fonds canadien de télévision en est venu un peu à arbitrer les relations des producteurs et des diffuseurs, au point où, au moment d'acheter une licence pour une nouvelle série, on n'a pas le droit de discuter des autres droits. C'est un peu bête et ça provoque un peu, à mon avis, ce qu'on a appelé le problème des séries lourdes au Québec, c'est-à-dire que le diffuseur est quand même le déclencheur des grandes séries. Autrement dit, s'il n'y a pas Radio-Canada, TVA, TQS ou une grande télévision pour donner naissance à une série, elle n'existera pas.

Alors, nous ne pouvons pas bénéficier de l'ensemble des droits. En tout cas, on n'a pas le droit d'en discuter au départ. Donc, nous investissons de moins en moins. Alors, ces séries n'existeront plus, à un moment donné. Je pense que le temps va faire son oeuvre, parce que technologiquement, on n'aura pas le choix de changer ces pratiques. Il va falloir que ça change, parce que le diffuseur a un investissement beaucoup trop important pour se contenter d'une seule ou de deux diffusions.

Alors, cette question des droits est fondamentale si on veut protéger le contenu, et l'industrie télévisuelle connaît quand même un grand succès au Canada. Pour protéger le contenu, il va falloir trouver une façon de s'entendre avec l'ensemble des ayants droit, y compris des producteurs indépendants.

[Traduction]

M. Robert Rabinovitch: Je pense que vous avez complètement raison, M. Angus. Il y a une longue chaîne de droits secondaires liés à la diffusion et à la commercialisation.

Les gens ne vont pas nécessairement regarder les émissions quand nous leur disons de le faire. Ils ne vont pas nécessairement les regarder de la manière que nous proposons. Il va falloir adapter le modèle financier et le modèle d'achat, et c'est l'une des questions dont est actuellement saisi le Fonds canadien de télévision, ce qui a d'ailleurs provoqué la discussion que nous avons actuellement, et c'est comme ça qu'il va falloir avancer.

En ce qui concerne les producteurs indépendants, leur crainte est peut-être que nous allons les dépouiller et c'est pourquoi nous avons pensé qu'il était juste à leur égard de leur proposer d'être le diffuseur tout en partageant les revenus à égalité.

Il va falloir trouver une solution car, vous avez absolument raison, sans ça, beaucoup de Canadiens seront privés de l'accès au contenu canadien.

M. Charlie Angus: Sur la question de la souveraineté culturelle — et c'est en fait de ça que nous parlons, de cette voie démocratique, numériquement, dans un espace culturel — il y a deux possibilités : nous pouvons investir dans le numérique ou nous pouvons essayer d'obliger les gens, par une loi, à regarder un certain pourcentage. Or, si l'on se penche sur les pays qui ont essayé d'agir de cette manière, comme l'Iran, la Chine ou la Syrie, on constate que ça ne marche tout simplement pas. Nous avons donc le devoir de nous attaquer sérieusement à la question de savoir comment mettre notre production culturelle à la disposition de la population pour qu'elle puisse y avoir accès.

La question que nous vous posons est de savoir si vous recommandez que des modifications soient apportées au Fonds canadien de télévision de façon à ce que, si nous investissons dans la production télévisuelle, nous puissions aussi exiger qu'elle soit diffusée sur les différentes plates-formes après sa diffusion initiale.

M. Robert Rabinovitch: Je pense que c'est l'une des principales questions auxquelles le CRTC devra s'attaquer. Soyez certains que nous lui en parlerons. Nous lui parlerons de cette longue chaîne de droits secondaires et de la nécessité de trouver un accommodement qui soit satisfaisant.

Le président: Merci.

Une remarque à l'intention des membres du comité qui veulent poser des questions : quand vous arrivez vers la fin des cinq ou six minutes, pourriez-vous jeter un coup d'oeil vers le président qui tente alors d'attirer votre attention?

M. Charlie Angus: Monsieur le président, nous ne regardons jamais le président que nous arrivons à la fin des cinq minutes. Nous continuons jusqu'au couperet.

Le président: Je connais le truc.

Merci.

M. Scott.

L'hon. Andy Scott: À ce sujet, monsieur le président, il m'a fallu sept ans de présence ici pour réaliser qu'il y avait un président.

Je voudrais aborder trois questions. Premièrement, au sujet de vos démarches devant le CRTC, je sais que vous aviez dit lors d'une comparaison de 2006 qu'il fallait s'intéresser avant tout aux investissements pour l'avenir au lieu de paniquer devant la baisse du nombre de téléspectateurs, et faire des choix.

J'aimerais avoir des précisions à ce sujet. Quelles sont nos priorités? Je crois qu'il est crucial de comprendre la relation entre le monde de la télévision traditionnelle et le monde dans lequel vivra mon fils d'un an. Quelle sera votre place dans ce contexte? Je vous demande des précisions car, comme vous pouvez l'imaginer, beaucoup de gens sont actuellement très inquiets.

Deuxièmement, en ce qui concerne votre mandat, je crois qu'il contient beaucoup d'éléments concernant les régions, notre diversité, nos langues, le Nord, etc. Considérant tous ces éléments, serait-il souhaitable d'envisager votre mandat de manière chronologique?

Autrement dit, avec tous les différents services offerts aux Canadiens, les autres éléments de ce mandat touchant l'esprit des Canadiens et touchant l'impression que les Canadiens se font de leur propre pays, etc., sont manifestement là mais, si personne n'y a accès, c'est difficile à faire. On devrait peut-être inclure les écoles dans votre mandat, ou d'autres méthodes d'action pour que les gens aient accès à tout. Je n'ai que 52 ans, il n'y avait que deux stations de télévision dans ma région pendant toutes mes années de formation et cet élément marchait bien alors. Aujourd'hui, c'est différent et il est peut-être nécessaire de trouver des moyens plus créatifs d'être présents pour les gens, de leur donner accès au radiodiffuseur public, etc.

L'autre problème est celui du financement, qui est l'éléphant dans le salon. Ayant été membre de gouvernements ayant pris des décisions qui ont eu un effet négatif sur les ressources de Radio-Canada, je crois qu'il nous faut tous dépasser le contexte politique afin de prendre de bonnes décisions pour le radiodiffuseur public. J'invite tous les députés à adopter cette attitude afin de ne pas engager de débat inutile à ce sujet. Je sais que je prêche pour ma paroisse en disant ça mais il y a toujours deux côtés à chaque médaille. Je crois que ce serait une perte de temps pour nous de nous lancer dans ce genre de débat. Nous devrions simplement discuter de ce que nous attendons de Radio-Canada et de la manière dont elle souhaite se repositionner pour faire face aux nouvelles réalités, et je répète ce que j'ai dit.

J'aimerais aussi beaucoup obtenir des précisions de votre part sur ce que vous avez dit dans le passé au CRTC au sujet de l'intégration des différents médias.

• (1030)

M. Robert Rabinovitch: Vous avez trouvé le moyen de poser toutes vos questions d'un seul coup.

L'hon. Andy Scott: Oui, j'ai appris ça pendant les sept années suivantes.

M. Robert Rabinovitch: En ce qui concerne la télévision hertzienne, quand nous avons parlé au CRTC, nous étions bien conscients du fait que nous avons 650 tours de transmission rien que pour la télévision, à quoi il faut ajouter la radio, et que ces tours vieillissent. Elles ont été essentiellement construites dans les années 70 pour desservir toutes les collectivités de 500 personnes ou plus. Cela faisait partie d'une politique du gouvernement appelée le plan de couverture accéléré. Nous savions que c'était un système peut-être conçu pour une époque différente, une époque où la plupart des gens recevaient la télévision par voie hertzienne.

La réalité d'aujourd'hui est que 90 p. 100 des Canadiens, à peu près, choisissent de payer pour recevoir la télévision par satellite ou par le câble, en grande mesure, et qu'ils pourront bientôt la recevoir par les sociétés de téléphone. Cette évolution produit une situation tout à fait particulière. Les régions qui étaient autrefois défavorisées, c'est-à-dire qui n'avaient qu'un service réduit de télévision, parfois même avec une seule chaîne, sont aujourd'hui celles qui reçoivent une multitude de canaux par ExpressVu or Star Choice. Là où les gens choisissent encore de recevoir la télévision par voie hertzienne, c'est surtout dans les collectivités urbaines. C'est une décision consciente de leur part, ou une décision d'ordre financier — parce qu'ils ne regardent pas la télévision, parce qu'ils ne souhaitent pas recevoir plus que Radio-Canada et CTV par voie hertzienne, ou parce qu'ils veulent simplement regarder les émissions d'information. Quoi qu'il en soit, c'est généralement une décision tout à fait consciente de leur part.

Le gouvernement ne nous a pas dit de remplacer les 650 tours, ce qui coûterait très cher, et nous ne sommes pas sûrs que ce serait la bonne politique. Aujourd'hui, alors que nous passons à l'ère du numérique et de la haute définition, nous pouvons atteindre 80 p. 100 de la population par voie hertzienne avec 42 tours, ainsi que la plupart des gens qui ont choisi de ne pas prendre le câble ou le satellite. Donc, nous ne privons personne en disant que c'est un modèle commercial rationnel. Si le gouvernement veut que nous remplacions toutes les tours, nous sommes prêts à le faire.

Si l'on me demandait mon avis, comme ancien bureaucrate et conseiller en politiques publiques, je dirais qu'il y a probablement de meilleures manières de dépenser notre argent qu'en remplaçant ce vieux système et en étant encore axé sur la diffusion plutôt que sur la production.

Donc, quand nous avons rencontré le CRTC, nous avons exposé ce qui nous semblait être une méthode responsable de donner accès à la télévision en haute définition par voie hertzienne à 80 p. 100 de la population. J'ajoute que TQS a annoncé son intention de construire au maximum un transmetteur de haute définition. Les autres diffuseurs sont aussi très préoccupés par les coûts. Tel était donc le thème de notre présentation, c'est-à-dire que nous avons essayé d'être raisonnables et rationnels eu égard au contexte économique et au fait que notre priorité est encore et restera la programmation.

Cela m'amène à la deuxième partie de votre question qui est de savoir comment nous éduquons le public sur la disponibilité de Radio-Canada. À bien des égards, c'est ce que les nouvelles technologies nous permettent de faire. Je dis parfois en plaisantant qu'il faut avoir des goûts particuliers pour apprécier la radio de Radio-Canada. Les moins de 50 ans n'ont pas ce genre de goûts. C'est quelque chose qui s'acquiert avec le temps. Je dois cependant reconnaître que je suis dans l'erreur, comme me le prouvent mes propres enfants et leurs amis. Il y a beaucoup de jeunes qui aiment la radio de Radio-Canada et nous prouvent aujourd'hui avec les iPods et la baladodiffusion qu'on peut avoir accès à cette radio avec les nouvelles technologies, en anglais et en français. C'est ça la solution. Nous devons utiliser toutes les nouvelles technologies. Évidemment, certaines d'entre elles disparaîtront et seront remplacées par d'autres mais notre rôle à nous est de dire aux Canadiens qu'ils peuvent avoir accès à nos émissions quand ils le veulent et non pas quand nous le voulons. De cette manière, nous continuerons à élargir notre public à long terme.

Si nous n'utilisons pas ces nouvelles technologies, nous y perdrons. Si quelqu'un veut voir un événement des Jeux olympiques sur le petit écran de son téléphone cellulaire, dans l'immédiat, nous devons le lui permettre. Pendant les derniers Jeux olympiques, la

société de téléphonie cellulaire et nous-mêmes avons constaté avec enthousiasme qu'un grand nombre de nouvelles personnes commençaient à regarder certains événements de cette manière puis continuaient sur un écran de télévision.

• (1035)

En ce qui concerne le financement, mon rêve est que nous puissions définir avec vous tous ce que vous attendez du radiodiffuseur public et quelles sont les lacunes actuelles du système canadien. J'estime en effet qu'il y a actuellement une lacune énorme. Le service aux communautés francophones hors Québec est un volet extrêmement important que nous devons fournir si nous croyons en l'avenir de notre pays, et c'est quelque chose qui doit être défini au-delà de la Loi sur la radiodiffusion, et être redéfini régulièrement ensuite, une fois tous les 10 ans, disons. Cela veut dire qu'il faut entreprendre l'évaluation au bout de la septième année, par exemple.

Cela dit, il y a toujours deux parties à un contrat. La première concerne le service attendu et la deuxième, la manière dont on le paye. Les deux éléments vont ensemble. À mon sens, la seule solution à long terme est que nous agissions tous ensemble.

Le président: Merci beaucoup.

M. Brown.

M. Gord Brown (Leeds—Grenville, PCC): C'est un plaisir de revoir nos témoins. Je faisais partie du comité qui s'était penché sur l'industrie du cinéma pendant la 38^e législature.

M. Charlie Angus: C'est un plaisir de vous revoir.

M. Gord Brown: Oui, et je suis récemment redevenu membre du Comité du patrimoine.

Lorsque vous aviez comparu devant le comité, à l'époque, nous avions discuté des projets d'avenir et l'on avait dit qu'il faudrait peut-être entreprendre une étude du rôle du radiodiffuseur public au XXI^e siècle. Je suis donc heureux d'arriver ici au moment où cette étude commence. À ce moment-là, toutefois, nous parlions beaucoup de certaines des émissions spécifiquement canadiennes produites par Radio-Canada, comme l'émission sur l'Avro Arrow et certains documentaires, comme *H₂O*.

Travaillez-vous actuellement sur d'autres projets de même nature? J'ai d'autres questions à poser mais je commence par celle-là.

• (1040)

M. Robert Rabinovitch: Richard, Sylvain.

M. Richard Stursberg: Oui. Notre priorité est de produire des émissions qui soient clairement canadiennes et qui soient intelligentes et populaires.

Il y a un an, nous avons produit une fiction documentaire sur la vie de René Lévesque. Nous en avons aussi produit une, qui a suscité certaines controverses, sur Tommy Douglas. Nous en avons produit une sur la Loi sur les mesures de guerre et les événements d'octobre 1970.

Nous pensons cependant qu'il y a beaucoup d'autres manières de parler de notre pays tel qu'il est. Je suis certainement très content de *Little Mosque on the Prairie* qui nous donne la possibilité de parler des relations entre la communauté musulmane et les autres mais d'une manière qui laisse de côté les stéréotypes et toute une série d'accusations que nous avons pu constater ces derniers temps. Nous avons pu produire dans ce contexte une comédie dans laquelle les gens se rencontrent dans la plénitude de leurs différences mais totalement comme êtres humains.

Ce qui est particulièrement fantastique au sujet de cette émission, c'est l'écho qu'elle a trouvé dans la population canadienne. J'ose dire que ce n'est pas seulement l'émission dont on parle le plus mais aussi celle qui connaît le plus de succès depuis les cinq dernières années. De fait, c'est devenu une sorte d'émission phare du Canada dans le reste du monde. CNN a envoyé Paula Zahn pour en parler. Elle a fait la première page du cahier des loisirs du *New York Times*. On en a parlé beaucoup en France et en Grande-Bretagne. La réaction de nombreuses personnes a été non seulement que c'est une émission intéressante parce qu'elle représente une manière spécifiquement canadienne d'aborder cette problématique mais aussi une manière que beaucoup d'autres auraient été dans l'impossibilité totale d'envisager.

Nous ne nous contentons donc pas de produire des fictions documentaires sur des événements historiques, nous abordons également les problèmes sociaux contemporains auxquels nous sommes confrontés, en le faisant d'une manière qui est populaire, intelligente et distrayante.

M. Gord Brown: Nous connaissons tous l'annonce de la ministre Oda sur les 60 millions de dollars et vous nous avez parlé un peu de ce que vous allez faire de 10 millions de cette somme. À quoi les Canadiens peuvent-ils s'attendre avec cet investissement additionnel pour le radiodiffuseur public?

M. Robert Rabinovitch: L'une des choses qu'il ne faut pas oublier est qu'il faut plusieurs années pour passer de l'idée à la réalisation de l'émission. Dans le passé, avec l'approbation de mon conseil, nous avons donné de l'argent à la radio et elle l'a utilisé pour produire des émissions très créatives et de nouvelles émissions, ce qui fait que le nombre de répétitions a considérablement baissé parce que nous lançons de nouvelles émissions. Nous essayons aussi de réaliser des émissions que nous disons « transculturelles », par exemple en couvrant un festival de jazz de Montréal en anglais et en français en même temps, comme nous l'avons fait il y a deux semaines.

Les 60 millions de dollars seront totalement consacrés à la programmation et à des émissions de cette nature. Ils permettront des émissions comme *Little Mosque on the Prairie*. Ils permettront de continuer cette émission une deuxième année.

Essentiellement, ce que nous ferons, c'est que nous répartirons l'argent entre les deux réseaux, à proportion de 60 p. 100 et 40 p. 100, à peu près, pour financer la réalisation de nouvelles émissions.

M. Gord Brown: Essayons maintenant d'imaginer l'avenir. À votre avis, quel serait le niveau optimal de financement annuel et qu'est-ce que les Canadiens pourraient en attendre?

M. Robert Rabinovitch: Je ne veux pas esquiver la question mais je ne vais pas vous donner de réponse.

M. Gord Brown: Je vous ai déjà demandé ça autrefois.

M. Robert Rabinovitch: Je pense que tout dépend des priorités que vous, parlementaires, voulez nous attribuer. Si vous voulez que

nous augmentions nos services régionaux, nous avons adressé au gouvernement un rapport indiquant que cela prendrait au minimum 120 millions de dollars. Si vous voulez desservir les 25 p. 100 de Canadiens qui ne reçoivent pas de service de radio local, cela coûterait environ 20 à 25 millions de dollars. Si vous voulez accélérer la diffusion en haute définition, cela pourrait coûter jusqu'à 100 millions de dollars.

Mon opinion personnelle est que c'est la programmation qui compte avant tout. Je vous rappelle que nous parlons actuellement de 60 millions de dollars. Je ne me plains pas mais ce n'est que 60 millions de dollars. C'est le même montant depuis six ans et ce sera le même pendant encore deux ans, dont l'année à venir. Or, la réalisation d'émissions coûte de plus en plus cher. Je crois qu'il faudrait au minimum 150 millions de dollars, uniquement consacrés à la programmation, pour que nous soyons bien positionnés sur ce plan.

Donc, je le répète, tout dépend de vos priorités. Parlons-en.

• (1045)

M. Gord Brown: D'accord. Merci.

Je viens de jeter un coup d'oeil au président qui est prêt à utiliser son couperet.

M. Robert Rabinovitch: Grave erreur.

M. Gord Brown: Merci beaucoup.

Le président: Merci. Je vous remercie de ce coup d'oeil de mon côté. C'était très gentil.

Avant de conclure cette séance, je tiens à remercier nos témoins.

Si certains membres du comité veulent poser d'autres questions, pourront-ils les envoyer par écrit à M. Rabinovitch? De cette façon, nous pourrions tous bénéficier des réponses.

Je vous laisse décider. Je sais que M. Kotto avait dit qu'il avait quelques autres questions.

J'espère que vous recevrez ces questions et que vous enverrez les réponses au comité.

M. Robert Rabinovitch: Absolument, monsieur le président. Nous vous y encourageons. Qu'on appelle ça la transparence ou autre chose, ce qui compte, c'est que vous ayez le plus d'informations possibles sur la manière dont nous travaillons. J'espère que vous aurez la possibilité de voir de plus près ce que nous faisons dans l'ensemble du Canada.

Finalement, si vous me permettez d'ajouter ceci, j'espère que nous aurons la possibilité de revenir discuter de ces choses-là ensemble une fois que vous aurez mis fin à vos audiences publiques.

Le président: D'accord. Merci.

J'attends toujours la fin pour faire un petit commentaire.

Certains d'entre nous avons lu la grande chance d'aller à Yellowknife visiter les locaux de Radio-Canada dans le Grand Nord ainsi que le studio de Vancouver.

Il me semble, comme à certains de mes collègues — et cela remonte même à notre examen de l'industrie cinématographique — qu'un des objectifs fondamentaux est de produire de bonnes émissions. Je me demande si l'on n'essaye pas de trop faire avec l'argent disponible. Au lieu d'avoir une diffusion 24 heures ou 18 heures par jour, on pourrait peut-être réduire cette période pour se concentrer plus sur la réalisation d'émissions de qualité. Ensuite, ces émissions pourraient être diffusées à des périodes différentes.

Quand je suis allé me coucher, à Vancouver, je me suis endormi en regardant la télévision et quand je me suis réveillé, vers trois heures du matin, Peter Manbridge présentait les nouvelles. C'est peut-être ça qui m'a fait me rendormir. Ou le bulletin de 10 heures avait été extrêmement long ou...

Je crois que ce serait une autre manière de faire plus avec l'argent disponible. Radio-Canada diffuserait plus d'émissions de qualité et raccourcirait peut-être sa journée de diffusion. C'est juste une idée.

Je vous remercie à nouveau d'être venus devant le comité.

Nous avons maintenant quelques questions internes à régler et nous allons le faire après une pause de cinq minutes.

Merci.

• (1050)

Le président: Nous reprenons la séance. Nous n'aurons probablement que cinq minutes car il y aura sans doute un autre comité dans cette salle dans un instant.

Nous avons reçu un avis de motion du 26 février 2007 de Mme Hedy Fry invitant le Comité permanent du patrimoine canadien à demander au Groupe de travail relatif au Fonds canadien de télévision de tenir des audiences publiques et, uniquement lorsque cela sera nécessaire, des séances à huis clos.

Si vous voulez vous exprimer sur cette motion, faites-le brièvement car nous n'avons que cinq minutes.

• (1055)

L'hon. Hedy Fry: J'aimerais intervenir.

Cette motion est très raisonnable. Elle ne dit pas que le CRTC a des visées répréhensibles mais il se trouve que, chaque fois qu'il publie un rapport mais ne tient que des audiences à huis clos, personne ne peut savoir qui est intervenu, ce qui a été dit, etc. De ce fait, nous ne savons pas si son rapport reflète vraiment ce qu'il a entendu.

Plus nous voyageons dans le pays, plus nous constatons que le public s'intéresse beaucoup à la radiodiffusion, au travail du CRTC et aux nouveaux médias numériques. Je crois que ce qui est demandé dans la motion procède simplement d'une bonne reddition de comptes. Tout ce qui est dit, c'est que le Parlement peut adresser une telle demande au CRTC. Le ministre ne le pourrait pas mais le Parlement le peut et c'est pourquoi je dis simplement que nous devrions dire au CRTC de tenir normalement des audiences publiques et de ne tenir d'audiences à huis clos que s'il estime que c'est indispensable pour protéger les témoins. Il pourra prendre la décision lui-même.

Le président: Très brièvement, M. Abbott puis M. Angus.

M. Jim Abbott: Nonobstant les remarques de mon amie, le fait est que cette motion constitue une interrogation sur la motivation du CRTC et qu'elle remet en doute sa compétence. C'est absolument déplorable.

Cela dit, j'aimerais que le greffier nous dise si le Comité permanent du patrimoine canadien a le pouvoir de formuler une telle demande. Si les membres du comité voulaient simplement faire une

suggestion, le gouvernement voterait contre, bien sûr, mais c'est à eux de décider. Pour le moment, je m'interroge uniquement sur cette notion de demande. Nous n'avons pas le pouvoir de demander quoi que ce soit au CRTC, n'est-ce pas?

Le président: Monsieur le greffier.

[Français]

Le greffier du comité: C'est une demande que le comité fait à la Chambre. Le Comité permanent du patrimoine canadien fait une demande au groupe de travail.

[Traduction]

Il s'agirait de l'expression d'un désir du comité.

M. Jim Abbott: Quand on « demande », on fait plus qu'exprimer un désir. La motion dit bien que le Comité permanent du patrimoine canadien « demande ». Or, le CRTC est totalement indépendant. Il est totalement indépendant du Parlement et, évidemment, de notre comité. Si cette motion est adoptée sous sa forme actuelle, on se moquera de nous.

Le président: M. Angus, très rapidement.

M. Charlie Angus: Je serai très bref.

Cette motion émane de la séance du 26 février 2007 lorsque nous discutons du Fonds canadien de télévision. On a eu amplement le temps depuis de s'occuper des diverses recommandations. La motion n'a pas été proposée à ce moment-là. Elle est présentée après le dépôt d'un rapport au Parlement. Si nous l'acceptons, cela remettra en question la crédibilité de notre comité puisque cela signifiera que nous voulons ajouter des éléments à des rapports déjà déposés devant le Parlement.

Deuxièmement, je pense que la motion remet en question la crédibilité du comité dans la mesure où elle a un relent d'ingérence politique dans le CRTC. Si nous nous opposons à ce que le ministre donne des instructions, comment pouvons-nous ensuite prétendre dire au CRTC comment faire son travail après que nous ayons déjà déposé notre rapport? C'est trop peu, c'est trop tard et ça ne devrait pas être accepté.

Le président: Merci.

L'hon. Hedy Fry: À titre d'information, monsieur le président, le député vient de dire que cette motion vient juste d'être déposée. Ce n'est pas exact. En fait, je l'avais proposée lorsque j'avais demandé à l'honorable député de l'examiner le jour même où il discutait de sa motion.

M. Charlie Angus: Vous n'étiez pas là, vous étiez partie. Le jour où nous en avons discuté, vous êtes partie.

L'hon. Hedy Fry: Puis-je terminer, monsieur le président? Merci.

Le jour où l'honorable député a déposé ses propres motions, que nous avons appuyées sans réserve, je lui ai demandé s'il envisagerait de modifier sa motion pour inclure ce que je propose. C'était déjà une motion écrite qui avait été envoyée. Il a dit non. Il a tout simplement refusé de l'envisager. Nous avons alors demandé de pouvoir traiter de la motion plus tard et on nous a dit que ce serait possible. Voilà pourquoi nous en discutons maintenant.

Le fait est que nous ne sommes pas le ministre. Le ministre et le ministère ne peuvent pas s'ingérer dans les activités du CRTC mais nous sommes le Parlement, ou ses représentants puisque nous sommes un comité où tous les partis politiques sont représentés et, par conséquent — Le CRTC est redevable devant le Parlement.

Il s'agit ici d'une motion de processus. Elle n'exprime aucun avis sur le CRTC. C'est simplement une question de reddition de comptes et de transparence.

● (1100)

Le président: Bien, nous avons entendu les divers arguments. Nous allons passer au vote sur la motion voulant que le Comité permanent du patrimoine canadien demande au Groupe de travail relatif au Fonds canadien de télévision de tenir des audiences publiques et, uniquement lorsque cela sera nécessaire, des séances à huis clos.

(La motion est rejetée.)

Le président: La séance est levée.

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

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

**Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante :
Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address:
<http://www.parl.gc.ca>**

Le Président de la Chambre des communes accorde, par la présente, l'autorisation de reproduire la totalité ou une partie de ce document à des fins éducatives et à des fins d'étude privée, de recherche, de critique, de compte rendu ou en vue d'en préparer un résumé de journal. Toute reproduction de ce document à des fins commerciales ou autres nécessite l'obtention au préalable d'une autorisation écrite du Président.

The Speaker of the House hereby grants permission to reproduce this document, in whole or in part, for use in schools and for other purposes such as private study, research, criticism, review or newspaper summary. Any commercial or other use or reproduction of this publication requires the express prior written authorization of the Speaker of the House of Commons.