



Chambre des communes
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC • NUMÉRO 016 • 3^e SESSION • 40^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 25 mai 2010

Président

M. Gary Schellenberger

Comité permanent du patrimoine canadien

Le mardi 25 mai 2010

•(1110)

[Traduction]

Le président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)): La séance est ouverte. Il s'agit de la séance numéro 16 du Comité permanent du patrimoine canadien. Conformément au paragraphe 108(2) du Règlement, nous étudions les médias numériques et émergents: possibilités et défis.

M. Rodriguez d'abord et ensuite Mme Lavallée.

[Français]

M. Pablo Rodriguez (Honoré-Mercier, Lib.): Je vous remercie, monsieur le président.

Étant donné qu'on doit débattre de motions recevables par le comité, notamment celle de Mme Lavallée, et par respect pour les témoins qui sont déjà ici, je me permets de suggérer, monsieur le président, comme le comité ne siège pas jeudi, que l'on prévoie tout de suite un moment pour débattre de ces motions, soit mardi prochain. D'ailleurs, on pourrait commencer par cela et, de cette façon, ce serait réglé. On reporterait ces discussions par respect pour les témoins présents aujourd'hui et, en même temps, on s'assurerait de traiter des motions.

[Traduction]

Le président: Madame Lavallée.

[Français]

Mme Carole Lavallée (Saint-Bruno—Saint-Hubert, BQ): En effet, si on fait l'étude des motions au début de la rencontre de mardi prochain durant une période de temps raisonnable, de 10 à 15 minutes — je pense que M. Del Mastro veut en débattre —, ce serait acceptable, même si les règlements prévoient qu'on devrait en discuter aujourd'hui.

[Traduction]

Le président: Monsieur Del Mastro.

M. Dean Del Mastro (Peterborough, PCC): Merci, monsieur le président.

Je pense qu'il s'agit là d'un compromis raisonnable pour étudier ces motions.

Je veux préciser aux fins du compte rendu qu'encore une fois notre comité commence à 11 h 14. Cela est inacceptable. Le comité précédent n'a quitté la salle que bien après 11 h 5. Cela ne nous donne pas suffisamment de temps pour nous installer. Nous avons des témoins ici aujourd'hui. Nous avons déjà un horaire chargé. Nous avons des motions qu'un membre du comité voudrait que nous examinions. Au fait, notre Règlement lui donne le droit de discuter de ces motions, et nous devons faire des compromis pour faire tout ce que nous avons à faire.

Je veux attirer officiellement l'attention de l'instance qui supervise les comités pour souligner que cela ne fonctionne toujours pas et que

nous avons besoin de résoudre la question. Cet autre comité devrait commencer 15 minutes plus tôt qu'il ne le fait à l'heure actuelle.

Le président: Encore une fois, nous allons nous en charger. Je croyais que cela avait été réglé. Nous enverrons une lettre aux whips afin de nous en assurer. Nous avons envoyé une lettre il y a deux semaines. Nous en enverrons une autre.

M. Pablo Rodriguez: La lettre n'a pas encore été livrée.

Le président: Oui.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD): J'appuie entièrement M. Del Mastro. Nous avons déjà soulevé le problème par le passé. Nous faisons une étude assez intensive et le fait de ne pas avoir la possibilité de questionner de façon exhaustive les témoins est un manque de respect à leur égard.

Par ailleurs, je suis d'accord pour que l'on traite de la motion mardi prochain. M. Del Mastro a raison; Mme Lavallée est dans son droit lorsqu'elle demande que la motion fasse l'objet d'un débat maintenant. Je pense cependant que si nous travaillons tous ensemble et que pour traiter de la motion nous avons besoin d'au moins 15 minutes, il faut prévoir le faire sans utiliser le temps qui était prévu pour entendre nos témoins aujourd'hui.

Le président: Très bien.

Madame Dhalla.

Mme Ruby Dhalla (Brampton—Springdale, Lib.): Je voudrais appuyer ce que Dean a dit également. Je pense que c'est la troisième ou la quatrième fois que nous en parlons, et la situation n'a pas changé. Si cela est nécessaire, je suis certaine que d'autres membres du comité seraient également d'accord pour changer de pièce, ou le comité de l'industrie pourrait peut-être le faire, de sorte que nous puissions en arriver à un compromis et commencer la séance à l'heure.

•(1115)

Le président: Madame Lavallée.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je rajoute la voix du Bloc québécois à celle des autres partis. Je vais en parler personnellement au whip du Bloc québécois, en plus de la lettre que vous enverrez. Si chacun fait la même chose, cela va éventuellement changer.

Je vous remercie.

[Traduction]

Le président: Si cela ne fonctionne pas, je vais fabriquer une pancarte et manifester devant les édifices du Parlement jusqu'à ce que les horaires de nos séances soient modifiés.

M. Charlie Angus: Vous devriez porter un petit costume de phoque. Cela est très efficace.

Des voix: Oh, oh!

Le président: Il ferait vraiment très chaud dans un tel costume aujourd'hui.

Désolé, mais encore une fois nous souhaitons la bienvenue à nos témoins et nous nous excusons. Il faudra quelque peu modifier la durée de vos exposés et des réponses, mais le temps sera partagé entre les deux. Cette séance sera écourtée d'environ sept minutes.

De l'Association des bibliothèques de recherche du Canada, nous recevons Ernie Ingles, et de Magazines Canada, nous recevons Mark Jamison et Jocelyn Poirier, directeur.

Monsieur Ingles d'abord.

M. Ernie Ingles (président, Vice-Recteur et bibliothécaire en chef, Université de l'Alberta, Association des bibliothèques de recherche du Canada): Merci beaucoup, monsieur le président. Je suis ravi d'être ici.

Le jour, je suis vice-recteur et bibliothécaire en chef à l'Université de l'Alberta, mais je suis ici pour représenter l'Association des bibliothèques de recherche du Canada, dont je suis le président.

Notre organisation compte 29 des plus grandes bibliothèques universitaires au pays, de même que trois organisations fédérales: l'Institut canadien de l'information scientifique et technique, Bibliothèque et Archives Canada et la Bibliothèque du Parlement. Bien que ces trois dernières institutions ne prennent pas part à nos efforts de revendication, elles font quand même partie du réseau dont le but est de fournir aux Canadiens du contenu de recherche à des fins d'utilisations diverses.

Au cours de nos plus de 30 années d'existence, nous sommes devenus un partenaire dans le domaine de la recherche et de l'enseignement supérieur. Nous favorisons des activités de communication scientifique durables et efficaces. Nous faisons la promotion des politiques gouvernementales, encourageons la recherche de même qu'un accès généralisé à l'information scientifique.

Au fil des années, nous avons accompli notre mandat par le biais d'organisations essaimées. Dans le cadre de l'exposé d'aujourd'hui, nous parlerons de l'Institut canadien de microreproductions historiques, le Réseau canadien de documentation pour la recherche et une organisation qui s'appelle *Canadiana.org*.

Nous sommes heureux d'avoir l'occasion de participer à la séance d'aujourd'hui. Les questions dont vous êtes saisis sont importantes, surtout pour nous. S'il est vrai que notre temps est limité aujourd'hui, nous vous présenterons un mémoire exhaustif qui abordera certains points dont je ne ferai pas mention aujourd'hui. Mais il y a assurément des secteurs qui sont importants pour vous, des questions comme celle des dépôts numériques, des bibliothèques oeuvrant à titre d'éditeurs de documents numériques et, plus important encore, j'y reviendrai plus tard, l'archivage du contenu numérique.

Aujourd'hui, je traiterai surtout de la question numéro cinq de votre document, qui porte sur le contenu numérique et surtout sur le lien entre le contenu numérique et nos utilisateurs, c'est-à-dire les Canadiens de tous les milieux socio-économiques, et sur le fait qu'il faut veiller à ce que ces personnes aient accès aux médias numériques et émergents.

Il ne fait aucun doute que l'Association des bibliothèques de recherche du Canada encourage le gouvernement à continuer ses efforts visant l'expansion du réseau à large bande dans les régions rurales et les collectivités du Nord pour que tous les Canadiens aient accès à ce service. Nous encourageons le gouvernement fédéral à poursuivre son programme visant à veiller à ce que les bibliothèques publiques soient dotées d'ordinateurs que les usagers peuvent utiliser

pour élargir leurs connaissances et réaliser leur engagement civique, surtout dans les zones rurales et dans les régions du Nord.

Nous incitons aussi le gouvernement à continuer à appuyer la multiplication de bibliothèques et d'archives partout au pays par le truchement des programmes d'institutions et d'organisations comme Bibliothèque et Archives Canada et l'Institut canadien de l'information scientifique et technique (ICIST). Ces deux organisations sont extrêmement importantes pour notre bien-être.

Tous ces programmes sont importants et fournissent des moyens aux chercheurs, professeurs, étudiants et Canadiens en général et leur permettent d'obtenir l'information dont ils ont besoin dans le cadre de leur recherche, de leur éducation et de leur activité de perfectionnement.

Mais l'accès au contenu numérique n'est qu'un facteur dans l'équation numérique. L'Association des bibliothèques de recherche du Canada est depuis longtemps d'avis que le gouvernement a un rôle direct à jouer dans la fourniture de contenu numérique aux Canadiens et, de ce fait, dans la protection des documents actuels pour les générations à venir en numérisant le patrimoine documentaire du Canada.

Si vous ne retenez qu'une chose de mon exposé aujourd'hui, ça devrait être que le gouvernement du Canada doit assumer un rôle de leader en préservant le patrimoine canadien et, de ce fait, doit investir dans la numérisation du patrimoine documentaire du Canada.

Nombre d'entre vous connaissez bien Tom Jenkins, de Open Text. C'est un entrepreneur canadien qui fait partie de notre équipe. Il siège au conseil de *Canadiana.org*. Il y a environ un an, il a été cité dans *The Globe and Mail*. Il a affirmé que:

« une grande partie de la production créative et des connaissances du Canada reste sur des tablettes, dans des livres, des revues, des publications gouvernementales, des rapports de recherche, des films, des productions télévisées et des archives. Moins de un pour cent de ces documents se trouvent en ligne. Nous devons mobiliser nos ressources et nos connaissances en appuyant la création de nouveau contenu. »

La numérisation du patrimoine documentaire du Canada suscite l'intérêt de l'Association des bibliothèques de recherche du Canada depuis longtemps. Les bibliothèques de recherche canadiennes sont responsables de la préservation à long terme de ce patrimoine et de le rendre accessible aux Canadiens. La numérisation est l'approche qui nous permettra d'atteindre ces deux objectifs.

Le patrimoine documentaire du Canada se trouve sous forme papier ou autre support semblable dans des bibliothèques, archives, musées et autres établissements. Il n'existe que quelques copies de documents plus anciens et celles-ci sont souvent extrêmement fragiles.

● (1120)

Après la numérisation, la durée de vie de l'original augmente énormément et l'information qu'il contient peut survivre même si l'original est détruit. La préservation des documents par la numérisation comporte certaines difficultés, bien sûr, mais elles sont plus surmontables que celles associées à la préservation de l'artefact en tant que tel.

Permettez-moi de dire en passant que sous la direction de Bibliothèque et Archives Canada et sous l'impulsion de beaucoup de mes collègues et des bibliothèques de l'association, nous élaborons un réseau de ce que nous appelons des dépôts numériques fiables partout au Canada qui pourront recevoir le genre de documents que nous vous demandons aujourd'hui d'aider à créer.

La numérisation du patrimoine documentaire canadien a pour principale raison de faciliter son accès pour les Canadiens et les autres intéressés au Canada ainsi que son usage. Il peut être difficile ou coûteux pour un chercheur de consulter des documents dispersés dans beaucoup de bibliothèques et d'archives. Les prêts interbibliothèques de documents rares ou fragiles sont souvent impossibles et les déplacements nécessaires pour les consulter sur place coûtent parfois trop cher. Beaucoup d'entre vous le reconnaîtront, du moins je l'espère.

Ce même objectif a été exprimé par une commission royale du gouvernement en 1976 qui s'est penchée sur la même situation que celle qui existe aujourd'hui, envisageant cependant un autre médium. À l'époque, on pensait à préserver les documents sur microforme. Le but était cependant le même: mettre les documents patrimoniaux canadiens à la disposition de tous les Canadiens.

Beaucoup de projets sont déjà en cours. Je ne voudrais pas que vous croyiez qu'on n'avance pas sur ce plan. Bibliothèque et Archives Canada a numérisé beaucoup de documents gouvernementaux canadiens. Votre Bibliothèque du Parlement a numérisé les Débats de la Chambre des communes et du Sénat de pratiquement tout le XX^e siècle.

Les bibliothèques de l'Université de Toronto travaillent avec d'autres institutions, dont l'Université de l'Alberta pour laquelle je travaille, pour numériser des millions de volumes tombés dans le domaine public. L'Université de l'Alberta a entrepris de numériser 30 millions de pages de documents canadiens anciens, publiés avant 1923. La Bibliothèque et les Archives nationales du Québec ont numérisé de nombreuses collections de documents en français. L'Université Simon Fraser s'est dotée d'un projet plus spécialisé, la numérisation de documents publiés au sujet de différentes catégories d'immigrants au Canada.

Beaucoup de projets sont en cours, mais le mot « numérisation » désigne beaucoup de processus différents. Je ne vais pas tous les expliquer aujourd'hui car c'est une question assez complexe et difficile. Il faut établir ce que l'on appelle les « métadonnées » afin de pouvoir repérer des choses, indexer le texte lui-même et faire en sorte qu'on puisse repérer tous ces éléments en ligne. Évidemment, ce ne sont pas des opérations faciles.

Mais il s'agit dans tous les cas d'excellents projets qui sont en quelque sorte des précédents dont on peut s'inspirer pour concevoir un projet national auquel contribueraient de nombreux établissements. Vous vous doutez bien que ces projets ne représentent qu'un très faible pourcentage de la montagne de documents qu'il faut encore préserver, et dont le nombre s'élèverait à quelque 40 millions de titres. Nous ne pouvons même pas évaluer le nombre de manuscrits ou de documents d'archives qu'il faudrait numériser.

Le gouvernement fédéral a bien entendu contribué à ces activités et nous en remercions le ministère du Patrimoine canadien. Ainsi, l'Association des bibliothèques de recherche du Canada a reçu une subvention de 200 000 \$ pour mettre au point un logiciel qui aide dorénavant toutes nos bibliothèques à faire ce que je viens de décrire: attribuer des métadonnées à des collections numérisées. Je pense même que certains d'entre vous, du moins c'est le cas de M. Uppal, étaient présents au lancement de ce projet il y a environ un an. Ce logiciel s'avère extrêmement précieux.

Mais il y a quelque chose d'ironique et pour tout dire de triste dans cette affaire. Dans le cas de certains des projets que j'ai évoqués, celui de l'Université de l'Alberta par exemple et de l'Université de Toronto, la plupart des ressources consacrées à la numérisation de documents patrimoniaux canadiens proviennent d'un philanthrope

américain et non pas de sources canadiennes ou du gouvernement canadien.

Je pense qu'il faudrait investir un peu plus d'argent. Nous ne voulons pas un fiasco à la Google, où il faudrait numériser notre patrimoine et ensuite le racheter. Nous voulons éviter cette situation dans la mesure du possible.

La nécessité de numériser le document est mentionnée dans la consultation numérique récemment lancée. Nous avons l'intention d'exprimer d'autres observations dans le cadre de ce processus.

● (1125)

Nous croyons également, toutefois, que l'élaboration et la commercialisation de services à valeur ajoutée concernant les collections pouvaient offrir des possibilités de recouvrement des coûts, et très certainement des occasions d'établir des partenariats avec le secteur privé.

Nombre de documents que j'ai énumérés il y a quelques minutes sont utilisés par des éditeurs scolaires et divers intervenants du milieu des médias pédagogiques qui tirent parti de ce que nous avons déjà numérisé. On ne peut que présumer que plus il y aura de contenu disponible, plus on créera de débouchés pour ce genre de partenariats et d'éditeurs du secteur privé. Il s'agit d'une vaste industrie à laquelle nous pensons pouvoir contribuer.

La mise en ligne de nos innombrables documents historiques nationaux serait d'une aide précieuse pour le secteur créatif, puisque cela permettrait aux écrivains et aux autres créateurs d'économiser temps et effort, tout en encourageant la création culturelle au Canada et au sujet du Canada.

J'aimerais aborder brièvement la question du droit d'auteur. Les bibliothèques de recherche sont convaincues et soutiennent que les créateurs doivent être rémunérés pour leur travail. Aujourd'hui, lorsqu'on vous parle de numérisation rétrospective, on vise surtout les documents qui ne sont plus protégés par le droit d'auteur. Toutefois, sachez que l'ABRC verse annuellement environ 250 millions de dollars aux créateurs et aux éditeurs, puisqu'elle utilise leur matériel, l'achète, et paie des redevances aux diverses sociétés de gestion collective du Canada.

Notre association a participé aux consultations gouvernementales et vous fournira volontiers un exemplaire de ses observations. Nos bibliothèques veulent prendre part à la discussion que suscitera le dépôt par le gouvernement — sous peu, semble-t-il — d'un nouveau train de mesures visant à réformer le droit d'auteur.

Nous tenons à remercier le comité du patrimoine de nous avoir invités à comparaître aujourd'hui. Nous vous sommes reconnaissants de nous avoir donné l'occasion de souligner l'engagement des bibliothèques de recherche du Canada en matière d'utilisation, de dissémination et même de création de médias numériques. Nous répondrons avec plaisir à vos questions.

Merci.

Le président: Merci.

Passons maintenant à Magazines Canada. Qui prendra la parole?

M. Mark Jamison (directeur général, Magazines Canada): Ce sera moi. Merci, monsieur le président.

Je m'appelle Mark Jamison, et je suis directeur général de Magazines Canada. Je suis accompagné de Jim Everson, notre directeur exécutif des affaires publiques. Mon collègue, Jocelyn Poirier, est malade et regrette de ne pouvoir être présent. Jocelyn est membre du conseil d'administration de Magazines du Québec, ainsi que de celui de Magazines Canada, et il est président du groupe TVA; malheureusement, il est malade et ne pouvait se joindre nous.

Nous sommes ravis que le comité mette l'accent sur les médias numériques, que les éditeurs de magazines ont adoptés. Nous vous remercions de nous recevoir.

Au fil des années, les Canadiens ont grandement bénéficié des politiques fédérales progressistes dans le secteur des magazines. À mesure que l'économie numérique et la demande des consommateurs évoluent, les politiques doivent s'adapter pour continuer à répondre aux besoins des lecteurs canadiens.

Nous aimerions prendre quelques minutes pour vous parler de la situation actuelle des magazines et de ce que leur réserve l'avenir. Sur les écrans s'affichent des diapositives en français et en anglais.

Tout d'abord, j'aimerais vous glisser quelques mots au sujet de l'industrie et de Magazines Canada. Notre association nationale fournit des conseils et des services de commercialisation et de perfectionnement professionnel aux magazines canadiens dans le domaine de la consommation, de la culture et des affaires. Nos membres sont surtout des éditeurs indépendants situés aux quatre coins du pays, et publient leurs magazines en français, en anglais, dans des langues autochtones et bien d'autres.

Les magazines membres sont de propriété et de contrôle canadiens, et nous tenons à insister là-dessus. En outre, la plupart publient un contenu canadien dans une proportion de 80 p. 100 et plus. Ensemble, nous livrons plus de 700 millions de magazines imprimés chaque année et attirons des millions de lecteurs en ligne. L'industrie canadienne du magazine, dont le chiffre d'affaires s'élève à 2,2 milliards de dollars, emploie directement et indirectement quelque 13 000 personnes, ce qui comprend les créateurs — écrivains, concepteurs, illustrateurs, et ainsi de suite.

Y a-t-il un problème avec les diapositives en français?

• (1130)

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je voudrais interrompre M. Jamison parce qu'on ne peut pas suivre.

Ici, c'est encore en anglais.

[Note de la rédaction: difficultés techniques]

[Traduction]

Le président: Peut-on voir les écrans?

D'accord, nous avons le français de ce côté-là. ceux qui sont assis de ce côté et qui voudraient voir les diapositives en anglais peuvent se déplacer un peu, elles sont affichées.

Si cela vous convient, nous allons poursuivre. Allez-y.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Monsieur le président, le principe de distribuer des documents en français et en anglais a été respecté. Le principe a été respecté. L'objectif n'est peut-être pas atteint, mais le principe est respecté. Alors, on va s'en contenter.

[Traduction]

Le président: Très bien, merci. Nous sommes en plein dans le monde numérique à l'heure actuelle. C'est pourquoi nous tenons cette séance afin de pouvoir corriger les choses.

Poursuivez votre exposé je vous prie. Je suis désolé du retard. Nous allons certainement finir par régler les petits pépins.

M. Mark Jamison: Nous soulignons que bien que nous apprécions l'investissement du gouvernement et que cet investissement est important, l'ensemble des investissements des différents ordres de gouvernement dans l'industrie du magazine au Canada représente collectivement moins de 4 p. 100 de la valeur de l'industrie.

La politique fédérale relative aux magazines est efficace. Au fil des ans, le Canada a élaboré et peaufiné cette politique sur les magazines de sorte qu'il en découle toute une série d'outils raffinés. Dans une économie numérique, ces outils devront être perfectionnés, mais pas remplacés.

D'une part, nous avons un faible niveau d'investissement gouvernemental qui a généré un niveau élevé de succès. D'autre part, nous avons un marché mondial complètement ouvert pour les magazines du Canada et dans le cadre duquel les maisons d'édition canadiennes ont réussi. Pour s'assurer que cette réussite se poursuive dans l'économie numérique, il faudra actualiser et peaufiner les outils actuels dont nous disposons, et ne pas les remplacer.

Lorsque nous disons que la politique fédérale est efficace, en voici la preuve. Le nombre de magazines canadiens continue de croître. Les Canadiens veulent du contenu canadien, et les magazines le leur donnent. En répondant aux intérêts des lecteurs, les magazines se font le moteur de l'activité économique partout au Canada et ils créent des emplois de haute qualité.

Les Canadiens dépensent environ 41 p. 100 de leur argent sur des titres canadiens lorsqu'ils achètent des magazines. Les magazines canadiens possèdent également 80 p. 100 du marché des abonnements au Canada. Cela se compare très favorablement, par exemple, au temps cinématographique et au temps télévisuel dédiés au contenu canadien.

Sur ce tableau on peut voir que la croissance des magazines imprimés au cours des 10 dernières années a augmenté parallèlement à celle d'Internet. Malgré le ralentissement économique, le nombre des lecteurs de magazines est demeuré très stable.

En outre, tout le monde lit des magazines. Un thème commun de discussion fait état du fait que les jeunes abandonnent les médias imprimés, mais rien n'est plus faux. En fait, les jeunes âgés de 18 à 24 ans constituent la plus grande frange du lectorat de magazines imprimés. Comme vous pouvez le voir, c'est assez stable dans l'ensemble de tous les groupes d'âge.

Toutefois, comme les Canadiens exigent davantage d'accès et de contenu canadiens et de façons nouvelles, les maisons d'édition de magazines réagissent en conséquence. Comme le temps passé sur Internet augmente, le temps passé à consommer d'autres types de médias changera également. Les marques de magazine répondent aux attentes des Canadiens en créant du contenu enrichi sur les sites Web, dans des blogues, au moyen de Twitter, et de Facebook et dans tous les nouveaux outils de communication qui seront inventés la semaine prochaine et dont nous n'avons pas encore eu vent. Nous voulons vous montrer comment tout cela progresse.

Voici un exemple de la capacité des Canadiens de travailler ensemble. Magazines Canada a lancé un kiosque numérique vers la fin de l'an dernier. Ce kiosque offre 145 titres dans les deux langues officielles et la réponse des lecteurs va croissant; ce projet est soutenu en partie par le Fonds du Canada pour les périodiques. Cela démontre bien comment ce partenariat entre les secteurs public et privé peut obtenir des résultats dans une économie numérique.

Le kiosque numérique et les sites Web connexes offrent au Canada des options quant à l'accès au contenu créé par des Canadiens. Ces formats numériques permettent également aux éditeurs d'améliorer le contenu de base avec des liens à des sites Web reliés, qu'il s'agisse d'information gouvernementale ou de possibilités d'affaires, notamment.

Les nouvelles plates-formes permettent aux petits éditeurs d'avoir accès à un plus grand marché à la fois au Canada et à l'étranger. Nos magazines diffusent partout dans les médias numériques les pratiques commerciales et culturelles du Canada, les initiatives des collectivités ainsi que les diverses idées en matière de politique. Prenons par exemple *Sky News*, un petit magazine imprimé basé à Belleville en Ontario. Ce magazine porte sur l'astronomie et comprend un lectorat très fidèle d'environ 5 000 personnes par numéro. C'est typique pour un petit magazine de créneau. Voyez ce qui se passe dans le monde numérique: ce magazine attire maintenant des mordus d'astronomie de partout dans le monde.

Le contenu canadien de qualité a toujours été exportable, et maintenant dans un monde numérique il l'est encore davantage. Ce kiosque numérique en est encore qu'à ses débuts, mais il ouvre déjà des portes pour des magazines de toutes sortes leur permettant d'atteindre davantage de lecteurs à la fois au Canada et à l'étranger. Ce concept ne peut que croître grâce aux bonnes initiatives publiques et privées, et nous remercions le Fonds du Canada pour les périodiques de son aide à cet égard.

Malheureusement, Jocelyn ne pouvait pas être ici, mais je dois vous parler un peu de *Clin d'oeil*. C'est une marque de commerce d'un magazine qui a fait ses preuves et qui a une forte part de marché au Québec. Il s'agit d'un magazine de mode et de beauté qui brille de bien des façons différentes. En particulier, par exemple, le magazine est en outre devenu un diffuseur; ce n'est plus tout simplement un magazine. Il participe à toutes les activités sur Twitter, contribue à divers blogues et à tout ce que vous pouvez vous imaginer mais c'est également le diffuseur d'une série Web appelé *Comment survivre aux week-end?* Cette série, qui en est à sa deuxième saison, a été téléchargée près de 1,6 million de fois. La trame de la série provient des articles du magazine et elle contient également d'autres éléments connexes. Le magazine offre également d'autres trames et de la musique. C'est un exemple typique de la voie vers laquelle se dirigent les magazines. Ils deviennent des portails pour toutes sortes de contenus: le cinéma et la musique ainsi que de longs articles de journalisme de magazine.

• (1135)

Quand on parle de plates-formes, il faut inclure les activités en face à face, c'est ce que fait *Cottage Life* en Ontario. Ce qu'on remarque ici c'est la valeur qu'un magazine comme *Cottage Life* apporte aux entreprises qui font de la publicité dans ses pages, et c'est vrai pour beaucoup de magazines. Étant donné que ce magazine est lu par des propriétaires de chalet, il attire de la publicité de la part d'entreprises canadiennes intéressées par ce marché, tout comme son émission. Les personnes de la collectivité qui s'est bâtie autour de ce magazine font beaucoup d'affaires. Sans le magazine, son émission en direct, sa présence sur le Web ainsi que sur d'autres plates-formes, un bon nombre de Canadiens commanderaient par la poste à des entreprises américaines leurs fournitures pour leur chalet plutôt que de les acheter chez des entreprises canadiennes. Il faut vraiment insister là-dessus: la valeur des marques de commerce et la facilitation du commerce.

La marque *Alberta Venture* est un véritable géant de l'édition régionale qui fait affaire directement avec les entreprises et directement avec les consommateurs. À partir de plates-formes

multiples elle est le moteur du commerce, elle célèbre le leadership commercial de l'Alberta et fait la promotion d'Albertains qui font preuve d'excellence. Les lecteurs de partout au Canada apprécient également cette marque de commerce qui les informe sur des questions et des innovations ayant trait aux hommes d'affaires albertains.

Je vais terminer avec *Hockey News*, parce que apparemment les Canadiens aiment le hockey, c'est-à-dire jusqu'à hier soir. *Hockey News* joue un rôle important dans la vie des amateurs de hockey qui reçoivent des informations actualisées, le pointage le plus récent, etc., directement sur leur assistant numérique personnel. Ces téléchargements sur assistant numérique représentent environ 500 000 téléchargements sur les 4,5 millions de pages qui sont téléchargées mensuellement sur l'ensemble des plates-formes.

Alors, dans un monde de plates-formes numériques et d'information imprimée, en ligne, diffusée à la télévision, à la radio et sur des iPads mobiles, où se trouve le contenu canadien pour les Canadiens? D'emblée, examinons cette question pour une minute. On peut laisser de côté *American Idol*; cinq magazines canadiens dépassent largement les cotes d'écoute d'émissions de télévision américaines très populaires comme *American Idol*. Des millions et des millions de personnes lisent les magazines canadiens.

Pourquoi réussissons-nous si bien? Encore une fois, c'est en raison du contenu canadien. Et nous avons réussi dans un marché très compétitif. Il faut souligner que plus de 100 titres sont offerts au Canada, il s'agit de magazines de tout genre, étrangers ainsi que domestiques, et nous faisons concurrence dans un marché mondial ici au Canada.

Nous pensons que cela découle essentiellement du Fonds du Canada pour les périodiques, qui existe maintenant sous une nouvelle forme. Il a été remanié pour permettre aux créateurs de contenu de magazine de jouir suffisamment de souplesse pour gérer leur fonds de façon stratégique, par exemple, pour gagner des lecteurs canadiens et internationaux au moyen de contenu canadien sur de multiples plates-formes numériques. Nous pensons que c'est la clé du succès. Et nous voudrions à l'avenir qu'il soit renforcé. Nous voudrions qu'il conserve son niveau de financement actuel, y compris les 15 millions de dollars prévus dans ces négociations par le gouvernement du Canada. Nous voudrions que ce soit renouvelé.

En terminant, pour réussir dans une économie numérique, nous voudrions le maintien d'un Fonds du Canada pour les périodiques renforcé. Nous pensons que le Conseil du Canada fait un excellent travail pour la transition vers un monde numérique. Nous voudrions que le droit d'auteur soit modifié en faveur des créateurs pour qu'ils restent au Canada et aussi pour faciliter l'accès des utilisateurs canadiens et internationaux au contenu canadien.

Nous pensons que le perfectionnement professionnel est absolument essentiel pour nous aider à être concurrentiels à l'ère numérique. Nous croyons aussi qu'il faut soutenir les collectifs industriels pour favoriser des initiatives de commercialisation, de distribution et de monétisation innovatrices qui s'avéreront très utiles.

En terminant, nous vous remercions du temps que vous nous avez consacré. Nous sommes reconnaissants envers le gouvernement du Canada pour son investissement, et nous vous invitons à vous joindre aux Amis des magazines canadiens dans l'une des deux langues officielles.

Merci.

•(1140)

Le président: Merci.

Nous allons maintenant passer aux questions. Nous procéderons à une série de questions d'une durée de cinq minutes chacun.

Monsieur Rodriguez, veuillez commencer.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Je vous remercie, monsieur le président.

Bonjour et bienvenue. Je vous remercie d'être ici.

Je vais commencer par vous, monsieur Jamison. Ce sont des chiffres impressionnants et intéressants. Je suis même surpris parce qu'on entend souvent dire qu'en cette ère numérique, il y a moins d'espace pour les magazines imprimés, que les gens se dirigent de plus en plus vers Internet, vers ce qui est numérisé.

Cependant, vous nous racontez une autre histoire, c'est une bonne nouvelle que j'entends aujourd'hui. L'Association des éditeurs de magazines canadiens présente aujourd'hui une bonne nouvelle.

[Traduction]

M. Mark Jamison: C'est une bonne nouvelle. Il y a des statistiques à l'appui. Je pense que nous évaluons beaucoup ce que les gens perçoivent comment étant la réalité. Mais en fin de compte, le fait est que l'imprimé est en aussi bon état aujourd'hui qu'il l'a été au cours des cinq dernières années, et on prévoit qu'au cours des trois à cinq prochaines années le déclin ne sera qu'environ de 1,3 p. 100 pour ce qui est de l'achat des magazines imprimés.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Ça me surprend aussi, lorsque vous faites référence au groupe d'âge, d'apprendre que des jeunes consomment aussi beaucoup les magazines.

Quel type de magazines les jeunes près de la vingtaine consomment-ils?

[Traduction]

M. Mark Jamison: Tous les magazines, certainement tous les magazines canadiens, visent des créneaux précis, c'est-à-dire qu'ils choisiront des sujets qui intéressent certains groupes d'âge particulier. Ce qui est intéressant, c'est que les magazines sur la technologie et l'informatique sont très populaires et les jeunes en lisent beaucoup. Le Canada ne se spécialise pas dans les magazines sur les célébrités, mais nous avons certainement de nombreux intérêts, notamment l'histoire du Canada et différents produits créneaux.

Les jeunes ne semblent pas se limiter à un domaine particulier, mais ils ont leurs propres intérêts, notamment le magazine d'astronomie que j'ai mentionné.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Merci.

Monsieur Ingles, je vais parler un peu de la question du droit d'auteur. C'est un peu technique, mais je fais référence à des éléments que vous et le représentant de l'Association des bibliothèques de recherche du Canada avez mentionnés.

Vous dites que vous préconisez la solution « avis et avis »; en anglais, c'est « *notice and notice* ». Est-ce bien exact?

•(1145)

[Traduction]

M. Ernie Ingles: Désolé, je ne sais pas exactement ce que vous voulez dire par « avis et avis ».

[Français]

M. Pablo Rodriguez: « *Notice and notice* », c'est « avis et avis » c'est-à-dire que dans le cas où le droit d'auteur est violé, un avis est envoyé.

J'ai ici un texte qui dit que vous préconisez « une solution dite « avis et avis » dans les cas de mauvaise utilisation possible de documents protégés par le droit d'auteur sur Internet. Un FSR ne devrait pas avoir à « supprimer » un site Web pouvant contenir des documents protégés ».

Ce que je viens de lire se trouve dans vos documents. Est-ce que vous vous situez?

[Traduction]

M. Ernie Ingles: J'ai bien peur que non. Je reviendrai là-dessus.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Je parle de toute la question de l'utilisation équitable.

[Traduction]

M. Ernie Ingles: Oui. Je tente de songer à une façon de l'expliquer — de manière à ce que je puisse moi-même comprendre.

J'imagine que lorsqu'il est question des droits d'auteur, les avis sont partagés. J'ai bien peur que l'une des choses qui va se produire lorsque la nouvelle loi entrera en vigueur, c'est que personne ne sera entièrement satisfait.

Je crois fermement au principe d'utilisation équitable, particulièrement dans le contexte de nos membres, qui est un contexte éducationnel, fondé sur la recherche — l'Association des bibliothèques de recherche du Canada fait partie du vecteur universitaire au pays. Nous estimons que grâce à divers mécanismes, dont le moins important n'est pas l'article sur l'utilisation équitable contenu dans la Loi sur les droits d'auteur en ce qui concerne les études et la recherche privées, etc., de façon générale nous sommes en conformité avec la Loi sur les droits d'auteur dans sa forme actuelle. Cependant, que nous soyons ou non en conformité, nous appuyons l'application équitable des sociétés de gestion collectives en ce qui concerne le tarif. Par ailleurs, pour ce qui est de bon nombre de nos licences numériques, en fait, pour presque toutes nos licences numériques — nous négocions et nous acquitons les droits pour faire le genre de choses qui doivent être faites, à notre avis.

[Français]

M. Pablo Rodriguez: Je vais vous poser une autre question spécifique. Cela veut-il dire que vous êtes contre les serrures numériques, les *digital locks*, de façon absolue? Dites-vous qu'il y a une place pour ça dans la loi à condition que l'utilisation équitable ait préséance sur ces serrures numériques?

C'est un aspect très technique, mais votre réponse m'intéresse beaucoup.

[Traduction]

M. Ernie Ingles: Je pense que la réponse est oui. Je ne prétendrai pas être un expert en la matière. Nous avons d'autres personnes qui le sont, et nous pourrions vous revenir là-dessus. Mais, oui, nous croyons que nous avons un certain ensemble de droits dans le cadre de l'utilisation équitable, et lorsque nous n'avons pas de tels droits, soit en vertu de l'utilisation équitable ou des licences, nous utiliserions ces serrures numériques. Je dois admettre cependant que je ne suis pas un expert dans ce domaine.

M. Pablo Rodriguez: Très bien, mais l'utilisation équitable devrait avoir préséance sur les serrures numériques.

M. Ernie Ingles: Oui, lorsque l'utilisation équitable entre en jeu ou est prévue.

Le président: Merci. Nous allons continuer.

Madame Lavallée, question suivante, s'il vous plaît.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Merci beaucoup.

Monsieur Ingles, vous n'êtes pas le premier du milieu de la littérature ou des bibliothèques à venir nous présenter les enjeux du monde de la documentation en ce qui concerne la numérisation. J'ai compris qu'il y avait quatre enjeux. J'aimerais entendre vos commentaires.

Je vais vous présenter les trois premiers et, après, on parlera du quatrième qui est le droit d'auteur.

Le premier des enjeux est la numérisation des documents eux-mêmes. Je suppose que, plus tôt, quand vous avez parlé des documents, vous ne parliez pas seulement des documents écrits, sur papier, mais aussi d'autres genres de documents. La numérisation des documents, si j'ai bien compris, est le premier enjeu. Pour d'autres représentants du milieu du livre, il y a un problème de contenu, mais dans le secteur des bibliothèques, ce n'est pas un problème.

Le deuxième, c'est Google. On sait que Google a numérisé des millions de livres en français, en anglais, en espagnol, et a envoyé une lettre aux éditeurs leur disant que s'ils n'étaient pas contents, ils n'avaient qu'à intenter une poursuite en cour. Au Québec, il y a une grosse guerre contre ça. Je voudrais savoir si vous avez été touché par ça, et de quelle façon vous avez réagi.

Le troisième enjeu, c'est l'aide gouvernementale. Vous nous avez dit que vous aviez reçu une subvention de 200 000 \$ pour créer un logiciel.

• (1150)

[Traduction]

M. Ernie Ingles: Deux cent mille dollars.

[Français]

Mme Carole Lavallée: Deux cent mille dollars, c'est bien ça. Vous avez reçu 200 000 \$ pour créer un logiciel afin de numériser plus facilement les collections, mais vous dites que s'il y a une chose à retenir, c'est que le gouvernement doit jouer un rôle de chef de file et investir dans la numérisation du patrimoine documentaire. Que voulez-vous donc de plus?

Le quatrième enjeu, c'est le droit d'auteur, mais on en parlera si on a le temps. On va commencer par les trois premiers au sujet desquels j'aimerais entendre vos commentaires.

Est-ce que j'identifie bien les enjeux?

[Traduction]

M. Ernie Ingles: Vous les avez effectivement très bien identifiés.

Comme vous l'avez dit, le premier enjeu est la numérisation. À bien des égards, c'est le plus facile, mais cela est très coûteux. C'est le plus facile pour ce qui est des technologies utilisées. Elles sont très perfectionnées aujourd'hui. Nous savons ce que nous faisons et nous savons comment le faire, mais c'est quelque chose qui est réellement très coûteux.

Ce qui est intéressant cependant c'est que cela crée également de l'emploi car nous devons créer nos sites et nous devons utiliser ces sites pour faire une numérisation de masse — et la masse est énorme.

À titre d'exemple, au Québec, les premières nations sont en train d'élaborer une partie de cette capacité de numérisation, ce qui crée de l'emploi dans le contexte québécois. Donc, il y a des retombées vraiment intéressantes, mais cela est un défi énorme pour nous.

Naturellement, le simple fait de numériser quelque chose ne la rend pas nécessairement accessible. Cela ne mène pas à sa découverte. En soi, cela constitue un autre enjeu.

Je ne voudrais pas vous donner l'impression que la numérisation rétrospective représente tout le problème. Mes collègues ici ont parlé avec beaucoup de persuasion et de clarté des versions électroniques ou numériques de ces magazines, et je les en félicite.

J'espère qu'ils envisagent préserver ce dossier, non pas pour cinq ans, non pas pour 10 ans, mais notre défi dans le milieu des bibliothèques de recherche c'est de préserver ces dossiers pour 500 ans. C'est cela notre défi. Je pense que nous sommes les seuls au pays à penser de cette façon. C'est là où les dépôts numériques fiables entrent en jeu.

Google a été un élément intéressant dans nos vies. L'accès à tous les dossiers de Google ne fait pas encore partie de la gamme de services que nous offrons au Canada. Il en fera probablement partie, mais il y a encore des détails juridiques à régler.

Mais ce qui m'inquiète, en tant que Canadien, peut-être pas dans mon rôle actuel, c'est qu'une bonne partie du contenu canadien — Dieu merci pas autant qu'ils le pensent — a été numérisée par Google et que nous allons maintenant devoir racheter ce contenu, l'extraire d'un autre dépôt étranger. Je dois admettre que cela m'angoisse quelque peu.

Nous aimerions avoir davantage d'aide gouvernementale, particulièrement pour faire des progrès dans le cadre de ces immenses projets de numérisation que j'ai mentionnés. Il y a énormément de contenu qui existe. Nous estimons que le contenu peut être transformé de bien des façons par le secteur culturel, le secteur privé, le secteur de l'éducation, et bien d'autres. Que ce soit 1 million, 10 millions ou 500 000 \$, alors que nous entreprenons ce projet petit à petit, cela est une aide importante...

[Français]

Mme Carole Lavallée: Je m'excuse de vous interrompre.

Are we finished?

[Traduction]

Le président: Oui.

Monsieur Angus, à vous.

M. Charlie Angus: Merci monsieur le président. C'est un échange fascinant.

Monsieur Jamison, il y a un livre dont le titre est: *Free: the Future of a Radical Price*. Nous avons beaucoup parlé des risques que comporte le fait que les gens utilisent des biens culturels pour lesquels ils n'ont jamais payé. J'ai travaillé pendant 12 ans pour une revue et pour chaque revue vendue, 10 personnes la lisaient. Cela donnait un taux de rendement pitoyable.

Nos revues étaient souvent enlevées des étagères et mises aux rebuts avant que nous n'en ayons vendu un seul exemplaire. Je connaissais beaucoup de revues qui n'arrivaient jamais à être mises en étalage, si bien que leurs propriétaires ont dû trouver des moyens originaux de les vendre. D'après ce que vous dites, il semble que Internet a créé des débouchés phénoménaux pour les revues canadiennes et leur permettra non seulement de continuer à exister mais aussi à percer des marchés et à trouver des débouchés internationaux.

À votre avis, la numérisation pourrait-elle donner des chances égales aux petites revues qui étaient jusqu'ici désavantagées au Canada?

M. Mark Jamison: L'existence du numérique est en train d'égaliser les chances parce qu'il est beaucoup plus facile d'avoir accès au marché. Le Fonds des périodiques canadiens, sous son ancienne forme, payait essentiellement les frais de poste. Aujourd'hui il permet d'envisager d'autres modes de distribution, y compris par voie numérique, ce qui réduit les coûts.

Le kiosque à journaux numérique que j'ai décrit renferme essentiellement de petites revues qui vendent des abonnements. Les plates-formes numériques ne donnent pas leurs produits gratuitement. Il suffit de voir leur popularité ailleurs dans le monde pour comprendre le potentiel de ces plates-formes numériques même si elles sont assez limitées pour l'instant.

Le principal défi sera de dégager les avantages monétaires de ces plates-formes à longue échéance. En ce moment, on y investit de l'argent et on espère que cela rapportera. Le ralentissement économique a nui à cet égard — et ses effets nous touchent encore considérablement — mais il y aura à long terme des débouchés pour les produits qui s'adressent à un petit auditoire spécialisé.

• (1155)

M. Charlie Angus: Merci.

Monsieur Ingles, je ne pense pas qu'il y ait un débat ici sur la nécessité de serrures numériques, d'une gestion des droits numériques visant à protéger le droit d'auteur et à éviter le piratage d'ouvrages.

Comme vous le dites, cependant, la Cour suprême du Canada a défini les droits de transaction équitables. Il s'agit des droits dont les éducateurs peuvent se prévaloir.

Si on place une serrure électronique qui abroge ces droits sur un document de bibliothèque ou un ouvrage de recherche, comment pourrions-nous légiférer pour maintenir l'équilibre entre l'utilisation d'une serrure électronique pour protéger les documents contre le vol tout en protégeant les droits d'accès pour l'éducation, pour l'étude privée, par exemple?

M. Ernie Ingles: Cela nous amène à l'aspect technique et législatif, et je regrette d'avoir évoqué la question tout à l'heure.

Monsieur Angus, je ne suis peut-être pas la personne la mieux placée pour vous indiquer ce qu'il faudrait faire. Le groupe que je représente est persuadé, comme vous venez de le dire, que nous avons le droit d'utiliser toutes sortes de documents dans nos activités quotidiennes: l'éducation, la recherche, et ainsi de suite. Toute

restriction de ces droits compromettrait gravement l'évolution de notre société, nos capacités de recherche et ainsi de suite.

Naturellement, l'Association des bibliothèques de recherche du Canada et ses membres comprennent et conviennent qu'il faut protéger nos créateurs, nos éditeurs et nos industries représentés par mes collègues ici aujourd'hui. Sur ce point, nous sommes d'accord.

Mais il faut bien comprendre ce qu'on peut faire, sur le plan technique, législatif ou terminologique. Lorsqu'on définit trop les termes dans une loi, cela peut souvent nous nuire. Il vaut parfois mieux rester vague.

M. Charlie Angus: Ou se servir d'exemples pour illustrer son propos plutôt que d'essayer de tout énumérer.

M. Ernie Ingles: Oui, exactement. Cela dit, d'une certaine façon, je ne suis pas certain. Tout peut être interprété, et nous allons probablement interpréter les libellés pendant des années encore. Peut-être, d'une certaine façon, les tribunaux devront-ils trancher, comme ça a été le cas dans bien d'autres pays.

Mais les principes que vous avez cités sont aussi les nôtres: l'utilisation à des fins qui sont essentielles, à part la protection contre les abus.

M. Charlie Angus: Merci beaucoup.

Le président: Merci.

Nous allons maintenant passer à la dernière question. Monsieur Del Mastro, vous avez cinq minutes.

M. Dean Del Mastro: Merci.

Monsieur le président, je partagerai mon temps de parole avec M. Galipeau.

Monsieur Jamison, je dis depuis un certain temps que tous les intervenants semblent se regrouper et que les revues semblent s'en tirer le mieux. À une certaine époque, les intervenants étaient divisés et vous aviez d'un côté, les journaux, et de l'autre les revues et les périodiques. C'était des véhicules d'informations. Il y avait aussi peut-être la télévision et la radio, et puis après, Internet est arrivé. Il existait désormais différentes plates-formes où lancer un produit.

Il semble que ce qui fonctionne pour les revues aujourd'hui, c'est un modèle hybride dans le cadre duquel on tire des avantages des plates-formes multiples en faisant la promotion, j'imagine, de la plate-forme de base, mais sans exclure les autres.

Est-il exact de dire qu'il s'est produit une transition dans le secteur des revues. Elles sont devenues plus actuelles, plus à la mode, conformes aux nouveaux défis ou aux nouvelles plates-formes? Est-ce exact?

• (1200)

M. Mark Jamison: C'est exact. Ça ne veut pas dire que les médias imprimés déclinent ou risquent de disparaître, mais plutôt que nous pouvons prendre le contenu canadien, et ces revues touchent déjà les consommateurs d'une façon qui n'est pas accessible à nombre d'autres créateurs de contenu médiatique. Ces autres médias existent déjà, et c'est presque comme si les compétences pouvaient être transférées vers les nouveaux médias. Elles sont transférables. Il s'agit seulement d'améliorer nos méthodes.

Avez-vous quelque chose à ajouter?

M. Jim Everson (directeur général, Affaires publiques, Magazines Canada): Je voudrais seulement dire que les politiques sont très stratégiques. Mark vous a montré que les utilisateurs d'Internet et les lecteurs de revues étaient les mêmes personnes. Les revues ont mis en ligne leur contenu pour attirer leurs lecteurs, c'est-à-dire qu'ils publient un article puis créent un bavardoir et ajoutent beaucoup d'information sur le site Web. Puis, vous établissez des liens avec de nouveaux articles qui découlent du premier, et vous les publiez dans la revue. Les politiques ont joué un rôle très important dans la création d'une stabilité qui permet aux revues de prendre des risques et de tenter de faire des profits sur Internet en obtenant des revenus du contenu en ligne. Le Canada...

M. Dean Del Mastro: En deux mots, la façon dont nous avons structuré le modèle de financement par opposition aux subventions à Postes Canada que vous receviez, a été très utile et vous a permis de relever les nouveaux défis liés aux plates-formes.

M. Jim Everson: Absolument. Nous en sommes seulement au début d'un nouveau Fonds canadien pour les périodiques qui, comme l'a souligné Marc, récompense le lecteur d'avoir accès au contenu de la revue en ligne au lieu de le récompenser pour les affranchissements, ce que faisait en fait le Programme d'aide aux publications par le passé. Il s'agira d'un outil extrêmement important qui permettra de poursuivre la croissance dont nous parlons.

M. Dean Del Mastro: Merci.

Monsieur Galipeau.

M. Royal Galipeau: Monsieur Jamison, j'aurais une brève question.

J'ai vu la liste des magazines canadiens que vous avez affichée à l'écran. Je suis peut-être mal informé, mais j'ai vu que *Reader's Digest* figurait au haut de la liste, alors qu'il me semble bien qu'il s'agit là d'une publication étrangère à tirage dédoublé au Canada. Suis-je mal renseigné?

M. Mark Jamison: Les choses ont changé. Voici comment cela fonctionne: *Reader's Digest Canada*, *Reader's Digest US*, et *Reader's Digest Europe* sont tous plutôt indépendants. Toutefois, d'autres magazines, comme *Elle Canada*, notamment, sont en fait des franchises, c'est-à-dire qu'on achète le droit d'utiliser le nom. Le contenu au Canada est surtout canadien. Les magazines sont édités, produits, publiés, imprimés et distribués au Canada. C'est une publication canadienne, et non pas à tirage dédoublé. Ce l'était à une certaine époque, mais tout a changé vers la fin des années 1990 lorsqu'on a modifié la Loi sur les services publicitaires fournis par des éditeurs étrangers.

M. Royal Galipeau: Monsieur Ingles, je vous remercie énormément de votre exposé.

Je m'amuse dans les bibliothèques. J'ai fait partie pendant six ans du conseil d'administration de la Bibliothèque publique d'Ottawa. J'avais préparé de nombreuses questions pour vous, mais votre exposé a répondu à celles-ci avant même que je les pose. Vous avez mis le doigt dans le mille.

Toutefois, il me reste une question ouverte, et vous pouvez utiliser le reste du temps qui vous est alloué pour y répondre. Que souhaitez-vous que l'on fasse pour vous?

M. Ernie Ingles: Merci énormément de vos propos. Combien de temps me reste-t-il? Une minute.

Je prendrai donc le temps de dire que nous avons du vécu en commun. J'ai également été administrateur de la Bibliothèque publique d'Ottawa, de 1978 à 1983 ou 1984, avant que je ne déménage dans l'Ouest.

J'aurais plusieurs suggestions. Tout d'abord, pour être honnête, je sais que ce n'est pas nécessairement politique de tendre la main et de dire que nous avons besoin de plus d'argent, mais en fait on a très peu investi dans la numérisation rétrospective de notre patrimoine, surtout dans nos institutions de mémoire. Certaines contributions ont été versées, et je suis le premier à m'en réjouir, par l'entremise du Programme Culture canadienne en ligne de Patrimoine canadien. Par exemple, j'ai moi-même siégé au conseil d'administration du Musée virtuel du Canada pendant 10 ans, et j'ai vu l'espace numérique évoluer de façon magnifique. Donc, certains investissements ont été effectués, mais je crois véritablement et sincèrement qu'il faut en faire davantage.

Puisque nous sommes des institutions de mémoire, je pense qu'il faudrait également davantage d'appui pour Bibliothèque et Archives Canada, par exemple, pour nous aider à élaborer ces dépôts numériques fiables. Je sais que ça peut vous sembler bête qu'on s'inquiète de ce qui se passera dans 500 ans, mais c'est le genre de choses qui nous préoccupe, à juste titre. Si personne ne s'était inquiété des publications imprimées des siècles précédents, nous n'aurions rien à numériser et, bientôt, plus de patrimoine. Il faut se tourner vers l'avenir, tout en comprenant que cela implique, notamment financièrement.

À de nombreux égards, on peut s'en remettre au secteur privé pour nous aider, mais il nous faut parfois l'appui du secteur public.

• (1205)

M. Royal Galipeau: Donnez-nous un chiffre.

M. Ernie Ingles: Eh bien tout pourrait être utile. Le coût de la numérisation que j'ai évoqué se situe dans les centaines de millions de dollars. Cela ne fait aucun doute. Mais comme je l'ai dit plus tôt, tout peut aider — ici il s'agit de 500 000 \$ qui pourront peut-être être jumelés par une autre institution. C'est la façon dont on fonctionne maintenant.

Pour ce qui est des 30 millions de pages que j'ai évoquées dans ma propre institution, nous effectuerons ce travail sans aucune aide du gouvernement. Alors c'est faisable. Il faut travailler davantage. Si nous avons des fonds du gouvernement pour faire un effet de levier avec d'autres fonds, ce serait encore plus facile.

Le président: Merci, monsieur Galipeau. Vous avez ajouté une toute petite question supplémentaire.

Je remercie les témoins qui ont comparu lors de la première partie de notre séance. Je vous demande encore une fois pardon du retard avant que nous puissions commencer.

Nous allons nous arrêter pendant quelques minutes pour permettre à nos prochains témoins de se préparer.

• (1205)

(Pause)

• (1210)

Le président: Nous reprenons nos travaux. Je souhaite la bienvenue à nos prochains témoins.

D'Astral Media, nous avons André Bureau, président du conseil d'administration et Sophie Émond, vice-présidente, Affaires réglementaires et gouvernementales. De Corus Entertainment nous recevons Sylvie Courtemanche qui est vice-présidente des relations gouvernementales et Gary Maavara, vice-président et avocat général. Je vous souhaite la bienvenue.

Cette séance se terminera à 13 heures. Encore une fois, je suis désolé que nous ayons dû commencer en retard lors de la première partie de la séance d'aujourd'hui.

Astral Media, si vous voulez bien commencer, la parole est à vous.
[Français]

M. André Bureau (président du conseil d'administration, Astral Media inc.): Monsieur le président, membres et personnel du comité, bonjour. Avant tout, je tiens à remercier le comité d'avoir invité Astral à participer à son étude sur les médias numériques et émergents.

Astral est une entreprise de médias canadienne, active dans les domaines de la télévision spécialisée et payante, de la radio, des nouveaux médias et de l'affichage extérieur, tant dans les marchés francophones qu'anglophones, dans tout le Canada. L'impact de l'évolution du numérique sur le secteur de la radiodiffusion dans son ensemble est donc un sujet de première importance pour nous. Nous assistons tous à une accélération des évolutions technologiques qui bouleverse de façon excitante et extraordinaire les modes de consommation des contenus sur une multitude de plateformes. Pour une entreprise comme la nôtre, cela représente certes des énormités, pardon!, des opportunités...

Des voix: Ah, ah!

Mme Carole Lavallée: Est-ce un lapsus freudien?

M. André Bureau: Oui, je me fais traiter cet après-midi, madame.

Des voix: Ah, ah!

M. André Bureau: ... mais cela représente aussi des défis. Nous devons trouver des modèles d'affaires rentables. Nous devons adapter nos services télévision et radio afin de rester pertinents dans la chaîne de valeurs de diffusion face à de nouveaux compétiteurs; nous devons investir, nous devons développer toutes nos activités dans l'interactif et évoluer afin de rester « connectés » à nos auditoires.

[Traduction]

Nous avons suivi vos travaux au cours des dernières semaines. Nous en retenons principalement deux choses. Premièrement, l'ampleur et la complexité des enjeux non résolus auxquels nous faisons tous face que ce soit a) les mesures d'aide publique à la création de contenu numérique canadien comme des fonds et les crédits d'impôt pour la production, pour l'aide à la numérisation du contenu ou pour le développement de talent; b) le régime actuel de droits d'auteur; c) l'accès, tant par les consommateurs que par les créateurs, aux nouvelles plates-formes de diffusion; d) l'adéquation du système réglementaire actuel par rapport à ce nouvel environnement; e) le piratage; f) les règles de propriété canadienne; et g) l'incidence des traités internationaux sur la capacité d'adopter des mesures favorisant les entreprises canadiennes. À cette complexité s'ajoute le fait que les politiques et règles sont du ressort de plusieurs intervenants — organismes ou ministères — sans nécessairement toute la coordination souhaitée.

Deuxièmement, si les discussions sont très instructives et nous permettent de mieux cerner les enjeux collectifs, ce n'est malheureusement pas en quelques heures — et individuellement en une heure — qu'on peut former des solutions exhaustives. Nous devons absolument nous donner le temps et profiter de l'expertise existante pour trouver ensemble des solutions.

Nous avons bâti notre système de radiodiffusion sur des fondations solides grâce à des politiques publiques et grâce à la contribution des piliers du système: les radiodiffuseurs privés et publics, les producteurs indépendants et les entreprises de distribution. Notre politique canadienne de radiodiffusion a établi les conditions propices à la création et à la diffusion de contenus qui tiennent compte des perspectives et des idées d'ici. Elle a joué un

rôle déterminant dans la concrétisation d'une souveraineté culturelle canadienne dans le contexte nord-américain plus large. Elle a aussi facilité l'essor d'un secteur à la fois important et dynamique de l'économie canadienne.

Sophie.

● (1215)

Mme Sophie Émond (vice-présidente, Affaires réglementaires et gouvernementales, Astral Media inc.): Assurons-nous de ne pas perdre les acquis du dernier secteur qui est une vitrine véritable aux créateurs canadiens et au contenu canadien.

Nous voulons que le comité comprenne aujourd'hui qu'il est temps de consulter et de développer en collaboration une nouvelle politique exhaustive pour le secteur canadien des communications dans son ensemble englobant la diffusion, les télécommunications et les secteurs des nouveaux médias peut-être sous le leadership d'un nouveau ministère des communications unifiées.

[Français]

À cet égard, nous soumettons qu'un comité formé d'experts devrait être mandaté pour revoir la politique actuelle de radiodiffusion, tenir des consultations sectorielles et bénéficier d'études d'experts afin de formuler des recommandations concrètes au gouvernement, tant pour élaborer une stratégie de transition ordonnée que pour proposer une nouvelle politique nationale qui soit adaptée à la réalité de notre environnement global et multiplateforme. De tels comités ont déjà été mis sur pied avec succès récemment, il y a quelques années, en matière de télécommunications et aussi en ce qui a trait à la revue des politiques canadiennes sur la concurrence.

D'ici là, des mesures ponctuelles pourraient aussi être adoptées, telles que la simplification de la gestion des droits d'auteur par la Commission du droit d'auteur, aussi l'adoption de certains crédits d'impôt spécifiques et le maintien à long terme du Fonds canadien des médias.

En conclusion, les radiodiffuseurs canadiens demeurent des entreprises clés pour assurer le développement d'un contenu canadien professionnel et de haute qualité dans les nouveaux médias. Assurons-nous donc de leur offrir les meilleures conditions de transition réussie vers ce nouvel environnement multiplateforme.

Nous vous remercions du temps que vous nous avez accordé.

[Traduction]

Le président: Merci beaucoup.

Nous passons maintenant à Corus Entertainment et à M. Maavara. Vous avez la parole.

M. Gary Maavara (vice-président et avocat général, Corus Entertainment inc.): Bonjour, monsieur le président Schellenberger et membres du comité. Je m'appelle Gary Maavara et je suis vice-président directeur et avocat général de Corus Entertainment. Je suis accompagné de Mme Sylvie Courtemanche, vice-présidente aux relations gouvernementales.

Monsieur le président et membres du comité, Corus est heureuse d'avoir l'occasion de participer à ces délibérations. Nous sommes d'avis qu'il est important de faire valoir notre point de vue en ce qui a trait au marché des médias numériques interactifs au Canada et à l'étranger. Comme vous le savez, Corus est l'une des principales entreprises du secteur des médias et du divertissement au Canada. Nous détenons un vaste réseau de stations de radio qui sont présentes partout au Canada et qui desservent les circonscriptions de presque tous les membres de votre comité. Nous offrons plusieurs services spécialisés et payants nationaux ainsi que trois stations de télévision par la voie des ondes qui desservent les collectivités de Peterborough, de Kingston et d'Oshawa.

Nous employons un très grand nombre de Canadiens, du Québec jusqu'à la Colombie-Britannique. Nous sommes aussi propriétaires de Nelvana, l'un des plus grands producteurs d'émissions d'animation pour enfants au monde. Notre catalogue comprend actuellement quelque 3 300 épisodes de 30 minutes produits et coproduits au Canada.

Kids Can Press est le plus important éditeur canadien de titres destinés aux enfants. Certaines de nos marques comprennent les populaires personnages comme Frisson l'écureuil et Franklin la tortue ainsi que Babar, l'éléphant préféré de tous.

Au cours des dernières années, nous avons exploré de nouvelles façons d'innover pour tirer profit des nouveaux marchés axés sur la technologie. Pour y parvenir, nous avons sans cesse continué la mise à niveau de nos installations physiques et la formation de nos employés, afin de toujours nous adapter aux besoins des Canadiens. Par exemple, nous sommes sur le point d'aménager dans notre nouvelle installation, Corus Quay, qui participera à la renaissance de la partie est du secteur riverain de Toronto. Grâce à cet investissement de plusieurs millions de dollars, nous nous dotons de l'un des centres médiatiques les plus avancés au monde.

Nous réalisons cet investissement en reconnaissance du fait que nous devons pouvoir livrer la concurrence aux meilleures entreprises du monde entier. Nous rivalisons avec le monde, et le monde rivalise avec nous, ici même au Canada.

Corus fournit du contenu canadien appartenant à Nelvana avec des canaux multiplateformes comme KidsCo en Europe, en Asie et en Afrique, et Kubo aux États-Unis.

Nous avons également mis en oeuvre une stratégie de téléchargement numérique directement aux consommateurs. Le résultat, c'est que nos productions sont aujourd'hui disponibles dans plus de 160 pays dans le monde entier, dans plus de 40 langues différentes.

Pourquoi parlons-nous des marchés étrangers? Parce que, bien entendu, c'est dans ces marchés que nous pourrions élargir notre présence canadienne. Les nouvelles technologies ne constituent pas que des menaces; elles nous procurent tous des occasions. Cependant, il faut être réfléchi, agile et stratégique pour réussir.

• (1220)

[Français]

Mme Sylvie Courtemanche (vice-présidente, Relations gouvernementales, Corus Entertainment inc.): Lors de nos récentes comparutions devant le CRTC, nous avons demandé que les politiques et la réglementation soient fondées sur ce que nous appelons les six grands principes de Corus. Nous croyons que nos six grands principes sont particulièrement pertinents dans le cadre de cette instance. Permettez-moi de vous les énumérer un par un.

Le premier principe est de reconnaître les avantages qu'il y a à favoriser un secteur canadien florissant et concurrentiel à l'échelle

internationale. Il faut reconnaître explicitement que nous évoluons dans un marché mondial. Évidemment, cela a toujours été le cas de la radiotélédiffusion traditionnelle. Nos politiques sont fondées sur les réalités de nos petits marchés, qui évoluent parallèlement à un marché énorme. Les médias numériques accroissent ce défi encore davantage. Aujourd'hui, notre marché voisin, c'est le monde entier.

Les organismes de réglementation et le gouvernement devraient harmoniser les politiques et les règles de sorte que nous puissions avoir un système vraiment sous propriété canadienne et concurrentiel à l'échelle mondiale. Nous ne pouvons plus protéger notre marché national. Les barrières que nous avons construites pour protéger les médias canadiens peuvent devenir un piège si nous ne prenons pas conscience de ce changement.

Le deuxième principe est d'augmenter les chances de réussite du secteur des médias canadiens en encourageant la création d'entreprises plus grandes et plus fortes.

Corus est un acteur important du marché canadien, mais, à l'échelle internationale, nous sommes tout petits. Google a dépensé environ 1,5 milliard de dollars américains en recherche et développement en 2007. Ce montant est supérieur aux recettes qu'a enregistrées tout le secteur de la radio au Canada l'année dernière. Il faut donc reconnaître que ce problème est encore plus grave dans le domaine numérique qu'il ne l'a été dans celui de la radiodiffusion traditionnelle. Cette réalité mine notre capacité de participer pleinement au monde des nouveaux médias.

Le troisième principe est de concevoir une stratégie canadienne pour notre secteur d'activité. Comme cela a été le cas pour d'autres secteurs, nous devons examiner notre milieu d'un point de vue stratégique. Il s'agit de déterminer les priorités à adopter pour le système. C'était l'un des thèmes soulevés lors de la Conférence Canada 3.0.

Comme première mesure immédiate, nous recommandons la création d'un groupe d'experts qui précisera l'état de l'environnement médiatique et proposera des pistes de solutions au gouvernement. Cette approche a été appliquée avec succès récemment lors des travaux du Groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications, de même que dans le cadre du processus ayant mené à la publication du rapport Caplan-Sauvageau en 1986.

Le quatrième principe est de reconnaître que c'est la réussite des entreprises privées qui permettra un secteur culturel plus fort, et non pas le système actuel des frais, conditions et tarifs progressifs.

L'imposition d'un système réglementaire de conditions, de tarifs et de quotas aux acteurs des nouveaux médias n'accroîtra pas la présence du Canada dans ce secteur. En fait, il est probable que cette mesure ait justement l'effet contraire. Par ailleurs, le conseil ne devrait faire aucune tentative pour réglementer les activités des radiodiffuseurs canadiens dans le secteur des nouveaux médias. Comme nous l'avons souligné, cela ne ferait que restreindre, et pas améliorer, notre capacité à prospérer au sein de l'univers numérique.

•(1225)

[Traduction]

M. Gary Maavara: Cinquième principe, permettre aux Canadiens de faire leurs expériences. Il est essentiel de reconnaître ce principe dans le monde des nouveaux médias. Par leur nature même, les initiatives des nouveaux médias sont risquées, les plans d'affaires sont incertains, et la réussite s'obtient par tâtonnement. Dans ce genre d'environnement dynamique, nous devons pouvoir faire nos expériences, innover et essayer de nouvelles idées. Nous devons être agiles et pouvoir réagir rapidement pour tirer profit des nouvelles occasions au moment opportun. La réglementation des activités de médias numériques, même si elle est bien intentionnée, ne peut que miner notre capacité de participer aux nouveaux marchés.

Sixième principe, reconnaître que notre petit marché exige un soutien continu du gouvernement par l'entremise de la recherche, du développement et du respect de la propriété intellectuelle. Lors de la conférence Canada 3.0, on a aussi avancé que la technologie n'est efficace que si ces utilisateurs savent s'en servir efficacement. Nous partageons ce point de vue et croyons qu'il faut investir dans la formation et la recherche afin de mieux comprendre comment implanter ces nouveaux outils technologiques.

Monsieur le président, voilà les six grands principes de Corus. En somme, nous devons pouvoir expérimenter, innover et réagir promptement pour saisir les nouvelles occasions. C'est notre seul moyen de découvrir ce que les consommateurs aiment et n'aiment pas. À notre avis, un grand nombre d'approches réglementaires actuelles sont contre-productives. Nous craignons qu'elles freinent l'innovation et étouffent la créativité, ce qui compliquerait encore davantage la tâche pour le Canada d'occuper une place significative dans le marché de la diffusion de contenu sur les nouvelles plateformes médiatiques.

Notre expérience et nos succès jusqu'à présent nous amènent à croire que c'est la mauvaise approche. Au lieu d'essayer de réglementer la diffusion des nouveaux médias, le gouvernement devrait tenter de mieux comprendre son fonctionnement. Il devrait aussi chercher à définir et à éliminer les obstacles en matière de politique et de réglementation qui réduisent la capacité des acteurs présents du système de radiodiffusion à exploiter pleinement les marchés des médias numériques interactifs.

Monsieur le président, nos commentaires se terminent ici. Nous vous remercions de votre attention et serons maintenant heureux de répondre à vos questions.

Le président: Bien. Merci.

Je pense que nous aurons maintenant seulement une série de questions qui sera de sept minutes, et nous nous en tiendrons aux sept minutes. Vous pouvez partager votre temps si vous le souhaitez.

Madame Dhalla, vous avez la parole.

Mme Ruby Dhalla: Merci beaucoup à nos témoins. Étant donné que notre temps est limité, je vais partager le temps qui m'est alloué avec mon collègue Scott Simms.

Tout d'abord, je tiens à vous remercier tous les deux de comparaître devant le comité. Je pense que de votre propre façon vous êtes tous les deux des visionnaires et que vous avez fait preuve de beaucoup de leadership dans votre milieu.

Ma question s'adresse en fait à M. Bureau qui, je pense, est considéré à certains égards comme un pionnier pour son leadership et sa vision au sein de l'industrie des télécommunications et de la radiodiffusion. L'une des initiatives que vous cherchez à encourager

depuis un certain temps est la création d'un ministère des communications unifiées pour examiner la façon dont le gouvernement fait les choses à l'heure actuelle et peut-être proposer des idées d'innovation, de créativité et de leadership pour faire les choses différemment.

Vous avez aussi mentionné quelques-unes de ces idées dans votre exposé, certaines solutions à court terme et aussi des objectifs à long terme. Vous pourriez peut-être expliquer davantage au comité votre vision d'un ministère des communications unifiées, ce que cela comporterait, ce à quoi cela ressemblerait, et les raisons pour lesquelles vous pensez qu'un tel ministère est nécessaire à l'heure actuelle.

•(1230)

M. André Bureau: Merci d'avoir posé la question. Merci d'avoir dit que j'étais un pionnier, non pas un patriarche.

Des voix: Oh, oh!

M. André Bureau: J'ai vu passer différents gouvernements, lorsque j'étais au CRTC ou en affaires, toujours dans le domaine médiatique. J'ai constaté les avantages d'avoir un ministère responsable des télécommunications et de la radiodiffusion à l'époque, et d'avoir une vision pour l'avenir.

En fait, le reste du monde est venu voir comment cela fonctionnait ici et ne pouvait croire que nous avions un seul organisme de réglementation, par exemple, pour les télécommunications et la radiodiffusion tandis que la plupart des pays ailleurs dans le monde avaient des organismes distincts, et la même chose au niveau du ministère. C'est dommage qu'à un moment donné il y ait eu une division — non pas à cause des individus, pas du tout; je parle de la vision du gouvernement, de la possibilité de se tourner vers l'avenir et d'avoir une approche cohérente face à tous les enjeux qui vont se présenter.

Lorsque nous avons dressé la liste de certains de ces enjeux dont vous avez entendu parler ici au cours de ces audiences, nous avons reconnu facilement qu'ils étaient interreliés, qu'ils avaient tous un impact, les uns sur les autres. Le fait d'avoir différents ministères, différents organismes qui s'occupent de ces enjeux se traduit inévitablement par une complexité, des difficultés et des approches doubles qui sont parfois en conflit.

Donc, nous croyons que la situation est déjà suffisamment complexe. Les choses vont déjà tellement vite qu'il nous faut avoir un seul ministère qui se penche sur tous ces éléments en même temps.

M. Scott Simms (Bonavista—Gander—Grand Falls—Windsor, Lib.): Mes questions s'adresseront à Corus, et s'il vous plaît, intervenez si vous le souhaitez.

Le contenu est roi, ou tout au moins il s'apprête à l'être. Dans un mémoire en date du 26 février 2009, vous avez parlé de nouveaux modèles de revenus. Vous parliez d'une réglementation moins importante, celle que vous avez mentionnée ici au cours du débat. Mais il y a un problème ici. La façon dont je vois les choses, c'est que s'il y a moins de réglementation, le marché est plus libre, plus ouvert, et en quelque sorte contourne bon nombre de normes culturelles, ou des façons culturelles de communiquer. Disons que nous ouvrons le marché qu'il n'y a plus de réglementation, Fox aux États-Unis décide d'ouvrir une nouvelle société affiliée, Fox Toronto. Global perd *Les Simpson* et le reste de la programmation qui passe à Fox. En fait, vous perdez — je suppose, et corrigez-moi si je me trompe — tous les droits de radiodiffusion au service HBO, car vous êtes HBO Canada. Êtes-vous prêts à faire ce sacrifice?

Ce que je dis, c'est que vous avez Teletoon. Vous avez ces réseaux qui font une sélection minutieuse à partir de la programmation américaine. Je ne veux pas être agressif ni antagoniste, mais je ne suis pas certain que ce soit tout à fait la bonne solution, bien que je vous félicite de ce que vous faites au sujet du contenu. Est-ce que vous dites que vous voulez renoncer à tout cela?

M. Gary Maavara: Non, nous ne disons absolument pas cela. Nous n'avons pas le temps aujourd'hui de vous expliquer en détail ce que nous recherchons pour améliorer la réglementation et ce que nous pensons qui devrait être mis de côté...

M. Scott Simms: Vous avez mentionné ici que cela est étouffant et que ce n'est pas très innovateur. Que voulez-vous dire exactement?

M. Gary Maavara: Dans le secteur des nouveaux médias, par exemple, nous faisons face actuellement à un processus qui nous demande de faire rapport sur nos activités en matière de nouveaux médias. Cette obligation de présenter des rapports est inefficace en soi et exige de notre part une attention aux ressources et à la préparation de rapports alors que franchement, tout d'abord, l'information que nous allons donner au gouvernement n'est pas pertinente et ensuite, elle sera coûteuse sur le plan des ressources.

Permettez-moi de revenir à votre question au sujet du service HBO et de chaînes similaires. Tout d'abord, Fox est déjà ici. Cette chaîne est déjà disponible sur tous les marchés EDR au Canada. Permettez-moi cependant de vous parler d'un changement pratique qui s'est effectué au sein de l'industrie. Je travaille dans ce domaine depuis 1973 et j'ai passé une bonne partie de ma carrière à l'étranger à travailler dans d'autres marchés. Une chose qui se produisait lorsque nous allions à New York, c'est que les gens étaient très polis avec nous. Mais finalement, ils se fichaient pas mal de ce que nous pensions. Pourvu que le chèque ne rebondisse pas, tout allait très bien.

Il y a eu un profond changement à cet égard, et ce que nous devons comprendre au sujet du Canada c'est que nous sommes vraiment vraiment bons dans ce domaine. Nous faisons partie des meilleurs conteurs d'histoires au monde. La seule contrainte que nous avons au Canada, c'est la taille de notre marché intérieur. Lorsque nous allons à New York, nous avons un partenariat, par exemple, avec Hearst à la Cosmopolitan Television. Nous avons la seule chaîne de langue anglaise de ce genre au monde. Il n'y en a pas actuellement aux États-Unis. Les gens nous posent vraiment des questions. Chaque fois qu'il y a une réunion du conseil d'administration, les gens passent une heure et demie après la réunion pour nous demander comment vont les choses.

Nous avons des partenariats avec Viacom. Lorsque Astral et Corus ont conclu l'entente avec le service HBO, ce dernier a conclu cette entente parce qu'il comprenait que nous comprenions mieux ce marché qu'eux, et cette idée pour eux de tout simplement laisser un service de programmes au Canada n'était pas nécessairement la meilleure façon de procéder. Il est préférable d'avoir un exploitant local qui connaît vraiment les marchés. Donc, d'une part, oui, nous voulons continuer de jouer ces rôles dans une certaine mesure, mais la seule façon de réussir finalement dans le marché canadien, ou tout autre marché, c'est d'offrir le service le plus intéressant que les consommateurs veulent et dont ils ont besoin.

● (1235)

Le président: Je dois vous interrompre car nous avons utilisé sept minutes et demie. J'en suis désolé. Vous pouvez peut-être répondre à une question plus tard.

Monsieur Pomerleau, allez-y, s'il vous plaît, pour la question suivante.

[Français]

M. Roger Pomerleau (Drummond, BQ): Merci, monsieur le président. Je remercie aussi les quatre témoins de leurs présentations.

Monsieur Bureau, vous avez insisté de façon très pointue sur la complexité du problème que l'on étudie sous tous ses aspects, qu'il s'agisse des droits d'auteur et autres droits, de la réglementation ou de la compétition internationale. Vous avez fait une liste exhaustive. Tout cela nous permet de réaliser qu'il s'agit vraiment d'un problème complexe.

Dans les circonstances, la solution qui me semble être votre priorité — et qui semble aussi être la priorité de Corus —, c'est la création d'un comité d'experts qui pourraient conseiller le gouvernement de façon formelle après avoir réalisé une étude approfondie.

Selon vous, qui devrait siéger à ce comité? Quel est le portrait type de la personne qui, cela va sans dire, devra être neutre dans cette affaire?

M. André Bureau: Je pense qu'on a besoin de gens du genre de Tom Jenkins pour faire partie d'un tel comité, de gens qui ont toute l'expertise nécessaire pour comprendre le développement des nouveaux médias, de gens qui ont bien connu ou qui connaissent bien le système de la radiodiffusion et le nouveau système des télécommunications qui existe aujourd'hui. Il faut s'assurer de pouvoir marier ces choses, pour que ce ne soit pas au détriment de l'un ou de l'autre, pour évoluer vers un développement encore plus excitant pour l'avenir.

Je n'ai évidemment pas de noms à donner, mais je pense qu'on a besoin de ces trois types d'experts. On n'a pas besoin d'en avoir dix, peut-être six au maximum, mais au moins trois qui ont cette espèce d'expertise. Peut-être qu'il faudrait y ajouter quelqu'un qui a des connaissances approfondies en matière de financement et de choses de ce genre, et aussi quelqu'un de plus versé en matière de politique, pour voir comment vont s'élaborer les politiques dans l'avenir.

M. Roger Pomerleau: D'accord, cela répond à ma question.

J'aurais une question pour les représentants de Corus, soit Mme Courtemanche ou M. Maavara.

Vous avez mentionné, dans votre quatrième principe, qu'il ne faudrait pas se diriger vers une nouvelle augmentation de la réglementation actuelle. Vous avez dit: « L'imposition d'un système réglementaire de conditions, de tarifs et de quotas aux acteurs des nouveaux médias n'accroîtra pas la présence du Canada dans ce secteur. En fait, il est probable que cette mesure ait justement l'effet contraire. »

Pourriez-vous expliciter votre pensée?

● (1240)

Mme Sylvie Courtemanche: C'est dans le contexte où on doit concurrencer le monde entier. Si on nous oblige à avoir des règles qui vont compromettre notre capacité de concurrencer le monde puisqu'on a des quotas supérieurs à ceux de n'importe quel autre acteur qui aura alors une liberté complète dans notre marché, cela va vraiment compromettre notre capacité puisque, financièrement, on aura des obligations qui ne seront pas vraiment les jumelles de celles de nos concurrents.

C'est vraiment dans le contexte où, précédemment, on avait un système qui s'appliquait à l'échelle nationale, qui était véritablement hermétique, en pratique, et qui permettait vraiment d'établir des règles qui dictaient à tout le monde au Canada les quotas ou les obligations à respecter.

Dans le contexte des nouveaux médias, quand on doit concurrencer tout le monde, cela nous mettrait dans une situation d'inégalité qui pourrait vraiment nuire à notre capacité d'innover et d'être attrayants. Comme M. Maavara l'a dit, au bout du compte, la façon de rejoindre les consommateurs et nos auditoires — c'est ce qu'on tente de faire —, c'est d'offrir une programmation excellente. C'est par l'excellence de nos produits qu'on va vraiment se démarquer, or c'est seulement en ayant la liberté d'innover et d'expérimenter qu'on y parviendra.

Aujourd'hui, on n'a aucune idée du plan d'affaires, personne ne le connaît, mais on sait qu'on doit prendre des risques et s'essayer. C'est ainsi qu'on va pouvoir y parvenir. Cependant, on pense que si on ne nous permet pas d'avoir cette liberté et de prendre ces risques parce qu'on doit remplir toutes sortes d'obligations, cela pourrait vraiment nous nuire dans cet environnement.

M. Roger Pomerleau: Il me reste du temps pour une question.

Monsieur Bureau, vous avez parlé d'argent — enfin, tout le monde en a parlé, mais vous en avez parlé dans votre dernière réponse. D'après ce que j'entends depuis qu'on étudie le problème de la numérisation, je pense qu'on fait actuellement face à une sorte de révolution du même type que la révolution industrielle du XIX^e siècle, où de l'argent a dû être investi dans des choses complètement risquées, notamment le chemin de fer. Construire le chemin de fer n'était pas une chose facile, mais on sait que le Canada s'est finalement construit grâce à cela: des villes, des terrains, de l'immobilier, des déplacements de population, l'occupation du territoire. Les conséquences de cela ont été extraordinaires, mais il a fallu y mettre beaucoup d'argent. Je pense qu'on fait face à un problème un peu de cette nature.

Comment se fait-il que vous ayez tant de difficulté à obtenir du capital de risque auprès des institutions financières?

M. André Bureau: Je ne parlais pas de difficulté. Quand on a des projets et des plans qui se tiennent, on n'a pas de problème à financer des acquisitions ou de nouveaux projets. Selon moi, ce qui devrait exister davantage, ce sont des mesures incitatives pour faire ce genre de choses, pour prendre ce genre de risques. Cela ne veut pas dire de remplacer le financement par du financement privé, mais plutôt de créer une mesure incitative pour que les gens soient prêts à prendre le risque de lancer un nouveau produit ou de se lancer dans un nouveau domaine.

Au Canada, le secteur des communications est probablement l'un des secteurs les plus forts du point de vue économique. C'est un secteur qui emploie énormément de Canadiens. Le Canada a une économie solide, en particulier dans le secteur des communications et de tout ce qui s'y rapporte.

Il ne s'agit pas de demander au gouvernement de nous payer pour faire grandir le système. Ce que l'on dit, c'est qu'on devrait envisager la possibilité de créer des mesures incitatives qui nous permettraient de nous engager à prendre le risque. Les gens qui nous financent habituellement et qui nous font confiance vont nous suivre.

[Traduction]

Le président: Merci.

Monsieur Angus.

M. Charlie Angus: Merci.

C'est une discussion très intéressante.

Monsieur Maavara, j'ai vraiment aimé ce que vous avez dit lorsque vous avez parlé de la nécessité de permettre l'expérimenta-

tion. Écoutez, si nous voulons faire de la bonne télévision, nous devons faire de la mauvaise télévision.

Il me semble cependant que ce qui nuit à l'innovation ce ne sont pas les obligations du CRTC; c'est surtout que les grands radiodiffuseurs ne veulent pas dépenser d'argent pour quoi que ce soit de risqué. Nous avons donc des émissions à l'emporte-pièce qui n'offenseront personne. On se retrouve donc avec des émissions généralement ennuyantes parce qu'elles seront passées par suffisamment de groupes de discussions et ensuite, de façon générale, les nouveaux auditoires vont cesser de les regarder car ils peuvent en fait aller en ligne et voir toutes sortes de choses intéressantes et différentes.

Comment pouvons-nous nous assurer, si nous voulons maintenir un système avec les crédits d'impôt que nous avons en place et les énormes investissements que nous faisons, que nous allons en fait obtenir des produits de qualité, certains qui seront excellents, d'autres qui seront vraiment mauvais, mais dans lesquels les gens vont investir? D'après ce que je constate, ce n'est pas ce qui se produit dans le domaine de la radiodiffusion à l'heure actuelle.

• (1245)

M. Gary Maavara: Eh bien nous devons étudier la question.

D'abord, parlons dépenses. Astral a des chiffres, mais je peux d'ores et déjà vous dire que les 3 300 épisodes que j'ai mentionnés nous ont coûté 1,1 milliard de dollars — j'ai bien dit milliard — et que ces programmes sont visionnés partout au monde. Nous présentons les émissions pour enfants les plus populaires aux États-Unis — aux deuxième et troisième rangs. Nous avons...

M. Charlie Angus: Mais la réglementation du CRTC ne vous empêche pas de faire de bons produits.

M. Gary Maavara: En fait, ce qui nous inquiète, c'est l'obligation de nous procurer une certaine proportion de programmation auprès de producteurs indépendants. Le système de production indépendante est relativement nouveau, mais je voudrais revenir à... En fait, nous dépensons tous beaucoup d'argent. Est-ce que cela garantit une bonne qualité? Pas du tout.

M. Charlie Angus: Oui.

M. Gary Maavara: Et voilà une partie du problème. En terme de politiques publiques, il y a eu du bon et du mauvais.

Nous appuyons les institutions publiques qui créent la programmation, par exemple la SRC/CBC et l'Office national du film. Nous appuyons des agences comme Téléfilm et le Fonds des médias du Canada. Nous appuyons également le système de crédits d'impôt. Tout ceci compense le problème fondamental de la taille restreinte de notre marché national.

L'envers de la médaille, c'est que le conseil semble se tourner davantage vers ce que l'on appelle une approche stratégique à la réglementation. Nous attendons impatiemment la mise en oeuvre du processus d'obtention de licences groupées, car le conseil semble indiquer qu'il nous permettra de ventiler l'ensemble de nos dépenses comme bon nous semble.

Un exemple à l'appui, la chaîne Encore. Il s'agit d'une chaîne télévisée payante qui fait passer des émissions vieilles de 15 ans ou plus. Pourquoi devrions-nous être obligés de dépenser un montant contingentaire pour créer un vieux produit? Pourquoi ne pas prendre cet argent et le dépenser en nouvelles programmations?

Le conseil semble être ouvert à l'idée. Nous verrons bien. Mais c'est un signe très positif. En tant qu'exploitant de plusieurs chaînes, chaque entreprise pourra choisir ses spécialités et investir en conséquence. Nous pensons que ça pourrait être très positif, si cela se concrétisait.

M. Charlie Angus: En terme de média numérique, est-il maintenant possible d'investir dans des projets à faible coût? Beaucoup d'émissions télévisées n'ont pas abouti parce que les fonds étaient limités et que les émissions pilotes avaient coûté trop cher. Il y a le Fonds des médias du Canada, et si vous le dépensez tout d'un coup, un comité pourrait vous poser des questions: pourquoi avez-vous diffusé cette émission complètement farfelue?

Mais vous pouvez faire tout cela en ligne sans dépenser beaucoup d'argent. Utilisez-vous maintenant Internet comme champ d'expérimentation?

M. Gary Maavara: Nous faisons beaucoup de choses de ce genre, mais l'une des idées reçues des nouveaux médias, c'est que... Nous avons toutes ces belles conceptions. Et il y a cet adolescent dans chacune de nos vies qui n'a que 14 ans et qui, du fond de son sous-sol ou de son garage a monté un site Internet fabuleux, il est intelligent et il va faire de grandes choses.

La semaine dernière, j'ai participé à une réunion à laquelle assistaient deux bédéistes très créatifs qui envisagent un nouveau projet. Ils ont déjà fait certaines petites choses sur YouTube, et ils nous ont demandé notre avis sur leur projet qui était très impressionnant. Nous leur avons dit que c'était super. Ils nous ont ensuite demandé combien cela coûterait à notre avis. Nous avons répondu que pour bien faire les choses dans le cas d'une bédé pour enfants, le travail coûtera quelque 10 millions de dollars, et ils n'en revenaient tout simplement pas. Tel est justement le pari que nous avons à tenir. Oui, on peut toujours monter un site Internet pour 395 \$ par année, mais si l'on veut réaliser de grandes choses, le genre de projet qu'Astral et que nous-mêmes diffusons...

À propos, nous venons d'accorder de l'aide à un groupe de jeunes des quartiers déshérités de Toronto et allons diffuser leurs émissions sur les ondes de la grande chaîne professionnelle. Leurs émissions durent de 5 à 15 minutes. Nous allons donc leur donner un créneau mais en même temps, nous devons trouver les 10 millions de dollars nécessaires. Voilà la difficulté à laquelle nous nous heurtons au Canada, et une bonne part de cela viendra des marchés étrangers.

• (1250)

M. Charlie Angus: Je vous remercie.

Le président: Je vous remercie.

Monsieur Del Mastro, la parole est à vous.

M. Dean Del Mastro: Merci beaucoup, monsieur le président.

Je remercie nos témoins de leurs remarquables exposés. Franchement, bon nombre de leurs idées m'ont plu.

J'aimerais maintenant discuter un peu de la communication d'Astral. Madame Émond, vous avez recommandé la mise sur pied d'un nouveau ministère des communications chargé de produire une nouvelle politique nationale de radiotélédiffusion. À mon avis, franchement, il est plus que temps de le faire. J'ai dit la semaine dernière que nous devrions envisager un examen complet de la Loi sur la radiodiffusion.

Je suis frappé par les énormes efforts souvent déployés par les radiodiffuseurs pour participer aux audiences et préparer les exposés à présenter au CRTC de l'autre côté de la rivière. En l'occurrence, j'imagine qu'à Gatineau, on a reçu avec quelques trépidations la

recommandation que vous venez de nous faire ici. Là-bas, on n'aime pas ce genre de recommandation.

J'aimerais bien que vous me disiez comment vous envisagez l'évolution de cette recommandation et comment elle se traduirait.

M. André Bureau: Sur le plan politique, il sera difficile de la faire accepter.

M. Dean Del Mastro: Pourquoi?

M. André Bureau: Au cours des ans, les titulaires de licence, et pas seulement ceux d'aujourd'hui, nous ont dit que sur le plan politique, la création d'un ministère des communications serait un projet modeste; la taille du ministère serait fortement réduite et cela est en soi le premier obstacle.

En second lieu, le fait que certains envisageraient de réunir les nouveaux médias, les télécommunications et la radiodiffusion dans un même organisme donnerait naissance à une espèce de ministère à vocation plutôt culturelle et artistique, or, ce n'est pas la voie de l'avenir. Une telle démarche s'écarte d'un modèle industriel.

Cependant, ces considérations ne devraient pas nous empêcher d'aller de l'avant étant donné les avantages qui découleraient de la mise en oeuvre d'une conception commune valide pour l'ensemble de notre pays. On pourrait aborder cette recommandation autrement car elle nous offre une vraie possibilité de redevenir un leader sur la scène internationale.

M. Dean Del Mastro: Je vous remercie.

Je ne pense pas que ce soit du tout impossible et nous devons le faire.

Monsieur Maavara, les six grands principes de Corus me plaisent, mais si je peux me permettre d'en retenir un — ce que je vais faire — j'aimerais vous lire le quatrième, et je cite:

Reconnaître que c'est la réussite des entreprises privées qui permettra un secteur culturel plus fort et non pas le système actuel des frais, conditions et tarifs progressifs.

Il s'agit bien des piliers de notre système actuel, n'est-ce pas? Il est constitué de droits et de tarifs. On me dit, par exemple, que la proposition d'acquisition de CanWest par Shaw pourrait entraîner des frais de transfert de plus de 200 millions de dollars. Dans le secteur immobilier, on appelle cela des droits de cession immobilière, mais quoi qu'il en soit, c'est vraiment ce qu'on envisage, des frais de transfert de centaines de millions de dollars, ce qui dissuade certainement les entreprises canadiennes de chercher à s'agrandir en acquérant d'autres compagnies.

Je crois savoir que la compagnie Shaw s'est engagée à offrir un contenu canadien de plus de 150 millions de dollars. Elle respecte donc une entente convenue par CanWest et se dirige dans cette voie. En dépit de cela toutefois, elle doit s'attendre à des frais de transfert très élevés.

Est-ce que ce genre de chose favorise la création ou l'expansion d'un système, ou, ainsi que vous le dites, est-ce que cela ne dissuade pas les gens d'innover et de rehausser le système de radiodiffusion canadien? Cela est une entrave à la réussite des entreprises, n'est-ce pas? Je parle ici de votre quatrième principe.

M. Gary Maavara: Pour répondre brièvement, oui. Nous savons fort bien qu'en tant que citoyens et contribuables canadiens, nous devons respecter un contrat social, que nous devons faire toute une série de choses et qu'il est même nécessaire que nous le fassions. Le problème toutefois, c'est que nous n'utilisons pas seulement notre propre contenu créatif mais aussi celui que nous fournissons des créateurs indépendants dans l'ensemble du pays, et nous lui donnons de la valeur. Or si nous ne sommes pas en mesure de réussir en tant que créateurs de valeur, que ce soit à la radio, à la télévision ou sur les nouvelles plates-formes média et ne construisons rien là-dessus, alors en dépit des nouveaux accès au marché que nous apportent les nouveaux médias, sans ces valeurs de base, le système ne réussira pas.

Par conséquent, oui, nous sommes disposés à apporter des avantages au public de diverses manières, mais malheureusement, le système est devenu trop lourd au niveau supérieur.

Au sujet des avantages, nous ignorons ce qu'a proposé Shaw, mais parmi nos recommandations, nous avons estimé que lorsqu'on arrive à des transactions à valeur aussi élevée, il devrait y avoir des échelons tout comme il y en a dans l'application de l'impôt sur le revenu, où chaque année on remplit son formulaire et on remarque qu'il y a un échelon de plus. À l'heure actuelle, dans le secteur de la télévision, la proportion n'atteint que 10 p. 100. C'était peut-être très bien il y a 15 ou 20 ans, mais aujourd'hui, ainsi que vous l'avez dit, ça fait beaucoup d'argent à payer, et il faut donc nous demander si le système actuel ne nous fait pas rater le coche?

De même en ce qui a trait aux droits d'auteur, le système collectif était censé être efficace, or il est devenu très inefficace et il faut que nous l'étudions attentivement.

• (1255)

M. Dean Del Mastro: Je vous remercie.

Ma prochaine question s'adresse aux deux groupes. À mon avis, il est très important que nous permettions à nos radiodiffuseurs et à nos créateurs d'innover. Toutefois, vous semblez consacrer énormément de temps — et je l'ai d'ailleurs noté — à des témoignages et à des études. Il se passe toujours quelque chose, et on dirait que ce sont toujours les mêmes qui témoignent sur divers sujets de l'autre côté de la rivière.

Combien de temps vous reste-t-il pour mettre à l'essai certaines choses, ou combien de ressources se perdent-elles dans des activités de ce genre car vous en consacrez beaucoup? J'ai énormément de respect pour la profession d'avocat, mais vous devez consacrer des

sommes exorbitantes aux services juridiques, à leurs instances et à tout le reste sur l'autre rive de la rivière quand vous pourriez affecter tout cela à des questions de contenu.

Le président: Il faudrait que les réponses soient les plus brèves possible.

M. Gary Maavara: Ma réponse sera très brève. Nous avons constitué un important service de recherche et de développement. Nous sommes tout à fait disposés à maintenir notre engagement à cet égard. Pour ce qui est toutefois de l'élaboration de grandes orientations, lors de la conférence Canada 3.0 tenue à Stratford il y a quelques semaines, l'une des remarques soulevées dans une salle de 2 500 personnes, allant d'étudiants du secondaire à des docteurs en physique et en génie, c'est que l'équipe d'élaboration des politiques devait absolument faire quelque chose.

M. André Bureau: D'abord, je me demande ce que vous feriez si nous n'étions pas ici, mais...

M. Dean Del Mastro: Il fait très beau dehors.

M. André Bureau: Si notre participation à ces audiences permet qu'une de nos idées soit inscrite dans la loi, cela aura valu la peine.

Au fond, nous sommes reconnaissants de pouvoir discuter avec vous dans ce genre de réunions multipartites et vous faire certaines propositions susceptibles d'améliorer le système. C'est vraiment pour cela que nous sommes ici. Il ne s'agit pas de réussir à diminuer les dépenses liées à nos programmes. D'ailleurs, nous n'assumons pas seulement les frais liés à la programmation, nous faisons aussi affaire avec des producteurs indépendants, exclusivement dans notre cas, et disposons du premier fonds privé créé par Harold Greenberg. Or, en quelques années d'existence, le Fonds Harold Greenberg, mis sur pied chez Astral a déjà accordé 1,5 milliard de dollars aux fins d'élaboration de nouvelles émissions et de la mise en oeuvre de nouvelles idées de production.

Le président: Je vous remercie.

Je dois dire que j'ai toujours eu l'idée de tenir une table ronde, et d'ailleurs nous en avons déjà tenu à l'occasion de quelques études. Je le dis spontanément en tant que président. À mon avis, si l'on enferme bon nombre de ces gens aux idées divergentes dans une pièce, qu'on la verrouille et qu'on dise personne ne va sortir avant d'avoir conçu une stratégie, ça donnerait des résultats.

Cela étant dit, je vous remercie de votre participation aujourd'hui.

La séance est levée.

POSTE  MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

Poste-lettre

Lettermail

**1782711
Ottawa**

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

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

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

PERMISSION DU PRÉSIDENT

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

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

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

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

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

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

SPEAKER'S PERMISSION

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

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

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

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

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