



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

## **Comité permanent du patrimoine canadien**

---

CHPC



NUMÉRO 018



1<sup>re</sup> SESSION



42<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le mardi 31 mai 2016**



**Présidente**

**L'honorable Hedy Fry**



## Comité permanent du patrimoine canadien

Le mardi 31 mai 2016

• (0845)

[Français]

**Le vice-président (M. Pierre Nantel (Longueuil—Saint-Hubert, NPD)):** Bonjour à tous. Je vais présider la séance en l'absence de la présidente, Mme Fry. Elle n'est pas encore arrivée, mais elle sera sûrement ici d'une seconde à l'autre.

Je tiens à remercier les représentants de l'Association canadienne des journaux, M. Bob Cox et M. John Hinds, et ceux de l'Association canadienne des télécommunications sans fil, soit M. Bernard Lord et le conseiller qui l'accompagne.

Je rappelle aux témoins que l'étude de ce matin, à laquelle nous allons consacrer au moins 10 réunions, porte sur la façon dont les Canadiens, particulièrement ceux dans les collectivités locales, sont informés des événements locaux et régionaux par l'intermédiaire des nouvelles, des services de radiodiffusion ainsi que des médias numériques et imprimés. L'étude porte également sur les conséquences imprévues de la concentration des médias d'information, de même que sur l'érosion du journalisme local et sur l'impact des nouveaux médias. Le Comité présentera ses recommandations au gouvernement.

Je tiens à rappeler le thème de l'étude parce qu'il est vaste et important. Tout le monde est passionné. Tous les députés qui sont ici pour vous écouter s'intéressent vraiment à ces questions. Ils connaissent les enjeux locaux et comprennent très bien qu'il y a péril en la demeure.

Chacun d'entre vous disposera de 10 minutes pour faire sa présentation. Nous passerons ensuite à une période de questions durant laquelle 7 minutes seront allouées à chacun des partis.

Monsieur Cox, vous avez la parole.

[Traduction]

**M. Bob Cox (président, Association canadienne des journaux):** Merci de nous donner l'occasion de témoigner devant vous aujourd'hui.

Je m'appelle Bob Cox et je suis président de l'Association canadienne des journaux. Je suis accompagné aujourd'hui par John Hinds, qui est directeur exécutif de notre association. Nous témoignons devant vous au nom de l'organisme Journaux Canada qui représente plus de 850 quotidiens et journaux communautaires de partout au Canada.

Vous avez abondamment entendu dire que les fournisseurs de nouvelles connaissent des difficultés depuis le début il y a deux décennies de la révolution numérique. Je n'ajouterai rien d'autre à cet égard aujourd'hui. Vous êtes au courant de la façon dont cela a perturbé les médias traditionnels. Vous êtes au courant que les recettes publicitaires diminuent. Vous êtes au courant des répercussions que cela a sur de nombreuses entreprises et de la manière dont

cela menace certaines chaînes de télévision, certains journaux et d'autres entreprises. Vous connaissez les histoires respectives des entreprises médiatiques qui connaissent des difficultés.

J'aimerais vous demander aujourd'hui de réfléchir à la cause profonde de cette situation et à ce que vous, à titre de législateurs qui influent sur la politique publique, pouvez faire en vue de préparer la voie pour que des médias d'information prospères et en santé puissent continuer de servir les collectivités partout au Canada.

Premièrement, j'aimerais déboulonner certains mythes concernant les journaux, y compris certains qui font la une de nos propres journaux.

Pour commencer, les lecteurs ne délaissent pas les journaux. Le sondage national exhaustif sur le lectorat que mène continuellement Vividata montre qu'un Canadien sur cinq lit chaque semaine un journal. Facebook ne peut pas en dire autant. Les journaux ont maintenu leur lectorat, continuent de distribuer des exemplaires papier et connaissent une croissance fulgurante sur les plateformes numériques. Dans bon nombre de cas, notre lectorat sur les plateformes numériques est égal ou supérieur à notre lectorat pour nos éditions papier.

Deuxièmement, la majorité des journaux sont rentables. Les revenus excèdent les dépenses. Certaines entreprises connaissent des difficultés liées notamment à l'endettement, mais la majorité de leurs journaux sont rentables. Nous continuons d'être les principaux médias d'information dans nos villes; nous offrons la couverture la plus complète des événements et des enjeux et nous fournissons l'information et le soutien essentiels pour bâtir et maintenir les collectivités que nous servons.

Néanmoins, l'avenir est incertain. Ce n'est pas tout simplement en raison d'Internet. Nous nous y adaptons, et cela nous permet de communiquer avec un lectorat plus vaste et plus diversifié que jamais auparavant. L'avenir est incertain, parce que l'économie du secteur des médias a changé, alors que les lois et les politiques publiques concernant ce secteur sont demeurées inchangées. Les règles en place ont été élaborées en fonction de la réalité des médias dans les années 1980 et non celle de 2016.

Or, ces changements ont touché tous les médias d'information, et cela devrait préoccuper quiconque a à cœur la santé démocratique et économique de nos collectivités. Par le passé, l'argent que les entreprises, les gouvernements et les particuliers dépensaient en publicité sur les scènes locale, régionale et nationale circulait dans une économie du secteur des médias qui était relativement fermée. Cela soutenait le bon journalisme et les collectivités où cela se déroulait.

Un concessionnaire automobile local donnait de l'argent à mon entreprise, soit la *Winnipeg Free Press*, pour faire de la publicité et attirer les consommateurs. Il y avait des retombées immédiates pour le concessionnaire automobile, mais il y avait aussi des retombées connexes. La *Winnipeg Free Press* comptait des employés, diffusait des nouvelles et soutenait des organismes communautaires. Cet argent était réinvesti dans l'économie de Winnipeg par l'entremise des consommateurs qui achetaient des voitures. Le concessionnaire automobile soutenait le journalisme, parce qu'il souhaitait attirer les consommateurs, et nous soutenions les ventes de véhicules dans notre engagement à servir notre lectorat.

Toutefois, ce modèle s'effrite. Étant donné que les entreprises utilisent de plus en plus des médias étrangers, comme Facebook, Google et Twitter, pour communiquer avec les consommateurs, l'argent destiné à la publicité sort de nos collectivités et n'est pas réinvesti localement. Dans la majorité des cas, ces entreprises n'investissent aucunement dans le journalisme ou les groupes communautaires dans nos villes. Elles n'emploient pratiquement personne dans nos collectivités, et l'argent ne circule pas.

Vous avez peut-être remarqué que je n'ai pas utilisé l'expression « numérique ». C'est purement une coïncidence que ce soient des entreprises numériques. Par le passé, le Canada a pris des mesures concernant l'exode vers les États-Unis de l'argent destiné à la publicité en rendant plus difficile d'avoir une station de télévision américaine qui diffusait seulement des émissions américaines, mais qui vendait des publicités à des marchands canadiens ou d'avoir une revue d'information américaine qui vend des publicités canadiennes dans une édition produite aux États-Unis; cependant, nous ne nous inquiétons pas des sommes beaucoup plus importantes qui disparaissent par le biais des plateformes numériques.

Cela devrait nous préoccuper. Nous ne devrions pas nous inquiéter du sort d'un journal, d'une chaîne d'information ou de tout autre média traditionnel, mais nous devrions nous inquiéter de l'environnement dans lequel les médias d'information exercent leurs activités pour que nous ne nous retrouvions pas avec un secteur des médias qui est dominé par des entreprises étrangères qui n'ont que quelques activités au Canada. Dans un tel environnement, le seul média qui pourrait faire du journalisme d'intérêt public de qualité serait la société d'État, soit CBC/Radio-Canada.

• (0850)

CBC/Radio-Canada fournit un service extraordinaire au pays, mais il agit à titre de concurrent dans de nombreuses sphères numériques en ce qui a trait à la diffusion de nouvelles et d'information, ce qui crée un environnement dans lequel il est beaucoup plus difficile pour l'entreprise privée d'élaborer de nouvelles méthodes rentables de faire du journalisme de qualité. En Grande-Bretagne, le gouvernement a insisté pour que la BBC coopère avec les journaux locaux au lieu de leur faire concurrence. De telles discussions sur les politiques n'ont pas eu lieu au Canada.

Il y a quatre aspects auxquels il faudrait donner suite pour contribuer à nous assurer de la présence de multiples sources de nouvelles locales dans l'avenir. Cela pourrait être des médias traditionnels qui s'adaptent pour survivre ou de nouvelles entreprises. Les changements dont je vous parle aident non seulement les journaux, mais aussi tout le monde.

Premièrement, le gouvernement fédéral pourrait donner l'exemple et adopter une stratégie visant à investir l'argent destiné à la publicité dans les médias canadiens. Il y a une décennie, le gouvernement fédéral dépensait 20 millions de dollars dans les journaux. Lors de l'exercice 2014-2015, le gouvernement fédéral a dépensé 357 000 \$

dans les quotidiens, alors que son budget était de 68,7 millions de dollars, et ses dépenses sur Internet s'élevaient à 13,9 millions de dollars. Cet argent est allé en grande partie dans les poches d'entreprises américaines comme Google. Pourquoi le gouvernement fédéral dépense-t-il des millions de dollars à Silicon Valley au lieu de soutenir les médias canadiens?

Deuxièmement, le gouvernement fédéral pourrait trouver des moyens d'encourager les entreprises canadiennes à investir l'argent destiné à la publicité au Canada. Cela pourrait prendre la forme de crédits d'impôt ou de sanctions pour avoir eu recours aux services d'entreprises étrangères. La Loi de l'impôt sur le revenu impose des limites en ce qui concerne les médias traditionnels non canadiens, mais cela ne s'applique pas aux entreprises numériques.

Troisièmement, il pourrait y avoir d'autres mesures incitatives fiscales pour encourager les investissements dans les journaux et les autres médias locaux. Cela pourrait prendre la forme de crédits d'impôt pour les entreprises numériques qui font du journalisme d'intérêt public ou du développement numérique en la matière. Cela pourrait également prendre la forme d'allègements fiscaux pour encourager les réinvestissements dans les journaux. Par exemple, les profits de mon entreprise ne sont actuellement pas distribués aux actionnaires en vue de nous permettre de rembourser nos dettes et réinvestir dans l'entreprise, mais nous devons payer des impôts sur nos bénéfices nets aux gouvernements fédéral et provincial. Pourquoi ne pas attendre avant de le faire que des bénéfices aient été distribués aux actionnaires?

Quatrièmement, il faut moderniser les lois sur le droit d'auteur pour protéger notre travail original. Les journaux investissent grandement dans le journalisme original, dont le travail est ensuite diffusé, réutilisé et réécrit par d'autres, et ce, souvent à des fins commerciales, parce que les dispositions sur l'utilisation équitable d'il y a deux décennies ne tiennent pas compte de la facilité de la reproduction numérique. Si les journaux étaient dédommagés pour leur contenu original et que les investissements étaient protégés plus longtemps, cela augmenterait grandement nos revenus.

Je vous prie également de vous pencher sur le soutien que fournit le Fonds du Canada pour les périodiques aux journaux communautaires. Il faut moderniser les règles pour encourager la production de contenu canadien au lieu de seulement subventionner les frais de distribution des journaux à diffusion payée. Bon nombre de journaux communautaires ont un vaste lectorat grâce à la distribution gratuite d'exemplaires, mais ils ne reçoivent aucun soutien du fonds.

J'ai terminé. J'espère avoir clairement fait valoir que les journaux ne demandent pas au gouvernement de les renflouer. Ce n'est pas le cas. Nous devons élaborer de nouveaux modèles d'affaires qui seront efficaces dans le milieu médiatique moderne. Par contre, nous avons besoin des conditions pour rendre plus probables nos chances de succès. Nous demandons un meilleur environnement qui contribuera à nous assurer que les journaux poursuivent le rôle qu'ils jouent au pays depuis 230 ans, indépendamment de la forme que cela prendra.

Merci.

• (0855)

**La présidente (L'hon. Hedy Fry (Vancouver-Centre, Lib.)):**  
Merci beaucoup, monsieur Cox.

Passons maintenant à l'Association canadienne des télécommunications sans fil; nous avons Bernard Lord, président et chef de la direction.

Bienvenue, monsieur Lord.

**M. Bernard Lord (président et chef de la direction, Association canadienne des télécommunications sans fil):** Merci beaucoup.

[Français]

Merci, madame la présidente.

[Traduction]

Je suis heureux de témoigner ce matin et de participer aux discussions sur le paysage médiatique canadien. Kurt Eby m'accompagne ce matin; il est directeur des Affaires réglementaires et des Relations gouvernementales à l'Association canadienne des télécommunications sans fil.

L'Association canadienne des télécommunications sans fil représente des exploitants canadiens de services de téléphonie cellulaire de même que des entreprises qui conçoivent et réalisent des produits et des services pour l'industrie, y compris des fabricants d'appareils et d'équipement, des créateurs de contenus et d'applications et des fournisseurs de services interentreprises. Notre objectif est de permettre à plus de Canadiens de se servir davantage du sans-fil pour en faire plus, et c'est ce qui se passe.

Les préférences des consommateurs ont donné naissance au monde actuel où le sans-fil prime et où le téléphone intelligent et la tablette sont les outils de prédilection pour communiquer, parcourir le Web, informer, s'informer, magasiner, faire des transactions bancaires, travailler, collaborer, divertir et se divertir.

[Français]

Le monde du sans-fil est en pleine croissance. Les Canadiens et les Canadiennes l'utilisent plus que jamais.

[Traduction]

Les consommateurs veulent que les services sans fil deviennent encore plus accessibles, plus pratiques et plus conviviaux. Ils comptent sur l'omniprésence de réseaux de pointe pour les aider à assurer leur sécurité personnelle pendant qu'ils communiquent avec leur famille et leurs amis et font de plus en plus d'échanges. Ils veulent avoir la certitude que les renseignements personnels et confidentiels que renferment leurs appareils sans fil sont également protégés. De plus, ils s'attendent à ce que l'industrie du sans-fil continue à investir et à innover en vue de leur permettre de profiter au maximum de ce qu'ils tirent du sans-fil.

Nous savons notamment que les Canadiens profitent de l'un des meilleurs réseaux dans le monde et de l'un des plus rapides.

[Français]

Une étude internationale récente a déterminé que, parmi tous les réseaux du monde, les réseaux canadiens se classaient deuxième quant à la rapidité. En outre, les Canadiens sont de grands utilisateurs.

[Traduction]

Les consommateurs canadiens comptent parmi les plus grands utilisateurs dans le monde. Nous arrivons actuellement au quatrième rang dans le monde en ce qui a trait à la consommation de données par utilisateur sur les réseaux sans fil. En effet, la préférence des Canadiens pour le sans-fil ne fait aucun doute. Il y a seulement sept pays dans le monde où la connexion mobile moyenne utilise plus d'un gigaoctet de données par mois. Le Canada est l'un de ces pays, et les Canadiens arrivent actuellement, comme je l'ai mentionné, au quatrième rang pour la consommation de données mobiles dans le monde; ils consomment plus de 1,5 gigaoctet de données par mois.

Le nombre accru de Canadiens qui utilisent des téléphones intelligents et des appareils branchés à Internet pour en faire plus a entraîné une croissance effrénée de l'utilisation globale des données. Les dernières prévisions indiquent que le trafic mobile au Canada augmentera de 600 % au cours des cinq prochaines années; ce sera six fois plus élevé au cours des cinq prochaines années.

Aucun autre secteur de l'économie ne doit systématiquement et constamment répondre à une aussi grande croissance de la demande que l'industrie du sans-fil.

[Français]

Nous prévoyons donc une croissance phénoménale de la demande de données sans fil au Canada.

• (0900)

[Traduction]

Ce sont les consommateurs qui stimulent cette demande; ils préfèrent avoir accès à toutes les formes de médias notamment pour se divertir et s'informer, et ce, partout et en tout temps. L'omniprésence de la connectivité change la manière dont les Canadiens sont informés sur ce qui se passe au pays et dans le monde. Les entreprises de télécommunications mobiles facilitent ce changement, mais ils doivent aussi répondre à la demande que cela impose sur l'infrastructure sans fil, parce que ce n'est pas possible de le faire sans investir davantage.

Voilà pourquoi l'industrie canadienne du sans-fil a investi plus de 2,5 milliards de dollars en immobilisations chaque année depuis 2009. Étant donné que l'utilisation totale de données double tous les deux ans, l'industrie doit sans cesse investir. L'industrie investit 8 milliards de dollars de plus depuis 2014 pour acquérir les licences de spectre nécessaires pour étendre et améliorer le réseau sans fil et répondre aux besoins actuels et prévus en matière de trafic.

Je tiens à préciser un élément. Ces 8 milliards de dollars servent seulement à avoir accès aux radiofréquences. Cela n'ajoute pas une tour de télécommunication ou une station d'antenne ou cela ne sert pas à brancher un téléphone à Internet. Cela sert seulement à payer le gouvernement pour avoir accès aux radiofréquences. Cela nous coûte 8 milliards de dollars depuis 2014.

Ces investissements créent évidemment des emplois qui sont directement liés à l'élargissement et à l'amélioration du réseau en vue de permettre aux entreprises canadiennes de télécommunications mobiles de continuer d'offrir des services sans fil de pointe. En 2014, l'industrie canadienne du sans-fil a généré plus de 134 000 équivalents temps plein, et son apport économique global se chiffrait à 23,5 milliards de dollars.

Les entreprises de télécommunications mobiles au Canada continueront de faire des investissements record pour répondre à la demande concernant l'explosion de l'utilisation de données et d'offrir des services uniformes à tous les Canadiens. Des politiques stratégiques gouvernementales peuvent faciliter des investissements additionnels dans l'infrastructure réseau sans fil et soutenir l'innovation et le développement économique ici au Canada.

Plus précisément, l'Association canadienne des télécommunications sans fil rappelle systématiquement les quatre priorités nécessaires pour nous assurer que l'industrie du sans-fil peut répondre plus efficacement aux demandes des Canadiens. Ces quatre priorités sont plus de fréquences, plus de tours de télécommunication et de stations d'antenne, la diminution des frais versés au gouvernement et des règlements intelligents.

J'aimerais expliquer ce que nous entendons par des règlements intelligents. Le gouvernement fédéral doit maintenir et défendre sa position à titre de seul organisme de réglementation des télécommunications au Canada. Les consommateurs, les entreprises de télécommunications mobiles, les organismes de réglementation et les élus auraient tout avantage à avoir un ensemble de règlements fédéraux proportionnels et symétriques plutôt qu'un ensemble hétéroclite de différents cadres provinciaux inefficaces et asymétriques.

Par ailleurs, il est préférable pour les entreprises d'être sur un pied d'égalité que d'être désavantagées par des règlements régionaux.

Il existe une politique fiscale — et c'est la principale raison de notre présence ici ce matin — qui accorde un avantage allant jusqu'à 15 % à des entreprises étrangères par rapport aux entreprises canadiennes, et cela nuit au commerce au Canada.

[Français]

Il existe une politique fiscale qui accorde un avantage allant jusqu'à 15 % à des compagnies étrangères, par rapport aux compagnies canadiennes.

[Traduction]

Cette politique crée un obstacle aux affaires au Canada. À l'heure actuelle, les fournisseurs étrangers de produits et services numériques comme les services de nouvelles et de divertissement en ligne, la musique, les films et les logiciels, ne sont pas tenus de prélever ni de payer la TVH et les taxes de vente provinciales comme les entreprises canadiennes sont obligées de le faire. L'avantage concurrentiel qu'en retirent les fournisseurs étrangers nuisent à l'investissement et à l'innovation au Canada, puisqu'il incite les Canadiens à dépenser davantage hors de l'économie canadienne au détriment des fournisseurs et des travailleurs canadiens, des créateurs de contenu, des programmeurs, des éditeurs, des acteurs, des réalisateurs, des musiciens et de tous les autres membres de la communauté artistique qui bénéficient d'une forte économie numérique canadienne.

Dans le contexte de ces audiences, la politique à l'étude place les médias et services de nouvelles canadiens en situation de désavantage direct par rapport à leurs concurrents étrangers. Par exemple, un abonné canadien doit payer la TVH pour s'inscrire à la version en ligne du *Globe and Mail*, du *Toronto Star* et du *National Post*, mais ne paiera pas de TVH pour s'abonner à des journaux internationaux comme le *Wall Street Journal*. Cette politique date de l'époque où la vente de produits et de services numériques était relativement minuscule et où la taxation elle-même représentait plus de difficulté qu'elle n'en valait la peine. Cette époque est révolue. L'appétit insatiable des Canadiens pour les médias numériques, les films, les émissions de télévision, les applications, les livres, les magazines, les jeux vidéo et les logiciels en ligne rend plus important que jamais de remédier à cette échappatoire fiscale.

**La présidente:** Vous avez deux minutes, monsieur Lord.

**M. Bernard Lord:** Merci.

Je ne pourrais jamais imaginer personne faire ouvertement la promotion de l'avantage fiscal d'acheter des voitures fabriquées aux États-Unis. Imaginez un peu que vous pouvez acheter une Camry fabriquée en Ontario ou une Camry fabriquée au Kentucky. Il s'agit de la même voiture. La seule différence, c'est que si vous l'achetez au Kentucky, vous ne paierez pas de taxe de vente, alors que si vous l'achetez au Canada, vous paierez une taxe de vente de 15 %. Quelle voiture croyez-vous que les Canadiens veulent acheter? Évidemment, ils veulent celle fabriquée au Kentucky.

C'est exactement la même chose dans l'espace numérique. C'est la raison pour laquelle nous croyons fermement que le gouvernement devrait assurer la parité fiscale entre tous les fournisseurs de biens numériques au Canada et éliminer l'avantage concurrentiel dont jouissent actuellement les sociétés étrangères. Cela permettrait d'harmoniser le régime canadien aux régimes de l'UE, de la Norvège, du Japon, de la Corée, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande.

Je sais que je n'ai plus de temps, madame la présidente, donc je dirai simplement que les services sans fil relient également tous les Canadiens puisqu'ils leur permettent de participer collectivement à la société et à contribuer à notre identité nationale commune. Assurons-nous d'établir des règles du jeu équitables pour les fournisseurs canadiens de services numériques au Canada.

Merci.

**La présidente:** Merci, monsieur Lord.

Passons maintenant à la période de questions. Chaque intervenant disposera de sept minutes, si bien que la personne qui pose la question et la personne qui y répond n'ont que sept minutes en tout, donc je vais vous demander d'être concis.

Comme vous le savez bien, nous voulons que tous les Canadiens aient accès à leurs nouvelles locales, nous voulons savoir quelle est l'incidence de la convergence des médias sur l'accès aux nouvelles locales comme sur le contenu canadien, et nous voulons savoir ce que l'avenir réserve à toutes les plateformes, y compris au numérique.

Merci.

Nous commencerons par M. Vandal, député libéral.

• (0905)

[Français]

**M. Dan Vandal (Saint-Boniface—Saint-Vital, Lib.):** Merci, madame la présidente.

[Traduction]

Ma première question s'adresse à Bob Cox.

Depuis mon adolescence, ma journée commence par un café (ou par un jus, à l'époque) et le *Free Press*. Depuis que je suis à Ottawa, j'ai gardé la même routine, sauf que je lis le *Free Press* en ligne. J'aimerais que vous me parliez un peu de votre expérience numérique. Je vais vous laisser un peu de temps pour nous parler de l'expérience en ligne du *Winnipeg Free Press*.

**M. Bob Cox:** Il y a tellement de journaux. Nous avons une plateforme numérique payante, donc nous demandons aux gens de s'abonner pour avoir accès à notre service numérique, ou alors nous vendons en fait nos articles à l'article. Nous avons ce que nous appelons un système de micropaiement. Si quelqu'un veut lire un seul article sur le site Web du *Winnipeg Free Press*, il lui en coûte 27 ¢, ce qui constitue une aubaine, soit dit en passant.

Nous connaissons passablement de succès. Nous vendons littéralement des milliers d'articles par semaine à l'article. Beaucoup de gens croyaient que cela ne fonctionnerait pas, mais nous avons conçu un système de paiement qui rend la chose possible. Nous avons un peu moins de 5 000 personnes qui achètent nos textes à l'article. Nous avons à peu près autant d'abonnés à part entière, donc nous avons aussi des abonnés payants.

Nous avons un peu hésité à tenter le coup. J'ai toujours milité pour un service numérique ouvert que tout le monde pourrait utiliser sans frais, mais nous nous sommes rendu compte que nous ne pouvions pas attirer suffisamment de publicité pour le maintenir. Notre public n'est pas assez vaste. Il n'y a aucun journal qui n'ait de public assez vaste pour cela, pas au Canada. Les services comme Google et Facebook font de l'argent grâce à des publicités qui se répètent des centaines de millions de fois. Les tarifs des publicités en ligne ont beaucoup baissé depuis quelques années, et même quelques mois, si bien que nous ne pouvons pas y arriver de cette manière. Nous nous sommes donc tournés à regret vers une formule numérique payante, et nous connaissons beaucoup de succès, parce qu'il y a de la demande pour le contenu local. Les gens veulent savoir ce qui se passe dans leur collectivité.

Tout le monde a autant de goût que vous, monsieur Vandal, et lit le *Winnipeg Free Press*. Il y a de la demande, et les gens sont prêts à payer pour y avoir accès.

**M. Dan Vandal:** Malheureusement, ce n'est pas tout le monde.

Je suis surpris par l'affirmation que vous avez faite en début de séance, selon laquelle les lecteurs n'abandonnent pas votre journal et la plupart des journaux sont rentables. Vous réclamez pourtant que le gouvernement investisse davantage dans les journaux. Est-ce seulement que vous ne faites pas autant d'argent qu'avant et que vous aimeriez revenir à la belle époque?

**M. Bob Cox:** Je peux vous confirmer que nous ne faisons pas autant d'argent qu'avant. Cependant, je pense qu'il s'agit de déterminer quelle tendance les choses prendront. Si les choses se stabilisent et qu'on peut maintenir une situation stable dans un environnement stable, très bien. Malheureusement, nous avons vu les publicités faire cela, chuter abruptement. L'an dernier, nos revenus de publicité ont diminué d'environ 10 %. Cette perte continue de revenus de publicité est insoutenable et vient en partie d'une baisse des publicités gouvernementales.

Je pense qu'il n'y a plus personne qui se lance dans le secteur des journaux pour s'enrichir. Il y a beaucoup de propriétaires de journaux, dont ceux du *Winnipeg Free Press*, qui voient vraiment les journaux comme un secteur d'affaires d'abord, c'est vrai, mais aussi comme un service public, et ils y croient fermement. Ils aimeraient donc arriver à trouver un modèle viable à long terme qui assurerait la rentabilité de l'entreprise, sans pour autant assurer un énorme profit.

**M. Dan Vandal:** Merci.

Je n'ai que sept minutes, donc j'aimerais poser quelques autres questions. La concentration des médias est-elle un enjeu dont nous devrions nous inquiéter au Canada?

**M. Bob Cox:** Non, je pense que l'époque des grands mauvais journaux qui monopolisaient les médias est révolue depuis longtemps. Je vois bien mal pourquoi nous devrions nous inquiéter de minuscules petits journaux, parce qu'ils sont minuscules comparativement aux grandes sociétés des médias numériques.

Pour vous donner un exemple, Postmedia est actuellement évaluée à 10 millions de dollars. C'est la valeur boursière de Postmedia. Le *Toronto Star* vaut environ 150 millions de dollars. Par comparaison, BuzzFeed vaut plus d'un milliard de dollars. Vice Media est évaluée à 4,5 milliards de dollars. Ce sont des monstres. Ce sont des mégasociétés et des conglomérats qu'il faut vraiment vous inquiéter. Les journaux eux-mêmes ne font essentiellement que se battre pour survivre.

**M. Dan Vandal:** Nous avons entendu plusieurs témoins nous parler du fait que les journaux sont la principale source d'information

crédible. Ils considèrent douteuse la qualité du journalisme sur les sites de nouvelles en ligne. Qu'avez-vous à dire à ce sujet?

**M. Bob Cox:** Eh bien, je pense qu'il y a d'excellents sites de nouvelles en ligne qui sont en train de devenir de nouveaux modèles. Je vais vous en nommer un dont vous avez sûrement entendu parler, celui de allNovaScotia.com, à Halifax. Il s'agit d'un service de nouvelles locales avec abonnement payant. Il ne donne absolument rien. On paie au mois pour obtenir un très bon bulletin de nouvelles chaque jour. Plusieurs milliers d'abonnés paient pour ce service, et c'est un modèle de petite entreprise fructueuse qui ressemble beaucoup à celui des journaux communautaires de par le passé. Ce type de modèle pourrait gagner en popularité si l'environnement le permettait. Si l'environnement leur facilitait les choses, beaucoup de modèles du genre pourraient connaître un essor.

Il y a donc beaucoup de sources de nouvelles en ligne crédibles. Il y a beaucoup de sources qui ne sont pas crédibles, et les journaux demeurent une marque fiable qui inspire confiance.

• (0910)

**M. Dan Vandal:** Vous avez mentionné que...

**La présidente:** Il vous reste une minute et demie.

**M. Dan Vandal:** ... les règles actuellement en vigueur ont été établies en fonction de la réalité des années 1980 et non d'aujourd'hui. Pouvez-vous nous en parler un peu plus?

**M. Bob Cox:** Je pense le principal problème est celui de la taxation, que nous semblons tous deux mentionner aujourd'hui. La Loi de l'impôt sur le revenu a été conçue pour l'univers de la télévision, de la radio et des journaux, et non pour l'ère des médias numériques.

Il y a beaucoup d'éléments problématiques. M. Lord en a mentionné un. J'ai mentionné celui de la publicité. Nous voyons tous avec inquiétude l'arrivée du *Time* au Canada, qui accaparera des revenus de publicité, mais nous ne sommes pas aussi inquiets à l'égard de Google.

**M. Dan Vandal:** Très bien.

Qu'en est-il des lois sur le droit d'auteur?

**M. Bob Cox:** Oui, je suis conscient que c'est un enjeu complexe. À nos yeux, le plus grand problème est celui des dispositions sur l'utilisation équitable, qui signifient essentiellement qu'une fois l'information publiée, nous en perdons la propriété et nous ne pouvons rien obtenir en retour. Si des gens réutilisent notre contenu pour réaliser des gains commerciaux, d'une façon qui puisse être clairement établie, puisque évidemment, il faut que ce soit prouvé, nous pourrions les poursuivre, mais nous ne le pouvons pas vraiment. Dès qu'un journal publie une information, elle devient publique, et l'on ne peut rien obtenir en retour.

**La présidente:** Merci, monsieur Cox, et merci, monsieur Vandal.

Nous allons maintenant donner la parole à M. Waugh, des conservateurs.

**M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC):** Merci, madame la présidente.

Continuons un peu sur la question des lois sur le droit d'auteur, parce que les journaux n'ont aucune réticence à voir leurs journalistes à la télévision et à la radio. Ils écrivent un article, le soumettent, puis parfois, ils apparaissent à la télévision avant même que l'article ne soit publié.

Cela peut aller dans les deux sens. Vous employez des journalistes écrits, mais ils peuvent vendre la mèche avant que le journal ne publie quoi que ce soit. Comme je l'ai dit, ils peuvent prendre la parole à la télévision ou à la radio. Vous permettez les deux. Je le vois ici, vous permettez à votre personnel de travailler comme pigistes.

**M. Bob Cox:** Dans certains cas, les journalistes travaillent comme pigistes et dans d'autres, ils travaillent pour la publication, mais dans tous les cas, ce sont des créateurs de contenu. Les chanteurs peuvent aller chanter à la radio ou à la télévision tout ce qu'ils veulent, tant qu'il s'agit du contenu qu'ils ont créé. C'est la même chose pour les journalistes écrits. Beaucoup de journalistes sont des travailleurs indépendants.

Nous cherchons surtout à assurer la propriété du contenu aux créateurs.

**M. Kevin Waugh:** Je pense que vous êtes dépassés. Les journalistes qui écrivent pour les journaux sont désormais très présents dans l'univers numérique et deviennent des animateurs de radio et de télévision.

**M. Bob Cox:** Oui. Les journaux ne sont tout simplement plus des imprimés de nos jours. Ce sont des organisations de nouvelles. Nous incitons nos journalistes à être présents dans l'univers numérique, et dans bien des cas, nous devons insister. Bon nombre d'entre eux auraient adoré rester dans le monde de l'imprimé, avoir de longues heures de dîner et partir à 16 heures. Nous voulons qu'ils investissent dans l'univers numérique, parce qu'en tant qu'organisation de nouvelles, nous pouvons être présents dans l'univers numérique, dans l'univers imprimé, et dans bien des cas, nous pouvons l'être dans l'univers de la vidéo aussi.

L'idée selon laquelle il y a la télévision, la radio et l'imprimé est révolue. Aujourd'hui, il y a des organisations de nouvelles présentes sur diverses plateformes.

**M. Kevin Waugh:** Nous avons reçu des représentants de Transcontinental au Comité il y a un mois, et quand j'ai mentionné que les encarts étaient la grande source de revenus des journaux, je me rappelle que le témoin m'a bien repris.

Nous étions loin de tout savoir. Hier, Transcontinental a vendu tous ses journaux en Saskatchewan. Il m'a probablement réprimandé parce que son équipe était en négociations avec Star News. Nous avons donc perdu 30 emplois en Saskatchewan. Les médias imprimés sont en baisse, ils ont donc vendu leurs journaux et ne sont plus en Saskatchewan.

Qu'en pensez-vous?

**M. Bob Cox:** Les grandes sociétés de médias ne sont pas les mieux placées pour être propriétaires de journaux, particulièrement dans les petites collectivités. L'une des raisons pour lesquelles mon entreprise, FP Newspapers, connaît du succès, c'est parce que nous gérons nous-mêmes l'entreprise. Nous avons quelques journaux communautaires et quelques quotidiens, nous nous soucions du sort des communautés et nous vivons parmi elles. Dès que quelque chose arrive au journal, la communauté est touchée, et ma vie est probablement touchée elle aussi, donc nous comprenons très bien la situation.

Je ne cherche pas à excuser qui que ce soit, et je ne peux pas parler au nom des dirigeants des grandes sociétés au sujet des décisions qu'ils prennent, mais ils les prennent habituellement en fonction de critères de rentabilité: combien d'argent ils peuvent faire et si c'est assez.

Ce n'est pas le fondement de toutes les décisions que nous prenons. Des gens comme Roger Holmes, qui a acheté les journaux hier, en Saskatchewan, ont à cœur les communautés...

• (0915)

**M. Kevin Waugh:** J'espère bien. Il les a achetés.

**M. Bob Cox:** Il est prêt à investir, donc améliorons les règles pour les gens comme lui, afin que ceux qui se soucient de ces communautés puissent investir en elles.

**M. Kevin Waugh:** Nous lui souhaitons bonne chance.

Monsieur Lord, comme vous l'avez dit, il n'y a jamais eu autant d'utilisateurs des technologies sans fil au pays, mais je pense que nous payons encore les tarifs parmi les plus élevés au monde.

**M. Bernard Lord:** C'est faux.

**M. Kevin Waugh:** D'accord, donc où nous situons-nous sur l'échelle mondiale en terme de tarifs? Quiconque utilise ce type d'appareil prétend payer plus qu'il ne paierait aux États-Unis ou en Europe.

**M. Bernard Lord:** Prenons directement l'exemple des États-Unis. Le CRTC effectue une analyse de marché chaque année, et en moyenne, nos prix sont inférieurs à ceux des États-Unis, selon la dernière étude réalisée par le CRTC.

Il ne faut pas oublier non plus que le service et la qualité du service diffèrent beaucoup d'une région du monde à l'autre. Au Canada, les réseaux sont parmi les plus rapides, les plus robustes et les plus fiables qu'on puisse trouver dans le monde.

Selon l'étude la plus récente sur la rapidité des réseaux, les réseaux canadiens figurent au deuxième rang des réseaux de 190 pays du monde. C'est excellent. On achète un droit d'accès à un réseau. Nous constatons qu'au Canada, les Canadiens adorent utiliser leurs appareils de plus en plus. Nous sommes...

**M. Kevin Waugh:** Comme cela.

**Des voix:** Oh, oh!

**M. Bernard Lord:** Comme cela. Cela n'arrête jamais.

Je n'aurais pu prévoir une meilleure synchronicité. Merci. Vous savez, nous avons du personnel qui nous écoute, et il nous appelle quand il le faut.

Le Canada est le quatrième plus grand utilisateur de données, et la tendance se poursuit. Je me rappelle que le premier téléphone que j'ai acheté ne servait vraiment qu'à faire des appels, puis nous avons commencé à texter, et maintenant nous consommons des tonnes de données. Ce sont des ordinateurs portables que nous utilisons de temps en temps pour passer un appel. Pour ce qui est de la consommation de données, les Canadiens sont les quatrièmes plus grands utilisateurs de données en ligne, et c'est ce que vous achetez.

Nous aimons aussi les appareils de pointe. Si vous regardez autour de la pièce ou que vous vérifiez ce qu'on trouve dans la plupart des foyers au Canada, les Canadiens adorent les meilleurs appareils, les appareils robustes dotés de beaucoup de mémoire, mais ils coûtent plus cher. Les forfaits tiennent compte de tous ces éléments, et c'est la valeur qu'on obtient.

Nous savons qu'il y a plus de 29 millions d'abonnés au Canada, qui consomment plus que jamais. Cependant, il y a une chose qui nous préoccupe aujourd'hui, et c'est la raison pour laquelle nous sommes ici. J'appuie d'ailleurs les propos de M. Cox. Les règles du jeu en matière de taxation sont inéquitables.



**M. Kevin Waugh:** J'ai entendu. Oui, continuez. Vous, plus que quiconque dans cette pièce, savez que les consommateurs ne veulent pas payer plus cher.

**M. Bernard Lord:** Absolument. Les consommateurs canadiens sont intelligents, et ils vont chercher le meilleur rapport qualité-prix. Bien honnêtement, les propriétaires d'entreprise au Canada sont intelligents eux aussi. S'ils peuvent faire le même genre de publicité pour le même produit dans un format comparable et obtenir un rabais de 15 % parce qu'ils n'ont pas besoin de payer de taxe de vente, contrairement à s'ils publiaient des publicités dans un format numérique et qu'ils devaient payer une taxe de vente de 15 % ou de 13 %, s'ils ont l'impression que le résultat sera le même, ils choisiront l'option la moins chère.

Si vous êtes à la maison un soir et que vous voulez regarder un film, puis que vous pouvez passer par un fournisseur canadien ou par un fournisseur américain, pour le même film, exactement au même prix (6,99 \$), mais qu'il y en a un qui doit imposer des taxes de vente parce qu'il est canadien, contrairement à l'autre, parce qu'il n'est pas canadien, lequel choisissez-vous? La plupart des gens choisiront celui qui n'impose pas de taxes de vente, parce qu'ils obtiendront exactement le même produit, exactement le même service, dans le même temps, qu'ils profiteront de la même expérience. La seule différence, c'est qu'ils n'auront pas le plaisir de payer la taxe de vente.

**M. Kevin Waugh:** Vous parlez de la TPS ou de la TVH. Je comprends. Voulez-vous que le gouvernement les taxe, alors?

**M. Bernard Lord:** Eh bien, il y a plus d'une option.

**M. Kevin Waugh:** Quelles sont les options alors?

**M. Bernard Lord:** On peut soit taxer les services numériques étrangers soit affranchir les services numériques canadiens des taxes. C'est le choix. C'est une question de politique publique, mais je crois qu'il est clair que nous devons équilibrer les règles du jeu.

**M. Kevin Waugh:** Combien, si nous ne taxons pas les fournisseurs canadiens...

**La présidente:** Votre temps est écoulé. M. Lord peut peut-être terminer d'exprimer sa pensée. Un petit mot rapide, monsieur Lord.

**M. Kevin Waugh:** Combien nous en coûterait-il si nous n'imposons pas de taxe à ces entreprises au Canada?

**M. Bernard Lord:** Nous n'avons pas de chiffres.

**La présidente:** Merci.

Le prochain intervenant sera M. Nantel, pour le NPD.

[Français]

**M. Pierre Nantel:** Bonjour à tous. Je vous remercie d'être ici.

Je trouve cette conversation vraiment fantastique. Monsieur Lord, je trouve dommage que vous n'ayez pas les chiffres concernant cette politique. Je comprends. Il est sûr que c'est un pavé dans la mare que tout le monde cherche à ignorer. Tout le monde cherche son imperméable et dit qu'il ne prendra pas de décision à ce sujet.

Ces entreprises internationales offrent leurs services en dessous de la table. En anglais, on emploie le terme « *over the top* », mais en réalité, c'est en dessous de la table, parce qu'il n'y a pas de taxes. On blâme les femmes de ménage et les mécaniciens qui changent nos pneus d'hiver de nous demander si nous voulons payer des taxes ou non. Ils le font ouvertement et on ne fait rien à cet égard. C'est la même chose pour tout ce qui est virtuel, par exemple lorsqu'on commande un logiciel sur Internet ou quoi que ce soit d'autre. Le gouvernement canadien doit mettre ses culottes et consulter ses pairs

à l'international pour prendre une décision à ce sujet, car c'est un problème très grave.

Je suis content que vous soyez là. On ne sait pas pour combien de temps vous allez garder ce job. On a beaucoup parlé de vous pendant la fin de semaine. Puisque vous êtes quelqu'un de rassembleur, nous allons vous poser un tas de questions.

Comme vous l'avez dit, tout le monde veut de plus en plus de services Internet sans fil. Nous sommes d'accord là-dessus. En même temps, nous avons tous une relation d'amour-haine avec notre fournisseur. Les gens parmi le groupe que vous représentez ont des comportements très différents. Certains ont un caractère assez difficile. Il y a ceux qui ont la science infuse, ceux qui sont entreprenants et débrouillards, ceux qui sont les petits nouveaux et qui ont des images d'animaux. Ils sont tous très différents.

Les gens de Telus ont annoncé récemment la fin des forfaits de données illimitées. Êtes-vous en mesure de nous dire ce que cela veut dire? Vous dites vous-même que les Canadiens consomment de plus en plus de services Internet sans fil, mais Telus dit que c'est la fin des forfaits de données illimitées.

Cela aboutira-t-il à une course aux données de plus en plus grande et à des réseaux de plus en plus gigantesques qui nécessiteront de plus en plus de spectre pour fournir ces services? Ultimement, ce ne sera pas payant. Ainsi, les Canadiens devront-ils s'attendre à payer plus?

• (0920)

**M. Bernard Lord:** C'est une excellente question. En ce qui a trait aux forfaits, aussi bien les membres de notre association que les membres associés et affiliés fixent eux-mêmes leurs prix. Il n'y a pas de discussion entre nous pour déterminer comment ou pourquoi un prix ou un forfait donné est établi comme il l'est.

En fait, il s'agit d'une industrie en pleine évolution. En réponse à votre intervention, je vais démontrer comment l'évolution est continue en matière de sans-fil.

Il y a quelques années au Canada, il était extrêmement rare que quelqu'un consomme 1 gigaoctet par mois. Or aujourd'hui, la moyenne est de 1,5 gigaoctet par mois, et cela augmente rapidement. Chez les moins de 40 ans, il est rare que la consommation soit inférieure à 1 gigaoctet.

En réalité, nous utilisons nos appareils pour lire les nouvelles en ligne, regarder des vidéos, regarder une partie de hockey, faire de la recherche ou faire des affaires. Nous nous dirigeons de plus en plus vers ce qu'on appelle l'Internet des objets. De plus en plus d'appareils seront branchés entre eux, ce qui va donner lieu à une plus grande consommation de données. Il faudra donc disposer de réseaux capables de soutenir cette croissance.

Imaginez que nous ayons aujourd'hui une route à quatre voies pouvant répondre à nos besoins, mais qu'on nous annonce que, dans cinq ans, cette route devra comporter 24 voies. C'est exactement à quoi correspond la réalité. Nos réseaux d'aujourd'hui devront être six fois plus performants et plus grands dans cinq ans.

Revenons à la question de la taxation. Vous utilisez l'exemple de travailleurs canadiens, comme des mécaniciens ou des gens qui travaillent dans le secteur des services, qui décident de ne pas imposer de TPS. C'est une bonne analogie. À l'heure actuelle au Canada, un système permet en effet à des compagnies étrangères parmi les plus grandes du monde — vous pourrez le constater en vérifiant leur valeur sur les marchés boursiers — de ne pas imposer de taxe de vente lorsqu'elles vendent leurs produits. On ne parle pas ici de petites boutiques éphémères américaines, mais de très grandes compagnies capables de vendre leurs services au Canada.

**M. Pierre Nantel:** Vous avez dit à maintes reprises souhaiter vraiment que vos membres appliquent des pratiques exemplaires. À mon avis, vous avez bien raison. Cela dit, l'utilisation des ondes qui appartiennent aux Canadiens est une occasion d'affaires qui vient avec des responsabilités. Il faudra que les entreprises et les citoyens déterminent ce qui doit être fait à l'égard de ce système. Je ne veux pas vous blâmer, mais il est clair que c'est Internet qui a changé la donne, de sorte qu'aujourd'hui tout le monde se demande quoi faire.

Je m'attends donc à ce qu'une conversation exhaustive se tienne et qu'elle mette à contribution tous les joueurs.

Je vais maintenant m'adresser à M. Cox.

Vous avez parlé plus tôt de la fuite des dollars liés à la publicité.

[Traduction]

Je vais parler anglais pour vous.

Vous avez dit que le marché de la publicité orientait beaucoup les médias sociaux et le reste. Quand j'étais jeune, je me rappelle qu'il y avait dans les journaux ce qu'on appelait un publi-reportage, qui était comme une semi-nouvelle, mais pour faire la promotion de quelque chose. N'est-ce pas exactement ce que fait Facebook en faisant la promotion de toutes sortes de choses? Même moi, je peux faire de la publicité pour ce que je fais de bien sur Facebook. N'est-ce pas de la fausse publicité ou de la fausse réalité? Le consommateur se dit: « Je me fais arnaquer. Je pensais que ce gars était mon ami, alors qu'il est en train de me vendre une Chevette. »

• (0925)

**M. Bob Cox:** Oui, habituellement, nous employons l'expression « contenu commandité » pour désigner cela. On en voit beaucoup. Même dans de grands journaux comme le *Globe and Mail*, on voit souvent des sections qui sont vraiment écrites par les publicitaires ou pour les publicitaires. Il y a toute une controverse autour de cette question. Notre journal n'en comporte pas autant, mais c'est une source de revenus importante.

Ce qui se produit, c'est que les journaux et les autres médias ont tant besoin d'argent ou de nouvelles sources de revenus qu'ils en viennent à cela. Cela menace en fait l'éthique des journalistes et des publications d'actualités.

**M. Pierre Nantel:** Est-ce que cela n'est pas...

**La présidente:** Peut-être pouvons-nous laisser terminer M. Cox?

**M. Bob Cox:** Beaucoup de publications sentent qu'elles n'ont pas le choix, mais en fait il n'y a pas de normes régissant l'identification de ces contenus, qu'il s'agisse explicitement d'annonces ou de journalisme. Très souvent, il y a de la confusion. C'est une zone très sombre en ce moment qui gagnerait à être éclaircie.

**La présidente:** Merci.

Allons maintenant à M. Samson, député libéral.

[Français]

**M. Darrell Samson (Sackville—Preston—Chezzetcook, Lib.):** Bienvenue parmi nous. Nous apprécions beaucoup votre présence.

Monsieur Lord, j'ai trois ou quatre questions pour vous. Nous avons sept minutes à notre disposition, alors essayons de ne pas trop déborder le sujet.

En tant qu'ancien premier ministre du Nouveau-Brunswick, vous avez beaucoup d'expérience comme décideur. Je dirais même que vous avez commencé votre carrière comme décideur, puis vous avez joué un rôle d'acteur, et vous êtes redevenu décideur.

Vous parlez du problème de la taxation. Je vous place dans une situation où vous avez à décider. Supposons que vous ayez deux ans pour régler le problème. Que faites-vous?

**M. Bernard Lord:** Au départ, je prends la décision de régler le problème. C'est la première décision qui doit être prise. Il faut avoir la volonté de régler le problème. Il faut ensuite examiner la situation, et nous avons l'occasion aujourd'hui d'en parler.

Il n'est pas question de blâmer quiconque pour ce qui a été fait par le passé. C'est une industrie en évolution. Il y a 20 ans, ce n'était pas un problème, car cette industrie n'existait pas. Il y a 10 ans, elle a commencé à faire surface, et aujourd'hui notre monde est transformé et est devenu, comme je l'ai mentionné plus tôt en anglais, *a mobile-first world*. Ce n'est pas seulement un monde numérique, mais c'est un monde numérique où l'on privilégie les terminaux mobiles.

Conséquemment, nous avons créé des réseaux. Or, comme le disait M. Nantel, la situation est devenue assez ironique. Nous avons créé des réseaux qui permettent à des gens de l'extérieur de vendre des produits au Canada. Cela n'est pas mauvais, je dirais au contraire que cela a du bon, mais il faut s'assurer que cela est fait de façon concurrentielle. Il ne faut pas adopter une politique fiscale qui désavantage une compagnie canadienne comparativement à une compagnie américaine ou internationale.

La première décision qui doit être prise, donc, est de régler le problème. Ensuite, il faut se demander comment y arriver, et cela devient un peu plus complexe. Il faut travailler conjointement avec les provinces aussi, parce les taxes de vente relèvent du fédéral et des provinces. L'option est soit d'augmenter la taxation sur les produits qui proviennent de l'étranger, soit...

**M. Darrell Samson:** Vous êtes un décideur, monsieur Lord, alors c'est à vous de décider. Vous faites ce que vous croyez le mieux.

**M. Bernard Lord:** Personnellement, je choisis l'un ou l'autre. Je veux des règles du jeu équitables.

D'autres pays ont réglé le problème. C'est le cas de l'Union européenne. J'ai aussi mentionné des pays comme la Nouvelle-Zélande, la Corée du Sud, le Japon, la Norvège, l'Australie, qui ont tous adopté certains modèles pour régler la situation.

**M. Darrell Samson:** Merci beaucoup.

Autrement dit, vous êtes le représentant de créateurs d'applications mobiles. Pouvez-vous nous décrire le genre de contenu que gèrent les développeurs canadiens d'applications mobiles? Quelle est notre situation, comparativement à celle des autres pays au monde?

• (0930)

**M. Bernard Lord:** Il existe toute une industrie de création de contenu mobile en pleine croissance au Canada. Cela se vérifie dans des industries traditionnelles, par exemple des journaux qui produisent des copies numériques, mais numériques pour mobiles. Ils possèdent des applications qui sont précisément conçues pour des appareils mobiles. Il ne s'agit pas simplement de prendre la même application que pour un ordinateur branché à Internet, mais de gérer le contenu de façon à ce qu'il soit plus facile de le voir et de l'utiliser sur un appareil mobile, donc sur un écran plus petit.

Nous le constatons sur le plan des nouvelles, du secteur du divertissement et aussi des affaires. Ce qu'il est très important de se rappeler, c'est que cela constitue un outil d'affaires, un outil économique, un outil de développement économique. Les réseaux que nous avons au Canada ne servent pas simplement à permettre à plus de Canadiens de mieux visionner des documents sur YouTube. Il est vrai que les Canadiens comptent parmi ceux qui affichent et qui utilisent le plus YouTube. Cependant, les réseaux canadiens aident aussi au développement des affaires. C'est donc un outil qui aide les Canadiens dans tous les aspects de la vie auxquels ils veulent participer.

En ce qui concerne la taxation, un consommateur canadien qui décide d'acheter un produit en ligne pour un appareil mobile a souvent le choix entre un produit canadien, qui est soumis à des règles, et un produit non canadien, qui n'est pas soumis aux mêmes règles. Dans ce cas, il faut s'assurer qu'il n'est pas obligé de payer 15 % de plus s'il choisit le produit canadien.

**M. Darrell Samson:** D'accord, merci.

Que faites-vous pour encourager l'expansion des services sans fil partout au Canada?

**M. Bernard Lord:** Nous en faisons beaucoup.

L'objectif le plus important pour nos membres est de continuer l'expansion des réseaux. Nous estimons que la demande à venir au cours des cinq prochaines années connaîtra une croissance de 600 %, comme je l'ai mentionné plus tôt, et il faut s'assurer de pouvoir la satisfaire. Pour y arriver, il faut agir de deux manières. Il faut continuer à augmenter la capacité des réseaux là où ils existent déjà, c'est-à-dire améliorer le service existant. Par ailleurs, là où il n'y a pas de service, il faut en fournir un. Il s'agit donc d'agrandir le territoire à desservir et, là où il est desservi, d'augmenter la capacité.

**M. Darrell Samson:** Dans votre rôle de décideur, comment pourriez-vous rendre ce service plus abordable pour les Canadiens?

**M. Bernard Lord:** C'est une...

**M. Darrell Samson:** Veuillez me répondre en tant que décideur, et non en tant qu'homme d'affaires, car les deux approches sont totalement différentes.

**M. Bernard Lord:** J'aime toujours les questions hypothétiques. On m'en pose tous les jours.

Quelqu'un a mentionné plus tôt la relation d'amour-haine avec les fournisseurs de services, et je comprends bien l'expression. En réalité, le prix unitaire continue de baisser. Ce qu'il nous en coûte pour 1 gigaoctet de données a baissé au Canada comparativement à ce qu'il en coûtait il y a cinq ans. Par contre, la consommation augmente. Par conséquent, la facture mensuelle des Canadiens augmente, mais c'est parce qu'ils consomment beaucoup plus. C'est comme d'aller à l'épicerie et de remplir son panier avec beaucoup plus de produits que la semaine précédente et de s'étonner ensuite que la facture d'épicerie soit plus élevée. En réalité, c'est la consommation qui est plus élevée.

**M. Darrell Samson:** Je suis d'accord avec vous, mais vous êtes décideur à présent.

**M. Bernard Lord:** Oui.

**M. Darrell Samson:** L'objectif du décideur est de rendre le prix plus bas et d'évaluer ce qui peut être fait pour y arriver.

**M. Bernard Lord:** Oui. Il ne faut pas qu'il y ait trop de réglementation. Il faut faire en sorte que les consommateurs et les fournisseurs de services puissent faire leurs choix librement, et leur permettre de prendre des risques et d'en tirer profit.

Au Canada, nous avons un système qui est très concurrentiel. Nous avons de plus petits fournisseurs, et nous avons de gros fournisseurs. Cependant, il faut toujours se rappeler que même les gros fournisseurs au Canada sont petits comparativement aux fournisseurs internationaux.

**M. Darrell Samson:** Merci.

[Traduction]

**La présidente:** Juste à temps, monsieur Samson. Très bien.

Je pense que nous arrivons à la fin de la séance à cause du temps de parole. Il y a une question que je voulais poser, mais M. Vandal l'a posée avant moi. C'était à propos de la qualité du journalisme.

Étant donné que n'importe qui peut afficher des nouvelles en ligne, comment encourageons-nous les journalistes à venir chez nous et à y rester? Il n'est plus nécessaire de se rendre dans une petite communauté ou d'y vivre, mais il est possible de se trouver dans une petite communauté et de couvrir toutes sortes de nouvelles. Prochaine étape: comment conserver cette intégrité dans le journalisme en ligne?

**M. Bob Cox:** Cela consiste à créer un milieu qui reproduit l'idée ancienne du petit journal communautaire. Une famille est propriétaire et exploitante d'un journal, dans une petite ou une grande ville. Elle le fait pour le plaisir de raconter aux gens ce qui se passe, plus qu'autre chose. Je pense qu'il est possible de recréer cela dans le monde numérique.

Il y a beaucoup de gens qui veulent vivre dans une petite communauté, raconter des histoires à son sujet, et qui veulent le faire de manière professionnelle, fiable et responsable, mais ils doivent gagner leur vie. Les personnes qui écrivent gratuitement des articles sur les parties de soccer de leurs enfants ou qui affichent des publications sur Facebook ou sur Twitter montrant ce qu'ils mangent au petit-déjeuner ne sont pas les personnes fiables qui vont fournir l'information dont les communautés ont besoin.

Pour desservir une communauté, il faut un milieu dans lequel il peut y avoir un produit numérique suivant un modèle d'affaire quelconque, capable de générer suffisamment de revenus publicitaires ou d'abonnements. Si l'on fait cela, on pourra continuer d'avoir du journalisme professionnel dans ces communautés, mais il doit y avoir un milieu où il y a des journalistes professionnels qui sont payés. Sinon, c'est l'anarchie. Il n'y a que du bavardage et du babillage, sans aucun contrôle de la qualité.

• (0935)

**La présidente:** Merci, monsieur Cox.

Je veux remercier nos deux témoins d'être venus aujourd'hui et d'avoir approfondi ce que nous avons entendu lors d'autres témoignages. Notre grande préoccupation est le contenu canadien et la façon de le conserver.

Merci beaucoup.

Maintenant, nous allons faire une pause de quelques minutes, le temps de changer de groupe de témoins.

Merci.

● (0935) \_\_\_\_\_ (Pause) \_\_\_\_\_

● (0935)

**La présidente:** Nous allons commencer.

Nous avons deux groupes de témoins, de Cogeco Inc. et du *Corriere Canadese*.

Mesdames et messieurs, vous avez 10 minutes chacun pour faire votre déclaration préliminaire. Je vous ferai signe deux minutes avant la fin. Il y aura ensuite une période de questions et réponses.

Nous allons commencer avec M. Audet et Mme Nathalie Dorval, de Cogeco. Vous avez 10 minutes. Vous pouvez commencer.

Merci.

**M. Louis Audet (président et chef de la direction, Cogeco Inc.):** Merci, madame la présidente.

[Français]

Madame la présidente, membres du Comité, je vous remercie de nous avoir invités à comparaître devant vous et à vous présenter le point de vue de Cogeco sur les médias et les communautés locales. Je m'appelle Louis Audet. Je suis président et chef de la direction de Cogeco. Je suis accompagné aujourd'hui de Mme Nathalie Dorval, qui est vice-présidente, Affaires réglementaires et droit d'auteur.

Cogeco a été fondée par feu mon père, Henri Audet, il y a maintenant six décennies. Nous avons fait nos premiers pas dans l'industrie des médias en 1957 avec une seule station de télévision hertzienne traditionnelle à Trois-Rivières, au Québec. Comme nous le savons tous, l'industrie des médias a profondément changé depuis ce temps, non seulement au Canada, mais partout dans le monde.

Tout au long de ces six décennies, Cogeco a accueilli le changement à bras ouverts et a adapté ses activités d'affaires aux nouvelles réalités qui découlaient des changements technologiques, sociaux et économiques. C'est cette capacité de nous adapter qui a permis à notre entreprise de connaître un succès durable et de fournir aujourd'hui de l'emploi à plus de 4 600 personnes.

Nous ne sommes plus présents dans la télédiffusion hertzienne traditionnelle, pas plus que nous ne le sommes dans le média imprimé, où nous avons pourtant oeuvré pendant huit ans. Par contre, nous exploitons 13 stations de radio locales au Québec et nous fournissons des services de télévision communautaire au moyen de 32 canaux de télévision communautaire distincts en Ontario et au Québec. Nous offrons notre service radiophonique de nouvelles francophones, Cogeco Nouvelles, à plus de 40 autres stations locales indépendantes au Québec. Aujourd'hui, nos observations sont par conséquent axées sur la radiodiffusion dans le monde numérique et sur la façon dont les communautés locales peuvent continuer à être desservies dans un monde numérique.

Vous l'avez déjà entendu dire par d'autres témoins, mais je me dois de réitérer que, à l'âge des communications numériques mondiales, le portrait a changé radicalement pour les médias traditionnels de radiodiffusion. Les auditoires continuent à migrer vers les plateformes numériques pour satisfaire leurs besoins en information. Les

annonceurs continuent malheureusement de rediriger leurs dépenses publicitaires vers ces nouveaux médias, sur Internet, et les consommateurs canadiens, particulièrement les jeunes, recherchent des modes d'information plus immédiats, omniprésents et interactifs, pour s'informer. Évidemment, ils le font sur Internet.

● (0940)

[Traduction]

Sur le plan des politiques gouvernementales, que devrait-on faire ou éviter de faire dans les circonstances?

Premièrement, nous devons reconnaître que la tendance que je viens de décrire est irréversible.

Deuxièmement, nous devons concentrer nos efforts sur la transition de nos médias de diffusion vers les nouveaux modèles de diffusion disponibles dans le monde numérique. Oui, cela comprend la production et la présentation de nouvelles locales à la télévision et la programmation de l'information.

Troisièmement, nous devons éviter de déshabiller Pierre pour habiller Paul, par exemple d'utiliser l'argent du secteur de la télévision communautaire pour subventionner les stations locales de télévision traditionnelle en direct des secteurs public et privé.

Quatrièmement, nous devons nous tenir loin du financement direct des nouvelles télévisées et de la programmation de l'information en soi. Cette idée augmenterait le risque d'affaiblir notre démocratie.

Nous avons communiqué ces trois points au CRTC lors des récentes audiences sur la télévision locale et communautaire dans des présentations plus élaborées fondées sur des données détaillées disponibles sur le site Web du CRTC. Nos présentations au CRTC sont publiées sur le site Web du CRTC et vous pouvez les consulter en complément de notre comparution d'aujourd'hui. De plus, des exemplaires des commentaires finals de Cogeco et des présentations orales faites lors des audiences du CRTC ont été remis au greffier du Comité.

Nous leur avons fait remarquer que les stations de télévision traditionnelle au Canada sont en grande partie détenues et exploitées par quatre entités intégrées verticalement, soit BCE, Shaw, Rogers et Québecor, lesquelles comptent pour plus de 79 % de tous les revenus de la télévision commerciale au Canada.

Ces grandes entreprises, qui sont très rentables, sont présentes sur toutes les plateformes de télévision traditionnelles et non traditionnelles. Elles possèdent les ressources financières requises pour faire la transition de leurs nouvelles locales et leurs opérations d'information vers les nouvelles réalités du monde numérique. Elles devraient être autorisées à faire cela — regrouper les ressources de leurs différents médias et de leurs différentes plateformes — et être obligées d'offrir un service de nouvelles et d'information aux communautés locales qu'elles desservent par la diffusion en direct. À mesure que le nombre de débranchements augmentera, la diffusion en direct deviendra plus importante pour rejoindre tous les Canadiens et favoriser une base culturelle commune.

Dans le cas des entreprises du secteur public, principalement la SRC, il incombe au Parlement de décider si le mandat doit être révisé pour inclure spécifiquement les dispositions relatives aux nouvelles télévisées locales et à l'information dans les deux langues officielles, ainsi que de déterminer si les crédits parlementaires de la SRC sont suffisants pour qu'elle remplisse son mandat, le cas échéant.

Il ne reste donc que 19 petites stations locales de télévision traditionnelle indépendantes qui diffusent en direct dans de petits marchés et qui doivent passer à d'autres modèles opérationnels pour éviter de fermer leurs portes en raison de la perte d'auditoires et de revenus publicitaires. Étant donné que le gouvernement fédéral exige de ces stations qu'elles abandonnent le spectre de radiodiffusion en direct, il devrait leur verser une compensation imputée au produit de la vente aux enchères des spectres de fréquences qui leur seront retirés.

Plus tôt cette année, nous avons aussi présenté au CRTC un plan visant à offrir sur nos chaînes communautaires des émissions de nouvelles locales professionnelles à sept communautés en Ontario au plus et à sept communautés au Québec qui n'ont aucun service local de télévision en direct. Le plan repose sur notre expérience de North Bay, en Ontario, où nous fournissons des services de nouvelles télévisées locales sur la chaîne communautaire depuis que CTV a fermé la seule station de télévision locale en direct dans cette communauté il y a plusieurs années.

Nous espérons que vous avez trouvé cet exposé utile et serons heureux de répondre à vos questions de notre mieux.

● (0945)

[Français]

**La présidente:** Merci beaucoup, monsieur Audet.

[Traduction]

C'est maintenant au tour du *Corriere Canadese*, pour 10 minutes. Vous pouvez diviser votre temps ou faire un exposé de 10 minutes.

**L'hon. Joseph Volpe (éditeur et président, Corriere Canadese):** Merci. Votre prononciation n'était pas trop mauvaise. Je vous pardonne.

M. Dan Montesano m'accompagne aujourd'hui. Il est le président du Conseil consultatif communautaire. C'est moi qui serai votre principal interlocuteur aujourd'hui.

Alors sans plus tarder, madame la présidente, mesdames et messieurs les membres du Comité, merci de nous offrir la possibilité de participer à vos délibérations concernant l'état de certaines des institutions culturelles du Canada — car c'est véritablement ce dont il est question —, en particulier dans la mesure où elles ont trait au patrimoine, à la citoyenneté et à la participation au développement de notre pays.

Nous sommes parfaitement conscients que vos décisions et vos recommandations au gouvernement auront un impact sur la capacité de survie des médias « locaux », et de ce fait, la survie d'organes emblématiques de la promotion de l'identité canadienne. La situation est telle parce que, comme le Comité a pu le constater, la stabilité financière de certaines des institutions de la mosaïque canadienne est fragile — et peut-être de façon plus urgente, celle des médias imprimés.

Nous parlons pour nous-mêmes, au *Corriere Canadese*, sachant que notre expérience est à l'image de celle d'autres acteurs, petits et grands, comme vous l'avez entendu ce matin. Tout comme nous, ils reconnaissent que le gouvernement fédéral, par ses actions, détermine la réussite ou l'échec de bon nombre d'industries, y compris la nôtre.

Notre mémoire peut vous apparaître comme un plaidoyer pour obtenir de l'aide. Vous ne vous trompez pas, c'est juste. Nous ne sommes pas plus à l'abri des aléas et des caprices du marché que les entreprises plus grosses et plus grandes, comme Postmedia, à la recherche d'alliés gouvernementaux.

Avant de présenter ce plaidoyer toutefois, permettez-nous de nous présenter et d'indiquer certaines de nos contributions à valeur ajoutée à Patrimoine canadien. Vous connaissez peut-être déjà dans une certaine mesure l'histoire de *Corriere Canadese*, et la communauté italo-canadienne que ce journal sert et représente au Canada. Si tel est le cas, veuillez excuser la redondance.

Les plus récents chiffres de Statistique Canada indiquent que le nombre de Canadiens qui se considèrent eux-mêmes comme ethniquement Italiens est de l'ordre de 1,4 à 1,5 million de personnes (environ 5 % de la population). Un peu moins d'un million d'entre eux vivent en Ontario; quelque 800 000 dans la Golden Horseshoe. De ce nombre, environ 250 000 utilisent l'italien exclusivement, principalement ou fréquemment dans leurs activités quotidiennes. Ces statistiques sont pertinentes, puisqu'elles nous renseignent sur la nature du Canada et des collectivités qui le composent.

Le *Corriere Canadese* est le seul quotidien d'expression italienne au Canada. Il a publié des reportages et commenté l'actualité tout au long de l'histoire des Italo-Canadiens depuis 1954. Il publie aussi des éditoriaux et des articles d'opinion sur le rôle et l'administration du gouvernement, à tous les paliers et dans toutes les provinces et tous les territoires. Parfois, il le fait en anglais.

Dans la région du Grand Toronto, le *Corriere Canadese* n'est devancé que par le *Globe and Mail* et le *Toronto Star* au chapitre de la longévité. Soit dit en passant, il ne reçoit aucune aide du gouvernement fédéral.

Il importe également de mentionner qu'en tant que groupe démographique et en tant que média, nous ne cadrons pas dans les compartiments de financement réservés aux deux groupes des langues officielles ou aux Premières Nations. Or, les Italiens ont bel et bien pris part à l'histoire du Canada depuis les premiers contacts documentés avec les Européens. Giovanni Caboto, aussi appelé John Cabot, est passé à l'histoire comme le premier Européen à avoir atteint les côtes du Canada. En 1497, lors d'un voyage commandité par Henri Tudor, il est débarqué à ce qui allait devenir Bonavista, à Terre-Neuve.

Depuis lors jusqu'à aujourd'hui, les Italiens ont joué un rôle dans l'édification du pays qu'ils reconnaissent aujourd'hui fièrement comme étant leur patrie. Il est rare de trouver au Canada une collectivité ou une industrie où leur présence n'est pas palpable; depuis les anciennes industries de l'acier et des mines comme celles que l'on trouve à Sydney, Hamilton, Sault Ste-Marie, Sudbury, Winnipeg et Trail, en Colombie-Britannique. Cela vaut aussi pour les 350 villages reposant sur l'exploitation forestière et le bois d'oeuvre partout au Canada. C'est également le cas pour les centres de production agricole et agroalimentaire qui s'étalent vers l'ouest à partir du Sud de l'Ontario.

Dans le domaine du transport, le CP et le CN ont dans une très grande mesure fait appel à des travailleurs italiens qui ont été très nombreux à demeurer après la construction du chemin de fer et sont devenus des bâtisseurs de collectivités, et ce, de Vancouver à Halifax en passant par Kamloops, Canmore, Red Deer, Thunder Bay, la région du Grand Toronto et Montréal. Aujourd'hui, ils occupent une place de choix dans l'industrie des pièces automobiles du Sud de l'Ontario.

Partout, les Italo-Canadiens ont été un modèle pour le multiculturalisme canadien, avant même sa consécration législative en 1971.

● (0950)

En fait, depuis 1954, le *Corriere Canadese* a pu témoigner de leur histoire, de leur besoin et du nôtre de promouvoir l'intégration, la participation, la promotion de la diversité ainsi que les avantages qui en découlent pour les valeurs de la société canadienne. Dans toutes les régions du Canada, leurs enfants sont les premiers à forger des alliances et à établir des partenariats en dehors de leur propre communauté afin de promouvoir les intérêts de l'ensemble.

Comme on l'a dit il y a quelques instants, c'est un élément essentiel de la démocratie au Canada.

Peut-être n'y a-t-il pas d'exemple plus évident de cette contribution que les derniers présidents du Congrès du travail du Canada, du Conseil d'entreprises pour les questions d'intérêt national — désormais le Conseil canadien des chefs d'entreprise — et le président fondateur de Service Canada. Ils sont tous issus de cette communauté intégrée au Canada.

Et il existe de nombreux autres exemples éloquentes du leadership canado-italien dans les fonds de pension, la philanthropie, les services alimentaires, les universités, les arts, les affaires étrangères et ainsi de suite.

Mais revenons au *Corriere Canadese*. Avant, il était financièrement apte à diffuser ces réussites canadiennes et les valeurs qu'elles représentent. Nous aimerions continuer à le faire et à maintenir ce lien si important avec l'Europe et l'Italie, en particulier. L'Italie est maintenant un important partenaire commercial du Canada et est vouée à le devenir encore davantage si l'AECG est ratifié.

Toutefois, à l'instar de nos homologues de langue anglaise, notre volet recettes est mis au défi. Nous l'avons entendu ce matin. Par conséquent, notre capacité de rejoindre les collectivités dans les coins les plus éloignés de ce vaste pays est gravement limitée. Nous nous concentrons aujourd'hui sur la RGTH, où nous générons des recettes à partir des abonnements, des ventes d'exemplaires à l'unité, et aussi de façon limitée, bien que relativement constante, à partir de la publicité.

Nous nous considérons comme un créateur d'emplois, une pépinière pour les arts créatifs et un véhicule pour rejoindre les citoyens canadiens. Tout ce que nous faisons est généré, produit et distribué au Canada. Notre journal n'est pas gratuit. Il faut de l'argent pour produire quelque chose.

Le gouvernement du Canada peut être d'un grand secours, s'il choisit de le faire. Il s'agit d'un acteur de premier plan dans le monde de la publicité parce qu'il a besoin de tous les véhicules pour informer le public sur des questions d'importance pour tous les Canadiens. Toutefois, le ministère qui coordonne les achats de publicité visant à informer le public exclut en fait le *Corriere Canadese* complètement de ses achats de publicité. Il prétend — et je paraphrase — que la communauté italienne n'est pas une cible de sa stratégie de communication, et que de toute façon, il est servi par la presse officielle. Comment le saurait-il?

De ce simple fait, 5 % de la société canadienne disparaît de la stratégie de communication du gouvernement et avec elle, toutes les contributions que ce segment démographique apporte pour soutenir notre société, notre économie et notre appareil gouvernemental. C'est un peu comme ce que disait M. Audet au sujet des communautés locales partout au Canada: Pouf! Elles disparaissent.

Elles ont été en quelque sorte absorbées, assimilées à d'autres. Comment? Ironiquement, la presse officielle dans notre marché se plaint de la diminution vertigineuse de son lectorat, alors que lisent les gens? Veuillez comprendre que les achats de publicité annuels...

● (0955)

**La présidente:** Il vous reste moins de deux minutes, monsieur Volpe.

**L'hon. Joseph Volpe:** ... du gouvernement du Canada ne sont pas insignifiants pour nous. Sur les 100 millions de dollars qui leur ont été consacrés lors du dernier exercice, les 4 à 5 millions de dollars, au prorata de la population, qui auraient été dépensés par la voie de notre média sont allés à quelqu'un d'autre.

Même si l'on devait accepter l'argument — et nous ne l'acceptons pas — que seulement 8,5 millions de dollars ont été consacrés à la presse imprimée, cela représente encore environ 425 000 \$ pour la presse italophone au Canada. Pour une entreprise comme la nôtre, qui compte 11 employés et qui est responsable de 10 ETP additionnels, c'est la différence entre la survie et la disparition du personnel par attrition.

Le *Corriere Canadese* ne reçoit non plus aucune part des achats de publicité alloués à la publicité en ligne bien que notre toute nouvelle édition en ligne reçoive 85 000 visites par jour et compte plus de 100 000 visiteurs uniques par mois. Nous pensons qu'il pourrait s'agir d'un bon rapport qualité-prix pour notre argent en tant que contribuables canadiens.

De plus, le *Corriere Canadese* est exclu des autres subventions et contributions directes dans le cadre du programme d'aide aux éditeurs. Au cours du dernier exercice, ce programme a distribué environ 75 millions de dollars provenant des deniers publics à des demandeurs qualifiés. Or, il est pratiquement impossible pour nous d'y être admissibles. Parce que nous sommes classés en tant que publication d'une troisième langue, nous sommes relégués à la section des périodiques et n'y sommes automatiquement pas admissibles du fait que nous publions quotidiennement.

**La présidente:** Merci, monsieur Volpe. Votre temps est écoulé. Vous aurez peut-être l'occasion d'aborder les autres sujets dont vous vouliez traiter pendant la période des questions.

**L'hon. Joseph Volpe:** Merci.

**La présidente:** Nous allons passer aux questions. Monsieur Breton.

**M. Pierre Breton (Shefford, Lib.):** Est-ce une ronde de sept minutes?

**La présidente:** Oui.

[Français]

**M. Pierre Breton:** Merci, madame la présidente.

Je vous remercie tous d'être ici aujourd'hui pour nous éclairer sur notre étude.

Ma question s'adresse aux représentants de Cogeco.

Nous avons parlé du dossier des taxes avec les experts qui vous ont précédés ce matin. Vous y faites référence, mais vous n'en avez pas parlé lors de votre présentation.

Cependant, dans votre rapport de 2015, vous faites référence au fait que la migration des abonnés du câble vers les services de programmation sur Internet comme Netflix représente un facteur de risque pour votre entreprise. Vous déplorez évidemment que ces services ne soient pas réglementés en vertu de la Loi sur la radiodiffusion.

Je voudrais que vous me parliez de ce facteur de risque. J'aimerais également que vous nous donniez vos recommandations quant à ce que vous avez mentionné dans votre rapport.

**M. Louis Audet:** Certainement, monsieur Breton.

La première observation qu'il faut faire, en réponse à votre question, est la suivante. Les pays démocratiques partout dans le monde s'abstiennent de réglementer le contenu sur Internet parce qu'ils comprennent que c'est un danger pour la démocratie et pour la libre circulation des idées.

À cet égard, nous déplorons la décision du gouvernement du Québec de vouloir exclure certains sites de jeux Internet, les rendre illégaux et nous forcer, distributeurs de services Internet, à en bloquer l'accès. Cette façon de faire pose un problème. Pour chaque dossier auquel on fait face, il y a une bonne raison de prendre une telle décision, mais à la longue, si l'on applique cette décision à un sujet, puis à un autre, on finit par faire de la censure. Les pays s'abstiennent donc d'intervenir.

Cela étant dit, pour répondre directement à votre question, je crois que rien n'empêcherait le Canada, dans le cadre de l'établissement d'une structure de taxation normale, de perception de taxes sur les biens et services comme la TPS et la TVQ, de mettre en place quelque chose de façon légitime. Ce serait un bon premier pas.

À partir de là, si le gouvernement disait que les acteurs qui veulent jouer dans son espace devront contribuer à la production canadienne, ce serait un autre pas, mais à mon avis, le premier pas est la taxation. Le gouvernement doit se doter des pouvoirs de taxation, comme il le fait pour n'importe quel fournisseur de biens ou de services au pays, quel que soit le bien ou le service vendu.

● (1000)

**M. Pierre Breton:** C'est une question d'équité, en fonction de ce que vous venez de dire.

**M. Louis Audet:** Je le pense.

**M. Pierre Breton:** Ma deuxième question s'adresse également à vous.

Le CRTC exige que 5 % de vos revenus soient consacrés à la distribution de contenu local canadien. Cela pourrait aussi servir à soutenir vos télévisions communautaires. Vous possédez 32 stations communautaires au Québec et, je crois, le même nombre en Ontario. Je m'intéresse évidemment à cela. Dans ma circonscription, il y a trois télévisions communautaires. C'est très important et très écouté. L'on présente même le contenu des réunions des conseils municipaux. Ces stations communautaires sont très présentes.

Ce modèle vous satisfait-il en ce moment? Quels sont vos commentaires à ce sujet?

**M. Louis Audet:** Nous oeuvrons dans le domaine de la télévision communautaire depuis plusieurs années, probablement tout près de 50 ans. Nous connaissons donc bien cela. Nous nous conformons rigoureusement au modèle désiré par le corps réglementaire. D'ailleurs, nous avons reçu des éloges à ce sujet à plusieurs reprises. Nous avons offert au CRTC, lors des audiences qui ont eu lieu l'automne dernier, de transformer certaines de nos stations de télévision communautaire pour y ajouter de la couverture d'information locale là où il n'y a pas de télédiffuseur local, comme nous l'avons fait à North Bay lorsque CTV a décidé de fermer sa station dans cette ville parce qu'elle n'était pas rentable.

**M. Pierre Breton:** Merci beaucoup.

J'ai une dernière question.

Tout est souvent fonction de l'accès aux larges bandes. Vous avez dit tout à l'heure que vos stations de radio locales allaient inévitablement connaître des difficultés, puisque les gens se tournaient vers Internet. Vous avez entendu parler de l'investissement de 500 millions de dollars prévu dans notre budget pour élargir et

accroître l'accès à Internet un peu partout au pays. Cela permettra de résoudre ce problème en partie.

Comment réagissez-vous à cela?

**M. Louis Audet:** Nous avons présenté des commentaires au CRTC, il y a quelques semaines, sur ce sujet. Nous avons reconnu trois types de problèmes.

Premièrement, les communautés qui ne sont pas trop éloignées des centres principaux et qui sont mal desservies ont besoin d'aide pour construire des réseaux là où il n'est pas économique de le faire. Cela peut se faire à même le fonds de 500 millions de dollars que vous venez de mentionner, bien que sa gestion ait besoin d'être revue. En effet, quand une première portion de 300 millions de dollars a été offerte sous une administration précédente, il a été essentiellement impossible pour notre compagnie d'y avoir accès afin de desservir certaines de nos communautés non rentables.

Le deuxième cas qui se présente à nous concerne les communautés mal desservies qui sont très éloignées. Non seulement il y aurait lieu de puiser à même ces 500 millions de dollars pour construire des réseaux là où ce n'est pas économique de le faire, mais il faudrait aussi prévoir une subvention de fonctionnement pour les opérateurs qui souhaiteraient s'impliquer dans ce processus.

Le troisième scénario...

● (1005)

[Traduction]

**La présidente:** Je regrette, monsieur Audet, mais nous avons déjà pris du retard. Merci.

**M. Louis Audet:** Madame la présidente, je ne demande que 30 secondes. C'est important.

**La présidente:** C'est plus que 30 secondes. Nous avons 40 secondes de retard.

Je vais maintenant donner la parole à M. Maguire, pour les conservateurs. Vous pourrez faire votre commentaire lorsque votre tour reviendra.

Merci.

**M. Larry Maguire (Brandon—Souris, PCC):** Vous pouvez le faire maintenant, monsieur Audet.

**M. Louis Audet:** Merci.

Le troisième scénario concerne les Canadiens qui ne sont pas les mieux nantis. Ils habitent peut-être dans des collectivités qui sont bien desservies, mais ils n'ont pas nécessairement les moyens de s'offrir ces services. C'est pourquoi nous plaidons en faveur de l'établissement d'un système de coupons par le gouvernement fédéral afin que ces personnes puissent passer à l'ère numérique. Ce modèle garantirait que les subventions sont utilisées de la manière souhaitée par le gouvernement.

**M. Larry Maguire:** Merci.

Je m'intéresse particulièrement à deux de vos quatre suggestions. Pourriez-vous approfondir un peu les troisième et quatrième? Si vous pouviez m'expliquer la quatrième, ce serait suffisant. Vous dites que l'État ne devrait pas financer directement les nouvelles télévisées et les émissions d'information?

**M. Louis Audet:** Il est difficile de réduire cette idée à une seule phrase, mais ce que nous essayons de dire, c'est qu'il y a déjà CBC/Radio-Canada, qui réussit très bien, à notre avis, à refléter les valeurs canadiennes et à diffuser des nouvelles et des informations d'un point de vue canadien. Elle fait de l'excellent travail.

Mais un problème se pose si le gouvernement fédéral commence à subventionner toutes les sources de nouvelles. Nous affirmons — et vous ne serez peut-être pas d'accord — que cela nous rapproche du contrôle des nouvelles par l'État, un véritable fléau. C'est l'idée que nous tentions d'exprimer par cette phrase.

**M. Larry Maguire:** J'aimerais revenir également sur votre dernier point. Pourriez-vous m'expliquer un peu ce que vous faites à North Bay? Je pense que ce modèle pourrait convenir à Brandon, au Manitoba.

**M. Louis Audet:** Lorsque CTV a décidé de fermer sa station de télévision, nous avons mis sur pied une petite équipe suffisante pour couvrir les nouvelles locales à North Bay. Nous n'avions pas à couvrir les nouvelles internationales ni même provinciales, car elles étaient déjà diffusées en réseau. La communauté était privée de nouvelles locales, électroniquement parlant, alors nous avons comblé le vide.

Nous avons créé un studio de nouvelles. Quelques personnes assistent à des événements locaux et rapportent les nouvelles une fois par jour, à 17 h 30 ou à 18 heures, durant une demi-heure. Cette formule donne de très bons résultats et la communauté en est très satisfaite. Nous sommes prêts — comme le seraient beaucoup de télédiffuseurs — à étendre cette formule à d'autres localités. C'est une solution de peu de moyens, mais elle dure et nous permet d'offrir un précieux service.

**M. Larry Maguire:** Ce sont des régions où vous diffusez déjà.

**M. Louis Audet:** Oui, nous sommes présents dans 32 d'entre elles, mais nous proposons de déployer ce service dans sept communautés du Québec et sept communautés de l'Ontario où aucune station de télévision n'est en fonction. Je vais vous en fournir la liste si vous voulez.

• (1010)

**M. Larry Maguire:** Ce ne sera pas nécessaire, merci. C'est pour cela que je mentionnais Brandon.

Ma prochaine question s'adresse à M. Volpe. Vous avez dit à la toute fin de votre présentation: « nous sommes inadmissibles du fait que nous publions quotidiennement ». Pourriez-vous nous donner quelques précisions à ce sujet?

**L'hon. Joseph Volpe:** Le programme vise les publications dans une troisième langue et les publications locales, mais exclut les quotidiens. Notre publication est un quotidien, bien qu'elle soit dans une troisième langue. Nous sommes essentiellement un journal communautaire — beaucoup plus grand que la majorité des journaux communautaires —, mais nous ne sommes pas admissibles, et c'est essentiellement ce qui nous a poussés à demander de comparaître, notamment parce que nous sommes d'accord avec M. Audet. Ce n'est pas seulement une question d'équité, comme l'a dit M. Breton; c'est aussi l'équilibre du marché qui est en jeu. Par ses décisions, le gouvernement peut rétablir l'équité, mais aussi l'équilibre, surtout au chapitre des rentrées financières et de sa participation à celles-ci.

**M. Larry Maguire:** Je vais partager mon temps avec M. Waugh.

**M. Kevin Waugh:** Je pense que vous savez où se situe le problème. Il y a un montant total à partager. Vous êtes une tierce partie; l'anglais et le français obtiennent la plus grosse part, puis il y a le reste, dont vous faites partie. Avec l'immigration, de plus en plus de langues sont parlées dans notre pays, alors quelle est la solution? On dit: « À tout le moins, que l'on nous exonère de la TPS », mais quand je demande au gouvernement combien cela coûterait, personne n'a fait le calcul.

**L'hon. Joseph Volpe:** Le gouvernement influence déjà beaucoup le marché et il le fait de plein gré lorsqu'il achète de la publicité ou, comme d'autres l'ont indiqué, lorsqu'il choisit d'imposer des charges à certains et pas à d'autres.

Les présentations que nous avons entendues ce matin étaient assez explicites. On demande que l'équité soit rétablie. Il ne s'agit pas d'imposer des charges élevées à tout le monde, mais il faudrait au moins que ceux qui viennent d'outre frontière et qui s'enrichissent dans notre pays en payent autant que nous ou, comme quelqu'un l'a dit ce matin, il faudrait que la TPS soit appliquée de manière équitable, ou la TVH en Ontario.

Si elle ne s'applique pas à ceux qui viennent dans notre marché s'emparer des recettes de publicité, suivons au moins l'exemple des Italiens et des Français. Ils tentent aujourd'hui d'obtenir de Google et de Facebook qu'elles assument une part plus équitable des charges dont elles semblent à l'abri.

Par exemple, en Italie, Google a facturé 14 milliards de dollars l'an dernier et a versé 11 millions de dollars au fisc.

**M. Kevin Waugh:** Oui, c'est ce que j'ai vu.

**L'hon. Joseph Volpe:** En quoi cela peut-il profiter à qui que ce soit, à commencer par le gouvernement? Si l'on faisait de même ici au Canada — et je pense que quelqu'un l'a dit ce matin — ce serait la moindre des choses qu'on établisse un contrepois.

Comment? On pourrait leur imposer des charges et ainsi augmenter autrement les recettes du gouvernement, ou nous exonérer pour nous donner un certain avantage concurrentiel. Nous contribuons aux charges de deux manières: par la TVH/TPS ou par les charges sociales, que tous ne peuvent éviter...

**La présidente:** Merci, monsieur Volpe. Je dois vous arrêter ici, mais vous aurez peut-être l'occasion d'y revenir tout à l'heure.

Nous allons maintenant écouter M. Nantel, pour le NPD.

[Français]

**M. Pierre Nantel:** Merci, madame la présidente.

Merci à vous quatre d'être ici ce matin.

C'est très clair et on en parle constamment: on devrait coordonner, à l'échelle internationale, la taxation et les politiques fiscales entourant les activités d'entreprises internationales qui vendent du contenu virtuel. C'est un enjeu qui bénéficierait d'une table internationale, au même titre que l'évasion fiscale chez Starbucks — il y a un prix à payer — et le réchauffement climatique. Ce sont des sujets qui mériteraient que tous les pays participants s'en préoccupent.

Cogeco est un joueur intéressant au Québec relativement aux grandes questions qui préoccupent tout le monde. Vous êtes comme un petit géant très solide et vous avez choisi vos activités. Sauf erreur, vous avez abandonné toutes vos activités en télé. Vous oeuvrez dans les secteurs qui sont les moins touchés par cela, et je vous en félicite. Vous gérez bien vos actifs.

Le marché de l'affichage, par exemple ces grands panneaux d'affichage en bordure des ponts, est-il en hausse ou en baisse?



•(1015)

**M. Louis Audet:** Comme vous le savez, nous avons une filiale d'affichage, que nous avons vendue en janvier dernier, essentiellement parce que nous avons conclu que les perspectives de croissance du marché étaient difficiles et qu'il devenait pratiquement impossible d'étendre nos activités sur le plan géographique à mesure que les grands joueurs évaluaient les occasions d'affaires au-delà de leur valeur économique réelle.

**M. Pierre Nantel:** On parle des CBS de ce monde qui voient un panneau publicitaire et qui paient trop cher par rapport à la réalité du marché.

**M. Louis Audet:** Assez curieusement, ce ne sont pas des Américains qui posent ces gestes, mais des Canadiens.

**M. Pierre Nantel:** Vraiment? Ah bon.

Vous investissez essentiellement dans la radio et la câblodistribution. Dans le domaine de la radio, vous disposez des plus gros joueurs dans certains marchés, du moins c'est clairement le cas à Montréal.

Qu'en est-il des revenus publicitaires à l'échelle régionale? On considère que les revenus publicitaires sont l'un des nerfs de la guerre pour ce qui est du contenu et de la couverture des émissions de nouvelles locales. Comment se portent vos revenus publicitaires dans les stations régionales? Dites-le-moi si je me trompe, mais je crois bien que cela se passe bien à Montréal, du côté de Rythme FM et de CKOI, n'est-ce pas?

**M. Louis Audet:** Oui. Disons que le marché publicitaire de la radio est relativement stable au Canada. Ce revenu se situe, de façon passablement stable, à environ 1,4 milliard de dollars depuis trois ou quatre ans.

En fait, la radio bénéficie du fait qu'elle touche les oreilles et non les yeux. Par conséquent, elle n'a pas été remplacée par Internet. C'est l'un des avantages de ce médium.

Je vous dirais que les marchés en région ne sont ni pires ni meilleurs que le marché montréalais. Par contre, il est clair que le volume est plus élevé à Montréal qu'en région. Je dirais que la plupart des stations régionales vivent, mais que ce n'est pas le cas à Montréal et à Québec.

**M. Pierre Nantel:** D'accord. J'imagine aussi que la radio nécessite souvent de gros investissements, de gros cachets versés à de gros noms qui attirent la curiosité des gens. On a observé récemment un roulement chez vos animateurs. Vous disposez en outre d'une arme secrète, à la radio, en la personne d'André St-Amand, qui est directeur de la programmation chez vous, si je me souviens bien.

Par contre, vous avez une autre ressource économique et un autre projet, c'est-à-dire la câblodistribution. Je crois qu'il est intéressant pour nous de vous poser la question suivante, en toute objectivité. En effet, vous êtes moins partie prenante au contenu que vos autres concurrents. Vous êtes présents en Pennsylvanie et un peu partout aux États-Unis. Mis à part la distinction culturelle, la culture francophone et les Premières Nations, qui sont propres au marché canadien, j'aimerais savoir quelles pratiques des États-Unis nous devrions imiter.

**M. Louis Audet:** Selon notre personnel aux États-Unis, notre corps réglementaire, soit le CRTC, a rendu service à notre industrie en lançant l'initiative Parlons télé et en imposant le morcellement des blocs d'émissions en unités plus petites. Ces gens nous ont dit qu'ils voudraient bien, en tant qu'Américains, jouir du même avantage.

Dans ce cas, c'est le Canada qui a pris le leadership en matière réglementaire et qui a réussi à établir un système. Celui-ci est à l'essai, pour le moment. En effet, les incidences économiques, nous sommes en train de les vivre, puisque nous vivons cette expérience depuis seulement deux mois et demi.

**M. Pierre Nantel:** Je ne veux pas vous contredire, monsieur Audet, mais du point de vue de la protection de notre diversité culturelle, ce n'est pas du tout une bonne idée. Aux États-Unis, c'en est une, car la protection de la culture francophone ou des Premières Nations ne fait pas partie de leurs préoccupations.

**M. Louis Audet:** C'est une excellente question. Comme j'essaie de vous le dire, le modèle américain est à éviter. Il y a aussi des frais de retransmission pour les stations de télévision locales. Par conséquent, pour les consommateurs, au bout du compte, les coûts de programmation sont beaucoup trop élevés aux États-Unis.

Au Canada, en revanche, nous avons accompli une réussite, je pense. Nous verrons ce qu'il en est à l'usage. Le processus est en oeuvre depuis deux mois et demi seulement, mais nous nous dirigeons vers un environnement où la programmation sera de qualité, accessible à une multitude de gens, et ce, à des coûts beaucoup plus raisonnables.

Cela dit, vous avez raison de souligner que, dans le cadre de ce processus, certains joueurs marginaux risquent de ne plus faire leurs frais. C'est possible, et, en ce sens, la diversité pourrait être réduite.

•(1020)

**M. Pierre Nantel:** Monsieur Audet, vous...

[Traduction]

**La présidente:** Pardon, monsieur Nantel. Votre temps est écoulé.

C'est maintenant au tour de Mme Dabrusin, pour les libéraux. Vous avez sept minutes.

**Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.):** *Buongiorno. Mio marito è italiano.*

[Français]

Comme mon mari est Italien, je sais que la communauté italienne est fort importante. Je le reconnais.

[Traduction]

Comme vous pouvez vous l'imaginer, nos repas, surtout durant le temps des fêtes, donnaient lieu à des échanges animés où chacun passait allègrement d'une langue à l'autre. Je suis donc tout à fait consciente de l'importance d'assurer une juste représentation de ces langues en rendant ce contenu accessible dans nos médias s'adressant aux différentes communautés.

Je tiens à vous remercier pour l'excellent survol que vous avez fait de la contribution de la communauté italienne au Canada. Nous avons eu la chance de parler à des représentants de la presse pour la communauté panjabi, la communauté ukrainienne et d'autres groupes ethniques, et plusieurs ont déploré le fait que la perspective des différentes communautés ethniques n'était pas bien représentée dans les médias grand public. D'après ce que vous pouvez observer au sein de la communauté italienne, pourriez-vous nous dire dans quelle mesure ces médias parviennent à refléter fidèlement la réalité italo-canadienne? Avez-vous des exemples d'éléments qui peuvent échapper aux médias grand public? Pourquoi est-il si important qu'une voix italienne puisse se faire entendre?

**L'hon. Joseph Volpe:** Merci beaucoup.

Disons d'abord que c'est important pour une raison vraiment primordiale, et c'est l'influence que le gouvernement du Canada exerce sur le marché. Le gouvernement prend une certaine quantité de fonds et la répartit. Il administre des programmes et informe les citoyens de leurs résultats. Il encourage ainsi la participation communautaire en réinvestissant une partie des impôts perçus dans ce milieu.

Nous sommes nombreux, et c'est tout particulièrement le cas de notre communauté, à ne pas être adéquatement pris en compte dans ce contexte. Nous n'avons pas notre mot à dire, si ce n'est pas par le processus électoral. Cependant, une fois l'élection terminée, nous ne pouvons pas intervenir dans le processus décisionnel pour assurer une juste représentation de certaines composantes de notre communauté.

Vous avez parlé de votre époux et de votre famille, et c'est un excellent exemple de la manière dont une communauté, qu'elle soit italienne ou autre, peut réussir à s'intégrer dans le contexte canadien tout en inculquant au pays un caractère différent — cette diversité dont tout le monde parle — qui a fait du Canada ce qu'il est devenu aujourd'hui. J'ai déjà été enseignant, et je viens tout juste de rencontrer l'un de mes anciens étudiants qui a survécu à mes sévices et qui est maintenant président du Régime de retraite des employés municipaux de l'Ontario (OMERS), l'un des investisseurs les plus importants dans les infrastructures canadiennes. Il m'indiquait que ce sont toutefois ces repas dont vous parliez et les trésors d'expérience qu'il a pu en tirer qui ont surtout influé sur le cours de son existence.

Je ne veux pas sombrer dans le sentimentalisme et perdre de vue le génie véritable de cet homme, mais il a su absorber toute la substance de ce pays en y laissant également sa propre empreinte. C'est le genre d'histoire que très peu de gens sont prêts à raconter. C'est ce nous aimerions faire. Il n'est qu'un exemple parmi tant d'autres, qu'ils soient d'origine italienne ou d'ailleurs dans le monde. Si vous habitez la Région du Grand Toronto et de Hamilton, il y a 53 % de chances que vous soyez né dans un autre pays. C'est justement l'histoire de ces Canadiens-là que l'on doit pouvoir relater pour montrer en quoi consiste le Canada, qu'est-ce que nos valeurs représentent et qu'est-ce que l'avenir nous réserve.

Dans une perspective économique et commerciale, les gouvernements du Canada de toute allégeance multiplient les efforts pour que la présence canadienne se fasse sentir partout dans le monde et pour tirer des revenus de la vente de produits « fabriqués au Canada ». Nous essayons de faire connaître les différentes pièces qui forment cette grande mosaïque qu'est le Canada. Notre contribution est modeste, mais nous voulons simplement que le gouvernement du Canada tienne compte de notre présence.

Vous avez pu entendre ce qu'avaient à dire les autres intervenants qui occupent une plus grande place que la nôtre. Ils vous disent que vous ne dépensez pas suffisamment, et que le peu que vous dépensez envoie un message clair: « Ne faites pas de publicité sur le marché canadien. Faites-le ailleurs. »

Je note que M. Nantel a parlé d'affichage. On peut penser à ces grands panneaux que l'on installe. Mais où les retrouve-t-on maintenant? Il faut aller voir du côté des réseaux américains. On s'adresse à une entreprise des États-Unis ou à une multinationale. On ne fait plus affaire avec les entreprises canadiennes. À plus ou moins long terme, il deviendra difficile pour les communautés canadiennes de toutes tailles de pouvoir faire connaître leur réalité.

La communauté italienne en est un exemple. Je pourrais vous citer toute une liste d'accomplissements de Canadiens d'origine italienne dans tout un éventail de secteurs, comme la recherche, les sciences

médicales ou la technologie. C'est d'ailleurs la raison même de notre existence. Les gens veulent entendre parler de ces accomplissements-là.

• (1025)

**Mme Julie Dabrusin:** C'est intéressant, car j'entends sans cesse ces commentaires au sujet des achats de publicité par le gouvernement qui ont été modifiés ou déplacés. Tout bien considéré, il s'agit en fait de différentes formes de médias exigeant d'autres supports ou cherchant de nouvelles sources de financement.

Lorsque nous parlons d'achats de publicité par le gouvernement, je me demande en fait s'il ne s'agit pas de déterminer quelles subventions sont disponibles et s'il serait pertinent d'en établir de nouvelles formes. Les choix publicitaires sont fondés sur des facteurs liés à la publicité. C'est une décision d'affaires en quelque sorte. Ne vaudrait-il pas mieux chercher de nouveaux moyens d'appuyer les communautés, sans nécessairement nous limiter aux revenus publicitaires?

**L'hon. Joseph Volpe:** L'achat de publicité contribue essentiellement à la viabilité économique de l'entité qui en bénéficie, mais la publicité gouvernementale diffère de celle du secteur privé en ce sens qu'elle ne vise pas la réalisation de profits. L'objectif visé est la diffusion d'information au public et l'absorption de cette information par celui-ci. Le calcul est différent.

**Mme Julie Dabrusin:** Je pose notamment la question du fait que je me demande toujours lorsque j'entends dire...

**La présidente:** Il vous reste 30 secondes.

**Mme Julie Dabrusin:** Je me demande s'il ne vaudrait pas mieux trouver d'autres moyens de soutenir financièrement les médias et des façons différentes de diffuser les messages gouvernementaux, et je me dis que nous faisons peut-être fausse route en nous concentrant uniquement sur le partage des revenus tirés de la publicité gouvernementale. C'est davantage ce qui me préoccupe.

**L'hon. Joseph Volpe:** J'ai suggéré dans mon exposé pas moins de quatre formes de contribution possibles pour le gouvernement. J'ai notamment parlé de l'achat de publicité qui peut faire une grande différence pour nous. Bien honnêtement, la situation n'est pas du tout la même pour certaines grandes entreprises. Je connais d'ailleurs très bien le président de l'une d'elles, Paul Godfrey, qui a comparu devant vous. Il a indiqué que la dette de son entreprise s'élevait à 690 millions de dollars. Ce ne sont pas des revenus publicitaires de 450 000 \$, ni même d'un million de dollars, qui vont lui permettre de réduire énormément sa dette, mais ces montants font une grande différence pour des organisations comme la nôtre. Une énorme différence.

**La présidente:** Nous allons conclure avec cette piste de réflexion.

Je pense que nous avons encore du temps pour deux interventions de trois minutes chacune.

Nous allons débiter avec M. Waugh pour les conservateurs, avant de donner la parole à M. O'Regan, mais je devrai me montrer très stricte quant au respect de la limite de trois minutes.

**M. Kevin Waugh:** Oui, je serai bref.

Je veux vous féliciter, monsieur Audet. Il y a beaucoup de pessimisme qui a émané des travaux de notre comité au cours des trois derniers mois, mais je me réjouis de constater l'approche que vous avez adoptée à l'égard du changement, ce qui a permis à votre entreprise de se démarquer. J'aimerais que nous en parlions, car le changement est une caractéristique fondamentale du milieu médiatique depuis une centaine d'années. Certains n'ont pas voulu procéder aux ajustements nécessaires, mais je tiens à préciser que ce n'est pas votre cas.

**M. Louis Audet:** Eh bien, ce n'est pas toujours chose facile.

**M. Kevin Waugh:** Non, je suis d'accord.

**M. Louis Audet:** Nous nous sommes effectivement montrés ouverts au changement, car sans cela, nous aurions sans doute été victimes de l'évolution et voués à la disparition.

**M. Kevin Waugh:** Oui.

**M. Louis Audet:** Au fil de l'apparition de nouvelles technologies, nous nous sommes toujours efforcés de les exploiter au bénéfice de l'entreprise et de nos clients. Il faut dire également que la chance nous a souri en certaines occasions, un autre élément à ne pas négliger. Il est bien évident que la situation est vraiment difficile pour les médias plus traditionnels.

**M. Kevin Waugh:** Comme nous n'avons que quelques minutes, j'aimerais souligner brièvement que nous n'avons pas besoin d'un personnel considérable dans un endroit comme North Bay. Quatre ou cinq personnes peuvent faire le travail. On peut faire la même chose à Prince Albert ou à Yorkton, et c'est quelque chose dont on ne parle jamais. Ainsi, vous n'avez pas besoin d'embaucher des tonnes d'employés pour la station de télévision communautaire que vous avez ouverte à North Bay après le départ de CTV. Il vous suffit de pouvoir offrir un service raisonnable, si je puis m'exprimer ainsi.

• (1030)

**M. Louis Audet:** Vous avez raison. Cela peut être réalisé à peu de frais, en offrant un niveau de qualité satisfaisant pour la communauté.

**M. Kevin Waugh:** Combien d'employés avez-vous à North Bay, quatre ou cinq?

**M. Louis Audet:** Je dois avouer que je ne le sais même pas; trois ou quatre sans doute.

**M. Kevin Waugh:** Oui. Je pense que c'est un modèle qui fonctionne partout au pays. Il n'est pas nécessairement bon pour ce secteur d'essayer de voir plus grand.

**M. Louis Audet:** Nous avons exploité des stations de télévision locales. Une station pleinement autonome, aussi petite soit-elle, demeure assez lourde à gérer. On y emploie au moins 25 personnes, et parfois jusqu'à 50. L'aventure peut donc être très coûteuse si la publicité n'est pas au rendez-vous. En revanche, lorsqu'on peut se limiter à trois ou quatre employés, il demeure possible d'offrir les services d'information de base, et nous le faisons au moyen des fonds réservés par le CRTC pour la participation communautaire.

**M. Kevin Waugh:** Je vous dirais que les communautés en question apprécient ce service.

**La présidente:** Excellent, monsieur Waugh. Tout à fait dans les temps. Merci.

Nous passons à M. O'Regan.

**M. Seamus O'Regan (St. John's-Sud—Mount Pearl, Lib.):** Merci, madame la présidente.

J'aurais seulement un petit correctif à apporter concernant l'exposé de M. Volpe. En fait, Giovanni Caboto a débarqué à Terre-Neuve sur le territoire des Béothuks, et non au Canada. Cela n'a pas vraiment d'importance, car le Canada a eu la chance de pouvoir se joindre à Terre-Neuve en 1949. Vous êtes d'ailleurs tous les bienvenus.

Je veux parler de publicité fédérale. Le gouvernement fédéral se doit d'aller là où les citoyens se trouvent, et j'ai pu notamment constater lors de ma campagne qu'ils sont nombreux à être actifs sur Facebook et en ligne. C'est donc là où nous devons être pour rejoindre les gens.

Le marché qui connaît la croissance la plus rapide en ligne est celui des aînés. À titre d'exemple, 5 % des 75 ans et plus étaient présents en ligne en 2000, une proportion qui avait grimpé à 27 % en 2012. La moitié de ces aînés sont actifs sur Facebook, ce qui ne m'étonne guère, et plus du tiers d'entre eux l'utilisent chaque jour. Statistique intéressante, environ 36 % de ces personnes de 75 ans et plus se livrent à des jeux en ligne, ce qui est davantage que la proportion de 27 % pour les baby-boomers. Seulement pour les aînés, la présence en ligne est énorme. Et c'est uniquement pour Facebook.

Dans ce contexte, et vu que le gouvernement fédéral a orienté sa publicité en fonction de ces modes d'utilisation, pouvez-vous nous dire comment se manifeste votre présence en ligne et quel genre de croissance vous êtes à même de constater à ce chapitre?

**L'hon. Joseph Volpe:** Je suis plutôt d'accord avec ce que vous avancez. Vos observations sont tout à fait pertinentes.

Nous divisons notre marché en deux segments. Dans un premier temps, il y a une partie des gens qui continuent de lire le journal. Ils veulent avoir quelque chose de tangible entre les mains. Ils veulent pouvoir lire le matin un résumé des événements de la veille et un aperçu de ce qui s'annonce, ce qui alimentera leurs discussions pendant toute la journée avant de finir au recyclage.

Pour ce qui est de l'autre segment de marché, je crois que je vais aller dans le sens des commentaires de M. Audet. Il faut se maintenir à jour, sans quoi on est perdu. Nous avons donc décidé de publier en ligne. À titre indicatif, notre site reçoit plus de 100 000 visiteurs différents par mois et notre taux de consultation est phénoménal pour une portion aussi réduite de la population canadienne.

Nous comptons poursuivre nos efforts de promotion dans ce sens-là. C'est simplement parce que de plus en plus de gens s'habituent à lire l'information en ligne, plutôt que de se contenter des jeux qu'on y offre, que j'indiquais tout à l'heure que nous constituons un véhicule aussi efficace que n'importe quel autre pour la publicité du gouvernement du Canada lorsqu'on veut s'adresser aux gens que l'on souhaite représenter ou que l'on représente déjà. Comme le soulignait la députée, on peut voir aussi ces achats de publicité comme une forme de subvention. Par ailleurs, j'aurais préféré que vous ne parliez pas de « baby-boomers » et d'« aînés » dans la même phrase, car je suis moi-même un baby-boomer et je ne me reconnais pas nécessairement à la seconde partie de votre énoncé.

**M. Seamus O'Regan:** Tout à fait.

**La présidente:** Merci beaucoup.

Je tiens à remercier nos témoins d'avoir pris le temps de venir nous rencontrer et nous présenter leurs exposés. Comme nous devons discuter sans tarder de questions touchant les travaux du Comité, je vous laisse environ une minute pour saluer nos témoins avant que nous nous remettions rapidement à la tâche. Merci à tous.

•(1035)

Nous devons maintenant déterminer comment nous allons nous y prendre pour étudier le projet de loi C-210 s'il est adopté par la Chambre aujourd'hui.

Comme vous le savez très bien, il s'agit du projet de loi de M. Bélanger que la Chambre devrait adopter aujourd'hui. Le cas échéant, nous devons procéder très rapidement à l'étude de ce projet de loi.

Pour des raisons de santé, le parrain du projet de loi ne pourra sans doute pas témoigner devant le Comité. Il ne pourra pas non plus répondre aux questions des membres du Comité. Comme vous le savez, c'est un projet de loi qui comporte très peu d'articles. J'espérais que nous puissions en traiter jeudi de manière à en faire rapport à la Chambre vendredi. Nul besoin de parler des témoins à convoquer, parce que le parrain du projet de loi ne pourra pas être des nôtres.

Monsieur Vandal, à vous la parole.

**M. Dan Vandal:** Je suis d'accord, madame la présidente. Je propose que le Comité consacre une heure de sa réunion de jeudi au projet de loi C-210.

**La présidente:** Merci. Est-ce que tout le monde est d'accord avec cette proposition?

Monsieur Van Loan.

**L'hon. Peter Van Loan (York—Simcoe, PCC):** Madame la présidente, ceci dit très respectueusement, nous avons parlé à des gens qui aimeraient témoigner devant le Comité au sujet de ce projet de loi. J'estime important que nous permettions à ces gens-là de s'exprimer.

Il s'agit ici de modifier un symbole important de notre pays. Je sais que M. Bélanger vit des moments difficiles, et je n'ai aucun problème à ce qu'il ne témoigne pas devant le Comité. J'aimerais cependant voir s'il est possible de lui transmettre des questions auxquelles il pourrait répondre par écrit. J'estime que ce serait une façon raisonnable de composer avec sa situation.

Je sais bien que les circonstances sont particulières, mais il est question ici de l'hymne national qui appartient à tous les Canadiens. Nous le chantons tous. Les gens ont des opinions à ce sujet. Je pense qu'il est important que nous leur donnions l'occasion de comparaître comme témoins, en veillant à entendre notamment des intervenants qui préconisent le maintien de cet hymne que nous connaissons depuis toutes ces années.

**La présidente:** En gardant à l'esprit que nous avons une motion présentée par M. Vandal, je veux vous répondre rapidement, monsieur Van Loan.

Nous avons discuté avec M. Bélanger de la possibilité qu'il réponde à des questions par écrit, du fait qu'il ne lui était pas possible d'être présent. C'était il y a environ 10 jours. Je crois que sa situation s'est aggravée depuis et que M. Bélanger ne serait même plus capable de répondre à des questions par écrit. Je pense que c'est devenu impossible.

En tenant compte de ces considérations, vous avez toujours la possibilité de présenter un amendement relativement à la période d'une heure proposée pour l'étude de ce projet de loi. Nous sommes pour l'instant saisis de la motion de M. Vandal qui prévoit que l'on réserve une heure jeudi prochain pour discuter du projet de loi C-210.

Quelqu'un veut débattre de cette motion?

Monsieur Van Loan.

**L'hon. Peter Van Loan:** Je veux assurément proposer que nous consacrons au moins une séance complète à cette étude en ayant la possibilité de faire comparaître des témoins qui pourront, soit appuyer le projet de loi, soit exprimer leur volonté que notre hymne national demeure inchangé. Je proposerais également que nous soumettions nos listes de témoins d'ici la fin de la journée de jeudi.

**La présidente:** Nous avons un amendement qui prévoirait une séance complète...

**L'hon. Peter Van Loan:** Je veux souligner que c'est une situation plutôt exceptionnelle. Nous n'avons même pas encore été saisis de ce projet de loi. On n'a pas fini d'en débattre en Chambre. Il n'a pas encore fait l'objet d'un vote à la Chambre. Dans les circonstances, je ne sais même pas si les motions présentées sont recevables.

•(1040)

**La présidente:** Eh bien, je suis pas mal convaincue...

**L'hon. Peter Van Loan:** Je suis disposé à accepter certains aménagements compte tenu des circonstances, et il est bien certain...

**La présidente:** En supposant que le projet de loi sera adopté, nous devons...

**L'hon. Peter Van Loan:** Je pars effectivement de cette hypothèse, mais si jamais mon amendement est rejeté, je dirais que la motion présentée est tout simplement irrecevable du fait que nous n'avons pas été saisis du projet de loi.

**La présidente:** Vous avez peut-être raison, mais étant donné la situation et l'état de santé du parrain du projet de loi, nous devons être prêts à toutes les éventualités. C'est une motion d'urgence en quelque sorte.

**L'hon. Peter Van Loan:** Je dirais que c'est davantage qu'une motion d'urgence. La motion qui est présentée ne permet à personne de prendre la parole, mis à part les membres du Comité.

**La présidente:** Ce n'est pas ce que dit la motion. Elle prévoit simplement que le Comité consacrerait une heure jeudi à l'examen du projet de loi C-210. Vous venez de proposer un amendement à cette motion. Vous suggérez que nous consacrons une séance complète en convoquant des témoins, et nous débattons de cet amendement.

Traisons maintenant de cet amendement qui prévoit une séance complète avec des témoins et qui se lirait...

**L'hon. Peter Van Loan:** Sans oublier les listes de témoins qui devraient être soumises d'ici la fin de la journée de jeudi.

**La présidente:** Il faut assurément en conclure que nous ne débattrions pas de ce projet de loi jeudi.

**L'hon. Peter Van Loan:** Nous pourrions toujours en discuter jeudi si c'est ce que souhaitent les membres du Comité, mais je ne vois pas comment nous pourrions convoquer des témoins pour jeudi. Nous n'avons même pas le projet de loi en main.

**La présidente:** Très bien.

Traisons donc de cet amendement de M. Van Loan qui prévoit essentiellement que nous tenions une séance complète avec des témoins pour discuter du projet de loi C-210, une séance qui n'aurait pas nécessairement lieu jeudi, car nous aurions jusqu'à cette date pour fournir nos listes de témoins. Nous allons maintenant débattre de cet amendement, et non de la motion dans son ensemble.

Monsieur Nantel.

**M. Pierre Nantel:** Je voulais débattre de la motion de M. Vandal, et non de l'amendement de M. Van Loan.

**La présidente:** Très bien.

Est-ce que quelqu'un veut débattre de l'amendement de M. Van Loan?

Oui, monsieur Vandal.

**M. Dan Vandal:** Je propose que l'on mette cet amendement aux voix.

**La présidente:** Je veux également que vous sachiez que nous ne pouvons pas... Si des témoins souhaitent comparaître devant le Comité, nous ne pouvons forcer les choses; nous devons leur permettre de témoigner. Essentiellement, donc, il est inutile de discuter pour savoir si nous allons entendre des témoins ou non. Si les gens expriment le souhait de témoigner devant un comité pour traiter d'un projet de loi, cela s'inscrit dans ce que les comités sont censés faire.

Maintenant que nous sommes conscients de ce fait, nous mettons aux voix la modification voulant que nous discutons du projet de loi C-210 pendant deux heures et que la liste des témoins soit remise d'ici jeudi en fin de journée.

(La modification est rejetée. [Voir le *Procès-verbal*].)

**La présidente:** La modification est rejetée. Nous en revenons donc à la motion initiale de M. Vandal, selon laquelle nous accorderons une heure au projet de loi C-210 jeudi.

**L'hon. Peter Van Loan:** Madame la présidente, il me semble que cette motion est irrecevable. Nous ne sommes pas encore saisis du projet de loi et ne sommes pas en mesure de savoir s'il nous sera renvoyé. Je dirais donc que cette motion est prématurée et qu'il ne nous appartient pas de la mettre aux voix sans le consentement unanime du Comité.

**La présidente:** Madame Dabrusin.

**Mme Julie Dabrusin:** Madame la présidente, il s'agit d'une question de procédure qui a trait à notre emploi du temps, une question qui relève certainement de nous. Nous ne cherchons pas à déterminer comment nous traiterons le projet de loi. Nous ne discutons pas de sa teneur, nous parlons simplement de l'horaire du Comité. C'est donc une question de processus tout à fait recevable.

Merci.

**La présidente:** Si quelqu'un souhaite intervenir à ce sujet, il est libre de le faire.

Monsieur Van Loan, vous vouliez répondre très brièvement.

**L'hon. Peter Van Loan:** Ce n'est pas une simple question de processus. Cela concerne un projet de loi qui ne nous a pas encore été renvoyé par la Chambre des communes. Nous n'avons donc pas le pouvoir d'en discuter.

Nous pourrions, avec le consentement unanime, prendre des décisions procédurales à ce sujet si nous le voulions et nous entendre à tous les égards. Il faudrait pour cela obtenir le consentement unanime. Mais en l'absence de ce consentement unanime, du projet de loi et d'un ordre de renvoi de la Chambre des communes, nous ne sommes pas en mesure de traiter du projet de loi pour l'instant.

J'ai tenté, en toute bonne foi, de proposer une modification raisonnable, une proposition très modeste selon laquelle nous réserverions une séance pour entendre des témoins. Nous disposons de moins de 48 heures pour tout organiser; ce n'est pas déraisonnable. Or, cette proposition a été rejetée.

Avec ce genre de méthode forte et la perspective de se réunir à huis clos sans témoin pour traiter d'une mesure dont nous ne sommes même pas saisis et pour laquelle nous n'avons pas d'ordre de renvoi, force m'est de faire remarquer que nous n'avons pas le pouvoir de

traiter du projet de loi. La Chambre des communes ne nous l'a pas renvoyé, et toute décision de notre part à ce sujet est sans objet dans les circonstances.

• (1045)

**La présidente:** Comme nous devons obtenir le consentement unanime du Comité pour aller de l'avant, ne serait-ce que pour l'élément procédural, je demanderai à M. Nantel de parler, après quoi je demanderai au Comité s'il accorde son consentement unanime.

Monsieur Nantel.

[*Français*]

**M. Pierre Nantel:** M. Van Loan, ses collègues et tout le monde en face voudraient que cela se passe bien. Je pense que personne n'a l'intention de compliquer les choses de M. Bélanger.

Mettons les choses au clair. M. Van Loan dit que ce n'est pas trop orthodoxe et que nous allons un peu trop vite, mais qu'il peut comprendre. Il veut avoir deux heures avec des témoins. Si c'est ce qu'il veut négocier, il faut l'indiquer clairement. Si les conservateurs sont prêts à reculer et à négocier quelque chose, faisons-le. Il y a une sincérité chez Mauril Bélanger relativement à ce projet de loi. Il faut à tout le moins que nous ne nous enfargions pas dans les fleurs du tapis. Cela pourra être rejeté en fin de compte, à votre satisfaction, si vous arrivez à nous convaincre, mais faisons-le rapidement au moins, pour que nous n'ayons pas l'air d'une bande de ploucs qui s'enfargent dans les fleurs du tapis.

Merci.

[*Traduction*]

**La présidente:** M. Van Loan considère que la motion proposant de discuter du projet de loi C-210 pendant une heure est irrecevable et je suis d'accord avec lui.

Le Comité consent-il à l'unanimité de mettre cette motion aux voix? Si ce n'est pas le cas, j'aimerais proposer que nous la modifions pour qu'elle indique que dans la mesure où le projet de loi C-210 est adopté jeudi, nous pourrions l'examiner et en faire rapport à la Chambre vendredi.

**M. Darrell Samson:** Madame la présidente, je propose simplement quelque chose pour tenter de répondre à la remarque de M. Van Loan. Et si nous réservions la première heure de la séance de jeudi aux témoins et la seconde, aux affaires du Comité? Ainsi, cela ne prendrait pas les deux heures au complet, et une heure constituerait au moins un compromis qui fonctionnerait, car nous devons agir aussi rapidement que possible dans ce dossier.

Merci.

**La présidente:** La motion indiquera donc « dans la mesure où le projet de loi C-210 est adopté à la Chambre jeudi ». Il faudrait qu'elle comprenne ce passage pour que nous la jugions recevable. Je tenais simplement à ce que vous le sachiez.

Nous devons partir, car notre temps est écoulé.

Madame Dabrusin.

**Mme Julie Dabrusin:** J'allais proposer une modification favorable selon laquelle nous pourrions peut-être entendre les témoins pendant une heure, puis procéder à l'examen article par article ou effectuer simplement l'étude du projet de loi jeudi.

**La présidente:** La motion doit tout de même indiquer « dans la mesure où le projet de loi C-210 est adopté à la Chambre aujourd'hui, où la Chambre règle la question jeudi ».

Monsieur Van Loan, d'après le vote de chacun, il me semble que vous êtes le seul à avoir une liste de témoins. Pourriez-vous nous la remettre si la motion est adoptée pour que nous puissions entendre les témoins jeudi?

**L'hon. Peter Van Loan:** À si court préavis, je ne pense pas que ce soit raisonnable ou faisable. Nous n'avons pas d'ordre de renvoi. Je pense avoir proposé une solution très raisonnable et modeste. Je ne demande rien de déraisonnable en proposant d'accorder une séance à la question. Il est très raisonnable d'entendre les témoins en fin de journée mercredi.

Je ne pense pas que même dans sa version modifiée... Je le répète, la version modifiée de la modification n'est pas recevable, car nous n'avons pas reçu d'ordre de renvoi. Nous prenons une décision à propos d'une mesure qui ne nous a pas été renvoyée, au sujet de laquelle nous n'avons aucun pouvoir et à propos de laquelle le consentement unanime du Comité serait nécessaire. Je ne peux tout simplement pas accepter que la motion modifiée soit recevable.

**La présidente:** Je demanderai au greffier de se prononcer sur la proposition de M. Van Loan, qui indique que même la motion indiquant « dans la mesure où » serait irrecevable. Le greffier peut peut-être prendre une décision à ce sujet.

Je pense qu'il indique que l'on peut dire que si la motion est adoptée par la Chambre, cette motion sera recevable. Nous devons mettre la motion aux voix maintenant, car il nous faut quitter la salle. Je vous demanderai donc de vous prononcer au sujet de motion indiquant « dans la mesure où »...

•(1050)

**L'hon. Peter Van Loan:** Madame la présidente, pardonnez-moi, mais je voudrais...

**M. Dan Vandal:** La présidence vient de prendre une décision. Vous voulez simplement intervenir.

**L'hon. Peter Van Loan:** Je peux contester la décision. J'ai tout à fait le droit de le faire en invoquant le Règlement.

Je ne pense pas que ce soit approprié et que nous ayons le droit de prendre une telle décision, en ajoutant des mots, à propos d'une mesure législative qui ne nous a pas été renvoyée.

Nous pourrions prendre une telle décision par consentement unanime, en suspendant l'application de nos règles, mais nous n'avons pas d'ordre de renvoi. La Chambre des communes ne nous a pas autorisés à examiner ce projet de loi pour l'instant, et nous ignorons ce qu'elle fera.

Par conséquent, même si nous pourrions déterminer la voie à suivre de manière consensuelle, je conteste la décision selon laquelle la motion modifiée est recevable. Elle ne l'est tout simplement pas.

**La présidente:** Désolée, mais M. Van Loan conteste la décision de la présidence.

Je ferais remarquer que le Comité a très souvent discuté de ses travaux futurs en se disant « Nous ignorons ce qui se passera, mais dans la mesure où les choses prennent une telle tournure, nous réservons trois jours pour débattre d'une motion qui pourrait même ne pas avoir été adoptée par le Comité. » Je vais...

[Français]

**M. Pierre Nantel:** Mon rappel au Règlement peut vous aider, madame la présidente.

Je propose que nous ne fassions qu'une étude, sans procéder à une adoption article par article. Nous ne consacrerions que deux heures à l'étude du projet de loi en compagnie des témoins. Ce serait une étude et il n'y aurait pas de conclusion immédiate. Il faut dire que le

temps file. Si nous faisons cela, nous pourrions faire avancer notre étude et demander ensuite à l'analyste de regarder ce que nous aurions fait et d'appliquer cela ou pas.

[Traduction]

**La présidente:** M. Nantel peut-il...

**M. Pierre Nantel:** L'indiquer dans une motion? Mais certainement.

Je propose que nous étudions simplement...

**La présidente:** Nous sommes saisis d'une motion que vous proposez de modifier complètement, est-ce bien cela?

**M. Pierre Nantel:** C'est cela. Ce que je veux, c'est que puisque nous voulons aller de l'avant, nous trouvions un compromis. Ne nous montrons pas trop difficiles à ce sujet.

**La présidente:** D'accord. Vous proposez donc une modification à la motion qui a été proposée afin d'indiquer « dans la mesure où le projet de loi C-210 est adopté », et vous proposez...?

**M. Pierre Nantel:** Je propose que pour l'instant, nous examinons l'affaire et entendions des témoins.

**La présidente:** Pardonnez-moi. M. Nantel propose une motion selon laquelle la décision de la présidence...

**Une voix:** C'est M. Van Loan.

**The Chair:** Non, M. Van Loan n'a pas proposé de maintenir la décision de la présidence. Je...

Vous avez la parole, monsieur Samson.

**M. Darrell Samson:** Mettez la motion aux voix.

**The Chair:** Nous devons régler la question de la contestation et mettre aux voix la proposition contestée par M. Van Loan. Nous allons voter au sujet de la motion voulant que la décision de la présidence soit maintenue.

Je vais mettre la motion aux voix. Il n'y a pas de débat, car la présidence propose de ne pas accepter la contestation de M. Van Loan et de maintenir la décision de la présidence.

Je vais mettre la motion aux voix. Il n'y a pas lieu de débattre de la question.

**L'hon. Peter Van Loan:** Simplement pour que tout soit clair, puisqu'il s'agit de la contestation d'une décision de la présidence, un « oui » maintient cette décision et un « non » la reverse. Merci beaucoup.

**La présidente:** C'est le cas, en effet.

Nous allons maintenant mettre aux voix la motion voulant que la décision de la présidence soit maintenue.

Qui est favorable à la motion? Qui y est défavorable?

(La décision de la présidence est maintenue. [Voir le *Procès-verbal*].)

**The Chair:** La décision de la présidence est maintenue.

Nous allons maintenant revenir à la motion indiquant que dans la mesure où le projet de loi C-210 est adopté, le Comité l'étudiera jeudi.

•(1055)

**L'hon. Peter Van Loan:** J'invoque le Règlement, madame la présidente.

Je voudrais des éclaircissements à propos de ce qu'il est advenu de la motion ou de la proposition de M. Nantel, qui semble s'être évaporée. Examinons-nous la motion de M. Nantel ou la précédente?

**La présidente:** La motion a été proposée, et M. Van Loan l'a contestée. La décision de la présidence a été maintenue. Nous devons maintenant nous occuper de la motion qui a été proposée initialement et qui a été contestée par M. Van Loan.

**M. Darrell Samson:** Pourriez-vous lire cette motion?

**La présidente:** La motion est la suivante: « Que, dans la mesure où le projet de loi C-210 est adopté ce jeudi, celui-ci soit étudié par le Comité jeudi et en soit fait rapport à la Chambre vendredi ».

**L'hon. Peter Van Loan:** Madame la présidente, j'aimerais dire quelque chose à propos de cette motion.

**La présidente:** Vous l'avez fait, monsieur Van Loan, et vous avez été avisé...

**L'hon. Peter Van Loan:** Madame la présidente, je ferais remarquer avec le plus grand respect que vous ne pouvez pas restreindre le droit que j'ai de parler de cette motion.

Il est question d'une modification de l'hymne national du Canada. Je suis sensible à la situation difficile à M. Bélanger, mais je soulignerais avec le plus grand respect que ce n'est pas son hymne national; c'est celui que chantent des millions de Canadiens chaque jour.

Nous savons, grâce aux efforts que j'ai déployés sous le gouvernement précédent, que la population a fortement réagi lorsqu'il a été proposé de modifier les paroles de l'hymne national. Des milliers de Canadiens avaient des opinions à ce sujet. Des centaines de mes électeurs avaient des opinions, lesquelles différaient de celle du gouvernement. L'hymne national était très important à leurs yeux, et ils n'appuyaient pas la proposition du gouvernement afin d'en modifier les paroles.

Cette expérience nous a appris qu'il est risqué de tenter de gérer une situation pareille en intervenant verticalement, de manière non démocratique. Ce n'est pas légitime. Pour apporter une modification comme celle-là à notre hymne national, il importe d'avoir au moins la plus fondamentale... Je ne demande pas grand-chose. Je ne demande que la plus fondamentale...

**La présidente:** Monsieur Van Loan, vous l'avez déjà demandé. Vous vous répétez.

**L'hon. Peter Van Loan:** Non, je ne me répète pas.

**La présidente:** J'invoquerais le Règlement pour vous informer que nous avons maintenant épiété de 15 minutes...

**L'hon. Peter Van Loan:** Je voudrais maintenant discuter des témoins qui souhaiteraient comparaître.

**La présidente:** ... sur la période réservée à un autre comité.

**L'hon. Peter Van Loan:** Eh bien, je le regrette, mais...

**La présidente:** C'est un rappel au Règlement, car cet autre comité doit procéder aux travaux prévus aujourd'hui.

**L'hon. Peter Van Loan:** Eh bien, je n'ai pas terminé, et je vous ferais respectueusement remarquer que j'ai la parole, madame la présidente.

**La présidente:** Monsieur Van Loan, dois-je comprendre que vous êtes faites de l'obstruction?

**L'hon. Peter Van Loan:** Je ne fais pas d'obstruction. Je tente d'expliquer pourquoi je pense que c'est important.

**La présidente:** Nous avons entendu vos explications, mais maintenant, nous devons mettre une motion aux voix...

**M. Seamus O'Regan:** Le député se répète. Pouvons-nous procéder au vote?

**L'hon. Peter Van Loan:** Je traite de la motion.

**M. Seamus O'Regan:** Encore et encore. C'est de la répétition, madame présidente.

**La présidente:** La présidence considère que nous avons entendu M. Van Loan.

**L'hon. Peter Van Loan:** Eh bien, je n'ai pas fini...

**La présidente:** Nous l'avons écouté parler. Vous vous répétez, monsieur Van Loan, et c'est répétitif...

**L'hon. Peter Van Loan:** Je ne suis pas répétitif. J'aimerais parler des témoins que je voudrais convoquer.

**La présidente:** Voudriez-vous nous remettre leurs noms?

**L'hon. Peter Van Loan:** Je voudrais discuter de certains d'entre eux...

**M. Seamus O'Regan:** Madame la présidente, il se répète. Nous l'avons entendu. Pouvons-nous procéder au vote?

**L'hon. Peter Van Loan:** Nous sommes encore en train de discuter.

**La présidente:** Monsieur Van Loan, avec tout le respect qui vous est dû, je voudrais que vous nous remettiez la liste de ces témoins, si vous l'avez, pour que nous puissions mettre la motion aux voix.

Cette question n'a rien à voir avec les témoins. La motion n'en fait nulle mention. Votre motion, ou la contestation que vous avez initialement faite à propos de la décision de la présidence, a été rejetée.

Je vais maintenant mettre la motion proposée aux voix. Vous pouvez nous remettre votre liste de témoins par la suite.

**L'hon. Peter Van Loan:** Madame la présidente...

**La présidente:** Qui est en faveur de la motion?

**L'hon. Peter Van Loan:** ... je voudrais poursuivre la discussion. Quand j'ai la parole, vous ne pouvez pas procéder à un vote au milieu de mon intervention, et le fait est que...

**La présidente:** Je juge votre intervention irrecevable, monsieur Van Loan.

**M. Seamus O'Regan:** Merci, madame la présidente.

**L'hon. Peter Van Loan:** Eh bien, vous pouvez en juger ainsi, mais c'est complètement inapproprié. Vous coupez court à un processus démocratique sur un sujet qui concerne les symboles nationaux du Canada, un sujet qui est important pour des millions de gens, madame la présidente, et en agissant de la sorte...

**M. Seamus O'Regan:** Avons-nous fini, madame la présidente?

**Hon. Peter Van Loan:** ... vous faites fi non seulement de mon droit de parole...

**La présidente:** Silence, je vous prie.

**L'hon. Peter Van Loan:** ..., mais aussi du droit qu'ont les autres Canadiens qui ont leurs symboles à coeur d'avoir l'occasion de faire entendre leur voix. Il n'y a rien de légitime à un processus dans le cadre duquel ils ne peuvent se faire entendre.

**La présidente:** Monsieur Van Loan, j'invoque le Règlement. Vous continuez de vous répéter. Tout le monde vous a entendu et a rejeté votre proposition à ce sujet.

**L'hon. Peter Van Loan:** Madame la présidente, vous avez dit que nous avons le droit de proposer des témoins.

• (1100)

**La présidente:** En effet.

**Hon. Peter Van Loan:** Vous avez indiqué que le Comité ne peut procéder à l'examen sans entendre de témoins, et nous sommes maintenant saisis d'une motion où on envisage l'impossibilité de...

**M. Seamus O'Regan:** Madame la présidente, nous avons entendu le député et avons rejeté sa proposition.

**La présidente:** La motion ne porte pas sur les témoins...

**L'hon. Peter Van Loan:** Exactement.

**M. Seamus O'Regan:** En effet.

**La présidente:** Elle porte sur la possibilité d'entendre pendant deux heures...

**L'hon. Peter Van Loan:** Non. Ce n'est pas deux heures, mais une...

**La présidente:** Si vous avez une liste de témoins, monsieur Van Loan, veuillez nous la remettre pour que nous puissions convoquer les personnes concernées.

Si cela continue...

**L'hon. Peter Van Loan:** Madame la présidente, parmi mes témoins figurent des gens avec lesquels nous avons discuté...

**La présidente:** Je vais mettre la motion aux voix...

**L'hon. Peter Van Loan:** Vous ne pouvez pas...

**The Chair:** Je mets la motion aux voix. Qui est en faveur de la motion proposée?

(La motion est adoptée. [Voir le *Procès-verbal*.])

**M. Seamus O'Regan:** Merci, madame la présidente.

**La présidente:** La séance est levée. Merci.

---









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

---

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

Les délibérations de la Chambre des communes et de ses comités sont mises à la disposition du public pour mieux le renseigner. La Chambre conserve néanmoins son privilège parlementaire de contrôler la publication et la diffusion des délibérations et elle possède tous les droits d'auteur sur celles-ci.

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

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

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

---

Aussi disponible sur le site Web de la Chambre des communes à l'adresse suivante : <http://www.noscommunes.ca>

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

---

### SPEAKER'S PERMISSION

---

The proceedings of the House of Commons and its Committees are hereby made available to provide greater public access. The parliamentary privilege of the House of Commons to control the publication and broadcast of the proceedings of the House of Commons and its Committees is nonetheless reserved. All copyrights therein are also reserved.

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

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

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

---

Also available on the House of Commons website at the following address: <http://www.ourcommons.ca>