



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

44^e LÉGISLATURE, 1^{re} SESSION

Comité permanent du patrimoine canadien

TÉMOIGNAGES

NUMÉRO 111

Le jeudi 15 février 2024

Présidente : L'honorable Hedy Fry



Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 15 février 2024

• (1535)

[Français]

La présidente (L'hon. Hedy Fry (Vancouver-Centre, Lib.)):
Bonjour à tous. J'ouvre maintenant la séance.

Bienvenue à la 111^e réunion du Comité permanent du patrimoine canadien.

Je voudrais reconnaître que cette réunion a lieu sur le territoire traditionnel non cédé des peuples anishinabes algonquins.

[Traduction]

Aujourd'hui, la séance se déroule dans un format hybride. Comme à l'habitude, plusieurs personnes participent virtuellement et plusieurs sont dans la salle. Même si les autorités de la santé publique n'obligent pas les personnes dans la salle à porter un masque, je vous le recommande, même si je ne porte pas le mien.

J'aimerais saisir l'occasion de discuter de points de régie interne.

Il est interdit de prendre des photos durant la réunion. La séance est enregistrée et vous pourrez la visionner en ligne plus tard.

Veuillez adresser toutes vos interventions à la présidence.

La salle est équipée d'un système de son puissant. Il est important de ne pas causer d'effets Larsen, parce qu'ils peuvent endommager l'ouïe des interprètes. Si vous avez des appareils secondaires, veuillez les tenir loin de votre microphone, car ils peuvent causer des effets Larsen.

Aujourd'hui, nous étudions les états généraux sur les médias.

Nous accueillons Shree Paradkar, chroniqueuse au Toronto Star.

Nous accueillons Sylvain Chamberland, président-directeur général d'ARSENAL MEDIA.

[Français]

Nous recevons Éric-Pierre Champagne, président de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec.

[Traduction]

Nous accueillons aussi Brandon Gonez, directeur général chez Gonez Media.

[Français]

Nous recevons Pierre Tousignant, président du Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada.

[Traduction]

Enfin, d'Unifor, nous accueillons Lana Payne, présidente nationale, et Marc Hollin, représentant national.

Chaque témoin disposera de cinq minutes pour parler au nom de son groupe.

Je vous ferai signe lorsqu'il vous restera 30 secondes pour conclure votre exposé. Vous n'aurez peut-être pas dit tout ce que vous vouliez, mais la période de questions et réponses vous permettra d'en dire plus sur ce que vous avez omis.

Nous allons commencer par Mme Paradkar. Vous pouvez y aller pour cinq minutes.

Mme Shree Paradkar (journaliste, Toronto Star Newspapers Limited, à titre personnel): Bonjour, chers membres du Comité. Je vous remercie de l'invitation à vous faire part de mon point de vue dans le cadre de votre étude des états généraux sur les médias.

Tout le monde ici sait que les médias d'information sont au bord du gouffre et de l'extinction. Leur déclin qui s'étire depuis des dizaines d'années semble s'accélérer et donner lieu à encore plus de mises à pied et de baisses de revenus.

Dans mes cinq minutes, je prévois présenter brièvement les défis auxquels fait face le secteur des médias et je vais focaliser sur un défi qui selon moi exige un examen urgent et honnête.

Nous sommes confrontés à des questions fondamentales. Voulez-vous sauver le secteur? Croyons-nous dans des médias indépendants qui ne sont pas un outil de propagande pour un parti politique ou qui ne servent pas les intérêts de quelques-uns au détriment de l'intérêt public? En tant que députés, croyez-vous que le journalisme remplit une fonction importante en démocratie? Croyez-vous que la société canadienne fonctionnerait mieux si les médias couvraient les affaires municipales, les affaires policières, les systèmes de santé et d'éducation, les affaires autochtones, les affaires fédérales et le travail des députés?

Si vous avez répondu oui, il convient de poser la question suivante: quels sont les obstacles auxquels est confronté le secteur? Je les place dans deux grandes catégories: les difficultés financières et la confiance.

Les difficultés financières dans le milieu des médias sont bien connues. En effet, les réunions dans les salles de nouvelles annoncent des jours sombres depuis plus de 10 ans. Cela s'explique par une baisse continue des revenus publicitaires, des modèles d'abonnement qui n'ont jamais été le pain et le beurre des médias, mais sur lesquels on compte maintenant pour rescaper ces organisations, des consommateurs qui en ont plus qu'assez du déferlement de nouvelles sur les réseaux sociaux et qui ne considèrent peut-être pas ces nouvelles assez pertinentes pour appuyer les médias, et des réseaux sociaux qui ne font plus la promotion des articles de journaux.

Pour résoudre ces difficultés financières, nous pourrions entre autres appliquer des modèles sans but lucratif aux entreprises médiatiques, solliciter des dons plutôt que des abonnements, signer, avec l'aide du gouvernement, des contrats de licence avec les entreprises d'intelligence artificielle pour utiliser le contenu que crée le secteur des médias, et peut-être faciliter le financement privé pour le journalisme d'enquête indépendant.

Toutefois, le point qui m'interpelle davantage est le deuxième: la confiance envers les médias.

Une étude de 2022 produite par l'Institut Reuters pour l'étude du journalisme à l'Université d'Oxford a conclu que la confiance envers les médias canadiens avait baissé de 13 % depuis 2016. Les auteurs voulaient mesurer la perception publique de la polarisation dans l'éventail des médias. Ils ont donc demandé aux répondants s'ils pensaient que les médias d'information étaient indépendants et à l'abri « la plupart du temps » d'influence indue du milieu politique et du milieu des affaires. Ils ont plutôt constaté que la moitié des répondants considéraient les grandes organisations médiatiques comme étant près les unes des autres sur le plan politique. Cette réponse donne à penser qu'une des nombreuses causes du manque de confiance est le manque perçu de diversité chez les propriétaires de médias et dans les points de vue qu'ils présentent.

Une autre étude du Royaume-Uni a établi un lien entre le manque de confiance envers le journalisme et les faibles niveaux de littératie médiatique dans la population. Parmi les recommandations pour rebâtir la confiance de la population, on propose d'améliorer les normes journalistiques et de garantir que la réglementation de ces normes se fasse indépendamment du secteur des médias.

Ces études et ces rapports confirment ce que les journalistes comme moi voient sur le terrain. La fonction de chien de garde des médias — qui amène les journalistes à se demander au quotidien ce qui devrait faire les nouvelles — est perçue comme biaisée. Les gens de diverses affiliations politiques estiment que les médias ne représentent pas leurs points de vue ou leurs intérêts. Les communautés qui en ont toujours été exclues continuent d'être mal représentées dans les médias. Enfin, les journalistes viennent de façon disproportionnée de milieux homogènes.

Le dernier sondage de l'Association canadienne des journalistes montre que les journalistes au Canada sont en très grande majorité blancs, à 75,5 %. C'est pire à l'échelon des superviseurs, qui sont à 84 % blancs. De plus, les journalistes noirs sont plus susceptibles de travailler à temps partiel ou comme stagiaires plutôt qu'à temps plein ou comme superviseurs. Bien trop souvent, les salles de nouvelles ne comptent aucun journaliste autochtone. Enfin, bien que plus de la moitié des effectifs se composent de femmes, elles sont à plus de 60 % plus susceptibles d'occuper un poste à temps partiel.

• (1540)

La diversité des journalistes dépend de leurs origines raciales et ethniques, mais aussi de leurs origines économiques. Une étude du Royaume-Uni révèle que 80 % des journalistes là-bas avaient un parent qui travaillait dans un des trois groupes professionnels les plus prestigieux, comparativement à 42 % de tous les travailleurs au Royaume-Uni. Au Canada aussi, les normes journalistiques, comme les stages non rémunérés, de faibles occasions de travail à temps plein et des emplois à temps plein mal payés, créent des obstacles substantiels pour les aspirants journalistes qui proviennent de milieux où les gens ont des revenus modestes.

Cependant, il ne sert pas à grand-chose de réunir des gens de diverses origines si leurs points de vue ne sont pas valorisés. C'était évident dans la couverture d'enjeux comme le mouvement #MoiAussi, la prise de conscience à l'égard du racisme en 2020, l'identité de genre dont on débat de nos jours et la pandémie de COVID. Actuellement, il y a aussi la couverture de l'assaut d'Israël sur Gaza, qui découle des attaques du Hamas sur Israël le 7 octobre dernier. D'après l'analyse de la situation en Amérique du Nord, on voit que la couverture des médias penche lourdement du côté d'Israël.

En réalité, les femmes et les autres journalistes de groupes minoritaires qui remettent en cause le statu quo sont l'objet de harcèlement, de menaces et d'abus de façon disproportionnée. Ce phénomène est bien documenté, même par les Nations unies. Ces journalistes étaient d'abord intimidés par des trolls, mais les attaques ciblées ont commencé à venir d'autres journalistes et d'autres professionnels. C'est à regret que je dois dire que certains politiciens normalisent cette pratique. Les tactiques d'intimidation qui visent à réduire ces journalistes au silence les refroidissent et limitent la liberté d'expression et la diversité des points de vue. Par conséquent, les communautés sont méfiantes envers les médias. Le gouvernement doit renforcer les lois et les règlements pour contrer ces effets et appuyer fermement les journalistes qui sont attaqués.

Lorsque les nouvelles fondées sur des faits ne rejoignent plus le public, cela incite peu les gens à les soutenir financièrement. Autrement dit, si les citoyens ordinaires ne font pas confiance aux médias et ne croient pas qu'ils en bénéficient, il est difficile d'espérer que ces citoyens ressuscitent le secteur des médias.

En conclusion, quiconque cherche des solutions pour sauver le secteur devra se demander comment appuyer les nouvelles fondées sur des faits dans un écosystème d'information qui récompense la polarité, comment investir dans des médias qui favorisent divers points de vue...

• (1545)

La présidente: Merci, madame Paradkar.

Pouvez-vous conclure votre exposé, s'il vous plaît?

Mme Shree Paradkar: Oui.

La présidente: *Mea culpa*. La présidence vous a laissé continuer deux minutes de plus.

Je m'excuse à vous tous.

Mme Shree Paradkar: Puis-je terminer en 10 secondes?

La présidente: Non, votre temps est écoulé. Merci beaucoup.

Mme Shree Paradkar: Merci.

La présidente: Nous passons maintenant à Sylvain Chamberland, président-directeur général à Arsenal Media.

Allez-y, monsieur Chamberland.

[Français]

M. Sylvain Chamberland (président-directeur général, Arsenal Media): Merci beaucoup, madame la présidente.

Bon après-midi, mesdames et messieurs les députés.

J'aimerais d'abord vous remercier de me permettre de vous faire part de mes observations et de mes commentaires sur un sujet délicat qui, à mon avis, touche directement le maintien d'une saine démocratie: l'avenir des médias d'information, et plus particulièrement des stations de radio commerciale indépendantes situées hors des grands centres urbains. Cette invitation m'est précieuse et je vous en remercie.

Je m'appelle Sylvain Chamberland et je travaille dans le monde des médias depuis plus de 35 ans. J'ai notamment travaillé aux Éditions Transcontinental et à titre de directeur général de l'information à TVA. J'ai aussi été le président-directeur général de Radiomédia, un réseau qui était alors la propriété d'Astral Media. Par la suite, j'ai été premier directeur de l'information à Radio-Canada, donc pour les services francophones, et vice-président du développement des affaires chez Québecor. Il y a 12 ans, j'ai fondé Arsenal Media, et j'en suis le président et chef de la direction depuis le début. Enfin, je suis aussi le président de l'Association des radios régionales francophones, qui regroupe des radios régionales du Québec, du Nouveau-Brunswick et de l'Ontario.

Permettez-moi de dire quelques mots au sujet d'Arsenal Media, une entreprise médiatique complètement indépendante qui a bâti un modèle d'affaires unique. Cette entreprise n'est pas publique, n'appartient pas à un conglomérat et n'est à peu près pas subventionnée par les gouvernements.

Avec Arsenal Media, j'ai fait le pari de l'information et des médias régionaux alors que personne n'était véritablement intéressé par la chose. En 12 ans, Arsenal Media est devenue le plus important groupe indépendant de stations de radio commerciale au Québec à l'extérieur des marchés de Montréal et de la ville de Québec. Arsenal Media compte 75 employés répartis sur tout le territoire, de l'Abitibi jusqu'à Sept-Îles, en passant par Lac-Mégantic, le Témiscouata, le Centre-du-Québec, le Bas-Saint-Laurent, la Gaspésie, le Saguenay, et j'en passe. Nous sommes présents partout au Québec.

Arsenal Media, c'est aussi 10 plateformes numériques de nouvelles régionales, plusieurs autres sites Internet sur différents sujets d'intérêt, deux boutiques de commerce en ligne et un studio de création numérique.

Bien sûr, Arsenal Media est aussi la voix de 18 stations de radio et de 7 stations émettrices. La semaine dernière, nous avons fait l'acquisition de sept autres stations qui étaient la propriété de Bell Média, ce qui représente l'ensemble des actifs de Bell vendus au Québec. Si le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes approuve cette transaction, nous compterons donc 25 stations et 7 stations émettrices réparties aux quatre coins du Québec, en plus de 15 plateformes de nouvelles régionales, ce qui ferait d'Arsenal Media le plus important radiodiffuseur au Québec.

Nul besoin de répéter que, à certains endroits, nous travaillons dans des déserts médiatiques et que nous sommes une des rares sources d'information pour les communautés auxquelles nous offrons nos services. Notre arrivée en tant qu'acteur dans l'écosystème québécois des communications a bouleversé le statu quo sur l'échi-

quier médiatique de la province. Aujourd'hui, nous sommes plus déterminés que jamais à être le leader de l'information locale et régionale, afin de nous assurer que tous les Québécois et toutes les Québécoises peuvent recevoir l'information pertinente qui les concerne. J'ajouterais qu'il devrait en être de même pour l'ensemble des Canadiens, c'est-à-dire qu'ils devraient être informés par toutes les stations de radio qui sont déjà au Canada.

J'ajoute aussi qu'Arsenal Media est très impliquée dans les différentes communautés. Chaque année, nous versons plusieurs dizaines de milliers de dollars en dons à des écoles et à des organismes communautaires de nos régions.

Il est maintenant temps pour le gouvernement fédéral et l'ensemble des élus de s'assurer de soutenir les radios locales qui sont situées hors des grands centres urbains et qui font un travail essentiel d'information auprès de la population locale. Je crois que l'aide au journalisme ne devrait pas être l'affaire d'un seul style de média ou encore profiter à ceux qui sont en exploitation dans quelques grandes régions du pays. À mon avis, c'est là que le bât blesse. Bien au contraire, l'aide à l'information doit plus que jamais être l'affaire de l'ensemble de ceux et celles qui travaillent pour informer l'ensemble des citoyens de notre pays.

● (1550)

[Traduction]

La présidente: Il vous reste 30 secondes.

[Français]

M. Sylvain Chamberland: En ce moment, la radio commerciale régionale est la grande perdante et se retrouve dans une situation inéquitable par rapport aux médias écrits, à la télévision, aux radios communautaires et, bien évidemment, à CBC/Radio-Canada. Les radios commerciales qui font de l'information sont actuellement traitées comme une source inférieure de nouvelles.

Je terminerai en disant qu'assurer un minimum d'information dans l'ensemble des régions et des territoires du pays est la meilleure garantie que notre démocratie demeurera en santé. Pour cette seule raison, vous devriez, mesdames et messieurs les députés, prêter une attention particulière et immédiate à cette situation inéquitable et inquiétante pour l'avenir et pour la stabilité du territoire canadien.

Je vous remercie de votre attention.

[Traduction]

La présidente: Merci, monsieur Chamberland.

Nous passons maintenant à Éric-Pierre Champagne, président d'Arsenal Media.

[Français]

M. Martin Champoux (Drummond, BQ): Madame la présidente, M. Champagne est le président de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec.

[Traduction]

La présidente: D'accord. Je vous remercie.

[Français]

M. Éric-Pierre Champagne (président, Fédération professionnelle des journalistes du Québec): Le président d'Arsenal Media est à mes côtés.

[Traduction]

La présidente: Je suis désolée, je me suis trompée de témoins.

Nous passons à Éric-Pierre Champagne pour cinq minutes.

[Français]

M. Éric-Pierre Champagne: Je vous remercie de cette invitation à participer aux travaux du Comité permanent du patrimoine canadien.

Je m'appelle Éric-Pierre Champagne et je suis le président de la Fédération professionnelle des journalistes du Québec, ou FPJQ. C'est la plus importante association de journalistes au Canada. Elle regroupe quelque 1 600 membres au Québec qui pratiquent tous les métiers de l'information: reporter, chercheur, réalisateur, animateur, chroniqueur et photographe de presse. Ce sont des pigistes, des salariés et des cadres. Depuis 1969, la FPJQ défend la liberté de presse et le droit du public à l'information. Elle fait entendre la voix des journalistes partout où c'est nécessaire. Pour ma part, je suis journaliste depuis une trentaine d'années. Je travaille au quotidien *La Presse* depuis plus de 22 ans, où je suis spécialisé en environnement.

Je vous remercie de vous intéresser à la question de l'avenir des médias et du journalisme. Je suis ici pour vous présenter la perspective des journalistes du Québec, dont le travail est d'informer le public dans un contexte de plus en plus difficile. Je veux également vous mettre en garde: il est important de garder en tête les vrais enjeux auxquels nous faisons face. La crise des médias est un enjeu de société trop important pour le résumer à quelques clichés. La vérité, c'est que le travail des journalistes est plus important que jamais dans une société de plus en plus polarisée. La vérité, c'est aussi que nous sommes de moins en moins nombreux pour effectuer un travail de plus en plus difficile. En 10 ans, soit entre 2010 et 2020, la profession a perdu 23 % de ses effectifs au Canada. Je reprends les propos d'Amélie Daoust-Boisvert, professeure de journalisme à l'Université Concordia: si le quart des effectifs du système canadien de justice s'était évaporé en 10 ans, resterions-nous indifférents?

Pendant que nous perdons des journalistes année après année, le monde n'est pas devenu moins complexe, au contraire. La somme des connaissances et des compétences requises pour exercer le métier ne cesse d'augmenter, tout ça alors que nous avons de moins en moins d'effectifs et de moins en moins de temps pour effectuer notre travail. Le travail de journaliste est-il si difficile? La réponse est oui. Les exigences sont élevées et, comme vous, les élus, nous exerçons un métier sous le regard du public. En quelques années seulement, la situation s'est détériorée. Ce qui était l'exception est devenu la norme. Nous faisons maintenant face au harcèlement et à la haine comme jamais auparavant. La pression est énorme. Malgré toutes les difficultés, nous continuons d'exercer cette profession, que nous jugeons essentielle dans une société démocratique. Ces hommes et ces femmes méritent notre respect.

On le sait maintenant, le modèle d'affaires des médias est brisé. Les géants du Web Meta et Google accaparent 80 % des revenus publicitaires numériques au Canada. Ce sont des revenus et des profits qui sortent du pays et qui ne reviennent jamais. Pensez-y bien: ça veut dire que tous les médias au Canada se partagent maintenant 20 % de cette tarte publicitaire. Nommez-moi une seule industrie qui serait capable de survivre avec une baisse aussi radicale de ses revenus.

Or, produire de l'information, ce n'est pas gratuit. Mardi, Colette Brin, professeure à l'Université Laval, vous a dit que la bonne information coûtait cher à produire. À défaut d'en avoir trouvé d'autres, voici quelques chiffres intéressants publiés par le syndicat Unifor en 2018: couvrir une simple nouvelle coûte 331 \$; une nouvelle plus complexe, 935 \$; une enquête journalistique, 10 710 \$.

Or, pendant que nos médias continuent, malgré la tempête, d'informer la population, nous avons de la difficulté à nous tenir debout face à des géants étrangers. Dans une lettre publiée dans *La Presse* aujourd'hui même, le président de Cogeco, Louis Audet, illustre bien cet état de fait. Les annonceurs peuvent encore, en 2024, déduire leurs dépenses publicitaires sur des plateformes numériques étrangères comme Meta. C'est un non-sens alors que nos médias meurent à petit feu.

Pendant que les médias cherchent des solutions — et ils en cherchent, je peux vous le dire —, il faut se rappeler pourquoi il est important d'avoir des médias et des journalistes qui informent le public.

Dans son plus récent rapport, le Forum économique mondial a défini la désinformation comme l'un des risques les plus importants pour la planète au cours des prochaines années. Au moment où l'intelligence artificielle prend son envol, voilà qui est inquiétant, pour ne pas dire terrifiant.

Je veux vous faire part d'un chiffre qui donne froid dans le dos. Selon une étude du MIT, donc le Massachusetts Institute of Technology, les fausses nouvelles circulent six fois plus rapidement que les vraies nouvelles. Pensez-y bien.

• (1555)

[Traduction]

La présidente: Il vous reste 30 secondes.

[Français]

M. Éric-Pierre Champagne: Alors qu'on a de moins en moins de journalistes pour informer le public, le terreau n'aura jamais été aussi fertile pour la désinformation. Or, la meilleure façon de lutter contre la désinformation, c'est l'information.

J'aimerais dire un dernier mot sur la confiance. On parle beaucoup de crise de confiance du public envers les médias. Les chiffres des sondages ne sont pas très encourageants. Selon certains, l'affaire est entendue: les médias n'ont plus de pertinence. J'aimerais cependant vous parler d'un sondage Léger sur la confiance du public à l'endroit de diverses professions. Les pompiers sont en tête, avec 95 %, les députés et les ministres obtiennent 31 %, tandis que les journalistes obtiennent 48 %. Pourtant, sur cette base, personne ne prône le démantèlement de notre système politique, sous prétexte que si peu de gens font confiance aux élus.

C'est pour ça que l'information est importante. Je veux rappeler que les journalistes comme les médias ne sont pas parfaits, mais ils font un travail essentiel.

[Traduction]

La présidente: Merci.

Nous passons maintenant à Brandon Gonez, directeur général chez Gonez Media.

Monsieur Gonez, vous disposez de cinq minutes. Je vous avertirai lorsqu'il vous restera 30 secondes.

M. Brandon Gonez (directeur général, Gonez Media Inc.): Merci.

Pour vous donner un peu une idée de mes antécédents, je précise que je suis un ancien radiodiffuseur. J'ai travaillé pour Bell Média et Corus Entertainment. J'ai commencé ma carrière dans le deuxième plus petit marché du pays, situé dans le Nord-Ouest de la Colombie-Britannique, dans la ville de Smithers, pour être précis. Avant de quitter les grands médias, j'ai travaillé pour Bell Média dans le plus grand marché du pays, c'est-à-dire à Toronto.

Mon expérience de travail pour les plus grands radiodiffuseurs de notre pays est unique, mais elle est également unique parce que je suis parti, en plein milieu de la pandémie, pour créer ma propre entreprise de médias numériques, appelée Gonez Media. Depuis, nous avons acquis des publications traditionnelles, et nous les avons transformées en médias numériques. Notre équipe compte près de 20 personnes. Plus de la moitié d'entre elles sont des journalistes, dont bon nombre étaient au service d'organisations traditionnelles, avant d'être mises à pied et d'être gravement touchées par la crise des médias.

Je voudrais maintenant parler de l'incidence des lois et, en particulier du projet de loi C-18 sur notre pays. En tant que responsables d'une entreprise de médias essentiellement numériques, nous n'avons jamais demandé que cette loi soit adoptée. Nous avons trouvé un nouveau modèle qui nous convenait, qui était viable et qui offrait de nouvelles possibilités, en particulier pour les journalistes de couleur de notre pays, à qui l'on a trop longtemps dit qu'ils n'avaient pas leur place dans les salles de nouvelles de notre pays ou qui ont été victimes de discrimination ou de racisme. Nous avons modifié ce modèle, et notre entreprise de médias en ligne est aujourd'hui l'une de celles qui connaissent la plus forte croissance au Canada.

Lorsque le projet de loi C-18 a été adopté, nous avons été gravement touchés par ses répercussions. Nous avons perdu nos pages sur les plateformes appartenant à Meta, comme Instagram et Facebook, qui étaient littéralement les plateformes sur lesquelles nous avons construit notre modèle économique. Cela a entraîné une perte de revenus de plus de 40 %. Nous risquions littéralement de faire la même chose que ce que les entreprises de médias traditionnels avaient fait à notre personnel.

L'un des enjeux qui me posent un problème en particulier, c'est le fait que le ministre du Patrimoine canadien de l'époque ait déclaré que les entreprises de médias touchées par le blocage des nouvelles seraient complètement indemnisées. Nous n'avons pas été complètement indemnisés. En fait, nous avons dû faire preuve d'agilité, innover et trouver de nouveaux moyens de maintenir nos activités et notre modèle.

J'aimerais que toutes les personnes ici présentes se concentrent sur le fait qu'un grand nombre d'entreprises de médias essentiellement numériques sont très agiles. Elles n'ont pas les ressources nécessaires pour engager des lobbyistes qui seraient présents à Ottawa pour défendre leurs intérêts, comme c'est le cas pour les entreprises médiatiques traditionnelles. Comme je viens du secteur des médias traditionnels, je comprends l'importance de soutenir les efforts déployés lorsque le gouvernement et nous-mêmes abordons les géants du Web pour leur demander des fonds. Je crois qu'il existe un écosystème qui peut soutenir toutes les différentes facettes des médias. Cependant, si vous essayez d'obtenir de l'argent des géants du Web et que la majeure partie de cet argent est destinée aux entreprises traditionnelles qui ne se sont pas adaptées et n'ont pas construit un

modèle d'entreprise viable dans l'environnement actuel, et que vous laissez ensuite les entreprises essentiellement numériques à l'écart, cela n'a pas de sens.

Ce que j'ai toujours voulu, c'est que le Canada soit un chef de file à l'échelle mondiale, qu'il favorise un écosystème tout nouveau dans lequel des entreprises essentiellement numériques fournissent directement des informations, des divertissements et des contenus culturels à portée de la main des Canadiens, à l'aide des appareils qu'ils utilisent. Tout le monde dans la salle a un téléphone cellulaire. Nous avons trouvé un moyen de créer, sur un support différent, exactement le même contenu que mes pairs diffusent depuis des années, et nous avons trouvé un moyen de le faire de manière durable et rentable, créant ainsi un secteur en pleine croissance.

La loi présentée et les règles qui s'y rattachent nous ont littéralement exploités et enchaînés, et c'est vraiment décevant parce qu'un grand nombre d'entreprises essentiellement numériques sont dirigées par des personnes qui me ressemblent — des personnes de couleur et des femmes. Je peux vous dire que nous sommes l'une des plus grandes organisations, mais lorsque je parle à mes pairs, dont les entreprises sont beaucoup plus petites, je les entends dire qu'ils sont sur le point de fermer leurs portes, ce qui signifie que nous allons nous retrouver dans un écosystème d'entreprises qui ne survivent que grâce au financement du gouvernement.

Avant l'entrée en vigueur de cette mesure législative, nous n'avions pas accepté un seul dollar du gouvernement. Nous ne demandions rien de tout cela. Notre entreprise était viable et rentable.

• (1600)

La présidente: Il vous reste 30 secondes.

M. Brandon Gonez: Nous avons un public qui était heureux que nous créions du contenu et que nous le fassions de manière à ce qu'il puisse le recevoir et y avoir accès.

L'un des faits que nous avons appris pendant la pandémie — et c'est la raison pour laquelle j'ai quitté les médias traditionnels —, c'est qu'il y avait un fossé entre l'obtention d'informations et leur transmission aux Canadiens. Nous avons trouvé un moyen de combler ce fossé, et nous voulions être un modèle, un exemple de réussite. Il est regrettable que cette mesure législative ait conduit l'un des plus grands géants du Web, qui offre des applications où la plupart des Canadiens obtiennent littéralement leur divertissement et leur l'information... Aujourd'hui, ils ne peuvent plus le faire, alors que leur reste-t-il?

La présidente: Veuillez conclure, monsieur Gonez.

M. Brandon Gonez: Que leur reste-t-il? Des blogues tenus par des gens qui se fichent de tout, qui n'ont pas d'éthique, qui ne se soucient pas du tout de la manière dont les nouvelles sont présentées et qui peuvent afficher n'importe quoi en ligne.

La présidente: Je vous remercie, monsieur Gonez.

Je vais maintenant donner la parole au prochain témoin, c'est-à-dire M. Tousignant, qui représente le Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada.

Vous avez la parole pendant cinq minutes, monsieur.

[Français]

M. Pierre Tousignant (président, Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada (FNCC-CSN)): Merci, madame la présidente.

Je vous remercie de votre invitation.

Le Syndicat des travailleuses et travailleurs de Radio-Canada, soit le STTRC, compte environ 3 000 membres au Québec et à Moncton. Nous représentons des membres occupant des postes liés à plus de 200 appellations d'emploi, autant en administration qu'à la technique ou à la production. Nous sommes le deuxième syndicat d'employés du secteur des communications en importance au pays. Le STTRC est membre de la Fédération nationale des communications et de la culture, la FNCC, qui est l'une des neuf fédérations de la Confédération des syndicats nationaux, la CSN.

Même si la fonction principale de notre organisation est de négocier et de faire appliquer un contrat de travail, le STTRC a toujours milité pour un financement adéquat, stable et pluriannuel de CBC/Radio-Canada. Nous souscrivons à sa mission d'informer, d'éclairer et de divertir, et nous adhérons à ses valeurs.

Au-delà de leur lien d'emploi, l'immense majorité de nos membres ont un attachement particulier envers cette institution. Ils ont à cœur de s'assurer que les Canadiens et les Canadiennes reçoivent une information juste et vérifiée, autant en français et en anglais que dans plusieurs langues des Premières Nations et des Inuits.

Le STTRC, en collaboration avec la FNCC et la CSN, s'est impliqué dans au moins deux campagnes en faveur du diffuseur public. La dernière, en 2016, avait pour thème « Tous amis de Radio-Canada ». Elle a connu un fort succès public au Québec et à Moncton. Pas moins de 12 000 personnes ont répondu à l'invitation des organisateurs et marché dans les rues de Montréal. Une série de spectacles se sont tenus aux quatre coins de la province et à Moncton, ce qui a démontré l'attachement populaire envers CBC/Radio-Canada.

CBC/Radio-Canada est un projet essentiel dans l'environnement nord-américain. Pour les francophones qui sont et seront toujours une minorité risquant de disparaître, Radio-Canada est l'outil privilégié pour exister. C'est principalement à Radio-Canada que les francophones de partout au pays se voient, s'entendent, se racontent, débattent et développent un sentiment d'appartenance à une communauté solidaire, bien que morcelée. Pour la communauté anglophone, CBC est un outil essentiel au soutien et à la promotion d'une identité canadienne.

La société CBC/Radio-Canada est un jalon important, mais non le seul, de la connaissance des réalités régionales, nationales et internationales dans une perspective canadienne. Non seulement elle mérite d'être protégée, mais le gouvernement doit en assurer le développement et la croissance.

La crise actuelle des médias est, au départ, une crise financière. Le modèle d'affaires de CBC/Radio-Canada la protège en partie de cette tourmente, mais pas suffisamment.

La tenue des états généraux sur les médias pourrait permettre de réitérer l'engagement du gouvernement envers le diffuseur public. Il doit non seulement garantir son indépendance en matière de contenu, mais aussi le soutenir financièrement. L'un est indissociable de l'autre. On ne peut avoir un diffuseur public pertinent et indépendant sans que son financement soit suffisant, stable et récurrent.

La tourmente qui frappe les médias n'épargne pas le diffuseur public. L'annonce de la disparition de 800 postes menace sa capacité de remplir son mandat, surtout dans les communautés francophones. Il faut maintenir un réseau de stations dans toutes les pro-

vinces et tous les territoires avec les moyens et les effectifs nécessaires pour offrir aux Canadiens et aux Canadiennes une information solide et vérifiée. La crédibilité d'un média comme CBC/Radio-Canada constitue sa principale marque de commerce. Cependant, cette crédibilité est fragile et mise à mal par la déferlante des fausses nouvelles.

CBC/Radio-Canada n'est pas un projet qui s'évalue simplement en termes comptables. C'est plus que des cotes d'écoute. C'est un projet collectif pour mieux se connaître et se comprendre et pour mieux comprendre le monde dans lequel nous évoluons. C'est une composante qui contribue à la vitalité de notre démocratie.

Je terminerai sur cette note: plus que jamais, je suis, vous êtes, nous sommes CBC/Radio-Canada.

• (1605)

[Traduction]

La présidente: Je vous remercie, monsieur Tousignant.

Je vais maintenant céder la parole à Unifor.

Madame Payne, je crois comprendre que vous prendrez la parole au nom du groupe. La parole est à vous pendant cinq minutes.

Mme Lana Payne (présidente nationale, Unifor): Merci.

Bonjour, madame la présidente. Bonjour, mesdames et messieurs les membres du Comité permanent du patrimoine canadien. C'est un réel plaisir de me joindre à vous tous aujourd'hui. J'aimerais remercier mes collègues qui témoignent devant le Comité de leur excellente déclaration préliminaire.

Notre syndicat représente plus de 10 000 travailleurs des médias de l'ensemble du pays, qui exercent leurs activités dans les secteurs de la télévision, de la radio, de la presse écrite, de nouvelles numériques et de la production cinématographique. Je peux vous dire qu'ils sont dévoués et passionnés par leur travail, qu'ils sont tenaces et qu'ils ont des principes. Ils se soucient du rôle important qu'ils jouent dans notre démocratie en racontant des histoires, en demandant des comptes aux puissants et en veillant à ce que les Canadiens disposent des informations dont ils ont besoin chaque jour pour prendre les décisions qui s'imposent dans leur vie. Ils sont conscients de leur responsabilité.

Nos membres affrontent un certain nombre de réalités très difficiles à gérer en ce moment. Vous l'avez entendu dire ici: le secteur des médias vit une crise, qui entraîne des pertes d'emploi généralisées, la destruction des nouvelles locales dans de nombreuses régions du Canada, le harcèlement et la violence au travail et un effort concerté de la part de certains membres de la classe politique pour éroder la confiance dans le journalisme lui-même. L'intégrité du secteur est remise en question, car il est accusé de toutes sortes de choses, dont la dernière en date est d'être un porte-parole du Cabinet du premier ministre, un porte-parole qui est financé par l'argent des contribuables.

J'aimerais mettre en contexte l'état des nouvelles locales au Canada à l'heure actuelle. Au cours des 14 derniers mois, le secteur des médias a subi un grand nombre de compressions budgétaires et de fermetures brutales: Postmedia a éliminé 11 % des postes occupés par les membres de son bureau de rédaction; BCE a supprimé 1 300 emplois et fermé des stations de radio l'année dernière; Nordstar Capital a licencié les deux tiers des effectifs de Metroland, en convertissant plus de 70 hebdomadaires en publications uniquement numériques; Corus/Global a, ce mois-ci, supprimé encore plus d'emplois; et BCE a annoncé la semaine dernière la mise à pied de 4 800 employés des secteurs des télécommunications et des médias, dont 800 membres d'Unifor. Du côté des médias, les réductions budgétaires touchent tous les bulletins de nouvelles télévisés du midi à Toronto, sauf un, et les bulletins de nouvelles télévisés du week-end dans la plupart des grands marchés du pays, comme si les nouvelles s'arrêtaient le vendredi à 17 heures.

BCE a également supprimé *W5*, l'émission de journalisme d'enquête la plus ancienne du Canada. On nous dit qu'elle sera apparemment remplacée par des rediffusions de la comédie américaine *The Big Bang Theory*.

Je n'ai pas le temps d'énumérer toutes les compressions budgétaires qui ont été effectuées, car nous serions ici toute la semaine. Il est presque impossible de mesurer les répercussions qu'elles ont sur les collectivités locales, où les soi-disant déserts d'informations empêchent les Canadiens, en particulier ceux qui vivent dans des petites villes ou des régions rurales, d'avoir accès à des nouvelles locales significatives et pertinentes.

Les entreprises canadiennes de télécommunications et de médias ont des responsabilités qui dépassent les intérêts des actionnaires. Elles ont des responsabilités envers les Canadiens, le Canada et le journalisme. Le journalisme fondé sur des faits importe, et comme vous l'avez entendu dire, la vérité n'a jamais été aussi importante. Les fausses nouvelles ont infesté le tissu de notre société, semant la méfiance à l'égard des médias, du gouvernement et des institutions. Au milieu de ce chaos, nous avons besoin des médias pour raconter nos histoires, découvrir la vérité et demander des comptes aux puissants.

Nous comprenons qu'aucune mesure législative, fonds ou subvention ne suffira à résoudre cette crise, mais il y a des mesures que nous pouvons prendre. Nous pouvons renouveler et élargir l'Initiative de journalisme local, un programme qui soutient la création d'un journalisme civique original dans les collectivités sous-représentées de l'ensemble du Canada. Ce programme est censé prendre fin en avril. Il y a aussi le crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne, qui a été récemment prolongé et élargi dans l'Énoncé économique de l'automne, une mesure importante qu'Unifor a réclamée et soutenue. Les gouvernements, tant fédéral que provinciaux, peuvent consacrer une part plus importante de leurs budgets publicitaires aux nouvelles locales diffusées à la télévision, à la radio, dans les journaux et, comme vous venez de l'entendre, dans les médias numériques canadiens.

Je vais maintenant dire quelques mots à propos de l'autre crise qui sévit: l'augmentation du harcèlement et de la violence. Les employeurs, les travailleurs et leurs syndicats, y compris Unifor, les écoles de journalisme, les gouvernements...

● (1610)

La présidente: Il ne vous reste que neuf secondes. Pouvez-vous conclure, s'il vous plaît? Vous aurez l'occasion de développer votre pensée plus tard au cours de la séance.

Mme Lana Payne: ... et même les citoyens ordinaires ont tous un rôle à jouer, y compris nos dirigeants politiques.

Pour conclure, j'insiste sur le fait que pour sauver les médias locaux, nous devons mettre fin aux mises à pied, aux compressions d'effectif et aux fermetures. Par ailleurs, nos journalistes méritent de travailler dans un environnement exempt de harcèlement, que ce soit sur le Web, lors d'une manifestation au centre-ville d'Ottawa, voire au sein du foyer de la Chambre des communes.

Merci beaucoup.

La présidente: Je vous remercie, madame Payne. Vous aurez l'occasion de développer certains points lors de la période des questions.

Nous allons justement entamer la période des questions, qui commence par une première série d'interventions de six minutes pour chacun des partis. Je tiens à rappeler qu'une intervention de six minutes comprend les questions et les réponses, alors je vous prie d'être aussi laconique que possible dans vos réponses. En fait, le terme laconique est sans doute trop fort, alors je vous demande plutôt d'être concis.

Nous allons commencer par les conservateurs.

Madame Thomas, vous disposez de six minutes. Allez-y, s'il vous plaît.

Mme Rachael Thomas (Lethbridge, PCC): Je vous remercie, madame la présidente.

Ma question s'adresse à M. Gonez.

Monsieur Gonez, vous avez débuté votre carrière au sein des médias traditionnels, avant de quitter votre poste pour créer votre propre entreprise. Je crois savoir que votre entreprise numérique a connu un grand succès, et que vous avez embauché 10 employés. Il est évident que la diversité est une valeur importante à vos yeux. Je tiens à vous féliciter, car vous avez manifestement su gagner la confiance de votre auditoire.

Votre entreprise semble suivre la tendance inverse des médias traditionnels. Le gouvernement libéral a décidé d'aller de l'avant avec le projet de loi C-18, conscient que ce projet de loi allait avantager les médias traditionnels au détriment des médias numériques comme le vôtre.

Vous venez de nous confier qu'en raison du projet de loi C-18, vos recettes ont diminué de 40 %, ce qui représente bien sûr une perte financière considérable. Cela signifie également qu'une partie de la population canadienne risque de ne plus avoir accès à un média qu'elle a choisi.

Il est évident que le projet de loi C-18 est un échec sur toute la ligne. Ma question pour vous est la suivante. À votre avis, comment faire en sorte que les Canadiens puissent avoir accès de manière continue à des médias indépendants de qualité?

● (1615)

M. Brandon Gonez: Je comprends l'intention de départ du projet de loi C-18. Nous sommes évidemment tous conscients de la crise qui secoue l'industrie des médias, et nous souhaitons éviter de nouvelles mises à pied et faillites d'entreprises. Par conséquent, je suis favorable à toutes mesures susceptibles de soutenir ce secteur. Par ailleurs, je crois que la diversification des produits médiatiques constitue une richesse pour la population canadienne dans son ensemble.

Il est néanmoins regrettable que la mise en œuvre du projet de loi C-18 ait entraîné le retrait des médias traditionnels canadiens de deux des plus grandes plateformes de médias sociaux. Si l'objectif du gouvernement fédéral était d'endiguer ou de réduire la désinformation présente sur ces plateformes, alors force est de constater que c'est un échec. En effet, la désinformation n'a fait que prendre de l'ampleur en raison du retrait des acteurs médiatiques dignes de confiance.

Quand j'examine la situation, je suis au moins rassuré que Google n'ait pas décidé d'expulser les médias canadiens de ses plateformes, sinon nous aurions tous été fichus. Je ne veux pas exagérer, mais je pense que c'est la vérité. Dieu merci, Google ne nous a pas lâchés, et j'espère sincèrement que les dirigeants de Meta vont reprendre leurs esprits et réintégrer les médias canadiens sur leurs plateformes.

Si le gouvernement fédéral décide d'octroyer de nouveaux fonds aux médias, j'ose espérer que les députés ici présents se porteront à la défense des entrepreneurs qui ont pris des risques pour innover. Je pense qu'un fonds d'investissement spécial devrait leur être accordé afin qu'ils puissent continuer à mener leurs activités extraordinaires. J'espère également que votre comité est prêt à défendre les intérêts des propriétaires de médias appartenant à des groupes racisés. Ces entrepreneurs travaillent très fort pour mettre à l'avant-plan des réalités qui ont tendance à être ignorées par les médias traditionnels.

Je tiens à ce que tout le monde comprenne que même avant que la crise actuelle n'éclate, les médias traditionnels étaient déjà en difficulté. Les médias avaient déjà des lacunes sur le plan de la diversité, et je pense notamment à la diversité en matière de récits et de témoignages. Loin de moi l'idée de minimiser la valeur du travail acharné de nos journalistes, mais nous devons prendre conscience de certaines lacunes qui doivent être corrigées. Des entrepreneurs comme moi ont pris des risques en quittant le secteur des médias traditionnels pour tenter de combler ce genre de lacunes, et nous avons fait du très bon travail. J'estime que la mise en œuvre du projet de loi C-18 a entraîné une perte de revenus de 50 % au sein de notre secteur.

Nous ne pouvons évidemment pas revenir en arrière. Le projet de loi dont j'ai parlé a déjà été adopté, mais je demeure pragmatique. Nous avons le devoir de venir en aide aux personnes qui ont été touchées par cette crise. Nous pouvons essayer de mettre en place un écosystème favorable à l'émergence de nouveaux joueurs, comme GMI, au sein des provinces qui sont aux prises avec des déserts d'information. Je pense notamment à la Colombie-Britannique et à la Saskatchewan. Les créateurs de contenu axés sur le numérique ne doivent pas être laissés de côté, car après tout, ce sont eux qui ont été les plus durement touchés par la crise des médias.

La présidente: Madame Thomas, il vous reste une minute et 27 secondes.

M. Martin Shields (Bow River, PCC): Je souhaite prendre la parole pour le temps qu'il reste aux conservateurs.

La présidente: D'accord, allez-y, monsieur Shields.

M. Martin Shields: Je vous remercie.

Il a beaucoup été question de confiance aujourd'hui. À vous écouter parler, j'ai l'impression que vous avez toujours eu confiance dans l'entreprise que vous avez réussi à créer. Par contraste, les médias traditionnels ont perdu la confiance de la population canadienne.

Nous avons appris que seuls 13 % des Canadiens font confiance aux médias traditionnels. Qu'avez-vous fait différemment pour gagner la confiance de votre auditoire?

M. Brandon Gonez: La perte de confiance envers les médias traditionnels est un phénomène particulièrement complexe. Il y a eu, bien entendu, de nombreuses attaques partisans contre l'industrie des médias en général; ces attaques ne sont pas légitimes et n'auraient jamais dû se produire. Toutefois, les médias traditionnels doivent également prendre leur part de responsabilité et réfléchir à la manière de combler les lacunes dont je vous ai parlé. Leur contenu devrait refléter la population canadienne dans toute sa diversité.

Chez Gonez Media Inc., nous avons le souci de nous exprimer de la manière dont les gens parlent dans le monde réel. Les gens dans la rue ne s'expriment pas tous dans le langage sophistiqué des présentateurs de CTV National News. De nombreuses personnes ont un accent, et devraient avoir la possibilité d'entendre toutes sortes d'accent dans les médias. La mairesse de Toronto elle-même s'exprime avec un accent, alors pourquoi le présentateur de nouvelles ne pourrait-il pas en avoir un?

Bref, j'ai l'impression que bon nombre de Canadiens à travers le pays ne se sont jamais sentis représentés dans les médias traditionnels. Mon entreprise...

• (1620)

La présidente: Je vous prie de conclure, merci.

M. Brandon Gonez: ... a embauché une dizaine de journalistes, mais également une dizaine de personnes affectées à d'autres types de tâches. Nous avons toujours essayé de refléter les gens que nous servons, c'est-à-dire notre auditoire.

La présidente: Je vous remercie, monsieur Gonez. J'admire votre passion. Les députés auront l'occasion de vous poser d'autres questions plus tard dans la séance.

Nous allons maintenant passer aux libéraux. Monsieur Coteau, vous pouvez y aller.

M. Michael Coteau (Don Valley-Est, Lib.): Merci, madame la présidente.

Monsieur Gonez, je me souviens de l'époque où l'on pouvait vous voir à la télévision. Vous étiez une figure d'exception, un jeune homme noir qui s'adressait aux gens dans la rue pour aborder leurs problèmes. Votre travail était très impressionnant, un vent de fraîcheur dans l'univers des médias.

Lorsque vous avez quitté les médias traditionnels pour créer votre propre entreprise, je me rappelle que cela avait suscité beaucoup d'intérêt. Un peu incrédule, je m'étais alors demandé comment un homme au sommet de son art pouvait tout plaquer et s'aventurer dans le far west.

Je tiens à dire que je respecte...

La présidente: Faites attention à ce que vous dites, monsieur Coteau. M. Gonez a déménagé en Colombie-Britannique, et nous ne sommes pas le far west.

Des voix: Oh, oh!

M. Michael Coteau: Bien entendu, madame la présidente, je faisais tout simplement allusion au fait que M. Gonez se soit aventuré sur le Web. Quitter une société de médias bien établie pour créer sa propre entreprise, voilà qui représente un risque considérable.

Monsieur Gonez, j'ai remarqué ce que vous et beaucoup d'autres entrepreneurs avez accompli, et je tiens à vous remercier pour votre travail et pour votre témoignage. Je sais par ailleurs que je ne suis pas le seul à prêter attention à votre travail. Vous participez au renouvellement de tout le secteur des médias, et je vous remercie d'être ici avec nous aujourd'hui.

Je vais maintenant m'adresser à Mme Paradkar.

J'ai trouvé votre présentation d'ouverture particulièrement intéressante. Comme M. Shields, vous avez abordé la question de la confiance.

Je crois que vous avez évoqué des statistiques sur les politiciens et les journalistes, ce qui m'a donné matière à réflexion. Il y a eu un mouvement massif de recours aux subventions dans la sphère politique au cours des dernières décennies. Dès qu'un citoyen fait une contribution à un parti politique, elle reçoit une subvention. Je pense par exemple qu'une contribution de 400 \$ à l'échelle fédérale se traduit par une subvention pouvant aller jusqu'à 75 %. Ensuite, je crois que nous assistons à un mouvement qui prend de l'ampleur un peu partout au pays. À Toronto, par exemple, les donateurs peuvent obtenir un crédit d'impôt provenant directement des coffres de l'hôtel de ville. Même les partis politiques reçoivent des subventions du gouvernement fédéral.

Ce système a été mis en place parce qu'à une certaine époque, les institutions politiques étaient contrôlées par les citoyens les plus fortunés. Votre présentation m'a fait penser au fait que nos médias subissent des pressions de la part de puissants groupes d'intérêts. À une certaine époque, ce sont les magnats des médias qui faisaient la pluie et le beau temps. À notre époque, ce sont les grandes multinationales qui exercent une influence énorme sur l'information. Je pense par exemple à Apple, qui représente trois fois le PIB du Canada.

Je pense que nous devons revoir le modèle d'affaires des médias dans son ensemble.

Vous avez parlé d'un modèle à but non lucratif, et vous avez évoqué l'émergence de l'intelligence artificielle, l'IA. Non seulement les grandes multinationales se servent de l'IA pour créer du contenu à partir de sources journalistiques, mais elles peuvent également se saisir directement de contenus et les diffuser sur différentes plateformes pour en tirer un profit.

Avez-vous d'autres modèles à nous proposer? Je suppose que la tenue d'états généraux sur les médias serait propice à la présentation de nouveaux modèles d'affaires. Outre le secteur à but non lucratif, connaissez-vous d'autres modèles qui pourraient nous aider à repenser la manière dont fonctionne l'industrie des médias?

• (1625)

Mme Shree Paradkar: Je vous remercie pour cette question.

Le seul autre modèle que je connaisse est celui des dons privés utilisés, entre autres, par le journal le *Guardian*. Je crois que ces dons peuvent également être subventionnés. Comme je l'ai mentionné, une option viable serait d'établir des partenariats avec des entreprises du domaine de l'IA.

Malheureusement, les gens ont tendance à ne pas accorder de valeur au contenu gratuit. Nous devons évoluer au sein d'un écosystème où l'information gratuite est la nouvelle norme, une information trop souvent confondue avec les nouvelles. Le processus de collecte de nouvelles tend à être amplifié, déformé, dépouillé de

son contexte et ensuite diffusé gratuitement, comme M. Gonez vient de l'évoquer.

Les dons de particuliers, les dons en provenance d'entreprises locales visant à financer des enquêtes locales, et les dons émanant de grandes entreprises pourraient être assujettis à certaines conditions sur le plan éditorial. En effet, la situation peut devenir problématique lorsque de grandes entreprises tentent de s'immiscer dans le contenu éditorial. Nous devons ainsi aider les entreprises médiatiques à préserver leur indépendance par rapport à toutes sortes d'intérêts externes.

Ce sont là quelques-unes de mes suggestions.

M. Michael Coteau: La mise en place d'états généraux pourrait permettre à différents acteurs de proposer des modèles alternatifs, notamment en matière d'incitations fiscales.

J'aimerais maintenant m'adresser à Mme Payne.

Madame la présidente, combien de temps me reste-t-il?

La présidente: Il ne vous reste que 14 secondes, monsieur Coteau.

M. Michael Coteau: Je vais profiter de ces quelques secondes pour remercier l'ensemble de nos invités.

Merci, madame la présidente.

La présidente: Merci, monsieur Coteau.

Nous allons maintenant passer aux députés du Bloc québécois pour les six prochaines minutes. Monsieur Champoux, vous avez la parole.

[Français]

M. Martin Champoux: Merci, madame la présidente.

Je veux remercier tous les témoins d'être ici aujourd'hui. Ces rencontres et ces discussions sont très importantes pour moi et pour tous les membres de ce comité, mais aussi pour les gens qui travaillent dans l'industrie des médias, particulièrement dans le secteur de l'information. La tentation est forte d'aborder un paquet de sujets que nous avons envie d'aborder, parce que c'est une crise majeure et importante qui touche sérieusement tout le milieu de l'information partout au Québec et au Canada depuis des années. J'ai l'impression que nous commençons, avec 10 ans de retard, à nous en préoccuper.

D'entrée de jeu, je voudrais vous dire, monsieur Gonez, que j'ai trouvé votre allocution d'ouverture extrêmement intéressante. Je trouve que votre propos est extrêmement sensé et mesuré, et que la discussion est saine. Je veux vous rassurer, d'une certaine façon, en vous disant qu'à mon avis, votre présence et celle d'entreprises comme la vôtre seront essentielles dans la réflexion qui sera faite pour l'avenir des médias. Cette réflexion ne peut pas se faire sans les gens qui ont été les pionniers dans les médias d'information numériques. Je voulais vous dire ça.

J'aimerais m'entretenir avec vous, monsieur Chamberland. Nous avons travaillé pour la même compagnie pendant les années 1990. Vous étiez à Radiomédia alors que j'étais chez Astral Media. Nous ne nous sommes pas croisés, mais vos journalistes faisaient les bulletins de nouvelles dans mes émissions de radio, alors nous sommes reliés de cette façon.

Tout ça pour dire que nous avons quand même quelques décennies d'expérience derrière la cravate. Nous avons vu ce milieu évoluer. Vous avez choisi, avec Arsenal Media, de vous concentrer sur la radio régionale, ce qui pourrait paraître, pour certaines personnes en affaires, un pari un peu fou, l'état de la radio étant ce qu'il est. Au contraire, vous faites le pari que la radio en région est viable et que ce modèle a un avenir.

Vous avez récemment fait l'acquisition de sept stations de Bell Média. Notre comité recevra d'ailleurs des représentants de Bell Média dans les prochaines semaines, et nous aurons probablement un peu moins de tendresse envers eux que ce que j'ai envie d'avoir à votre endroit, puisque vous venez de sauver quelques-unes des stations en région. Il semble que vous ayez rassuré également les employés de ces sept stations.

À votre avis, est-ce que ces stations sont saines, dans l'état actuel? Avez-vous l'intention de faire grandir ces stations dans leur milieu? Comment voyez-vous l'avenir de ces acquisitions?

• (1630)

M. Sylvain Chamberland: Je vous remercie de votre question, monsieur Champoux.

Quand on achète des stations, c'est évidemment pour les faire croître, et non pour s'en contenter.

Cela dit, ce sont des stations qui sont saines. Nous avons déjà acheté des stations dans un pire état. Au début, nous avons acheté beaucoup de stations qui étaient presque en faillite ou en faillite technique. Nous avons été capables de les relever. Or, dans ce cas-ci, ce sont des stations qui sont saines.

Je vais reprendre un peu les propos de M. Gonez, que j'ai trouvés intéressants. Évidemment, on est humble et on s'en vante. Je vais quand même ajouter deux ou trois éléments.

C'est vrai que, la radio, c'est plate et c'est un peu ringard. Toutefois, pour moi, la radio demeure littéralement le cœur de l'information au Canada. C'est la première chose.

Ensuite, j'ai bien pris soin d'ajouter que nous avons des plateformes numériques dans chacune de nos régions, ce qui est fondamental. Grosso modo, ça a remplacé le journal local. Nos plateformes sont visitées. Plus de 100 000 personnes sont abonnées à nos plateformes et nous avons de 60 millions à 70 millions de pages vues chaque année.

Je veux ajouter un élément important. Depuis tantôt, on parle de Meta. Ce n'est pas que je m'exprime pour ou contre le projet de loi, mais je peux dire que, dans notre cas, Meta n'a aucun impact. Pourquoi? C'est parce que nous travaillons depuis 10 ans à développer une relation avec nos auditeurs et nos lecteurs. Nous avons fait nous-mêmes le pari d'aller chercher ces gens un par un.

Quand je vois tout le monde être soudainement en état de panique, je me dis qu'on devrait pourtant le savoir, parce que ce n'est pas la première fois que Facebook, par exemple, change son algorithme. On a vu BuzzFeed disparaître du jour au lendemain. Le média Diply est également disparu du Canada du jour au lendemain. Il est important que chacune des entreprises médiatiques prenne ses responsabilités. À ce sujet, je suis d'accord avec M. Gonez, d'une certaine façon. Il faut que les médias prennent leurs responsabilités et fassent des efforts pour bâtir la relation. J'ai vu la majorité des médias traditionnels être complètement sous le choc et dire qu'il fallait maintenant aller à la source. Bien sûr qu'il faut aller à la

source, mais c'est le cas depuis toujours. C'est la responsabilité des médias de le faire.

Si on envoie un auditeur, un téléspectateur ou un lecteur sur la plateforme concurrente, c'est normal que cette personne disparaisse et reste sur l'autre plateforme. C'est l'a b c des affaires et des médias. Je pense quand même que, dans l'ensemble, les gens manquaient de compétence et ne comprenaient pas cette notion. Comme résultat, on a vendu son âme au diable et envoyé les gens sur des plateformes concurrentes, au lieu de parier sur ses propres plateformes.

Chez Arsenal Media, notre écosystème est sain. Bien sûr, nous allons sauver des emplois. Bien sûr, nous allons développer les stations. Dans notre écosystème, nous avons effectivement des plateformes numériques d'information, mais nous avons aussi des bouillottes en ligne.

[Traduction]

La présidente: Il ne vous reste que 30 secondes.

[Français]

M. Sylvain Chamberland: Nous avons une structure qui fait que nos médias sont extrêmement sains.

M. Martin Champoux: Dans la réflexion qui sera faite par l'industrie ou par quiconque tiendra les états généraux que nous voulons faire organiser à partir de cette étude, vous diriez donc qu'il y a un avenir pour les médias traditionnels au sein d'un écosystème qui sera probablement appelé à faire la transition vers un univers numérique à court terme.

M. Sylvain Chamberland: Ça ne fait aucun doute. En fait, le tournant numérique devrait déjà avoir été pris. *La Presse* l'a pris il y a belle lurette. Ça fait 20 ans que ce journal est sur une plateforme numérique. Cela dit, au-delà de la plateforme numérique...

[Traduction]

La présidente: Monsieur Chamberland...

[Français]

M. Sylvain Chamberland: C'est fini, n'est-ce pas?

[Traduction]

La présidente: Vous aurez l'occasion de vous exprimer à nouveau lors de la prochaine question.

[Français]

M. Sylvain Chamberland: Ah, d'accord.

M. Martin Champoux: Je l'avais vu, mais je n'ai rien dit.

[Traduction]

La présidente: Bien essayé, monsieur Champoux.

Nous allons maintenant passer aux néo-démocrates. Madame Ashton, nous vous écoutons.

Madame Ashton, vous disposez de six minutes au plus.

Mme Niki Ashton (Churchill—Keewatinook Aski, NPD): Je tiens d'abord à remercier infiniment nos témoins.

Ma première question s'adresse à Mme Paradkar.

Nous avons entendu beaucoup de ténors de la droite évoquer la réticence des journalistes à critiquer le gouvernement. Je pense qu'ils ont tort. Nous devons plutôt réfléchir à la convergence des entreprises au sein du paysage médiatique canadien, une convergence qui va de pair avec la diminution du nombre d'intervenants prêts à critiquer le pouvoir.

Madame Paradkar, vous avez dénoncé à plusieurs reprises les bombardements brutaux des forces armées israéliennes dans la bande de Gaza. Vous avez été victime d'une campagne de harcèlement organisée qui a eu des répercussions sur votre travail. Nous ne pouvons pas ignorer qu'une menace pèse sur les journalistes ici même, au Canada. Il est de notre devoir de soutenir les travailleurs des médias qui rapportent les nouvelles de manière juste et professionnelle.

Nous devons pouvoir compter sur des journalistes qui s'expriment sur le rôle joué par le Canada en Palestine. La campagne de bombardement intense de l'armée israélienne a fait environ 30 000 victimes parmi les Palestiniens, principalement des femmes et des enfants. Nous savons également qu'en moyenne, cinq journalistes ou travailleurs des médias sont tués chaque semaine, ce qui représente le taux le plus élevé de décès de journalistes depuis que le Comité pour la protection des journalistes a commencé à collecter ce genre de données il y a plus de 30 ans.

Que pouvons-nous faire pour créer un contexte où ces voix dissidentes puissent être entendues? Que pouvons-nous faire pour que les journalistes cessent d'avoir à utiliser la voix passive pour décrire la mort des Palestiniens? Que pouvons-nous faire pour que les journalistes n'aient plus à craindre de perdre leur emploi pour avoir rapporté avec exactitude les horreurs de la guerre et du génocide?

● (1635)

Mme Shree Paradkar: C'est une période très sombre pour de nombreuses personnes qui ont des antécédents de traumatisme, et c'est un sujet complexe qui, je l'admets, a causé beaucoup de douleur dans de nombreuses communautés au Canada et ailleurs dans le monde.

Si j'avais des solutions à proposer pour pouvoir critiquer n'importe quelle partie ou défendre les droits des Palestiniens face à ce que la Cour internationale de justice a qualifié de génocide plausible, je pense que l'initiative devrait venir d'un mouvement sociétal global vers la justice, auquel participeraient non seulement les entreprises médiatiques, mais aussi les politiciens et les syndicats. Il faut garder un œil sur ce qu'est la justice et sur la façon de séparer les groupes de pression des médias, et ne permettre aucune ingérence dans le processus de collecte d'informations justes et exactes pour quelque côté du conflit que ce soit, car c'est devenu un défi.

À cet égard, il y a souvent une exception en Palestine pour de nombreuses pratiques de collecte libre de nouvelles, et j'ai été sidérée par le silence de mon industrie, du milieu médical et des universitaires. Je ne saurais expliquer ce silence. La réponse est beaucoup plus complexe que celle que je peux vous donner ici, mais c'est très préoccupant.

Si j'avais quelque chose à demander, c'est que le Canada investisse dans la liberté de presse. C'est la seule façon d'avancer. Le Canada a le potentiel d'être un chef de file mondial en étant complètement libre, pluraliste et indépendant dans le domaine de la presse. Nous avons le potentiel de le faire. Je pense qu'il faudra beaucoup d'introspection, tant individuelle que collective, pour y parvenir.

Je suis désolée de ne pas avoir quoi que ce soit de précis à vous dire, mais la question est trop complexe pour être condensée.

Mme Niki Ashton: Je vous remercie de cette réponse.

Dans le temps qu'il me reste, j'aimerais adresser mon autre question à Mme Payne, d'Unifor.

Unifor représente 12 600 travailleurs des médias des quatre coins du pays, et nous savons que des milliers d'entre eux font face à d'immenses difficultés en ce moment. Le NPD les appuie.

Vous avez parlé de la dernière annonce dévastatrice de Bell Média, alors que le PDG de Bell a empêché une rémunération totale de 13,59 millions de dollars en 2022. Pour le PDG de Rogers, le pactole était 31,52 millions de dollars.

À quel point la cupidité des entreprises prive-t-elle des milliers de Canadiens de leur emploi et des millions de Canadiens de l'accès à un journalisme de bonne qualité?

Mme Lana Payne: Je vous remercie de cette excellente question, madame Ashton.

Nous avons un énorme problème ici. Les entreprises du secteur des médias jouissent de privilèges spéciaux dans notre pays, des privilèges qui leur sont accordés. Elles ont accès à la radiodiffusion et ont presque un monopole dans certains domaines, comme dans le secteur des télécommunications.

Par ailleurs, je dirais qu'il existe un contrat social auquel elles devraient être sensibles à l'heure actuelle. Ce contrat fait en sorte que nous n'avons pas à passer par là; il n'y a pas des milliers et des milliers de travailleurs canadiens mis à pied et un secteur médiatique en ruine. Les entreprises ont la responsabilité d'élargir les services et de connecter les Canadiens grâce à ces services.

● (1640)

La présidente: Vous disposez de 20 secondes, madame Payne.

Mme Lana Payne: Il est crucial de tenir compte du fait qu'en plus de la rémunération qu'elles paient à leurs PDG, ces entreprises versent des millions et des millions de dollars par année en dividendes accrus aux actionnaires. Il s'agit de sommes colossales. Ce sont des choix que font ces entreprises. Elles pourraient faire des choix différents, décider d'embaucher des Canadiens qui occuperaient de bons emplois et d'offrir un excellent journalisme. C'est à nous tous, y compris le gouvernement, qu'il revient de veiller à ce que ces entreprises assument ces responsabilités.

La présidente: Merci, madame Payne.

Nous entamerons maintenant notre deuxième tour de questions, avec des interventions de cinq minutes.

Nous commencerons par M. Gourde, du Parti conservateur.

[Français]

M. Jacques Gourde (Lévis—Lotbinière, PCC): Merci, madame la présidente.

Je remercie les témoins de leur présence.

Comme l'ensemble des Canadiens, j'ai des inquiétudes en ce qui concerne l'avenir de tous nos médias. Par contre, quand j'entends des témoignages comme celui de M. Gonez, qui a fait le choix de lancer sa jeune pousse, qui est maintenant devenue une entreprise, je trouve ça vraiment très inspirant. Le témoignage de M. Chamberland aussi me laisse croire qu'il y a une lueur d'espoir. Les modèles d'affaires sont en train de se redéfinir.

Commençons par vous, monsieur Chamberland. Vous n'avez pas eu l'occasion de finir ce que vous disiez tantôt. Or, ça m'intéressait vraiment. Il y avait là une piste de solution, un modèle d'affaires qui semble prometteur pour l'avenir, qui permettrait de maintenir des emplois, et peut-être même d'en rétablir, dans le secteur journalistique.

Je vous laisse continuer.

M. Sylvain Chamberland: Merci, monsieur le député.

En fait, il y a deux choses à mentionner.

Tout d'abord, il y a l'écosystème lui-même. Je pense que ce sera de plus en plus difficile pour les médias qui sont des entreprises non diversifiées. Cependant, je pense que ce sera plus facile pour des médias qui ont un ensemble de propriétés et de capacités. Je pense que M. Pattison a déjà montré ça il y a longtemps dans l'Ouest canadien, par exemple. On peut penser aussi à l'époque de Newcap, dans l'Est. C'étaient des propriétaires de médias qui étaient dans un conglomérat qui soutenait le développement. On n'est pas obligé d'être dans un conglomérat, mais je pense que ce sera plus difficile pour les entreprises non diversifiées.

Je voudrais aussi ajouter autre chose. On est un peu en train de se perdre, alors j'aimerais revenir sur la question de l'information et du soutien offert à ce secteur.

Pour ma part, je continue de dire que l'information en région n'est pas soutenue comme elle devrait l'être. Dans les régions, il y a beaucoup moins de médias et beaucoup plus de déserts médiatiques. Une des choses à considérer véritablement, c'est qu'en matière de financement, il y a beaucoup trop d'argent dans les grands centres urbains. Le gouvernement lui-même comme client, par exemple quand il fait des annonces publicitaires, met toujours beaucoup trop d'argent dans les grandes régions, au détriment des régions extérieures.

Un déplacement d'argent devrait être fait, au prorata de la population, dans les différentes régions de l'ensemble du pays. Ça ne coûterait rien. Ce n'est toutefois pas ce qui est fait. Actuellement, on surinvestit dans les grandes villes seulement. Je n'ai rien contre les grandes villes, mais on ne peut pas y mettre 95 % du budget.

Je vais donner un exemple concret. L'an passé, nous avons reçu 16 000 \$ en publicité de la part du gouvernement fédéral pour l'ensemble de nos 18 stations de radio. Qu'est-ce que 16 000 \$, me direz-vous? Il vaut mieux l'avoir que de le devoir, j'en conviens. Cependant, 16 000 \$ pour 18 stations, ce n'est pas beaucoup, compte tenu du fait que le budget devait probablement être quelque part entre 130 millions et 170 millions de dollars.

La publicité sociétale du gouvernement devrait s'adresser à l'ensemble des Canadiens, et non à une tranche de la population canadienne. Or, pour toucher l'ensemble des Canadiens, il faut aller dans les régions plus éloignées, et, pour ce faire, il n'y a pas que le Web. En fait, dans certaines régions, les gens n'ont même pas accès à Internet et n'ont accès qu'à la radio. Le signal radio peut être capté partout.

Il faut donc s'adresser à l'ensemble des Canadiens. C'est ça, le point le plus important. Tout le monde parle d'équité, de représentativité, et ainsi de suite. Moi, je vais vous le dire: si vous voulez être équitable et représentatif, vous devez parler à l'ensemble des Canadiens, partout, de façon égale.

• (1645)

M. Jacques Gourde: Merci, monsieur Chamberland.

Il me reste un peu de temps de parole.

Monsieur Gonez, on a dit que vous aviez besoin de journalistes. Quelles qualités devraient avoir les journalistes que vous cherchez à implanter dans votre type d'entreprise, pour l'avenir?

[Traduction]

Le vice-président (M. Kevin Waugh (Saskatoon—Grasswood, PCC)): Vous avez 35 secondes.

M. Brandon Gonez: Pour assurer la qualité du journalisme, il faut comprendre que les journalistes de formation feront de bons journalistes. Le cheminement de carrière des journalistes dépend de la qualité des dirigeants. Il faut qu'ils aient de bons dirigeants et de bons producteurs de nouvelles qui les poussent constamment à vérifier leurs angles morts et à inclure les voix exclues du débat. Qu'on soit d'accord ou non avec elles, elles font tout de même partie de la conversation et représentent une partie de la population. C'est quand même important.

Certaines personnes pourraient me regarder et dire qu'elles ne veulent pas entendre un certain genre de personnes en raison de leur apparence. Non. Je veux entendre ce que vous avez à dire, mais vous feriez mieux de respecter ce que j'ai à dire aussi. C'est ainsi que les médias devraient agir. Nous devons rendre compte correctement et précisément du plus grand nombre de voix possible. Au bout du compte, on n'entendra jamais la voix de tout le monde. Rien n'est parfait en ce bas monde, mais il faut essayer et continuer d'essayer.

Le vice-président (M. Kevin Waugh): Je vous remercie, monsieur Gonez.

Nous accordons maintenant la parole à M. Noormohamed, du Parti libéral, pour cinq minutes.

M. Taleeb Noormohamed (Vancouver Granville, Lib.): Merci, monsieur le président.

Je remercie les témoins de comparaître. Je sais que vous êtes nombreux et qu'il y a beaucoup de matière à couvrir.

Parmi mes sujets de réflexion figure le rapport qui a été rédigé par Peter Menzies et Konrad von Finckenstein pour l'Institut Macdonald-Laurier. Les auteurs y ont présenté une série de recommandations sur la façon dont nous pouvons envisager de recadrer le climat médiatique au pays et de soutenir le journalisme. Ils recommandent notamment que toutes les dépenses des entreprises de nouvelles admissibles qui incluent des investissements dans la transformation numérique soient déclarées comme des coûts en capital. J'aimerais savoir ce que vous en pensez. C'est une recommandation très précise, mais je pense au contexte de la transformation des médias et à la façon dont nous permettons aux médias de survivre et de prospérer dans une ère entièrement nouvelle, alors que des publications imprimées et d'autres parutions sont incapables d'effectuer la transition vers le numérique de façon décisive et réfléchie.

J'aimerais entendre votre son de cloche à ce sujet. Qu'en pensez-vous? Quels défis pose le maintien de la qualité du travail produit si on autorise une transition complète au numérique et qu'on le fait de manière à permettre une déduction rapide des coûts en capital? Pensez-vous qu'il y a des risques à agir ainsi?

M. Brandon Gonez: Je veux simplement m'assurer... parce que je décèle en filigrane un thème selon lequel la qualité pourrait pâtir d'un passage au numérique. Or, ce n'est pas le cas. Il faut respecter la même éthique et les mêmes étapes pour faire un reportage de qualité, que ce soit à la télévision, à la radio, dans le journal — par tout. Je veux simplement m'assurer que c'est ce qui est...

M. Taleeb Noormohamed: Pour que ce soit bien clair, ce n'est pas ce que je dis. La question est plutôt la suivante: comment s'assurer que les nouvelles sont authentiques? Voilà l'objet de ma question. Il y a du journalisme de qualité. Certaines personnes font de leur mieux, mais d'autres s'aventurent sur le terrain et décident qu'elles sont journalistes. Comment faire la distinction de manière à ce que les nouvelles crédibles continuent de faire leur chemin à l'avant-scène sans être submergées par des échos qui ne sont pas nécessairement crédibles et qui pourraient être considérés comme de la véritable désinformation?

M. Brandon Gonez: À cette fin, il faut que le média s'assure de présenter la bonne information, quel que soit le médium utilisé. Il y aura des commentateurs et des journalistes, des articles d'opinion et des reportages fondés sur les faits. Ce sera toujours ainsi.

J'aimerais aborder très brièvement un point. Quand on parle d'investir des fonds dans la transformation numérique, les journaux ont, pendant longtemps, dû décider s'ils passaient au numérique, et nombre d'entreprises ont décidé de continuer de faire ce qu'elles faisaient. C'était leur choix. Cela a toutefois permis à de nouveaux innovateurs et à des entrepreneurs de se lancer dans ce domaine et de combler les manques. Je pense que c'est formidable.

En ce qui concerne les fonds dont on discute et qu'on envisage, si une partie doit être consacrée à la transformation numérique, je veux que les journaux soient soutenus et que les médias traditionnels qui existent depuis 40, 50 ou 60 ans perdurent aujourd'hui parce qu'ils ont de la valeur et sont dignes de confiance. Nous devrions toutefois nous assurer aussi qu'il y a de la place et de l'argent pour les gens qui ont pris un risque afin qu'ils puissent continuer de croître, parce que ceux qui prennent un risque ne devraient pas être pénalisés.

• (1650)

M. Taleeb Noormohamed: Je veux revenir sur ce point précis.

Je sais que M. Champagne veut intervenir, et M. Tousignant également, mais je veux revenir au deuxième point, monsieur Gonez, une fois qu'ils auront eu l'occasion de répondre.

[Français]

M. Éric-Pierre Champagne: Je vais retirer temporairement mon chapeau de président de la FPJQ et mettre plutôt celui de journaliste qui travaille à *La Presse* depuis 22 ans. Je pense que la majorité des gens ici ne lisent pas le français, donc ne connaissent pas la situation de *La Presse*. Depuis plusieurs années, *La Presse* ne publie plus d'édition papier. Nous sommes entièrement numériques. L'entreprise pour laquelle je travaille a enregistré des profits de 13 millions de dollars l'année dernière. *La Presse* est maintenant une organisation sans but lucratif, qui n'appartient ni à un propriétaire privé, ni à un consortium, ni à personne.

Je salue l'enthousiasme de mon collègue ici, mais ce n'est pas vrai que les médias traditionnels ne prennent pas le virage et ne font pas des efforts. J'en suis l'exemple vivant. Nous venons d'embaucher des nouveaux journalistes, et on nous a annoncé récemment que 10 nouveaux journalistes allaient être embauchés au cours de l'année à venir.

C'est donc possible, même pour les médias traditionnels, de faire ce virage et de continuer d'informer la population. Nous sommes le quotidien francophone le plus lu en Amérique du Nord.

M. Taleeb Noormohamed: À mon avis, c'est...

[Traduction]

La présidente: Monsieur Noormohamed, il vous reste deux secondes.

[Français]

M. Taleeb Noormohamed: Je voulais laisser la chance à M. Tousignant de s'exprimer sur la question, mais ce sera peut-être pour la prochaine fois.

Merci.

[Traduction]

La présidente: Merci.

Nous accordons la parole à M. Champoux pour deux minutes et demie.

[Français]

M. Martin Champoux: Merci, madame la présidente.

Je vais procéder rapidement parce que, deux minutes et demie, ça passe vite.

Monsieur Champagne, je vais vous poser trois questions sur les états généraux que l'étude que nous sommes en train de faire ici vise à organiser.

Premièrement, quels groupes ou quels secteurs du milieu des médias d'information auraient la crédibilité nécessaire, aux yeux de l'ensemble des acteurs du milieu, pour assurer l'organisation de ces états généraux? Il s'agit d'une réflexion qui va faire participer tout le monde et qui va probablement traiter de sujets qui sont difficiles à aborder pour certains acteurs de l'industrie. Qui donc pourrait assurer l'organisation de cet événement?

Deuxièmement, quels sujets essentiels devraient y être abordés? On sait qu'on peut parler de financement de la part du gouvernement, mais je pense qu'il sera davantage question du modèle d'affaires des médias d'information. Quels sujets devraient être abordés prioritairement?

Troisièmement, si vous en avez le temps, pouvez-vous me dire quel rôle devraient jouer les gouvernements dans cette étude? Tant au provincial qu'au fédéral, quelle place le gouvernement devrait-il occuper dans cette réflexion, selon vous?

Je vous laisse répondre.

M. Éric-Pierre Champagne: Vous parlez bien d'états généraux à l'échelle du Canada, n'est-ce pas?

M. Martin Champoux: Absolument.

M. Éric-Pierre Champagne: C'est peut-être un peu difficile pour moi de répondre à cette question, puisque c'est à l'échelle canadienne.

Il y a énormément d'acteurs qui s'intéressent à cette question. Nous l'avons vu, à la réunion de mardi. Ce sont surtout des professeurs qui étaient présents, donc des gens qui s'intéressent aux journalistes, qui enseignent, qui font de la recherche.

M. Martin Champoux: C'est donc le secteur universitaire qui aurait la crédibilité et le respect nécessaires.

M. Éric-Pierre Champagne: Je pense effectivement au secteur universitaire, entre autres. Cependant, il ne peut évidemment pas y avoir d'états généraux sans les journalistes. J'entends par là des journalistes comme mon collègue ici, comme moi-même, ainsi que des journalistes de partout. Il faut quand même entendre aussi les commentaires des patrons de la presse, ou encore des gens de divers groupes sociaux.

J'entendais toutes sortes de commentaires, notamment sur la confiance du public à l'endroit des médias. Il faut en prendre connaissance, cependant il faut remettre les choses en contexte. Une étude de Statistique Canada publiée cette semaine montre qu'il y a une très forte corrélation entre la confiance du public envers les médias et la confiance du public envers les institutions. Je trouve qu'on n'en parle pas assez. C'est un des éléments dont il faudra parler.

Ensuite, il y a la question des revenus. Il faut aussi en parler, évidemment. Tout à l'heure, j'ai voulu illustrer combien il en coûte pour produire de l'information. De l'information de qualité coûte encore plus cher à produire, parce que ça prend plus de temps et il faut faire des vérifications pour s'assurer de bien faire le travail.

[Traduction]

La présidente: Vous avez 20 secondes.

[Français]

M. Éric-Pierre Champagne: Il faut donc s'intéresser à cette question.

Ensuite, de quoi avons-nous besoin? Les voix des différentes communautés doivent se faire entendre, notamment. Effectivement, des médias traditionnels ont parfois manqué à leur rôle de mieux représenter certaines voix qui sont nouvelles, autant au Québec qu'au Canada. Il faut examiner toutes ces questions, et ce, dans un esprit plus large, et non dans une perspective strictement politique. En réalité, c'est une crise qui touche toute la société.

M. Martin Champoux: Autrement dit, nous, les politiciens, devrions nous tasser de là et vous céder la place.

M. Éric-Pierre Champagne: Je ne vous dis pas de vous tasser de là.

M. Martin Champoux: Non, c'est une blague que je fais.

M. Éric-Pierre Champagne: Cependant, je ne veux pas qu'on se serve de cette question pour faire de la politique. C'est une crise de société.

M. Martin Champoux: Je suis tout à fait d'accord avec vous.

Merci beaucoup, monsieur Champagne.

Je pense que c'est tout le temps qu'il me restait.

[Traduction]

La présidente: Je vous remercie, monsieur Champoux.

Nous accordons la parole à Niki Ashton pour deux minutes et demie.

• (1655)

Mme Niki Ashton: Je vous remercie.

J'aimerais poser ma question à Mme Paradkar.

Dans votre exposé, vous avez parlé de la perte de voix critiques dans les médias et du harcèlement subi par les journalistes qui

posent des questions difficiles et qui cherchent à demander des comptes aux détenteurs de pouvoir, des journalistes comme vous.

Dans la question précédente, il a été fait référence aux attaques contre des journalistes qui étaient prêts à parler de ce qui se passe actuellement à Gaza et en Palestine. Pensez-vous que les journalistes sont moins disposés à parler des problèmes importants qui se posent, que ce soit en Palestine ou ailleurs, parce qu'ils pensent qu'il ne vaut tout simplement pas la peine de s'exposer au harcèlement et à une perte potentielle d'emploi?

Mme Shree Paradkar: Je ne fonderai pas tellement ma réponse sur ma propre expérience, parce que je ne suis pas une jeune journaliste et que beaucoup de critiques glissent sur moi comme l'eau sur les plumes d'un canard. Elles ne me dérangent pas tellement, mais je dois vous dire que chaque fois que je me rends dans une école de journalisme pour m'adresser aux étudiants, la première question qu'on me pose concerne les abus et les répercussions.

On me demande comment je les affronte. Je pense que le problème ne se limite pas aux journalistes, mais touche également les politiciennes et les femmes médecins. Les femmes et les femmes de couleur sont confrontées de façon disproportionnée à ce problème si elles ont des opinions tranchées, et ce, dans toute la sphère politique. C'est un problème que les jeunes surveillent de très près. Ils s'inquiètent beaucoup à ce sujet, car ils sont habités par un sens élevé de la justice, sont contre l'injustice et veulent parler, mais ils ont déjà l'impression qu'ils pourraient être réduits au silence et ils essaient de trouver une façon de composer avec ce silence. Voilà qui a refroidi les ardeurs, comme l'UNESCO l'a souligné dans un rapport.

Il importe de comprendre que les abus, le harcèlement et les menaces ne se manifestent pas seulement sous la forme de propos malveillants et de critiques, qui peuvent même être racistes, sexistes ou misogynes. Ils prennent aussi la forme d'un effet de meute qui survient quand d'autres journalistes ou professionnels font signe à leurs disciples pour passer à l'attaque. La critique en soi peut sembler juste ou même raisonnable, mais il s'ensuit une attaque en règle de la part des disciples. L'UNESCO considère cette pratique comme un abus également.

Ce sont tous des...

La présidente: Je vous remercie, madame Paradkar. Nous y reviendrons plus tard lors d'un autre tour.

Nous accordons maintenant la parole à Kevin Waugh.

Monsieur Waugh, vous disposez de cinq minutes.

M. Kevin Waugh: Merci, madame la présidente.

Monsieur Gonez, vous avez commencé votre témoignage ici aujourd'hui en disant que vous aviez subi d'énormes pertes par suite de l'adoption du projet de loi C-18. Aucun député du gouvernement n'a abordé la question aujourd'hui. Vous avez essuyé des pertes à cause du projet de loi C-18.

Pouvez-vous nous dire ce que vous avez perdu avec l'adoption du projet de loi C-18 en juin dernier, en ce qui concerne l'argent, le personnel et la vision de votre entreprise?

M. Brandon Gonez: Oui. Avant août, nous embauchions un journaliste chaque mois. Voilà à quel point notre croissance était rapide. Regardez une de nos pages. Sur Instagram seulement, nous rejoignons 35 millions de Canadiens tous les 30 jours en moyenne.

M. Kevin Waugh: Quoi? Trente-cinq millions? C'est la population du pays.

M. Brandon Gonez: Oui.

Ce que nous avons trouvé si fascinant avec le domaine numérique, c'est que nous ne considérons pas ce que nous faisons comme étant canadien. Nous pensions que, grâce à nos histoires, nous avions accès à un soutien international. Je trouvais cela vraiment fascinant.

Notre pays se trouve dans une situation particulière. Quelqu'un comme moi, dont les parents étaient des immigrants, peut démarrer une entreprise, connaître beaucoup de succès et engager des gens qui n'avaient pas de postes sûrs dans d'autres salles de presse du pays.

Je comprends aussi entièrement l'intention du projet de loi C-18. Je sais à quelle crise nous sommes confrontés. Comme je l'ai indiqué, j'ai travaillé à Smithers, une ville de 5 000 habitants qui est le plus petit marché du pays à l'exception d'un seul. J'ai aussi travaillé dans la plus grande ville, et je sais ce qui se passe. Il est essentiel d'avoir un radiodiffuseur public fort et de soutenir la diversité des voix médiatiques, mais cela ne devrait pas pénaliser ceux qui, dans notre pays, ont pris un risque pour établir un nouvel écosystème, offrir de nouvelles possibilités et donner une voix aux personnes exclues du débat.

C'est ce que j'ai toujours craint au sujet du projet de loi C-18. On ne s'y est pas pris de la bonne façon. Je comprends l'intention, mais la manière dont on s'y est pris a eu de lourdes conséquences pour ceux qui créaient un tout nouveau format qui aurait pu être reproduit dans le monde entier.

• (1700)

M. Kevin Waugh: Le problème avec le projet de loi C-18, c'est que les médias traditionnels ont leur mot à dire. Ils veulent vous faire fermer et fermer les nouvelles plateformes numériques. Ils veulent tout l'argent, et lorsque le projet de loi C-18 a été adopté, vous avez subi des répercussions. Vous n'avez pas dit grand-chose, mais tous les médias traditionnels... Le *Toronto Star* avait conclu une entente parallèle avec Google avant l'avènement du projet de loi C-18. Maintenant, ce journal n'obtiendra peut-être pas autant d'argent qu'il l'aurait espéré, parce qu'avec Google, 100 millions de dollars... Peut-être que c'est 75 millions de dollars.

Il pourrait encore y avoir des accords parallèles, mais je pense qu'il y a une crise de confiance au sein de la population canadienne. Les gens cherchent des nouvelles en dehors des médias traditionnels. Vous l'avez prouvé. Vous avez travaillé dans les médias traditionnels et êtes passé de Smithers au plus grand marché du pays. Vous avez pris le risque. Il y en a d'autres dans ce pays qui prennent le risque comme vous l'avez fait et qui, à mon avis, se font mettre des bâtons dans les roues.

M. Brandon Gonez: C'est malheureux.

Comme je l'ai indiqué, je pense qu'un écosystème médiatique sain se compose de tous les différents acteurs, lesquels sont forts et prospères et peuvent assurer leur survie. J'en suis convaincu. Je ne crois pas, toutefois, que cela devrait se faire au détriment des gens qui ont pris le risque de créer un tout nouvel écosystème florissant.

Je pense qu'une partie des fonds engagés devrait être réservée aux personnes et aux entreprises qui sont créées dans le but de vivre sur les plateformes des géants de la technologie. Nous avons été les pionniers dans ce domaine et nous avons créé quelque chose de durable, alors une part du financement devrait nous être destinée. Je ne dis pas que tout l'argent devrait nous revenir...

M. Kevin Waugh: Pourquoi pas? C'est le nouvel avenir.

M. Brandon Gonez: Je ne suis pas gourmand. Peut-être que si plus de dirigeants d'entreprise étaient dans le même état d'esprit, nous n'en serions pas là aujourd'hui, mais...

M. Kevin Waugh: Permettez-moi de vous poser la question suivante, parce que je n'ai que quelques secondes. Est-ce que l'intervention du gouvernement vous freine?

M. Brandon Gonez: Cela a un impact.

M. Kevin Waugh: Dans quelle mesure?

M. Brandon Gonez: Cela a un impact. J'espère qu'à mesure que les choses se préciseront, nous pourrions obtenir réparation, comme l'a dit le ministre de l'époque.

La présidente: Monsieur Gonez, monsieur Waugh, merci.

Nous passons à Mme Lattanzio.

Au fait, bienvenue au Comité, madame Lattanzio. Vous êtes une membre permanente désormais.

Vous avez cinq minutes.

Mme Patricia Lattanzio (Saint-Léonard—Saint-Michel, Lib.): Merci, madame la présidente.

Je suis ravie de siéger parmi mes collègues dans le cadre de cette étude vraiment intéressante.

Tout d'abord, j'aimerais remercier les témoins de leur déclaration liminaire aujourd'hui.

Mes questions s'adressent à M. Tousignant et à M. Champagne.

[Français]

Monsieur Tousignant, certains députés d'autres partis politiques préconisent de supprimer le financement des organismes canadiens d'information, comme CBC/Radio-Canada. Selon vous et votre expérience, quel impact une telle mesure aurait-elle sur l'industrie canadienne de l'information?

M. Pierre Tousignant: D'entrée de jeu, je vous dirais que Radio-Canada est progressivement devenue un diffuseur. Des choix d'entreprise ont été faits au détriment de la production interne pour soutenir le développement d'une industrie télévisuelle au pays. Ainsi, le secteur du divertissement à Radio-Canada, ce qu'on appelle les variétés, est essentiellement produit par l'entreprise privée.

Pour ce qui est de l'impact premier d'une diminution du financement de la Société Radio-Canada, je dois d'abord préciser que CBC et Radio-Canada sont intimement liées. À cet égard, votre comité a entendu des témoignages, et je ne viendrai pas défendre les positions de la gestion de Radio-Canada. Mme Tait et ses collègues sont amplement capables de le faire, et mieux que moi.

Cela dit, il y a quatre syndicats à Radio-Canada, et je suis en contact régulièrement avec mes collègues des autres syndicats. Nous essayons de travailler de manière intersyndicale, parce que nous avons des enjeux communs.

La Société Radio-Canada est un tout. Elle a une mission qui diffère de celle des entreprises privées. Ce n'est pas juste une question de financement. CBC/Radio-Canada, c'est un projet de société qui va bien au-delà des cotes d'écoute et des données comptables.

Toucher au financement de Radio-Canada relève du débat public. C'est un débat qui n'appartient pas aux syndicats ni à la gestion de Radio-Canada. Le financement de Radio-Canada appartient au public ainsi qu'à vous, les élus. C'est une société qui appartient à l'ensemble des Canadiens et des Canadiennes. Elle doit être vue dans cette perspective, comme un outil qui permet de mettre en contact des gens d'un bout à l'autre du pays, autant des francophones que des anglophones ou des gens des Premières Nations. Ce projet, il faut le défendre et le protéger. Par contre, ça ne doit pas se faire au détriment des autres modèles qui existent, qui ont d'autres missions et d'autres défis. CBC/Radio-Canada est un projet et doit être traité comme tel.

• (1705)

Mme Patricia Lattanzio: En effet, c'est un projet de société.

Selon vous, comment Radio-Canada contribue-t-elle à l'optique régionale des reportages?

À votre avis, si Radio-Canada disparaissait, quel serait l'impact le plus important pour ses auditeurs et ses téléspectateurs?

M. Pierre Tousignant: Si vous faites le tour des associations francophones, que ce soit au Nouveau-Brunswick ou dans l'Ouest canadien, elles vous le diront: réduire le financement accordé à Radio-Canada mettrait en danger la survie même des communautés francophones, tant au Québec qu'à l'extérieur du Québec. Bien sûr, d'autres médias existent au pays, et les présentations entendues aujourd'hui le prouvent, mais Radio-Canada est probablement le principal lieu où les francophones du Canada se racontent, se parlent, s'entendent, débattent et où s'expose la culture francophone canadienne à la radio, à l'écran et sur les plateformes numériques.

Selon l'analyse qu'on en fait, diminuer ou abolir le financement de Radio-Canada dans un tel contexte, c'est risquer de voir disparaître des communautés francophones, ou à tout le moins les mettre à mal.

Réciproquement, je vous dirais que c'est aussi vrai pour CBC au Québec. Comme on l'a souligné, les médias privés anglophones sont moins présents à l'extérieur des grands centres. CBC est encore présente à Sherbrooke, à Québec et à Montréal. C'est probablement le principal média anglophone qui couvre l'ensemble du territoire québécois. La CBC a donc aussi son importance pour la communauté anglophone du Québec.

[Traduction]

La présidente: Vous avez 15 secondes.

[Français]

Mme Patricia Lattanzio: Merci beaucoup, monsieur Tousignant.

Monsieur Champagne, je vais vous poser ma question et, si le temps nous manque, vous pourrez nous répondre par écrit.

Selon vous, quels sont les effets des modifications annoncées au crédit d'impôt pour la main-d'œuvre journalistique canadienne? Quel sera l'impact sur le secteur de l'information, tant à l'échelle régionale qu'à l'échelle locale?

M. Éric-Pierre Champagne: Je crois comprendre que le temps de parole est écoulé.

[Traduction]

La présidente: Nous n'avons pas le temps d'entendre la réponse aujourd'hui. Monsieur Tousignant, si vous voulez bien nous trans-

mettre votre réponse par écrit, nous en remettrons une copie à tous les membres du Comité. Merci beaucoup.

Mme Patricia Lattanzio: Madame la présidente, cette question s'adressait à M. Champagne.

La présidente: Monsieur Champagne, pourriez-vous nous transmettre votre réponse par écrit?

M. Éric-Pierre Champagne: Oui.

La présidente: Merci beaucoup.

J'aimerais remercier les témoins d'avoir pris le temps de venir...

Mme Rachael Thomas: Je suis désolée, mais selon l'ordre du jour, nous avons jusqu'à 17 h 15 avant de passer aux travaux du Comité.

La présidente: Comme nous devons voter, je suis obligée d'écourter la réunion d'environ cinq minutes. Les députés n'auraient pas tous le temps d'intervenir si nous procédions à une troisième série de questions, madame Thomas. Voilà pourquoi j'ai décidé de mettre fin à la première partie de la réunion.

Je remercie les témoins de leur présence et des informations essentielles et rigoureuses dont ils nous ont fait part.

Je vais suspendre la séance pour que nous passions aux travaux du Comité. Merci.

• (1705)

(Pause)

• (1710)

La présidente: Quelques députés voudraient passer à huis clos pour les travaux du Comité. Comme cela prendra 5 ou 10 minutes, il vaudrait mieux passer à cette étape tout de suite, car nous allons bientôt entendre la sonnerie.

Madame Thomas, vous avez la parole.

Mme Rachael Thomas: Merci.

J'aimerais présenter une motion. Je pourrais procéder puisque nous en sommes aux travaux du Comité.

La présidente: J'essaie de revenir aux travaux du Comité.

M. Champoux voudrait dire quelque chose.

[Français]

M. Martin Champoux: Madame la présidente, Mme Thomas a la parole présentement et je pense qu'elle voulait proposer une motion.

[Traduction]

La présidente: D'accord.

Allez-y, madame Thomas.

Mme Rachael Thomas: Merci, madame la présidente.

Je...

La présidente: Nous ne sommes pas passés à huis clos. Le sachiez-vous?

Un député: Oui.

La présidente: Très bien. Je voulais seulement que vous le sachiez.

Mme Rachael Thomas: Je pense que cela est conforme à la procédure.

Merci beaucoup. Je suis reconnaissante d'avoir ce temps de parole.

Je vais proposer une motion, ce qui ne devrait pas être trop long. Ensuite, j'aurais une deuxième motion qui ne devrait pas non plus monopoliser trop de temps. J'espère obtenir le consentement du Comité à cet effet.

Je propose:

Étant donné que:

Une montée de l'antisémitisme et de la violence antisémite sur les campus universitaires et postsecondaires canadiens est observée et documentée dans tout le pays, et que,

Six universités canadiennes font actuellement l'objet de recours collectifs alléguant « une histoire documentée de plusieurs décennies de rhétorique antisémite dans de multiples universités canadiennes » et que,

Le rapport sur l'antisémitisme de l'AGPI 2024 souligne les « graves problèmes que rencontrent nos universités en matière d'antisémitisme, d'antisionisme et de haine antijuive »;

Conformément à l'article 108(2) du Comité permanent, le Comité:

Entreprend immédiatement une étude approfondie, d'au moins 10 heures, et invite les présidents des universités canadiennes à discuter des mesures qu'ils prennent pour contrer cette escalade de l'antisémitisme et de la violence antisémite sur leurs campus, et que le comité fasse rapport de ses conclusions à la Chambre.

Voilà la motion que je souhaitais présenter aujourd'hui, madame la présidente. J'en ai avec moi des exemplaires que je peux remettre aux membres du Comité si vous le souhaitez.

La présidente: C'est parfait. J'allais vous demander si vous pouviez en remettre des exemplaires.

La motion est-elle présentée dans les deux langues officielles?

• (1715)

Mme Rachael Thomas: Oui. J'ai des versions anglaise et française.

La présidente: Merci. Vous pouvez les faire circuler.

Entretemps, je voudrais vous faire part d'une information qui nécessite une réponse du Comité. Bell a répondu à notre invitation à

comparaître le 29 février. Comme le président et chef de la direction est pris cette semaine-là, ils ont proposé le 19 ou le 21 mars.

Comment le Comité veut-il procéder? J'aimerais que vous me disiez ce que vous en pensez pendant que nous attendons notre exemplaire de la motion.

Sommes-nous d'accord pour accueillir Bell le 19 mars?

Des députés: D'accord.

La présidente: Comme il n'y a aucune objection, je vais demander à la greffière de leur dire qu'ils peuvent comparaître le 19 mars.

M. Kevin Waugh: Je pense que Bell comparaît devant le CRTC en ce moment. C'est peut-être en partie pour cette raison qu'ils ne peuvent pas se libérer, mais le 19 mars me convient. Il faut que le Comité entende le président et chef de la direction.

La présidente: Nous allons donc choisir cette date. La greffière me dit que le témoignage de Bell est désormais fixé au 19 mars.

Nous entendons la sonnerie. J'ai besoin de la permission du Comité pour poursuivre pendant 15 autres minutes.

Mme Anju Dhillon (Dorval—Lachine—LaSalle, Lib.): Non.

La présidente: Le Comité me donne-t-il la permission de poursuivre la réunion pendant 15 autres minutes? Très bien.

Nous sommes saisis de la motion de Mme Thomas...

M. Taleeb Noormohamed: Non.

La présidente: Pouvons-nous poursuivre nos travaux pendant 15 autres minutes?

M. Taleeb Noormohamed: Non.

La présidente: Lorsque nous entendons la sonnerie, je dois obtenir le consentement unanime pour poursuivre la réunion pendant encore 15 minutes. Malheureusement, je ne l'ai pas. Nous allons donc ajourner nos travaux jusqu'au retour de la pause.

Passez une belle semaine de vacances.

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 des communes.

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 :
<https://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: <https://www.ourcommons.ca>