



Chambre des communes  
CANADA

## Comité permanent du patrimoine canadien

---

CHPC



NUMÉRO 049



1<sup>re</sup> SESSION



38<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le jeudi 16 juin 2005**



**Présidente**

Mme Marlene Catterall

Toutes les publications parlementaires sont disponibles sur le  
réseau électronique « Parliamentary Internet Parlementaire » à l'adresse suivante :

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

## Comité permanent du patrimoine canadien

Le jeudi 16 juin 2005

•(0910)

[Traduction]

**La présidente (Mme Marlene Catterall (Ottawa-Ouest—Nepean, Lib.)):** La séance est ouverte. Le Comité permanent du patrimoine canadien poursuit son étude sur l'industrie cinématographique canadienne.

Nous recevons aujourd'hui comme témoin M. Glenn O'Farrell, de l'Association canadienne des radiodiffuseurs.

**M. Glenn O'Farrell (président-directeur général, Association canadienne des radiodiffuseurs):** Merci beaucoup, madame la présidente.

Mesdames et messieurs les membres du comité, je m'appelle Glenn O'Farrell et je suis président et chef de la direction de l'Association canadienne des radiodiffuseurs.

Je suis en compagnie de David Keeble, premier vice-président aux politiques et aux affaires réglementaires, et de Susan Wheeler, directrice principale des politiques et des affaires réglementaires.

Je tiens d'abord à remercier le Comité de nous avoir donné l'occasion de comparaître devant vous afin de vous faire part de nos points de vue et de répondre à vos questions sur notre mémoire écrit.

Lorsque le gouvernement du Canada a lancé sa nouvelle politique du long métrage il y a cinq ans, cela témoignait d'un changement majeur dans la façon dont il envisage l'appui qu'il apporte aux longs métrages canadiens. En effet, son objectif est passé de bâtir une industrie, à bâtir un public.

La politique du long métrage adoptée en 2000 avait quatre principaux objectifs, à savoir : former et garder des créateurs de talent; encourager la qualité et la diversité des longs métrages canadiens; bâtir un public plus vaste, au Canada et à l'étranger; et conserver notre collection de longs métrages canadiens et la rendre accessible au public d'aujourd'hui et de demain. Les télédiffuseurs privés du Canada ont joué, et continueront à jouer, un rôle majeur pour aider à réaliser ces objectifs.

Les télédiffuseurs privés du Canada sont des partenaires essentiels du développement, de la production et de la mise en marché des longs métrages ayant un fort potentiel de recettes au guichet.

Ils sont les principaux investisseurs dans presque tous les longs métrages produits au Canada, qu'il s'agisse du financement du développement, du processus de préautorisation, de la participation au capital, de la présentation ou de la promotion.

Les télédiffuseurs privés fournissent également des occasions secondaires et ultérieures de présenter ces films pour atteindre l'auditoire le plus vaste possible.

Ils soutiennent la production à travers le pays dans un éventail de genres, de régions et de budgets. En fait, depuis l'introduction du Fonds du long métrage du Canada, la part de financement assumée par les télédiffuseurs privés pour les longs métrages canadiens est

passée de 2 à 5 p. 100. En 1999, les télédiffuseurs privés ont dépensé 5 millions de dollars sur les productions cinématographiques certifiées par le Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens. L'an dernier, cet engagement avait presque triplé pour s'établir à 14,5 millions de dollars.

Dans l'état actuel des choses, plusieurs mesures incitatives sont déjà en place pour encourager les télédiffuseurs à investir dans les longs métrages canadiens et à les soutenir par d'autres moyens. Beaucoup sont assujettis à des conditions d'obtention de licence selon lesquelles ils sont tenus de diffuser les films canadiens qui trouvent la faveur du public. D'autres encore diffusent les films canadiens parce qu'ils savent qu'il existe un public pour du travail de grande qualité, peu importe son origine nationale.

Grâce à la souplesse qu'offre la politique télévisuelle adoptée par le CRTC en 1999, les télédiffuseurs privés comme les stations Citytv ont pu orienter leur programmation vers les longs métrages. Par exemple, CHUM a acheté le droit de diffuser aux heures de grande écoute tous les longs métrages canadiens disponibles de langue anglaise qui conviennent à la télédiffusion. De plus, CHUM présente un minimum de 100 heures de longs métrages canadiens par an pendant les heures de grande écoute à l'antenne de ses stations Citytv de Toronto et de Vancouver, et elle fera bientôt de même avec ses stations à Edmonton, Calgary et Winnipeg.

Tandis que les stations locales de télévision générale de CHUM, ainsi que ses services de télévision spécialisée comme Bravo!, Space et MuchMusic, sont des plates-formes pour la présentation de longs métrages, d'autres services comme Star! et Movie Television servent de vitrine pour les films canadiens et de moyens d'en faire la promotion. Ils sont de plus l'élément propulseur du système de vedettariat indispensable au Canada anglais.

En 2004, l'ensemble des services de télévision payante d'Astral Media, notamment The Movie Network, Mpix et Super Écran, ont diffusé 243 films canadiens par semaine et dépensé au-delà de 20 millions de dollars pour obtenir le droit de présenter des longs métrages canadiens dans les deux langues. En fait, TMN et Super Écran soutiennent pratiquement tous les longs métrages canadiens destinés aux salles de cinéma, alors que le service de films classiques, Mpix, prolonge la vie des longs métrages canadiens.

Le service de télévision payante de Corus Entertainment, Movie Central, apporte également un appui notable aux longs métrages canadiens, car il consacre 30 p. 100 de sa programmation des heures de grande écoute aux longs métrages canadiens ou aux séries réalisées spécifiquement pour les services payants. De plus, le Made with Pay Development Fund de Movie Central offre 1,5 million de dollars par an aux scénaristes pour le développement de scénarios.

Cette année, Movie Central a prêté main-forte à plus de 50 nouveaux projets et à 25 autres qui sont encore en voie de développement. Un des films que Movie Central s'est chargé de développer, de sa conception à l'étape de la préautorisation, a été *Saint Ralph*. Non seulement ce film s'est attiré les éloges de la critique ici au Canada, mais Samuel Goldwyn en a récemment acquis les droits de distribution aux États-Unis.

De toute évidence, les télédiffuseurs privés du Canada souscrivent aux objectifs de la politique du long métrage adoptée par le Canada en ce qui concerne le développement, la production et la mise en marché des longs métrages canadiens. Essentiellement, l'objectif consiste à réaliser des films que les Canadiens veulent regarder!

Notre appui, offert dans le cadre de l'éventail d'obligations et de mesures incitatives en place, demeure constant et ne cesse de s'accroître. Les télédiffuseurs privés n'ont pas besoin d'obligations réglementaires supplémentaires pour favoriser cette croissance. Nous y sommes déjà.

[Français]

Deuxièmement, une approche inclusive.

À titre d'acheteurs et de vendeurs de programmation à l'échelle mondiale, les télédiffuseurs privés du Canada sont dans une très bonne position pour mettre leurs connaissances, leurs contacts et leur influence à profit afin d'obtenir le financement des productions et d'en réaliser la vente.

Pour sa part, l'Association canadienne des radiodiffuseurs, l'ACR, accueille positivement les modifications apportées dernièrement au Fonds du long métrage du Canada qui permettent aux entreprises affiliées à la télédiffusion d'accéder à du financement pour la production et le développement, et d'obtenir de l'aide pour la mise en marché.

L'ACR maintient que ces modifications revêtent une importance critique pour ce qui est d'encourager les télédiffuseurs canadiens à jouer un rôle actif au chapitre de la participation au capital, de la production et de la vente des longs métrages pour les salles de cinéma et des émissions de télévision.

J'aimerais souligner toutefois que même si les maisons de production et de distribution affiliées à la télédiffusion sont admissibles à une enveloppe fondée sur la performance et à faire une demande pour de l'aide sélective sur le plan de la mise en marché, à titre de projet-pilote, CHUM a eu accès à la composante sélective de langue anglaise du fonds. J'en reparlerai plus tard. Cependant, il est interdit aux télédiffuseurs d'accéder à la composante sélective de langue française du fonds pour l'instant.

En empêchant les entreprises affiliées à la télédiffusion d'accéder entièrement au fonds, nous limitons l'appui à la production, à la distribution et au financement que les télédiffuseurs privés pourraient contribuer en vue de bâtir l'auditoire pour les longs métrages canadiens.

Permettez-moi de vous donner un exemple. En 2003, on a permis à CHUM d'accéder, sur une base expérimentale, à la composante sélective de langue anglaise du Fonds du long métrage du Canada afin de financer le film de MuchMusic intitulé *Going the Distance*. Quel en fut le résultat? *Going the Distance* a généré les recettes au guichet les plus importantes de tous les longs métrages de langue anglaise épaulés par le fonds en 2004, à savoir 1,5 millions de dollars.

Dans le marché de langue française, le Québec a récemment apporté des changements au régime de crédits d'impôt qui imposent des restrictions à l'accès des entreprises affiliées à la télédiffusion.

Par conséquent, il est maintenant davantage difficile pour les services privés de télévision de langue française de financer les longs métrages canadiens.

Les objectifs du fonds sont valables. Nous devons toutefois nous garder d'adopter des procédures sélectives et fondées sur l'exclusion qui risquent de nuire à nos efforts collectifs en vue de réaliser ces objectifs.

L'ACR préconise l'accès à la gamme complète des programmes du fonds, peu importe la langue de production, pour les maisons de production et de distribution qui sont affiliées au secteur de la télédiffusion. Nous devrions chercher à inclure, plutôt qu'à exclure, les partenaires et investisseurs clés.

● (0915)

[Traduction]

Troisièmement, je voudrais vous parler de l'appui progressif. L'ACR a indiqué clairement et publiquement qu'elle se préoccupe du fait que le Fonds canadien de la télévision est sur-souscrit. Depuis 1996, lorsque le FCT a été mis sur pied, le paysage télévisuel canadien a pris beaucoup d'expansion. Par conséquent, la demande d'émissions canadiennes de divers genres dépasse de beaucoup les ressources du FCT. Il n'est donc pas surprenant qu'il y ait eu une augmentation de 78 p. 100 du nombre de demandes au FCT depuis qu'il a vu le jour.

Pour le moment, nous prenons bonne note de l'annonce faite par la ministre Frulla à Banff—et nous nous en réjouissons—au sujet de l'administration de ce fonds, de la contribution fédérale prévue dans le prochain budget et de l'engagement du gouvernement à adopter un modèle de financement pluriannuel plus stable pour le FCT. L'ACR encourage le gouvernement du Canada à continuer d'assurer un financement progressif pour les longs métrages, plutôt que de recanaliser les fonds provenant des moyens d'appui en place, tout particulièrement ceux dont le but est d'épauler la production télévisuelle.

Ces trois principes sont le fondement du cadre de politique qui, nous le croyons, permettra aux télédiffuseurs privés du Canada de continuer à jouer un rôle vital sur le plan du développement, de la production, de la distribution et de la présentation des longs métrages canadiens : les mesures incitatives, l'inclusion et l'appui progressif.

Nous tenons également à vous parler aujourd'hui de l'importance des recettes au guichet. Puisque les films commerciaux ont généralement la possibilité de passer à la télévision et d'être mis à la disposition du public en format vidéo après leur présentation dans les salles de cinéma, leur succès dans ces domaines dépend largement de leur succès de salle.

Les télédiffuseurs savent quel genre de longs métrages obtiendra ou non la faveur de leurs téléspectateurs. La formule à succès varie selon que le film sera diffusé à l'antenne des services de télévision générale, spécialisée, payante ou à la carte. Cette décision dépend à son tour du marché ou du créneau que le télédiffuseur dessert. En télédiffusion, tout tient à l'auditoire. Toutes les émissions, que celles-ci soient des longs métrages, des séries ou des films réalisés pour la télévision, doivent attirer suffisamment de téléspectateurs et produire suffisamment de recettes pour contrebalancer leurs coûts.

Bien que les films qui s'attirent les éloges de la critique ne conviennent pas tous pour être présentés à la télévision, un fort potentiel de recettes au guichet est essentiel pour favoriser la participation des télédiffuseurs à la production, à la distribution, à la mise en marché et à la présentation des longs métrages canadiens. Si la politique ne s'oriente pas vers l'aspect essentiel des recettes au guichet, les télédiffuseurs auront très peu de moyens à leur disposition pour aider à bâtir l'auditoire des longs métrages canadiens.

Pour ces raisons, il est primordial que les instruments de la politique gouvernementale, comme le Fonds du long métrage du Canada, continuent à soutenir les films commerciaux ayant le potentiel de s'attirer un auditoire nombreux. C'est dire qu'il nous faut continuer à réaliser des films que les Canadiens veulent regarder.

Je vous suis reconnaissant de m'avoir donné l'occasion de comparaître devant vous aujourd'hui et il me fera plaisir de répondre à vos questions.

Merci, madame la présidente.

● (0920)

**La présidente:** Merci beaucoup.

Monsieur Schellenberger, nous allons commencer par vous.

**M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC):** Merci.

Merci d'être venus témoigner devant nous.

En ce qui concerne l'annonce que la ministre a faite à Banff au début de la semaine, et à laquelle vous avez fait allusion, comment cela touchera-t-il les télédiffuseurs privés et l'industrie du cinéma au Canada? C'est ma première question.

Encore là, nous entendons constamment dire dans tout le Canada, que nous parlions aux comédiens, aux réalisateurs, aux producteurs ou à d'autres—et vous l'avez mentionné aussi—, que les longs métrages canadiens ne sont pas diffusés à la télévision canadienne. Vous avez dit que c'était une question de qualité. Si le produit est vraiment bon, je sais que tout le monde voudra le voir. J'aimerais donc avoir un peu plus d'explications sur la qualité de certains des longs métrages produits de nos jours.

Troisièmement, il y a des mesures incitatives et des systèmes de soutien aux niveaux provincial et fédéral, et ils ne semblent pas coordonnés. Si vous bénéficiez d'un fonds, il arrive qu'on vous retire l'appui d'un autre, ou que vous deviez attendre. Je sais qu'il y a certaines choses qui relèvent des provinces et d'autres, du fédéral, mais j'ai toujours dit que ce serait une bonne idée si les gens qui s'occupent des programmes provinciaux et ceux qui s'occupent des programmes fédéraux pouvaient se rencontrer de temps à autre pour voir s'il y aurait moyen de coordonner certaines choses.

J'aimerais avoir vos commentaires sur certaines de ces questions, s'il vous plaît.

**M. Glenn O'Farrell:** Merci beaucoup.

Je vais essayer de répondre à vos questions dans l'ordre dans lequel vous me les avez posées, à commencer par l'annonce que la ministre Frulla a faite à Banff au début de la semaine au sujet du FCT.

D'après ce que nous avons pu voir, cette annonce portait essentiellement sur un plan en trois points. Le premier point se rattache à la vision de la ministre au sujet de l'administration du fonds et de son fonctionnement, du point de vue administratif, pour l'avenir. Nous approuvons ce qui a été présenté parce que nous estimons qu'il serait préférable de rendre les mécanismes et les instruments de financement aussi efficaces que possible et que c'est

probablement ce qui a motivé l'approche axée sur l'administration, énoncée par la ministre.

Permettez-moi de vous parler de cette question d'administration encore une seconde. L'essentiel, pour que cette administration soit efficace, c'est que Téléfilm et le FCT travaillent comme une seule entité, plutôt que deux—souvent à contre-courant, bien franchement. Les gains d'efficacité, sur le plan administratif, et l'élimination des critères subjectifs d'un côté tandis que des critères objectifs sont appliqués de l'autre, vont éliminer une partie de la confusion. Nous avons donc hâte que ce modèle soit en place et nous sommes prêts à faire tout ce qui est en notre pouvoir, le mieux possible, pour que ce soit une solution pratique pour toutes les parties intéressées, y compris bien sûr les télédiffuseurs, mais sans exclure les producteurs et les autres qui ont des intérêts dans ce domaine.

À part l'administration, la deuxième partie de l'annonce portait sur le fait que le prochain budget comprendrait une contribution de 100 millions de dollars du gouvernement fédéral au FCT. Puisque ce sera en juin, et non plus tard dans le cycle, il sera plus facile de faire des prévisions, et les producteurs et les télédiffuseurs pourront lancer leurs projets plus tôt, ce qui devrait à mon avis améliorer la qualité de certains projets. Les gens auront plus de temps et, comme ils travailleront dans un environnement plus prévisible, ils pourront faire un travail de meilleure qualité que s'ils sont un peu pressés, ce qui est malheureusement le cas jusqu'ici.

En fait, c'est une chose que nous disons depuis un certain temps : lorsque l'ensemble du cycle dépend d'un renouvellement annuel, qui arrive souvent tard dans le cycle, toutes les activités de développement et de production en sont retardées, et les décisions aussi. Mais, bien franchement, cela retarde aussi le volet de planification, dans ce cycle, parce qu'il est impossible de planifier quand on ne sait pas de quoi on va disposer pour soutenir la production. Nous sommes très contents d'apprendre qu'il y aura 100 millions de dollars pour le fonds dans le prochain budget. C'est un très bon signe.

La troisième note encourageante, c'est que le gouvernement va examiner la possibilité d'adopter un financement pluriannuel. Là encore, c'est dans la lignée du deuxième point, en ce sens non seulement qu'il sera possible d'avoir des confirmations pour l'année suivante, mais aussi—ce dont nous sommes très contents—qu'il semble y avoir une volonté d'élaborer une vision à plus long terme au sujet du financement.

Sur ce point, j'aimerais prendre une seconde, si vous me le permettez, madame la présidente. Pour nous, c'est essentiel. Si nous n'avons pas d'outils de planification et si nous ne bénéficions pas d'une certaine stabilité, il nous est vraiment très difficile de voir comment nous pourrions non seulement atteindre le succès, mais aussi l'alimenter sur une certaine période, et ensuite comment nous pourrions rendre des comptes et être évalués en fonction de ce qui a été obtenu et de ce qui a été réalisé.

Nous parlons depuis un certain temps de la nécessité d'avoir un plan, et je pense que c'est un bon début. Cela signifie que, s'il y a un financement échelonné sur plusieurs années, nous saurons qu'il y aura des instruments en place. Il faudra ensuite déterminer ce que nous allons faire avec les fonds. Je pense qu'avec un système d'enveloppes permettant aux télédiffuseurs et aux producteurs—qui sont certainement les mieux placés pour le faire—de savoir ce que le public veut et quelles sont les tendances de création les plus nouvelles pour attirer des spectateurs, nous aurons plus de certitude et, franchement, plus de qualité.

Je pense qu'il en résultera un meilleur produit. Nous espérons qu'il y aura plus d'efforts soutenus, non seulement pour lancer des produits, mais pour les favoriser à long terme, s'il y a plus de stabilité sur le plan du financement.

● (0925)

Pour ce qui est du FCT—pour résumer ma réponse à votre question—, nous entrevoyons avec plaisir, d'après ce que nous avons compris de ce plan en trois points, un avenir meilleur grâce à cette annonce—pour le véhicule auquel le gouvernement contribue, c'est-à-dire le FCT et Téléfilm—que ce que nous avons vu depuis un certain temps. Donc, à notre avis, c'est une bonne nouvelle.

**M. Gary Schellenberger:** Puis-je vous interrompre un instant? Les 100 millions annoncés l'autre jour sont en fait une prolongation. Ces 100 millions étaient déjà là, n'est-ce pas? C'est simplement que le financement est maintenant plus stable. C'est ce que nous préconisons depuis une éternité—un financement stable—, mais les 100 millions qui ont été annoncés l'autre jour, ce n'est pas de l'argent neuf; c'est de l'argent qui était déjà là. Son versement a simplement été devancé un peu, c'est bien cela?

**M. Glenn O'Farrell:** Oui, je pense que vous avez raison. D'après ce que nous avons pu comprendre, la ministre nous a donné l'assurance, à partir des discussions qu'elle a eues avec les fonctionnaires, que les 100 millions de dollars prévus dans le dernier budget seraient encore là dans le prochain budget. Dans ce sens-là, c'est effectivement un renouvellement de cette contribution, si vous voulez.

Sur la question du cinéma, de la qualité des films et de ce qui se retrouve ou non à la télévision, vous comprenez sûrement que les films ne sont pas tous appropriés pour la télévision. Ils ne conviennent pas tous non plus à toutes les formes de télévision. Il y a aujourd'hui une myriade de choix télévisuels offerts par les télédiffuseurs conventionnels—les réseaux qui diffusent par la voie des ondes comme CTV, CHUM et Global— et aussi par les multiples autres services offerts par les réseaux spécialisés et les services de télévision payante. En vertu de leurs conditions de licence, tous ces gens-là sont tenus d'abord et avant tout de satisfaire aux exigences établies par le CRTC, puis de répondre aux attentes et de respecter les conditions d'obtention de leur licence de manière à réussir le mieux possible sur le plan commercial.

Ils doivent donc tenter de choisir ce qui devrait plaire au public, à leur avis, et de créer un horaire aussi attrayant que possible. Ce qu'il est important de souligner, c'est qu'ils doivent le faire aujourd'hui dans un environnement extrêmement concurrentiel, comme vous le savez, et qu'il est donc de plus en plus difficile de définir ce qui convient pour la télévision et quelles émissions auront le plus de succès auprès du public. Les enjeux à cet égard sont de plus en plus grands.

Par conséquent, quand nous affirmons que le succès aux guichets est important, nous voulons dire qu'il y a certainement des exceptions à la règle, mais que la règle, c'est qu'un film qui a connu beaucoup de succès au cinéma sera clairement, en principe, intéressant à distribuer et à présenter à la télévision, que ce soit sur les réseaux conventionnels ou les réseaux spécialisés, à la télévision payante ou autrement. C'est pourquoi nous insistons sur l'idée que le succès aux guichets est un bon critère à inclure dans la politique.

Votre dernière question portait sur les mesures fédérales et provinciales pour soutenir le secteur, pour appuyer la production de différentes façons, et sur le niveau—ou le manque—de coordination entre ce que font les différents paliers de gouvernement. Nous

sommes parfaitement d'accord avec vous. Il y a de nos jours une très forte concurrence pour attirer les productions cinématographiques et télévisuelles. Regardez ce qui se passe un peu partout. Les Marocains ont adopté des stratégies très énergiques pour attirer des productions dans leur pays. Nous avons tous entendu parler, plus récemment, du succès de Bollywood et des autres endroits où il se produit des choses excellentes pour le marché intérieur et le marché international. Donc, toutes les mesures de coordination entre les mécanismes de soutien dans notre pays, afin de mieux aligner les objectifs des plans d'action fédéral et provinciaux, seraient évidemment beaucoup plus logiques.

Je n'ai pas besoin de vous dire, puisque vous le savez sûrement, à quel point la Californie est active depuis que le gouverneur Schwarzenegger est arrivé au pouvoir. Encore là, les Californiens essaient de garder les productions chez eux et ils font tout ce qu'ils peuvent non seulement pour favoriser ces productions, mais pour les multiplier. Pour que le Canada, où il y a franchement beaucoup de productions qui se font dans un trop petit nombre d'endroits—quoique quelques-uns d'entre eux soient très à la mode—, puisse maintenir ses acquis et poursuivre sa croissance non seulement dans les centres de production actuels, mais aussi dans d'autres centres qui pourraient être excellents, il y a une réelle nécessité, à notre avis—et c'est un objectif de politique publique tout à fait valable—de coordonner les efforts de ce genre et d'essayer d'agir avec une plus grande unité plutôt que de prendre des mesures disjointes, souvent à contre-courant les unes des autres.

● (0930)

**La présidente:** Merci.

Monsieur Kotto.

[Français]

**M. Maka Kotto (Saint-Lambert, BQ):** Merci, madame la présidente.

Bonjour, monsieur O'Farrell, et merci de vous prêter à cet exercice. J'aimerais avoir quelques éclaircissements relativement à votre présentation.

Que doit-on comprendre de votre observation à l'effet qu'il est interdit aux maisons de production d'accéder à la composante sélective de langue française du Fonds du long métrage du Canada?

**M. Glenn O'Farrell:** Tel qu'on le comprend actuellement, la règle veut que les compagnies qui sont affiliées aux télédiffuseurs n'y aient pas accès. Une exception a été faite en 2003 pour un projet expérimental dans le cadre d'une situation exceptionnelle, soit celui que CHUM a présenté à Téléfilm Canada.

Dans les commentaires que j'ai faits plus tôt, je vous ai relaté le succès de cette expérience. Nous y voyons un modèle pour enlever l'exclusion qui existe actuellement, afin de permettre aux compagnies affiliées aux télédiffuseurs, tant du côté de l'enveloppe de langue anglaise que du côté de l'enveloppe de langue française, d'y avoir accès.

CHUM, dans son exemple, a très bien servi le système et la politique du long métrage du Canada par l'expérience que Téléfilm Canada lui a permis de faire. Je ne crois pas que ce soit exclusif à CHUM. Je pense que d'autres compagnies affiliées aux télédiffuseurs du côté du Québec pourraient en faire autant, et même davantage, pour atteindre les objectifs souhaités par la politique du Fonds du long métrage du Canada.

C'est dans ce sens que nous parlons de faire valoir des mesures d'inclusion plutôt que des mesures d'exclusion. Bien franchement, je ne pense pas qu'on ait les moyens d'exclure des partenaires et des investisseurs qui peuvent améliorer le sort et les résultats de la politique. Je crois qu'il faut plutôt créer des conditions d'inclusion, dans la mesure du possible.

• (0935)

**M. Maka Kotto:** L'ACR considère-t-elle qu'il existe un statut particulier pour le Québec dans la politique cinématographique canadienne? Si oui, la cinématographie de langue anglaise s'en trouve-t-elle pénalisée ou défavorisée, à la limite?

**M. Glenn O'Farrell:** Je ne crois pas qu'on puisse dire qu'il y ait un préjugé défavorable systématique. Au contraire, je vous dirais que le succès du cinéma québécois est une source d'inspiration pour le Canada anglais.

Pour ce qui est de la politique, il y a toujours des améliorations à apporter lorsqu'un secteur réussit moins bien qu'un autre. Les mesures que nous avons soulevées ici ce matin, surtout la question de l'inclusion plutôt que de l'exclusion, nous paraissent être une réalité qu'il faut admettre sans même se poser la question. Je reviens sur ce que je vous disais il y a un instant. Comment peut-on exclure des partenaires ou des investisseurs qui peuvent amener une contribution substantielle et significative au succès d'une politique? Quelle est la logique d'une chose semblable? CHUM en a fait la preuve. Je pense que cela pourrait se faire tout aussi bien ailleurs.

**M. Maka Kotto:** Dois-je comprendre à votre réponse que vous ne validez pas la réalité d'un statut particulier à l'industrie cinématographique québécoise?

**M. Glenn O'Farrell:** Son succès, pour l'instant, est en somme une reconnaissance d'un statut particulier.

**M. Maka Kotto:** Dans la même logique, selon vous, il existe donc deux réalités de marché distinctes au Canada.

**M. Glenn O'Farrell:** Il n'y a pas de doute qu'il y a deux marchés au Canada, tant du côté de la télévision que de celui du long métrage. Je pense que personne ne pourrait vous contredire à ce sujet.

**M. Maka Kotto:** En ce qui concerne votre présentation, avez-vous l'appui des membres québécois de votre association?

**M. Glenn O'Farrell:** Absolument.

**M. Maka Kotto:** Merci beaucoup.

[Traduction]

**M. Mario Silva (Davenport, Lib.):** Madame la présidente, j'espère ne pas trop m'éloigner du sujet.

J'ai apprécié votre présentation et je vous remercie beaucoup. Je n'ai pas vraiment de question à poser sur cette présentation, mais j'espérais que vous pourriez orienter la discussion que nous poursuivons depuis quelques mois au sujet de la meilleure voie à suivre pour la politique cinématographique à l'étude. Les principaux éléments que nous avons cernés sont la mise en marché, dont vous avez parlé vous aussi dans votre présentation, toute la question du système de vedettariat et, pour finir, la question du financement stable, que vous avez également soulevée.

Sur le marché québécois—le marché canadien-français—, dont il a été beaucoup question, il semble y avoir une synergie entre le système de vedettariat, la mise en marché et la programmation aux différentes étapes, et cela semble avoir d'énormes répercussions sur la qualité des productions cinématographiques et sur la capacité de toucher un vaste public. Sur le marché anglophone, il y a en quelque sorte des cloisons qui ne sont tout simplement pas utiles, en ce sens

qu'il n'y a pas de système de vedettariat, qu'il n'y a pas d'argent consacré à la mise en marché et qu'il n'y a pas non plus de mise en marché croisée avec la télévision; il y a aussi la nécessité de bâtir un système de vedettariat, grâce par exemple à *Entertainment Tonight*, qui est une émission canadienne, ou en faisant des tournées dans les écoles. Il n'y a pas vraiment de programme qui fonctionne, contrairement à ce qui se passe sur le marché québécois. Je me demande—et vous pouvez peut-être nous aider—comment nous pourrions en arriver là, comme sur le marché québécois.

**M. Glenn O'Farrell:** Il n'y a pas de réponse courte à cette question, malheureusement. Comme vous le savez, c'est un débat qui se poursuit dans diverses tribunes, officielles ou non, depuis des années. Je n'ai pas besoin de revenir aux raisons fondamentales de cet état de choses, à savoir qu'il y a au Québec une réalité qui favorise les conditions nécessaires pour permettre au vedettariat de prospérer comme il l'a fait et comme il continue de le faire, par opposition aux conditions qui existent du côté anglophone de l'équation canadienne.

Cela dit, se je devais suggérer des mesures que le comité devrait envisager ou du moins examiner au cours de ses délibérations sur la politique du long métrage et, de manière plus générale, sur la politique culturelle relative au secteur du cinéma et de la télévision, je dirais que nous devons d'abord et avant tout comprendre que les Canadiens anglophones ont grandi avec une série de choix différents, qu'ils continuent à apprécier et à adopter. Leur appétit pour des services qui ne sont pas canadiens, ou pas seulement canadiens, demeure une des caractéristiques des tendances notées, au sujet de la consommation de médias, dans toutes les études consacrées aux comportements des consommateurs au Canada. Tout ce que nous ferons devra tenir compte de cet élément, et tout ce que nous pourrions suggérer pour améliorer les choses aussi.

Où est-ce que je veux en venir? Ce que je veux vous dire, par exemple en ce qui concerne la télévision, c'est que le Canada est probablement un des pays où il y a, par habitant, le plus de choix d'émissions réalisées au pays. Vous serez peut-être étonnés de me l'entendre dire, mais si vous regardez le nombre de services canadiens qui ont actuellement une licence au Canada et qui présentent des émissions canadiennes—et d'autres émissions aussi, mais qui sont quand même considérés comme des services canadiens—, nous avons probablement plus d'émissions produites chez nous que la plupart des pays du monde, par habitant, y compris les États-Unis.

C'est parce que notre politique et notre système ont permis la mise en place de mesures de soutien aux émissions canadiennes et à la distribution de services canadiens, de même que d'une foule de règles qui ont assuré la survie de ces services.

Un exemple, bien sûr, c'est qu'il y a des règles sur l'étagement et l'assemblage pour la distribution des services spécialisés. Si vous voulez implanter un nouveau service au Canada, vous devez suivre un processus précis. Vous devez passer par le CRTC et obtenir le droit de distribuer le service au Canada.

Ce que je veux dire, c'est que, maintenant que nous nous intéressons de plus en plus à ce qui se passe au-delà de l'univers réglementé—c'est-à-dire l'univers du CRTC et de la politique que nous connaissons actuellement—et que nous examinons ce qui se fait dans l'univers non réglementé, et quels sont les services offerts grâce à des plates-formes qui ne sont pas réglementées, nous avons un choix à faire. À mon avis, c'est la grande question que devra se poser le comité.

Quel choix allez-vous faire? Allons-nous lever les bras en nous disant que nous avons eu du bon temps pendant 40, 50 ou 60 ans, depuis l'adoption des politiques de la commission Aird dans les années 1930, ou allons-nous essayer de réinventer quelque chose de nouveau dans un monde où certaines choses peuvent être réglementées, et d'autres pas?

Ce que j'espère, c'est que nous trouverons la volonté de continuer à soutenir les voix canadiennes et les choix canadiens sur toutes les plates-formes, sans empêcher pour autant les consommateurs canadiens d'avoir accès à d'autres choix s'ils le désirent. L'équilibre n'est pas facile à établir.

Je me souviens d'avoir comparu devant un comité de l'industrie il y a environ un an pour parler du piratage de signaux. J'ai dit à ce moment-là que, pour chaque consommateur qui décroche du réseau canadien de télédiffusion et qui achète une antenne qui n'est pas vendue par un distributeur canadien autorisé, mais par quelqu'un qui vend des antennes illégalement, ce consommateur n'apporte plus les contributions financières et toutes les autres contributions qu'apportent normalement les consommateurs du réseau.

C'est un choix difficile et, politiquement, je comprends que cela soulève des questions sérieuses, par exemple au sujet de l'inclusion de services non canadiens auxquels les Canadiens n'ont pas accès et qu'ils réclament. Je n'ai pas besoin de vous dire—vous le savez certainement mieux que nous, en tant que parlementaires—qu'il est difficile de concilier les intérêts de tout le monde dans une politique et qu'il faut parfois faire des choix difficiles.

J'espère que votre comité, dans son examen de ce dossier et d'autres questions, continuera de se demander comment ménager une place pour l'expression culturelle dans le système de télédiffusion tel que nous le connaissons—et à mesure qu'il évoluera—de manière significative pour les Canadiens?

• (0940)

La question que je pose aux membres du gouvernement est la suivante : le gouvernement affirme notamment qu'il veut faire une place au Canada pour le XXI<sup>e</sup> siècle, et la plupart des Canadiens veulent que le Canada prenne la place qui lui revient, mais si notre identité n'est pas intacte et que n'avons pas de place dans laquelle nous nous reconnaissons, parce que nous aurons abandonné certains éléments de notre politique culturelle, je me demande bien quelle sera cette place.

C'était une réponse longue et alambiquée à votre question, mais bien franchement, vous avez soulevé là un aspect très important de notre politique : comment devons-nous continuer à soutenir les voix canadiennes, les récits canadiens et les médias canadiens? Et cela va devenir de plus en plus difficile.

• (0945)

**La présidente:** Merci.

Madame Oda.

**Mme Bev Oda (Durham, PCC):** Merci beaucoup, madame la présidente.

Merci d'être ici ce matin.

Vous nous lancez un défi intéressant, monsieur O'Farrell. J'aimerais savoir quand cette discussion devrait avoir lieu, à votre avis, et dans quel genre de tribune elle devrait se dérouler. Devrions-nous la tenir dans chaque secteur, comme nous le faisons actuellement dans le cas du long métrage, ou procéder à un examen plus général pour faire en sorte qu'à l'avenir—ou même tout de suite, si c'est menacé—, nous conservions des choix canadiens dans un

univers médiatique mondial? Quand devrions-nous avoir cette discussion, et à quelle échelle?

**M. Glenn O'Farrell:** Premièrement, je vous félicite, madame Oda, mesdames et messieurs les membres du comité, pour tout le travail que vous faites dans le cadre de l'étude en cours sur l'industrie du long métrage, en particulier, et pour les nombreuses heures que vous y consacrez. Il est important que vous vous concentriez sur cette question parce qu'elle présente des difficultés particulières.

J'appuie l'idée de tenir des discussions de ce genre parce que je pense qu'il faut faire une analyse séparée des différents éléments, mais qu'il serait approprié, en même temps, de prendre un peu de recul et d'examiner ce qui se fait à plus grande échelle.

Nous avons été encouragés d'apprendre que les conclusions des discussions à l'UNESCO étaient « favorables à la position canadienne ». C'est une bonne nouvelle parce que, dans un monde où il y a de plus en plus de restrictions au commerce ou d'obligations imposées aux partenaires commerciaux, il est clair qu'il y aura de moins en moins de place pour des mesures culturelles visant à soutenir les produits culturels, si certaines parties arrivent à leurs fins. Mais nous pensons qu'il y a un besoin en ce sens, ce qui nous ramène aux télédiffuseurs privés.

Les objectifs que doivent viser les télédiffuseurs privés, pour l'essentiel, sont énoncés clairement à l'article 3 de la Loi. Les télédiffuseurs doivent continuer de chercher à atteindre ces objectifs le mieux possible, mais ils ne peuvent pas le faire dans le vide, sans savoir qu'on se penche aussi sur l'ensemble du tableau, parce que c'est là, bien franchement, que tout se joue.

**Mme Bev Oda:** Je suppose, monsieur O'Farrell, qu'il est très utile d'examiner les différents éléments un par un; c'est un travail qui doit se faire, et tout, et tout. Mais c'est dans cette optique-là que se situe le problème, à mon avis; c'est d'essayer d'imposer ce que nous pensons être l'environnement existant et ce qui devrait être l'environnement de demain. Sans le cadre général que nous choisissons, en tant que pays, pour définir comment nous percevons les influences qui nous parviennent, il est difficile de regarder en avant et de dire comment l'industrie canadienne du long métrage... parce que nous sommes toujours coincés dans le cadre à l'intérieur duquel nous vivons depuis des années.

Pour faire avancer les choses, cependant, la ministre a aussi annoncé qu'elle demanderait au CRTC de revoir ses politiques et ses règlements au sujet de la production cinématographique canadienne, compte tenu du fait que les licences des grands réseaux canadiens doivent être renouvelées en 2007.

Ce que j'aimerais savoir—vous allez devoir consulter vos membres et votre association, votre secteur de l'industrie, pour connaître leur avis là-dessus—, c'est sur quel cadre vous vous fondez. Sans un cadre établi que nous pourrions tous comprendre, quel cadre et quelles grandes caractéristiques de ce cadre faudrait-il avoir en place, à votre avis, pour préparer cet examen du rôle du Conseil dans la production cinématographique au Canada?

**M. Glenn O'Farrell:** Vous avez tout à fait raison. La ministre a effectivement mentionné dans son annonce les éléments dont vous avez parlé, et nous n'en savons pas plus pour le moment sur ce que cela veut dire exactement. Mais pour répondre à votre question, le point de repère des télédiffuseurs privés, c'est l'auditoire, et je pense que n'importe quel télédiffuseur qui comparaitrait devant votre comité vous dirait, d'une manière ou d'une autre, que c'est le seul critère qui compte. Donc, même s'il peut y avoir des audiences devant le CRTC au sujet d'un renouvellement de licence ou d'une question de politique, la boussole, du point de vue des radiodiffuseurs, pointe toujours vers la recherche d'un auditoire et sa satisfaction.

Vous l'avez sans doute constaté ces derniers jours en voyant les horaires que certains de nos membres ont annoncés pour l'automne prochain. Ils cherchent les meilleures stratégies possibles pour s'assurer qu'ils restent pertinents pour leur public, parce qu'ils font concurrence non seulement à la myriade d'autres services disponibles, que ce soit par câble ou par satellite, mais aussi à tous les médias à la disposition des clients d'Internet.

Pour essayer de répondre à votre question, notre boussole, notre critère principal, a toujours été l'auditoire et le service à l'auditoire, et la nécessité de demeurer pertinents pour cet auditoire dans un environnement de plus en plus concurrentiel et de plus en plus fragmenté, dans lequel les parts de marché sont passées de 30 et 40 p. 100 à des niveaux inférieurs à 10 p. 100, dans certains cas, ce qui rend les choses beaucoup plus difficiles.

Comment cela se passe-t-il du point de vue de la politique? Les télédiffuseurs se fondent essentiellement sur les lignes directrices du CRTC. Pour le moment, dans le cas des diffuseurs conventionnels, nos membres doivent respecter des conditions de licence établies sur une base annuelle conformément à la politique de 1999 sur la télévision, qui leur laisse un peu plus de latitude qu'avant pour choisir leurs stratégies de programmation, et ils vont être évalués et vont devoir rendre des comptes sur leur rendement selon ce critère le moment venu.

Au-delà de cette mesure, à moins que le CRTC ne donne des directives contraires, nous prévoyons que ce sera la reddition de comptes et l'évaluation auxquelles les radiodiffuseurs devront se soumettre à ce moment-là.

● (0950)

**Mme Bev Oda:** Ma dernière question est donc la suivante, puisque vous soulevez la question de l'auditoire : quand on regarde la popularité des services que vous mentionnez dans vos tableaux en couleurs, et ainsi de suite... Je remarque, en regardant ceci et en essayant de déchiffrer ce qui se passe pour les services canadiens et les services étrangers, qu'il se passe un certain nombre de choses. Je constate que l'auditoire des services étrangers est à la baisse, en raison du nombre accru de licences accordées pour des services canadiens, mais on peut voir aussi les effets sur les services conventionnels et les services spécialisés. Comme vous l'avez mentionné, les stations conventionnelles conservent toujours le plus vaste auditoire.

**M. Glenn O'Farrell:** En effet.

**Mme Bev Oda:** Il y avait à une certaine époque une hiérarchie dans les produits, et l'industrie du long métrage, en particulier, fonctionnait selon cette hiérarchie. Mais nous voyons qu'il y a eu un certain glissement.

Y a-t-il des changements que vous recommanderiez pour avantager l'industrie du long métrage tout en apportant certains ajustements à la hiérarchie? Cela n'a rien à voir avec la

réglementation, ni avec le gouvernement. C'est une question de marché. Une des suggestions envisagées, c'est que les télédiffuseurs conventionnels passent tout de suite après les productions présentées en salle, pour soutenir la promotion de ces productions, pour faire en sorte que le public canadien soit plus exposé et plus sensibilisé au cinéma canadien, pour participer à cette promotion pendant que les films sont en salle plutôt que d'attendre leur sortie en vidéo, et ainsi de suite. Avez-vous eu des discussions au sujet de ce que vous et vos membres pourraient faire, de façon indépendante, pour aider à promouvoir les longs métrages et les productions dramatiques de longue durée?

● (0955)

**M. Glenn O'Farrell:** Je crois comprendre la proposition ou la suggestion dont vous voulez parler.

Nous n'avons pas eu de discussions expressément à ce sujet-là. Je ne suis donc pas en mesure de vous faire part de notre point de vue, ou de vous dire que notre association industrielle trouve que c'est une bonne idée pour telle ou telle raison, ou une mauvaise idée pour telle autre, mais je comprends certainement ce que vous voulez dire au sujet—

**Mme Bev Oda:** Parce qu'à mon avis, si vous vous positionniez tout de suite après la présentation en salle, il y aurait peut-être, de la part des producteurs, une petite prime sur les droits de licence, qui apporterait aussi un financement accru pour la production.

**M. Glenn O'Farrell:** C'est une proposition tout à fait raisonnable. Je pense que la contribution pourrait même être plus importante.

Cela dit, je voudrais faire un commentaire même si nous n'avons pas examiné cette proposition expressément et que nous n'avons pas de commentaires précis à faire sur l'idée que vous présentez. Le marché ordonné que nous avons déjà connu n'existe à peu près plus et il a subi lui aussi les assauts de la technologie.

Nous savons tous que même les diffuseurs de cinéma ne décident pas nécessairement de la date de sortie de leurs films à cause de la technologie. Je pense que c'est une occasion à exploiter. Les gens y voient souvent un problème, mais cela peut aussi être une occasion à saisir. Dans vos discussions avec nos membres ou avec les autres intervenants qui comparaitront devant vous, vous voudrez peut-être explorer comment il serait possible de profiter de cette occasion, plutôt que d'y voir simplement un passif comme le font certaines personnes.

La réalité, c'est que le marché ordonné d'il y a 10 ou 15 ans, qui a subi toutes sortes d'interventions sur différentes plates-formes, a beaucoup changé avec le temps. Je ne m'attends pas à ce que nous retournions à l'ancienne formule. En fait, je pense plutôt que la technologie va continuer, tout comme les forces du marché, à bouleverser la hiérarchie qui existait anciennement sur le marché.

[Français]

**M. Marc Lemay (Abitibi—Témiscamingue, BQ):** J'aimerais vous poser une question d'ordre général. Il est important pour nous de prévoir l'avenir, et je voudrais comprendre une chose. Les tableaux que vous nous avez présentés aujourd'hui ne comprennent pas ce que je peux recevoir par satellite. Est-ce exact?

**M. Glenn O'Farrell:** C'est faux si vous être abonné à un service de satellite canadien.

**M. Marc Lemay:** C'est bien. Si je suis abonné à un service de satellite canadien, c'est ce que je peux recevoir. Si je m'adonne à la piraterie, je peux aussi capter Rai Uno et TF1 en français, etc. Est-ce vrai?

**M. Glenn O'Farrell:** Vous êtes alors dans un autre univers.

**M. Marc Lemay:** Que vous considérez illégal, et il faudrait que...

**M. Glenn O'Farrell:** La Cour suprême a dit que c'était illégal.

**M. Marc Lemay:** Voilà, il faut donc légiférer. Actuellement, c'est la situation.

J'ai deux questions pour vous, mais je vais d'abord faire ma petite pause publicitaire. Je n'ai pas vu, en français, la pointe de tarte qui correspond à Radio Nord. J'imagine qu'il n'y avait pas de ligne assez mince pour l'y inclure.

• (1000)

**M. Glenn O'Farrell:** Les chiffres de Radio Nord se trouvent dans les chiffres de TVA et de TQS.

**M. Marc Lemay:** Une chose m'inquiète, et c'est là où je veux en venir. Que prévoyez-vous en ce qui a trait à la future répartition de la tarte? Elle ne représente toujours que 34 millions de citoyens canadiens et québécois. Même si on augmentait ce nombre d'un ou deux millions, la tarte resterait la même. Vous jouez là-dedans à longueur d'année, c'est votre fonction. Qu'entrez-vous pour les années 2005 à 2010, tant en français qu'en anglais? C'est ma première question.

Comme vous le verrez, ma deuxième question complète un peu la première. Vous êtes en faveur de l'inclusion. J'ai lu votre texte, je l'ai analysé. Je vais compléter la question que mon collègue Maka a posée un peu plus tôt. L'état actuel de la disposition — celle que vous dénoncez à la page 3 de votre présentation où vous parlez de l'accès à la composante sélective de langue anglaise et française — est-il néfaste pour le cinéma canadien? Si oui, pourquoi? Sinon, où se loge le drame?

Ce sont mes deux questions.

**M. Glenn O'Farrell:** Merci, monsieur Lemay.

Nous vous avons soumis ces tableaux et ces textes additionnels parce que nous voulions vous donner un aperçu contextuel du système tel que nous le voyons, avec en plus une dimension historique. Nous parlerons plus précisément de 1990.

Pour répondre à votre question, je vais prendre un instant et vous expliquer que le tableau de 1990....

**M. Marc Lemay:** Lequel?

**M. Glenn O'Farrell:** Celui qui se trouve à la page 4.

**M. Marc Lemay:** Dans la version française, anglaise ou dans les deux?

**M. Glenn O'Farrell:** Il s'agit de la page 4, où il est question de l'auditoire du côté des services de langue française en 1990. L'avez-vous trouvée?

**M. Marc Lemay:** Oui.

**M. Glenn O'Farrell:** Comme on peut le voir clairement, trois joueurs principaux se partageaient alors la quasi-totalité de l'auditoire disponible aux services de langue française. On voit que les petites fractions d'auditoire sont réparties entre TV5, Musique Plus, Super Écran, Canal Famille, RDS et Météo Média. On voit surtout les grosses parts de marché que détiennent Radio-Canada, TVA et TQS.

En regardant le tableau de 2004-2005, on pourrait dire qu'il y a encore de grosses parts de marché détenues par TVA, TQS et la SRC. Cependant, on note aussi qu'un bon nombre de nouveaux services ayant vu le jour sont maintenus parce qu'ils rejoignent des auditoires de niche. Pour répondre à votre question, je dirai que cela dénote une volonté des consommateurs de s'intéresser non plus

seulement aux services généralistes, mais de plus en plus aux services de niche.

Notre hypothèse pour 2010 est que cette tendance se maintiendra et que les services de niche continueront de croître. La tendance suivie par l'auditoire sera plus prononcée encore que celle illustrée dans le tableau de 2004-2005.

**M. Marc Lemay:** Je veux que vous répondiez à l'autre question, mais en résumé, si je comprends bien, vous prévoyez qu'en 2010, les auditeurs continueront à écouter les nouvelles à TVA ou à Radio-Canada, mais écouteront aussi Canal Évasion et Outdoor Life Network. C'est ce que vous envisagez.

• (1005)

**M. Glenn O'Farrell:** C'est ce qu'on constate au Canada anglais et français. Ailleurs également, les habitudes d'écoute des consommateurs révèlent que les services de niche continuent à croître en popularité. On peut donc prévoir que d'ici cinq ans, la croissance sera plus importante encore dans ce domaine.

Pour ce qui est de votre deuxième question, je vais revenir sur l'idée qui est proposée ce matin. On parle d'inclusion et d'exclusion. Pour nous, il s'agit simplement d'une réalité du système canadien qu'il faut comprendre: nous n'avons pas les moyens d'exclure des partenaires, pour assurer le succès d'une politique publique. L'entreprise n'est pas suffisamment grande pour que nous puissions nous permettre ce genre de mesure. Il faut essayer de rassembler le plus grand nombre possible de joueurs autour de la table, y compris les compagnies affiliées aux télédiffuseurs, pour assurer le succès d'une politique comme celle du long métrage au Canada. En mettant ces joueurs de côté, on ne pourra jamais faire appel à leur contribution. Nous considérons que c'est en ce sens que l'exclusion actuelle mérite d'être corrigée.

**M. Marc Lemay:** Je ne parlerai pas au nom de mes collègues du Canada anglais, je sais qu'ils sont capables de le faire eux-mêmes. Je vous dirai cependant, compte tenu de la réponse que vous avez donnée plus tôt, à savoir qu'il y aurait encore plus de niches et que celles-ci seraient encore plus sélectives, qu'on a beaucoup de pain sur la planche. Je viens de vous faire un résumé de la situation. Quoi qu'il en soit, au Canada anglais, on a, de toute évidence, beaucoup de travail à faire. Merci.

**M. Glenn O'Farrell:** J'ajouterai ici un commentaire. Le succès que connaît présentement le Québec n'est pas imperméable.

**M. Marc Lemay:** Si je comprends bien, Rai Uno va attirer l'auditoire italien. À Montréal par exemple, les Italiens vont peut-être aller voir *Mambo Italiano*, mais ils vont écouter leurs nouvelles et le soccer sur la Rai Uno. Je n'ai pas complètement tort de dire cela, n'est-ce pas?

**M. Glenn O'Farrell:** Vous avez raison.

**M. Marc Lemay:** D'accord.

**La présidente:** Merci beaucoup.

Mr. Simms.

[Traduction]

**M. Scott Simms (Bonavista—Gander—Grand Falls—Windsor, Lib.):** Merci.

Monsieur O'Farrell, je suis content de vous voir.

Quand nous étions à Toronto, nous avons entendu bien des commentaires sur les décisions rendues par le CRTC en 1999. Vous semblez en être satisfait. Je vois dans certains de vos graphiques que, d'après vos chiffres, vos investissements dans la production cinématographique ont augmenté depuis lors—essentiellement entre 1998 et 2004.

Une des plaintes qui nous ont été faites, c'est qu'à cause de la diversification, dans beaucoup d'émissions—par exemple dans le magazine portant sur le monde du spectacle dont nous avons parlé plus tôt—, l'animateur est canadien, la production elle-même est canadienne, mais le contenu est plus américain que canadien. C'est une des plaintes que nous avons entendues des gens de l'industrie du cinéma. J'aimerais savoir ce que vous en pensez, pour commencer.

Par ailleurs, vous avez dit dans vos notes que vous aviez augmenté vos investissements dans la production cinématographique, n'est-ce pas?

**M. Glenn O'Farrell:** En effet, et ce ne sont pas nos notes qui en témoignent; c'est indiqué clairement dans le rapport de surveillance de la politique de diffusion du CRTC, qui regroupe les données financières de l'industrie privée et qui en fait rapport annuellement. Je crois, de mémoire, que l'augmentation a été de 27 p. 100 entre 1999 et 2004. Comme je l'ai dit, ce sont les chiffres du CRTC, déposés et publiés par lui.

Pour ce qui est de la première partie de votre question, la politique de 1999 a été élaborée après une série d'audiences publiques qui ont fourni à tous les intéressés l'occasion de suggérer des mesures et des orientations au Conseil pour le renouvellement des licences des télédiffuseurs conventionnels qui arrivaient à échéance l'année suivante.

En fait, ces audiences se sont déroulées en 1998, si je ne me trompe pas. La politique a été énoncée en 1999 et, par la suite, les licences des télédiffuseurs conventionnels ont été renouvelées.

C'est une politique qui reposait sur une montagne de données pour soutenir certaines des conclusions. Nous n'étions pas nécessairement d'accord sur tous les points, mais le processus a été vraiment exhaustif; une foule de points de vue ont été présentés, et il y a eu de longues discussions sur les politiques qui seraient les plus appropriées pour l'avenir.

Je pense que ce qui a fait la différence, à la lumière... Si vous regardez les tableaux que nous venons de voir pour le Canada français et que vous examinez ensuite la situation au Canada anglais, vous constaterez que la situation est encore aggravée sur le plan de la fragmentation et que la fragmentation de l'auditoire se poursuit. Ce qui a motivé l'adoption de cette politique par le CRTC en 1999, je pense, c'est la conscience du fait que la fragmentation oblige, pour réussir, à avoir moins de contraintes et plus de flexibilité à l'intérieur d'un cadre—pas une flexibilité absolue, mais une flexibilité à l'intérieur d'un cadre.

Ce cadre a été établi, et les télédiffuseurs conventionnels ont conservé les mêmes attentes au sujet de ce qui devait être présenté dans la catégorie des émissions prioritaires et ils ont ensuite eu l'occasion d'élaborer les stratégies de programmation qui devaient, selon eux, le mieux répondre à leurs besoins pour rejoindre l'auditoire qu'ils visaient.

L'émission sur le monde du spectacle dont vous parlez en est un parfait exemple. Au cours de ces audiences, les émissions de ce genre ont été citées comme exemple de ce que nous devrions faire plus souvent. En fait, bien des gens ont souligné qu'il n'y avait pas, au Canada, suffisamment d'émissions de ce genre qui présentent des Canadiens, qui sont produites au Canada et qui ouvrent une fenêtre

sur le monde du spectacle—des émissions qui ne portent pas exclusivement sur le Canada, mais sur le monde du spectacle en général, ce qui inclut le Canada et ce qui se passe au Canada, et ce qui intéresse les Canadiens.

Franchement, c'est un exemple parfait du genre de flexibilité que le Conseil a appuyée et approuvée dans sa politique de 1999, pour que les Canadiens aient accès à plus d'émissions de ce genre, qui soient produites au Canada et qui soutiennent le système de vedettariat. Cela se rattache à la question que votre collègue, M. Silva, a posée tout à l'heure.

**M. Scott Simms:** Serait-il juste de dire qu'avant 1999, les télédiffuseurs conventionnels, dans un univers de fragmentation, étaient désavantagés comparativement aux réseaux spécialisés?

**M. Glenn O'Farrell:** Je dirais qu'avant 1999, les télédiffuseurs conventionnels étaient encore limités par une politique qui ne leur accordait pas la flexibilité minimale nécessaire pour mieux répondre aux attentes de leurs spectateurs, qui ont de plus en plus de choix que jamais dans les créneaux spécialisés, un secteur qui continue de progresser. Aujourd'hui, en 2005, je dirais que ce besoin de flexibilité est encore plus pressant.

La réalité, c'est que les Canadiens passent toujours 25 ou 26 heures par semaine devant leur téléviseur, mais qu'ils réclament aussi de plus en plus de choix, qu'ils sont de plus en plus exigeants et qu'ils choisissent de plus en plus judicieusement les émissions qu'ils regardent. S'il n'y a pas d'émissions qu'ils veulent regarder sur les réseaux canadiens, ils vont aller voir ailleurs. C'est aussi simple que cela.

• (1010)

**M. Scott Simms:** Je présume que le vol de signaux satellite a beaucoup à voir là-dedans aussi, puisque les gens exigent un plus vaste éventail de canaux venant du monde entier.

**M. Glenn O'Farrell:** C'est certain. Le vol de signaux satellite demeure malheureusement, à notre avis, une des non-priorités du gouvernement. Nous aimerions qu'il y accorde une plus grande priorité parce qu'il y a toujours un certain nombre de Canadiens qui choisissent, consciemment ou inconsciemment, de sortir du système et d'acheter des antennes illégales, et de consommer des services dont la distribution n'est pas autorisée conformément à nos lois et à nos politiques ici au Canada.

Nous perdons énormément d'argent. Je vous épargne les détails, mais nous perdons énormément d'argent pour le système, ce qui pourrait bien franchement, d'une manière ou d'une autre, directement ou indirectement, être relié aux contributions accordées dans le cadre du fonds du long métrage.

**M. Scott Simms:** J'aimerais en revenir à la question de la demande. Je pense que le groupe des câblodistributeurs voulait un meilleur choix de canaux, et donc plus de canaux américains. Vous vous y êtes opposés, n'est-ce pas?

**M. Glenn O'Farrell:** Nous ne nous opposons pas à l'ajout de nouveaux services à la liste des services autorisés. En fait, la politique est là pour que le Conseil l'applique au cas par cas et, s'il souhaite ajouter des services qui correspondent selon lui à sa politique, nous n'y voyons aucune objection.

Là où nous avons des objections, c'est lorsque les services qu'on voudrait ajouter à la liste ne sont pas conformes à la politique selon laquelle un service doit être autorisé ou non.

**M. Scott Simms:** Donc, vous pensez que cela nuirait à la production cinématographique, ou à la production d'œuvres dramatiques?

**M. Glenn O'Farrell:** Cela se rattache certainement à la concurrence qui est permise par le système, en vertu des règles actuelles, et à celle qui ne l'est pas. Je vais vous donner un exemple. Si vous prenez ces tableaux—et il vaudrait la peine que vous y jetiez un coup d'oeil une seconde—, vous verrez à la page 7, tout en haut du tableau, une toute petite pointe jaune juste à côté de celle de CTV. Cela représente Spike. Spike TV est un exemple parfait de l'application non uniforme des règles existantes.

**M. Scott Simms:** Ils ont complètement changé de formule, n'est-ce pas?

**M. Glenn O'Farrell:** Ils ont changé de style, ils ont changé de formule, ils ont modifié leur programmation et, si un service canadien faisait la même chose, il se ferait réprimander sévèrement par le CRTC pour ne pas avoir respecté la réglementation et la politique, alors qu'on les a laissés faire dans ce cas-là.

Est-ce que nous nous y sommes opposés? Est-ce que nous sommes intervenus? Absolument. Nous avons fait remarquer que les règles avaient été changées et que c'était bien de changer les règles si on avait une bonne raison de le faire, mais que dans ce cas-là, elles avaient été changées non pas parce que c'était une bonne chose, mais à cause des pressions imposées au gouvernement par des sources non canadiennes, c'est-à-dire la compagnie-mère de Spike TV, ce qui aurait rendu toute intervention du CRTC très difficile à défendre dans le cadre des relations canado-américains. Ne nous contons pas d'histoires.

Si vous voulez parler des services étrangers qui fragmentent et qui menacent nos services canadiens, nous n'avons rien contre la distribution de nouveaux services non canadiens au Canada; nous pensons que c'est une bonne chose. Il faut offrir plus de choix aux Canadiens, mais il faut aussi avoir des règles et les appliquer de manière uniforme et équitable. Spike TV offrait un produit, un style et une programmation qui avaient été autorisés comme tels pour la distribution... C'était parfaitement conforme aux règles, mais ils ont ensuite tout changé et ils se sont transformés en autre chose, et ils font maintenant concurrence aux services canadiens et contreviennent à bon nombre des règles que les services canadiens doivent respecter. Mais on les laisse continuer, et voyez quelle tranche de l'auditoire ils sont en train de gruger, un an seulement après leur transformation. J'ai l'impression que, si vous regardiez le même tableau en 2007, vous y verriez probablement une part du marché similaire, sinon plus grande, grâce au succès que remportent les émissions de ce réseau.

**M. Scott Simms:** Mais vous ne pensez pas que certains des canaux spécialisés canadiens ont pris des libertés eux aussi après avoir obtenu leur licence?

**M. Glenn O'Farrell:** Je ne connais aucun canal spécialisé canadien qui aurait changé son style, sa programmation, sa mise en marché, qui se serait entièrement transformé pour enfreindre toutes les règles en vertu desquelles il avait été autorisé à distribuer son produit au Canada et qui serait encore offert aux Canadiens.

**M. Scott Simms:** C'est juste.

Est-ce qu'il me reste du temps?

**La présidente:** Oui. Vous avez encore une minute environ.

**M. Scott Simms:** J'aimerais avoir une précision sur quelque chose que j'ai lu ici; je pense que cela concernait les syndicats. Je suis désolé; je viens de perdre la page. Je pense que c'était au sujet...

« Les défis sur le plan de l'emploi qu'ont indiqués les syndicats continueront d'exister tant que les marchés de l'exportation et de la production de services demeurent faibles. » C'est à la page 23. Je voudrais seulement une précision. Je ne suis pas certain... « Les défis sur le plan de l'emploi qu'ont indiqués les syndicats continueront d'exister tant que les marchés de l'exportation et de la production de services demeurent faibles. » Pourriez-vous nous expliquer cela un peu mieux?

•(1015)

**M. Glenn O'Farrell:** Pour clarifier la question de notre point de vue?

**M. Scott Simms:** Oui.

**M. Glenn O'Farrell:** Premièrement, je tiens à dire, très brièvement, que nous sommes sensibles à ce que disent les syndicats et les guildes qui défendent les intérêts de leurs membres quand ils comparaissent devant vous. C'est une stratégie d'emploi et, si j'étais à leur place, je préconiserais la même chose. Nous ne nous sentons absolument pas insultés et nous n'avons aucune objection à ce qu'ils présentent la meilleure stratégie d'emploi possible pour donner du travail au plus grand nombre possible de leurs membres.

Cela dit, il ne faut pas confondre la stratégie d'emploi et la politique culturelle; ce n'est pas du tout la même chose. Il arrive qu'il y ait une convergence entre les deux, mais ce n'est pas la même chose et ce n'est pas interchangeable du simple fait que quelque chose est souhaitable sous l'angle de la stratégie d'emploi.

Ce que j'essaie de vous dire, c'est qu'il y a des réalités du marché qui influent aujourd'hui sur le niveau d'emploi dans ce secteur au Canada. À notre avis, les conditions d'exportation des productions canadiennes, dans l'état actuel des choses, ont une influence sur le nombre de productions qui se font ici et, par conséquent, sur le nombre de personnes qui peuvent travailler à ces productions.

Il y a quelques années, il y avait un marché bien différent aux États-Unis pour les émissions canadiennes; nous avions donc une production télévisuelle beaucoup plus orientée vers l'exportation, et le secteur vendait ses produits surtout à des services américains—soit des réseaux, soit des canaux de câblodistribution. Mais les intérêts financiers et les règles de diffusion ont changé depuis aux États-Unis pour permettre aux compagnies américaines d'acquérir des produits de compagnies apparentées ou affiliées, ce qu'elles n'avaient pas le droit de faire auparavant—je résume pour les besoins de la discussion—, et cela nous a privés de certains de nos débouchés à l'exportation; notre production a donc diminué, et nos possibilités d'emploi aussi.

Ce que nous disons, c'est que d'un côté, les marchés d'exportation ont certainement un effet sur les niveaux d'emploi et que c'est une des raisons pour lesquelles la stratégie d'emploi et la politique culturelle ne se confondent pas nécessairement sur toute la ligne. Il y a des points communs, mais c'est un bon exemple de conditions du marché qui existent en dehors du Canada et sur lesquelles nous n'avons aucune influence. Tout à coup, notre capacité ou nos occasions d'exporter nos produits ont été réduites, et cela va avoir un effet sur nos niveaux de production et nos niveaux d'emploi. Est-ce que nous pouvons ensuite réparer les pots cassés grâce à notre politique culturelle? Je ne pense pas.

**La présidente:** Merci.

Madame Oda.

**Mme Bev Oda:** Merci.

J'aimerais que nous parlions de toute la question du soutien des émissions dramatiques et, par conséquent, des longs métrages. Vous savez très bien que certains des intervenants qui nous ont présenté des mémoires demandaient le rétablissement d'exigences relatives aux dépenses pour les télédiffuseurs conventionnels. Je constate que vous faites état d'une hausse des dépenses consacrées aux émissions canadiennes, aux émissions dramatiques canadiennes, et ainsi de suite. Mais quand j'ai voulu savoir à combien s'élevait cette hausse de dépenses, parce que nous ne regardons pas les mêmes entités que celles que vous comparez quand vous ventilez... Par exemple, dans le cas de la télévision conventionnelle, nous examinons les dépenses, même si ce n'est plus une exigence. Quand on regarde les services spécialisés et les services payants, on constate que l'augmentation du nombre de licences reflète évidemment une hausse des dépenses à cet égard.

Et pour savoir qui a la capacité, pas nécessairement d'augmenter, mais de maintenir son soutien financier à ce secteur, je regarde votre tableau à la page 11, le tableau sur le BAIL, et je vois deux choses. Je vois que le nombre d'unité déclarantes, surtout dans le secteur des services payants et des services spécialisés, a doublé, en gros. Je vois aussi que le nombre des unités déclarantes, pour l'ensemble du secteur de la télévision, a diminué. Mais dans bien des cas, il s'agit de la même entité constituée qui offre des services spécialisés et des services conventionnels.

Le dilemme, pour les producteurs, c'est que le niveau des droits de licence n'a pas augmenté d'après eux au même rythme que les coûts de production, en particulier pour les dramatiques de longue durée. À part le financement gouvernemental, qui constitue un soutien direct, le marché... Je sais ce que vous allez me répondre : vous allez me dire que, si la valeur a augmenté, les droits de licence vont augmenter aussi. Ce que j'aimerais savoir, cependant—et je ne pense pas qu'il y ait de réponse claire—, c'est ce que nous devons faire pour encourager d'une manière ou d'une autre une hausse des droits de licence pour les productions en augmentant au maximum le nombre de participants aux projets, en augmentant au maximum le nombre de vitrines pour que les diffuseurs canadiens et les titulaires de licence puissent aussi en profiter, tout en examinant le rôle que chaque secteur va jouer à l'avenir.

Parce que la simple application d'obligations accrues—même, éventuellement, le rétablissement d'exigences relatives aux dépenses lors du renouvellement en 2007— ne permettra pas nécessairement, à mon avis, de résoudre l'ensemble du problème. Cela concernera seulement un segment, et non l'ensemble. C'est une façon simple de dire que vous êtes toujours rentables. Dans le secteur des services conventionnels—CTV, Global—, vous êtes encore très rentables. Mais je remarque aussi la rentabilité des autres secteurs, dans leur ensemble, et elle n'est pas à la hausse. Il y a des exigences relatives aux dépenses, mais ces secteurs semblent pouvoir vivre avec et demeurer très rentables.

Je sais que je ne vous ai pas posé de question directe. J'ai fouillé la question assez longuement. Mais nous entendons parler des droits de licence et des niveaux qu'ils ont atteints. Donc, je vous offre l'occasion de nous dire, pour le compte rendu, si c'est une façon raisonnable d'aller chercher un accru appui, ou non, ou alors comment nous devrions aborder la question des dépenses.

• (1020)

**M. Glenn O'Farrell:** J'aimerais faire deux commentaires.

Premièrement, le système est actuellement réglementé, comme vous le savez, par catégorie de licences. Le conseil regarde les catégories de licences, établit une politique et examine ensuite la

situation des titulaires de licence dans chaque catégorie, en fonction... Par exemple, tous les services spécialisés qui ont reçu une licence et qui ont été lancés en 1997 ont tous bénéficié d'un renouvellement en même temps il y a deux ans. Donc, il y avait là une occasion pour tous les titulaires de licence, quel que soit le groupe auquel ils appartenaient, de dire : « Nous sommes la cohorte de 1996 et voici ce que nous faisons. Nous avons réussi à faire ceci, cela, et ainsi de suite. »

Il y a là une certaine symétrie et une certaine logique. À l'expiration de leur première licence, à partir des attentes et des prévisions énoncées au départ dans leur plan d'affaires, ils ont pu montrer ce qui avait été fait et ce qui ne l'avait pas été, y compris la façon dont ils ont acquis des produits, ce qu'ils ont acquis, les droits de licence qu'ils ont versés, et ainsi de suite.

Vous avez aussi soulevé une autre question tout aussi intéressante, à savoir que tous ces membres de la cohorte de 1996 appartiennent aussi d'une manière ou d'une autre à d'autres joueurs du système—ou qu'ils ont des tentacules qui rejoignent ces autres joueurs. Vous vous demandiez s'il y avait moyen de regrouper tout cela pour savoir comment nos groupes d'entreprises soutiennent globalement les productions dramatiques canadiennes, ou comment ils acquièrent ces productions ou d'autres types d'émissions.

Je pense que cela se fait par, du moins... Nous avons terminé une ronde jusqu'ici. Quand le Conseil a procédé à l'octroi de licences de groupe pour les activités conventionnelles, en 2000, je pense que c'était la première fois qu'il avait affaire à ce qu'on appelle les « groupes d'entreprises ». Même si c'était seulement pour leurs licences conventionnelles, les questions qui leur ont été posées, si je me rappelle bien, ne se situaient pas seulement à l'intérieur des paramètres des activités conventionnelles; elles débordaient ce cadre légèrement.

Le Conseil, à mesure que la rationalisation va se poursuivre dans toute l'industrie, sera peut-être plus enclin à examiner la situation sous un angle plus général au cours des prochaines rondes de renouvellement des licences des diffuseurs conventionnels. Mais ce qui compte, c'est que la loi prévoit qu'il doit traiter avec les titulaires de licence, et non avec les groupes d'entreprises; ce sont ces titulaires qui doivent rendre des comptes, pas les groupes. Donc, je pense qu'il faudra établir un certain équilibre.

Je suis certain que la plupart des intéressés participeront avec plaisir au dialogue sur les moyens à prendre pour améliorer les choses ou sur la façon de contribuer à un résultat plus significatif. Mais il n'y a pas de réponse claire sur la façon de trouver les mesures appropriées pour... La réponse, à mon avis, c'est qu'il n'y a pas de solution universelle. Nous allons devoir continuer à examiner la situation secteur par secteur, sans oublier totalement ce qui se fait ailleurs, mais en nous concentrant d'abord et avant tout sur chaque secteur un par un parce que c'est là qu'il est vraiment possible de mesurer ce que font les diffuseurs.

Je ne sais pas si cela ajoute quelque chose au débat.

• (1025)

**Le président:** Nous avons largement dépassé le temps prévu. Je suis désolée.

Je voudrais poser quelques questions.

Vous avez parlé de reddition de comptes. Une des questions sur lesquelles le comité va devoir se pencher tout particulièrement, c'est celle du rôle des télédiffuseurs privés et du télédiffuseur public. La télévision et le cinéma sont très clairement liés. Nous devons essayer de déterminer quel est le rôle de nos diffuseurs dans la promotion et la présentation des longs métrages canadiens, dans la mesure où cela se rattache à la production et à la présentation d'autres émissions dramatiques, parce qu'il y a des liens.

**M. Glenn O'Farrell:** Le seul commentaire que je peux vous faire pour contribuer utilement à la discussion, madame la présidente, c'est que le CRTC procède à un examen relativement approfondi des stratégies de programmation des titulaires de licence, tant quand il leur octroie une licence que quand il la renouvelle, pour s'assurer qu'ils vont apporter une contribution complémentaire au système et aux objectifs de la *Loi sur la radiodiffusion*. Par conséquent, j'ai l'impression que c'est la meilleure tribune pour faire ce genre d'évaluation.

Je pense que le Conseil fait un très bon travail pour examiner la diffusion des émissions canadiennes, les ressources utilisées pour acquérir ces émissions, leur promotion et, finalement, leur succès. En fait, dans le cas des services spécialisés, comme vous le savez, les exigences concernant les dépenses consacrées au contenu canadien sont établies en fonction des revenus. Chaque année, quand le revenu diminue ou qu'il augmente—c'est ce que nous espérons—, les dépenses suivent.

Pour le reste, les stratégies de programmation de chaque titulaire de licence, au moment du renouvellement, sont renouvelées en fonction de la nature du service que le titulaire doit offrir, et il y a des règles établies de manière à différencier les services les uns des autres. Par exemple, Bravo offre un certain type de programmation, différente de celle d'un autre service spécialisé comme Showcase. Il peut y avoir des parallèles entre les deux, mais chacun a des obligations différentes et des contributions différentes à apporter en fonction de la nature du service.

C'est quand on regarde la situation dans son ensemble—quand on met tous les services les uns à côté des autres, quand on additionne tout cela et qu'on examine la contribution globale de tous les services de télédiffusion privés—qu'on prend vraiment la mesure de la contribution des télédiffuseurs privés au système, en particulier à la production de dramatiques au Canada et, à l'intérieur de cette catégorie, à la production de longs métrages canadiens.

**La présidente:** Notre analyste vient de me montrer le Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion pour 2004. Les chiffres cités là-dedans au sujet des dépenses consacrées par le secteur anglophone aux productions dramatiques de langue anglaise ne correspondent pas à ceux que nous avons ici.

• (1030)

**M. Glenn O'Farrell:** Vous avez l'édition de 2004. Je ne sais pas si je l'ai ici.

**La présidente:** Oui. On y décrit la situation jusqu'en 2003. Les dépenses consacrées aux émissions dramatiques et aux comédies à ce moment-là s'élevaient à 64 millions. Et vous nous dites qu'elles étaient de 81 millions l'année suivante.

**M. Glenn O'Farrell:** Je sais que nos chiffres sont tirés du Rapport de surveillance de la politique sur la radiodiffusion. Je ne l'ai pas ici. Nous nous ferons un plaisir de vous faire parvenir le document pour que vous sachiez exactement quelles sont nos sources.

**La présidente:** Vous mentionnez 64,6 millions de dollars pour 1998, mais selon ce rapport, le chiffre était de 57 millions en 1999,

pour les dramatiques et les comédies, et cela n'a guère changé depuis. S'il y a eu tout à coup un bond à 81 millions, je ne peux pas m'empêcher de me demander si les gens ont augmenté leur contribution parce que les licences sont sur le point d'être renouvelées.

**M. Glenn O'Farrell:** Je vous assure que l'information contenue dans notre présentation d'aujourd'hui est tirée du rapport de surveillance de la politique. Nous nous ferons un plaisir de fournir à vos attachés de recherche les documents de référence sur lesquels nous nous sommes fondés, et peut-être aussi un peu plus de contexte. C'est toujours ce que nous faisons pour nos présentations.

Il y a une chose à laquelle il faut faire attention : c'est que les rapports de surveillance changent parfois d'année en année, lorsque le CRTC apporte des corrections dans la façon de présenter les chiffres; il y a donc des écarts à l'occasion. Mais je ne pense pas que ce soit le cas ici; je suppose que cela dépend simplement de l'endroit où nous avons pris ces chiffres. Nous nous ferons un plaisir de vous envoyer cette information si cela peut vous être utile.

**La présidente:** J'ai deux autres questions. Il y en a une à laquelle vous ne pourrez pas répondre aujourd'hui, mais vous pourrez peut-être nous fournir l'information plus tard.

Vous connaissez très bien les tableaux qui nous ont été présentés au cours de nos audiences sur la production d'émissions dramatiques par les principaux télédiffuseurs privés du Canada. Comment répondez-vous à ces affirmations? Nous avons vu que CTV, par exemple, en produisait très peu. Je n'ai rien contre CTV, mais c'est un cas dont je me souviens plus particulièrement.

**M. Glenn O'Farrell:** Je crois savoir de quels tableaux vous voulez parler. Je ne les ai pas sous les yeux, mais, de mémoire, je peux vous dire que ces tableaux ne reflètent pas les horaires de nos télédiffuseurs privés, que ce soit CTV, Global ou CHUM, et qu'ils ne sont ni exacts ni représentatifs. Ce sont les diffuseurs conventionnels, en particulier, qui étaient visés par les documents qui vous ont été présentés.

Ces documents ne reflètent pas la réalité; je dirais même qu'ils la déforment. D'ailleurs, madame la présidente, nous vous avons soumis des corrections, je pense. Le 12 avril, nous vous avons envoyé de l'information pour contrebalancer les renseignements trompeurs présentés par l'ACTRA à partir de ces tableaux, pour essayer de corriger certaines des données figurant sur ces tableaux.

Cela dit, la vérité, madame la présidente, c'est qu'il n'y a pas de grand mystère là-dedans. Dès que ces tableaux sont rendus publics, ils deviennent tout à coup des pièces à conviction auxquelles tout le monde s'intéresse comme s'ils contenaient des données nouvelles et inédites et que nous devons tout arrêter et laisser tomber tout ce que nous sommes en train de faire, parce que c'est la chose la plus importante à examiner.

Les télédiffuseurs doivent soumettre au CRTC de l'information détaillée—qu'ils compilent avec grand soin—sur les émissions qu'ils diffusent et démontrer qu'ils respectent toutes les exigences réglementaires, que ce soit en termes de contenu canadien, de façon générale, ou en ce qui concerne plus précisément les émissions présentées aux heures de grande écoute, dans le cadre de leur programmation prioritaire ou autrement.

Bien franchement, je trouve dommage que des gens cherchent à vous faire perdre du temps dans un débat qui n'a absolument rien à voir avec la réalité. La réalité, c'est qu'il y a une politique, une politique qui comporte des exigences particulières; c'est que l'organisme de réglementation, le CRTC, est là pour appliquer ces exigences, et pour superviser et réglementer l'industrie; c'est qu'il fait un travail relativement efficace à cet égard et que, quand il y a un problème, les gens en sont avertis en bonne et due forme.

Ce n'est pas une question de non-respect des règles. Ce qui compte, c'est de savoir si cela répond aux besoins du point de vue de la stratégie d'emploi. C'est essentiellement ce que veulent savoir l'ACTRA et les autres. Encore une fois, cela nous ramène à ce que j'ai dit tout à l'heure : nous comprenons ce point de vue parce qu'évidemment, ces groupes-là veulent que le plus de gens possible puissent travailler. Mais ce n'est pas en montrant des horaires farfelus ou en brandissant des tableaux en couleurs pour faire une présentation spectaculaire devant un comité parlementaire que nous ferons avancer la discussion. C'est en regardant la réalité en face.

Au début de la semaine—puisqu'il vous avez abordé la question, j'aimerais la commenter très brièvement—, à Banff, la CCAU, qui regroupe des syndicats et des guildes, a rendu public un rapport sur différentes questions. Ce rapport était fondé sur une étude économique réalisée pour le compte de la CCAU par une tierce partie censément indépendante. On peut y lire que la croissance annuelle des revenus de la télévision conventionnelle va être multipliée par 20, d'ici trois ans, par rapport à ce qu'elle était l'an dernier.

Si quelqu'un—un économiste de profession ou quelqu'un d'autre—devait appuyer ces conclusions, nous devrions tous être en train de parler à nos courtiers, en ce moment même, pour acheter des actions dans les entreprises du marché conventionnel parce que c'est là que nous devrions investir notre argent si les revenus doivent se multiplier par 20 d'ici trois ans. Mais personne ne le fait. Pourquoi? Parce que, bien franchement, encore une fois, c'est une information tout à fait farfelue.

Nous trouvons malheureux de devoir répondre à ce genre d'allégations, parce qu'elles n'aident pas à trouver des solutions; elles visent seulement à montrer des gens du doigt. Ce que nous pensons plutôt—et c'est important—, c'est que nous faisons de notre mieux, dans un univers hautement concurrentiel, pour conserver nos auditoires grâce à des émissions canadiennes produites par des services canadiens qui emploient autant de gens que possible. Nous le faisons dans un monde—je vous ai cité l'exemple de Spike TV—où, même selon nos propres règles, il y a des exceptions qui nuisent au système.

Quant à ces commentaires sur les horaires, nous les trouvons extrêmement déplorables. Notre critère essentiel demeure le même. C'est le public, et ce qui nous importe, c'est de rester pertinents pour les auditoires que nous desservons et, si possible, de donner du travail par la même occasion au plus grand nombre de Canadiens possible.

●(1035)

**La présidente:** Je vais vous demander de nous envoyer un complément d'information. Nous avons tellement entendu parler du changement de politique du CRTC et de ses effets—positifs ou négatifs, selon nos interlocuteurs—qu'il serait très utile que le comité puisse se faire une idée plus précise de l'évolution des tendances en matière de programmation, tant en nombre d'heures qu'en dollars, depuis ce moment-là—quel a été le nombre d'heures d'émissions dramatiques, de longs métrages, et ainsi de suite, pour chaque

diffuseur—pour que nous puissions vraiment juger des répercussions de ce changement.

En réponse à vos commentaires plus généraux, je dirais qu'une des choses que nous avons remarquées également, c'est qu'il n'y a pas assez de gens de l'industrie qui se rencontrent pour discuter. Cela me paraît être un des éléments de la réussite des longs métrages du côté francophone, où les différents segments de l'industrie travaillent beaucoup plus ensemble.

**Mme Bev Oda:** J'aimerais avoir une petite précision, madame la présidente, au sujet de l'information que vous réclamez. Voulez-vous avoir le nombre d'heures et le nombre d'émissions par titulaire de licence, par réseau ou par secteur? Je pense que la diffusion de l'ensemble des émissions canadiennes est aussi importante pour le comité que celle que fait chaque entreprise ou chaque titulaire de licence.

**La présidente:** J'aimerais certainement savoir ce qu'offre chaque diffuseur, et comment les tendances ont évolué par suite de la décision de 1999. Si vous voulez des renseignements plus précis, madame Oda, n'hésitez pas, je vous en prie—

**Mme Bev Oda:** Je suis certaine que le Conseil, quand il s'est demandé s'il pourrait changer certaines choses—et je pense que nous devrions mener notre étude dans la même optique—, a examiné l'ensemble de l'industrie pour voir si d'éventuels changements relatifs aux catégories d'émissions changeraient quelque chose à la diffusion d'une catégorie en particulier et à son accessibilité pour les Canadiens. Si nous examinons seulement les services conventionnels—je sais que le Conseil a dû examiner les autres services offerts pour les émissions dramatiques canadiennes, et ainsi de suite, et que c'est sans doute un des éléments qu'il a pris en considération—, j'aimerais que nous disposions d'une information de même niveau pour pouvoir faire notre évaluation nous aussi.

**M. Glenn O'Farrell:** Puis-je clarifier quelque chose, madame la présidente? L'information que vous voulez s'applique à l'univers des services visés par la politique de 1999?

**La présidente:** Oui.

●(1040)

**M. Glenn O'Farrell:** Donc, il s'agit des services conventionnels régis depuis ce moment-là par la politique de 1999? Oui? Merci.

**La présidente:** Y a-t-il d'autres questions?

Nous avons quelques questions de régie interne à régler.

**M. Glenn O'Farrell:** Si vous me le permettez, madame la présidente, je voudrais vous remercier sincèrement de votre invitation et ajouter deux commentaires, très brièvement.

Premièrement, nous avons essayé de rencontrer les représentants des guildes et des syndicats pour discuter avec eux. En fait, nous avons l'impression que nous pouvions faire cause commune avec eux. Franchement, la situation est très simple : il y a une répugnance fondamentale à regarder certaines réalités du marché selon notre optique. C'est seulement notre point de vue, et je ne veux montrer personne du doigt, mais notre interprétation de la situation, c'est que ces gens-là ne veulent pas tenir compte des réalités du marché.

Cela dit, comme il est question des réalités du marché—puisque nous avons parlé de ce que les Canadiens achètent ou n'achètent pas sur le marché boursier—, je recommande chaudement à tous les membres du comité d'appeler leur courtier et d'investir massivement dans le secteur de la télédiffusion parce que ce sont de très bonnes entreprises, bien gérées, et qu'elles ont besoin de votre appui. C'est important pour votre travail ici. Je suis sûr que vous seriez contents de nous soutenir dans vos portefeuilles de REER. Nous vous encourageons à le faire le plus possible.

Merci de m'avoir invité.

**La présidente:** Merci beaucoup.

**M. Glenn O'Farrell:** Mais ce n'est pas à cause de projections de revenus farfelues tirées d'une analyse commandée à une source indépendante.

**La présidente:** Merci beaucoup pour cette publicité. Combien devrions-nous demander?

Je vous remercie d'avoir pris le temps de venir nous rencontrer.

*[La séance se poursuit à huis clos.]*

---







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

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

**Aussi disponible sur le réseau électronique « Parliamentary Internet Parlementaire » à l'adresse suivante :**

**Also available on the Parliamentary Internet Parlementaire at the following address:**

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

---

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

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