



Chambre des communes  
CANADA

## **Comité permanent du patrimoine canadien**

---

CHPC



NUMÉRO 051



1<sup>re</sup> SESSION



39<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le vendredi 20 avril 2007**

**Président**

M. Gary Schellenberger

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

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

## Comité permanent du patrimoine canadien

Le vendredi 20 avril 2007

•(0835)

[Traduction]

**Le président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)):** [*Difficulté technique — Éditeur*]... au XXI<sup>e</sup> siècle.

Ce matin, nous accueillons des témoins de la Writers Guild of Canada et de la Writers' Union of Canada.

La Writers Guild of Canada vient en premier sur l'ordre du jour.

Je vous invite à faire votre exposé, madame Parker. Ensuite, nous entendrons les autres témoins.

**Mme Maureen Parker (directrice générale, Writers Guild of Canada):** Certainement.

Bonjour à tous. Je vous remercie d'être venus à Toronto un vendredi matin. Bien sûr, il fait beau, et nous espérons qu'après avoir terminé vos travaux ici, vous bénéficierez d'un temps idéal pour le week-end.

Je suis directrice générale de la Writers Guild. Notre organisation est heureuse d'avoir l'occasion de comparaître devant le Comité permanent du patrimoine canadien dans le contexte de son étude du rôle de la CBC en tant que diffuseur public au XXI<sup>e</sup> siècle.

Je suis accompagnée de mes collègues de la Writers Guild, Rebecca Schechter, présidente, et Kelly Lynn Ashton, directrice, recherche, industrie et politique.

Pour ceux d'entre vous qui ne nous connaissent pas, la WGC est une association nationale qui représente plus de 1 800 scénaristes professionnels oeuvrant dans le domaine de la production télévisuelle, radiophonique et numérique de langue anglaise. La série dramatique typiquement canadienne *Little Mosque on the Prairie*, tout comme le film primé *Human Cargo*, présenté dans le cadre de *Movies of the Week*, ont été créés par des membres de la WGC.

Permettez-moi d'apporter une précision car il est possible qu'il y ait confusion. Notre association diffère de la Writers' Union, dont les porte-parole sont assises à côté de nous, car celles-ci représentent les auteurs de livres alors que nous représentons les auteurs de scénarios portés à l'écran.

Dans la liste des thèmes et des questions soumises par le comité, vous soulevez de nombreux enjeux dont nous pourrions discuter toute la journée ou même plus. Toutefois, nous souhaitons nous attacher à quelques thèmes seulement: premièrement, l'instabilité financière de la CBC et son incidence sur sa capacité de s'acquitter de son mandat, y compris, plus précisément, les répercussions sur les séries dramatiques; deuxièmement, les défis et les possibilités des plateformes numériques; et, troisièmement, comment des changements à la structure de gouvernance pourraient avoir des répercussions positives pour la CBC.

La CBC s'acquitte-t-elle de son mandat et dispose-t-elle d'un financement suffisant pour le faire? La Writers Guild ne voit aucune raison de modifier le mandat proprement dit de la CBC, tel qu'il est

établi dans la Loi sur la radiodiffusion. Cette dernière définit clairement les objectifs de la CBC en tant que diffuseur public du Canada. Toutefois, la capacité de la CBC de s'acquitter de son mandat a été sérieusement affaiblie par un financement anémique.

Au fil des ans, le crédit parlementaire de la CBC a fait l'objet d'importantes compressions budgétaires. Pour contrer cette baisse de financement, la CBC s'est vue accorder une enveloppe garantie du Fonds canadien de télévision (FCT), mais il convient de garder à l'esprit que le FCT est un fonds destiné aux producteurs. Il permet à la CBC de produire sous licence des émissions, à l'instar des autres diffuseurs, au lieu de financer la totalité de ses coûts de production, car la société n'a manifestement pas l'argent pour le faire. Toute réduction de l'enveloppe du FCT empêcherait les producteurs de financer leurs productions par l'entremise de la CBC, et la CBC serait incapable d'absorber ce manque à gagner.

La CBC est l'un des diffuseurs publics qui reçoit le moins de financement par habitant dans le monde industrialisé. L'an dernier, la CBC a reçu du gouvernement 33 \$ par habitant; la BBC en a reçu 116 \$. La BBC reçoit non seulement beaucoup plus que la CBC, mais elle bénéficie aussi d'un financement stable pour une période de six ans, alors que la CBC dépend de crédits approuvés tous les ans. Nous utilisons la BBC comme étalon de comparaison car cette société britannique est reconnue internationalement comme le meilleur diffuseur public du monde aux plans de la qualité et de la quantité.

Becky.

**Mme Rebecca Schechter (présidente, Writers Guild of Canada):** Bonjour à tous.

La CBC a besoin d'un financement suffisant, stable et permanent si elle veut avoir le moindre espoir de remplir son mandat, c'est-à-dire d'être un réseau distinctement canadien, de refléter les régions, de contribuer à l'expression culturelle, à l'identité et à la conscience nationale, et de représenter la nature multiculturelle et multiraciale du Canada.

Seul un budget de base permanent peut permettre à la CBC de planifier l'avenir sur le plan du développement, de la production et de l'infrastructure, sans même parler de la nécessité de saisir les nouvelles possibilités lorsqu'elles se présentent. Par exemple, il faut habituellement plusieurs années pour élaborer et produire une série de dramatiques diffusée par épisode. L'émission pilote de *Little Mosque on the Prairie* a été commandée en juin 2004, produite en juin 2006 et diffusée en janvier 2007.

L'incertitude financière empêche la CBC de donner suite à de nombreux projets de séries télévisées parce que la société ignore si elle aura l'argent nécessaire pour produire les émissions quand elles seront prêtes. Elle n'a pas non plus les fonds nécessaires pour mener de front de nombreux projets. Les radiodiffuseurs américains dotés de gros moyens financiers savent qu'ils doivent élaborer de nombreux projets pour, en bout de ligne, produire seulement les meilleurs, s'assurant ainsi de plus grandes chances de séduire l'auditoire. Au Canada, les radiodiffuseurs, et en particulier la CBC, n'ont pas un ratio projet/production très élevé au chapitre des séries dramatiques.

Un financement suffisant pourrait avoir de nombreuses répercussions positives sur les émissions de la CBC et sa santé globale. Si elle avait suffisamment d'argent, la CBC pourrait retourner à son niveau antérieur à 1999 quant à la production de dramatiques d'une heure, qui était autrefois la pierre angulaire de la grille horaire. En 1999, la CBC a commandé six dramatiques d'une heure pour un total de 79 épisodes, soit 79 heures de télévision. En 2006, la CBC ne produisait plus que deux dramatiques d'une heure, pour un total de seulement 26 épisodes. Cela représente une baisse assez renversante de 66 p. 100 sur sept ans.

Les Canadiens ont démontré à maintes reprises que leur format d'émission favori est la dramatique d'une heure. Dans une récente liste BBM des 30 émissions les plus regardées au Canada, 19 étaient des dramatiques d'une heure, en dépit du fait que l'émission culte *American Idol* et plusieurs parties de hockey très palpitantes ont été diffusées durant cette période. Il y aura toujours place pour des émissions de variétés et sportives, mais les dramatiques d'une heure, comme les émissions américaines *Grey's Anatomy* ou *House*, constituent pour la plupart des gens le principal attrait de la télévision.

Si l'on veut que des dramatiques canadiennes d'une heure fassent partie des 30 émissions les plus suivies, il faut absolument qu'un nombre suffisant de séries soient produites avec des budgets convenables, qu'elles soient diffusées dans un créneau horaire constant et privilégié et qu'elles bénéficient d'une promotion suffisante.

La série *Intelligence*, réalisée par la CBC, a été acclamée par la critique, mais elle n'a pas pu rejoindre un auditoire important parce qu'elle devait concurrencer l'émission *House*, qui a une très forte réputation, qui bénéficie d'un budget de production énorme et qui, comme toutes les émissions de télévision américaines, fait l'objet d'une promotion forcée et sans relâche. De plus, *Intelligence* n'a pas eu de résonance parce que l'émission n'a eu que 13 épisodes pour fidéliser son auditoire. Les séries américaines ont entre 20 et 24 épisodes chaque saison, ce qui leur donne amplement le temps d'augmenter et de fidéliser leur auditoire.

• (0840)

**Mme Maureen Parker:** Durant l'étude faite par le comité, certains se sont demandés s'il faut modifier la Loi sur la radiodiffusion pour ajouter au mandat de la CBC le contenu et la diffusion numériques, ou même si la société devrait être présente dans ce secteur d'activités. Comme M. Rabinovitch l'a dit au comité, « En fin de compte, c'est le contenu qui compte », et non pas le mode de diffusion; autrement dit, le mandat de la CBC est de créer un contenu qui répond aux besoins des régions et reflète le Canada. Le mandat ne comporte aucune limite quant à la manière dont le contenu doit être diffusé ou quant au format dans lequel il doit être produit.

La CBC doit être compétitive face aux autres radiodiffuseurs qui lui font concurrence et elle a l'obligation, à titre de radiodiffuseur public, d'explorer les limites du contenu et de la diffusion numériques dans le cadre de l'expression et des échanges culturels. Cela veut dire distribuer des signaux de télévision en utilisant toutes les plateformes disponibles, y compris le numérique, et donner accès au catalogue des émissions archivées au moyen de la distribution numérique. Bien que le ministère du Patrimoine soutient le coût de la numérisation du contenu ancien, il subsiste le problème des droits d'utilisation du talent et la CBC a besoin d'un budget pour absorber ce coût.

Pour entrer dans l'ère numérique, il faut aussi rejoindre l'auditoire en offrant un contenu additionnel pour conserver l'adhésion des téléspectateurs entre les épisodes ou les saisons, leur offrir une information supplémentaire, des histoires complémentaires ou de nouveaux personnages, et leur donner le moyen d'interagir avec le monde que l'émission a créé. On sait qu'il existe une nouvelle terminologie qui s'enrichit sans cesse: webisodes, mobisodes, mangasodes, télévision interactive, histoires interactives, ITV, etc.

Il est rare que la CBC paye pour du contenu numérique additionnel en augmentant le montant des droits de licence payés aux producteurs qui commandent les oeuvres aux scénaristes. Il est absolument répréhensible de demander aux scénaristes et autres artistes de subventionner la CBC en travaillant gratuitement, et il est scandaleux que notre radiodiffuseur public adopte une telle position en tentant de la faire paraître raisonnable. Pour rester dans la course dans l'univers numérique, la solution ne consiste pas à arracher du travail gratuit aux artistes, comme les scénaristes, ou à refuser de payer des droits d'utilisation du talent. Au lieu de cela, la CBC a besoin d'un budget suffisant pour tirer parti des nouveaux débouchés qu'offrent les plateformes numériques, faute de quoi la société verra son auditoire rétrécir encore davantage et cessera d'être pertinente.

La CBC doit aussi mettre à niveau son infrastructure pour la diffusion numérique et en haute définition. Aux États-Unis, la FCC a ordonné le passage du signal analogique au signal numérique en février 2009, ce qui veut dire que les radiodiffuseurs américains diffuseront seulement des signaux numériques après cette date. Cela englobe la capacité de diffuser en haute définition, qui aura un taux de pénétration plus élevé à mesure que les ménages se convertiront au numérique.

À l'inverse, la CBC a déclaré qu'il lui faut encore dix ans avant d'être compétitive pour la production et la radiodiffusion numériques et en haute définition. Cela coûte cher de produire en HD, d'obtenir les droits d'émissions en format HD et de diffuser en HD. Inévitablement, les consommateurs qui auront acheté des téléviseurs HD passeront aux canaux américains qui diffusent des émissions en HD s'ils ne peuvent pas obtenir ce qu'ils veulent de la CBC. Il faut un budget supplémentaire pour la HD et le numérique si l'on veut que la CBC demeure concurrentielle.

À titre de radiodiffuseur public, la CBC doit refléter la diversité des voix canadiennes. Nous croyons que la CBC atteint le mieux cet objectif quand elle offre au public un grand éventail de choix: émissions historiques, émissions des arts de la scène, comédies, dramatiques régionales, sports professionnels et bulletins de nouvelles locales. Tout cela intéresse les Canadiens d'un bout à l'autre du pays. Si ces émissions ne sont pas diffusées à la CBC, dans bien des cas, elles ne seront diffusées nulle part ailleurs. C'est pourquoi nous avons choisi d'avoir un radiodiffuseur public, mais à cause de l'insuffisance de son budget, la CBC doit compter trop fortement sur les revenus publicitaires et sacrifier de nombreuses émissions valables sur l'autel des cotes d'écoute.

En outre, c'est seulement en étant un réseau distinctif que la CBC peut espérer soutirer des téléspectateurs aux autres radiodiffuseurs. Quel que soit l'angle sous lequel on envisage la question, la CBC rivalise avec tous les autres radiodiffuseurs pour capter l'attention des téléspectateurs. L'auditoire de la CBC diminue constamment depuis 1993. Si cette baisse s'explique en partie par la croissance des canaux spécialisés, il n'en demeure pas moins que la CBC a perdu la moitié de sa clientèle depuis 1993, tandis que les réseaux conventionnels privés n'en ont perdu qu'un sixième. Quand un auditoire migre vers un autre canal, il faut du temps et beaucoup d'émissions pour recouvrer la confiance et la loyauté de ces téléspectateurs. La CBC s'oriente graduellement dans la bonne direction avec des émissions comme *Little Mosque on the Prairie*, mais cette dramatique représente seulement une série d'épisodes d'une demi-heure dans toute la grille horaire. Il faut déployer davantage d'efforts pour attirer et conserver un auditoire.

● (0845)

**Mme Rebecca Schechter:** La CBC devrait offrir des émissions distinctives s'insérant dans un créneau particulier afin d'attirer cet auditoire, mais il est irréaliste de dire que la CBC devrait se retirer complètement du secteur de la publicité et des cotes d'écoute et laisser ce domaine entièrement aux radiodiffuseurs privés. Nous sommes convaincus qu'il y a place à la CBC pour des annonces publicitaires et pour des émissions ayant de bonnes cotes d'écoute, mais ni les unes ni les autres ne devraient être le principal motif des décisions en matière de programmation.

Comme nous l'avons dit dans notre mémoire, nous craignons que la CBC ait accordé trop d'importance aux émissions de variétés et à la diffusion de galas à cause de sa trop grande dépendance envers les revenus publicitaires. La société a été obligée de le faire à cause de l'érosion du financement gouvernemental au fil des années. L'un des risques de cette stratégie dans un marché de plus en plus compétitif, c'est que la CBC peut perdre la diffusion de grands événements, comme elle a perdu les Jeux olympiques de Vancouver, au profit des radiodiffuseurs privés ayant de plus gros moyens financiers. Le secteur de la radiodiffusion tout entier s'inquiétait des conséquences pour la CBC et la télévision canadienne si le réseau CBC ne réussissait pas à renouveler son entente avec la LNH. Si nous pouvons maintenant pousser un soupir de soulagement, nous ne devrions pas relâcher notre vigilance. La dépendance extrême envers un seul contrat privé rend la situation intrinsèquement instable.

La CBC doit être en mesure de poursuivre sa marche, peu importe quels grands événements elle réussit à obtenir ou auxquels elle doit renoncer. Cela ne peut arriver que si les revenus publicitaires sont le gâchage sur le gâteau, le gâteau étant la partie du budget de la CBC correspondant à un financement gouvernemental stable et prévisible.

Les sports peuvent et doivent être un élément d'une grille horaire intégrée. En fait, nous croyons que l'émission *Hockey Night in Canada* doit appartenir à la CBC à tout prix, parce qu'elle attire un auditoire vers notre radiodiffuseur public, elle attire des revenus publicitaires considérables et, très franchement, parce que le hockey est notre obsession nationale. Les sports professionnels, les bulletins de nouvelles locales et nationales, les séries dramatiques faisant l'objet d'une bonne promotion, les comédies, les émissions spéciales — tout cela attire des téléspectateurs vers la CBC et draine un auditoire vers d'autres émissions de la grille horaire s'adressant à un moins vaste public.

L'émission *Little Mosque On the Prairie* est encore un exemple de ce que la CBC serait en mesure de faire sur une plus grande échelle si elle avait plus d'argent. Cette émission a fait l'objet d'un battage publicitaire intense à la CBC avant sa diffusion, notamment par des

annonces insérées dans l'émission *Hockey Night In Canada*, garantissant ainsi que l'on rejoignait un vaste auditoire. La CBC a aussi consacré un montant considérable de son budget de publicité à *Little Mosque*, placardant des affiches partout dans les grandes villes et réussissant un mémorable coup publicitaire en faisant défiler des chameaux et en distribuant gratuitement des falafels au centre-ville de Toronto.

Résultat: Le premier épisode a été regardé par un nombre record de 2,1 millions de téléspectateurs. En moyenne, la série a attiré un auditoire de 1,2 million de téléspectateurs durant ses huit épisodes, ce qui la place sur un pied d'égalité avec des séries américaines comme *Lost* et *Criminal Minds*. Malheureusement, à cause des compressions budgétaires à la CBC, la priorité accordée à l'émission *Little Mosque* a eu aussi un autre résultat: l'absence de promotion pour d'autres séries valables.

Oui, nous voulons de davantage de dramatiques à la CBC. Est-ce à dire que ce volet devrait être le seul foyer du contenu canadien? Nous ne le pensons pas. Cette idée a déjà été avancée dans le passé et, plus récemment, devant votre comité. En ce qui nous concerne, c'est une idée mort-née. La population canadienne ne serait pas bien servie si la CBC devenait le seul foyer de la programmation canadienne. Déjà, dans la foulée de la consolidation survenue dans le secteur privé, notamment l'acquisition récente de CHUM par CTVglobemedia, les Canadiens ont vu la diversité des voix dans le secteur de la radiodiffusion diminuer sensiblement. Si la CBC était le seul foyer du contenu canadien, nous n'aurions plus trois véhicules pour exprimer nos voix, mais un seul. Il y aurait moins de maisons de programmation à courtiser, l'éventail des idées diffusées serait réduit et on développerait un bassin de talents beaucoup plus petit. Cela n'est pas dans l'intérêt public. De plus, on ne trouve nulle part ailleurs dans le monde un modèle analogue qui soit un succès.

En outre, les radiodiffuseurs privés doivent s'acquitter de leurs obligations en matière de contenu canadien en contrepartie de leurs privilèges de diffusion simultanée, de la distribution prioritaire et d'une foule d'autres mesures de protection que leur accorde le CRTC pour les soustraire à la concurrence des diffuseurs américains. Les diffuseurs privés ont un rôle à jouer à l'égard d'un système de radiodiffusion public car ils se servent des émissions américaines diffusées en simultané pour attirer les auditoires vers les émissions canadiennes. Les Canadiens ont appris l'existence de *Little Mosque* en regardant *Hockey Night In Canada*. Ils ont aussi fait la connaissance de *Corner Gas*, *Degrassi* et *Robson Arms* lorsque chacune de ces émissions s'est méritée le créneau horaire convoité qui suit l'émission *American Idol* à CTV.

Pour être dynamique, le système de radiodiffusion canadien doit pouvoir compter sur un équilibre entre les radiodiffuseurs privés ayant des obligations de contenu canadien mais en quête des meilleures cotes d'écoute, et un radiodiffuseur public doté d'un financement suffisant dont le principal objectif est la réalisation du mandat que lui confère la Loi sur la radiodiffusion. Ces deux volets ont besoin d'intervention et de soutien pour que le système de radiodiffusion canadien s'épanouisse face au marché américain, beaucoup plus gros et mieux financé.

● (0850)

**Mme Maureen Parker:** Il est difficile de parler du mandat sans aborder la question du budget de la CBC. La CBC soutient avoir un contrat avec le Parlement, soit la liste de ses obligations en vertu de la Loi sur la radiodiffusion. Le Parlement doit fournir à la CBC les ressources suffisantes pour s'acquitter de son travail, et c'est au conseil d'administration de la CBC et à l'équipe de gestion de s'occuper des dossiers spécifiques.

Voilà qui nous amène à la gouvernance. Nous ne nous attendons pas à ce que le Parlement autorise une hausse du crédit de la CBC en l'absence d'une gouvernance et d'une responsabilisation financière améliorées. Votre comité a reçu de nombreuses suggestions valables sur les moyens à prendre pour améliorer la structure de gouvernance de la CBC. Quels que soient les changements apportés, le conseil d'administration doit être un instrument de gestion plus efficace.

Les gestionnaires de la CBC, et particulièrement le président, doivent rendre des comptes au conseil d'administration plutôt qu'au ministère du Patrimoine canadien. C'est le modèle standard de gouvernance pour tout conseil d'administration, et c'est d'ailleurs celui qu'utilise le BBC Trust. Les membres du conseil d'administration devraient posséder les compétences et la disponibilité nécessaires pour assurer la surveillance des décisions de gestion de la CBC. Patrimoine Canada n'est pas outillé pour s'acquitter de cette tâche. Le conseil peut agir pour s'assurer que les plans de gestion, d'une part, correspondent au mandat et, d'autre part, constituent l'utilisation la plus judicieuse du financement disponible. Il lui incombe ensuite de faire rapport à Patrimoine Canada et au Parlement.

Cependant, pour ce faire, le conseil d'administration doit être composé de personnes ayant une expérience pertinente du domaine de la radiodiffusion, de la distribution, du développement et de la production. Ce n'est pas tout le monde qui possède les qualités requises pour siéger au conseil d'administration de la CBC.

Le BBC Trust exige de ses candidats qu'ils fassent la preuve de leur compréhension du système de radiodiffusion publique. À l'heure actuelle, le conseil d'administration de la CBC fonctionne en vase clos car il n'existe aucun mécanisme formel qui permette aux téléspectateurs ou aux autres intervenants de se faire entendre. En nous inspirant d'une autre leçon de la BBC, nous proposons que la CBC crée des conseils formels composés de représentants des régions et des divers intervenants, comme les écrivains, qui fourniraient régulièrement au conseil d'administration leurs impressions et leurs perspectives sur l'incidence de la CBC. S'il dispose des bons outils, le conseil d'administration de la CBC peut s'assurer que son financement, quel qu'en soit le niveau, soit au service de son mandat.

Nous sommes reconnaissants au comité permanent de son intérêt pour la CBC et sa capacité de s'acquitter de son mandat. Encore une fois, je vous remercie de nous avoir permis de vous communiquer notre perspective.

**Le président:** Merci de votre exposé.

Madame Windsor.

**Mme Deborah Windsor (directrice générale, Writers' Union of Canada):** Mon nom est Deborah Windsor, et je suis directrice générale de la Writers' Union of Canada. Je suis ravie d'être ici.

[Français]

Bonjour. Merci de me donner l'occasion de participer

[Traduction]

et de prendre part à l'étude qu'effectue le Comité permanent du patrimoine canadien au sujet du rôle de la CBC en tant que diffuseur public au XXI<sup>e</sup> siècle.

• (0855)

La Writers' Union of Canada est un syndicat qui a été fondé par les écrivains et pour les écrivains, en 1973. Il est devenu la voix nationale de près de 1 600 auteurs de livres de tous les genres littéraires. Il a pour mandat de promouvoir et de défendre les intérêts

de ses membres créateurs et la liberté qu'ont tous les Canadiens d'écrire et de publier.

Afin de s'assurer que les Canadiens et Canadiennes puissent jouir de la programmation d'un radiodiffuseur viable et distinct sur le plan culturel en ce XXI<sup>e</sup> siècle, la Writers' Union of Canada exhorte le gouvernement du Canada à mettre en place une formule visant à fournir un financement accru et stable à la Société Radio-Canada/CBC de manière à ce qu'elle puisse offrir une programmation conforme à son mandat actuel, tel qu'il est énoncé dans la Loi sur la radiodiffusion de 1991.

Nous encourageons le gouvernement à prendre les mesures appropriées pour stabiliser la politique en matière de radiodiffusion au Canada afin de garantir un financement stable, le respect de la diversité culturelle inhérente à notre souveraineté culturelle et l'existence continue d'une radiodiffusion publique sous toutes les formes comme option viable pour le public canadien.

Nous encourageons le gouvernement à fournir à la Société Radio-Canada/CBC un financement qui permette au radiodiffuseur public de notre pays de tirer parti des possibilités technologiques du XXI<sup>e</sup> siècle. Nous souhaitons qu'il multiplie ses efforts en vue de protéger les Canadiens de l'homogénéisation, de la détérioration et des options d'information étriquées qui découlent de la convergence des médias et de la propriété étrangère des médias.

La relation entre les écrivains de ce pays et son radiodiffuseur public, la CBC, existe pratiquement depuis la naissance de la radiodiffusion ici, en 1906. Au fil du temps, les écrivains canadiens et la CBC ont partagé une responsabilité inspirée et appréciée quant à l'expression du merveilleux, de la magie, de la diversité et de l'intégrité qui caractérisent la diversité culturelle de notre pays et son imposante géographie.

Ce mariage heureux entre les mondes de la radiodiffusion et de l'écriture a non seulement contribué à rendre célèbres de nombreux auteurs, notamment Pierre Berton, Morley Callahan, Margaret Atwood, Mavis Gallant, Gabrielle Roy et plusieurs autres, trop nombreux pour les mentionner tous, mais l'intégration de pièces de théâtre pour la radio, d'essais, de commentaires, de fiction et de poésie à la programmation quotidienne de la CBC a permis d'élargir les assises culturelles et artistiques des Canadiens et Canadiennes pendant plusieurs décennies.

La Writers' Union of Canada appuie le mandat de la CBC énoncé dans la Loi sur la radiodiffusion de 1991. Nous sommes d'avis que les huit exigences figurant dans la loi représentent notre perspective collective quant à la meilleure façon de refléter avec succès les exigences en matière d'information et de culture dans notre pays. Toutefois, depuis quelques années, la Writers' Union of Canada s'inquiète des changements apportés à la programmation de la CBC qui ont pour effet de la détourner de son mandat.

Nous avons écrit des lettres aux dirigeants de la CBC et nous avons rencontré ses représentants pour leur faire part de notre inquiétude à l'égard de certains changements précis. Parmi ces changements, notons ce qui semble être une tendance générale à infuser à la programmation de la CBC des influences en matière de radiodiffusion provenant d'Internet, de diverses sources de radiodiffusion privées nationales et internationales et des avancées numériques en matière de télédiffusion, qui se traduisent par le dédoublement d'une programmation qui correspond mieux à ce que peuvent offrir les radiodiffuseurs du secteur privé.

Cette renonciation graduelle à l'égard du mandat de la CBC s'est traduite par une diminution considérable du contenu littéraire dans sa programmation. Cette réduction marquée dans la programmation d'émissions mettant en vedette des livres et des écrivains a eu des répercussions négatives sur l'industrie de l'édition au Canada. En tant qu'écrivains, nous ne croyons pas qu'un public plus jeune n'a aucun intérêt pour la culture ou la littérature. À notre avis, dans sa conquête d'un auditoire plus jeune, la CBC doit inclure dans sa programmation une dose équilibrée de culture littéraire.

Cette détérioration générale en matière de programmation peut être attribuée au manque de financement stable et adéquat, à une gestion de plus en plus floue qui repose sur l'incapacité d'harmoniser ou de clarifier les mandats de la radiodiffusion et les politiques en général. Sans oublier un engagement vacillant à l'égard des principes directeurs se rapportant à la propriété étrangère, à la convergence des médias et à la souveraineté culturelle, principes que le Canada défend depuis toujours afin de promouvoir la diversité culturelle et artistique du pays.

Nous vous avons soumis un mémoire dans lequel nous examinons ces éléments interdépendants de la politique et de la programmation actuelle et future de la CBC, tout en présentant une série de recommandations.

● (0900)

La Writers' Union of Canada estime que Radio Canada/CBC a un rôle vital à jouer dans la communauté culturelle du Canada à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, un rôle clairement défini par le mandat qu'elle a reçu dans la Loi sur la radiodiffusion de 1991.

Typiquement canadienne par nature, tant sur le plan culturel, historique et artistique, la programmation de Radio-Canada/CBC s'est détériorée au cours des dernières années en raison d'un manque de financement stable et approprié. En conséquence, le mandat de cette institution qui nous est chère a été victime de mesures d'austérité irréalistes et à courte vue, et des approches ambivalentes du gouvernement à l'égard d'enjeux comme la convergence des médias. Pour renverser cette détérioration, la Writers' Union of Canada présente respectueusement les recommandations suivantes:

Que le gouvernement du Canada mette immédiatement en place une formule visant à fournir un financement accru et stable à la Société Radio-Canada/CBC de manière à ce qu'elle puisse offrir une programmation conforme à son mandat actuel afin que les auditeurs de radio canadiens aient le choix d'écouter un radiodiffuseur public spécifiquement canadien.

Deuxièmement, que le gouvernement du Canada prenne les mesures appropriées pour stabiliser la politique en matière de radiodiffusion au Canada afin de garantir un financement stable et l'adhésion à une diversité culturelle inhérente à notre souveraineté culturelle.

Troisièmement, que le gouvernement du Canada fournisse un financement supplémentaire à la Société Radio-Canada/CBC pour s'assurer que le radiodiffuseur public puisse tirer parti de débouchés liés aux avancées technologiques du XXI<sup>e</sup> siècle.

Quatrièmement, que le gouvernement du Canada redouble d'effort afin de protéger les Canadiens et Canadiennes de l'homogénéisation, de la détérioration et des options d'information étriquées qui découlent de la convergence des médias et de la propriété étrangère des médias.

C'est en toute déférence que je vous présente ce court exposé. Vous avez le mémoire long.

Merci beaucoup.

**Le président:** Je vous remercie beaucoup toutes les deux de vos exposés.

Nous allons maintenant passer aux questions.

Monsieur Scarpaleggia.

**M. Francis Scarpaleggia (Lac-Saint-Louis, Lib.):** Je vous remercie de ces excellents exposés, qui étaient fouillés et très bien préparés.

Je suis d'accord avec vous. Un financement stable est nécessaire. Mais il y a une question qui m'intéresse, soit la relation entre la CBC et le FCT. Souscrivez-vous au modèle actuel, selon lequel le financement du FCT vient en quelque sorte compenser les compressions budgétaires antérieures imposées à la CBC? À votre avis, est-ce ce que le FCT fait, peut faire ou devrait continuer de faire à l'avenir, en supposant que la CBC et le FCT bénéficient de ressources financières adéquates et viables?

Autrement dit, si ces deux volets pouvaient compter sur des entrées de fonds stables — en considérant que la CBC dispose de fonds —, cela serait-il aussi acceptable à vos yeux que la situation qui avait cours avant l'entrée en scène du FCT, alors que la CBC était le mécanisme de financement des productions, etc.?

**Mme Maureen Parker:** Je pense que le financement du FCT est absolument essentiel. J'aimerais croire qu'un jour, il y aura suffisamment de ressources disponibles pour que le FCT puisse financer exclusivement les autres productions privées de radio-diffusion.

Il faut se rappeler que le FCT est un fonds de production. Il n'est pas au service de la CBC. C'est un fonds destiné à divers types de productions: dramatiques, documentaires, émissions de variétés. Ces productions sont ensuite diffusées sur de nombreux réseaux différents.

**M. Francis Scarpaleggia:** Je comprends cela, mais de votre point de vue, en tant que représentante des écrivains, vous souciez-vous de la provenance de l'argent?

**Mme Maureen Parker:** Non. Des droits de licence sont versés pour une émission et ensuite, cette émission est vendue à un radiodiffuseur. Ce que nous souhaitons, bien entendu, c'est avoir la garantie que le système de production et de développement puisse compter sur des ressources suffisantes pour financer convenablement les productions.

La CBC n'assume pas le coût de tout ce qui provient du FCT. Le FCT — et c'est une toute autre question — ne consacre pas suffisamment d'argent au développement, par exemple. La CBC assume une grande partie de ces coûts de développement. Le FCT est essentiellement un fonds de production.

**M. Francis Scarpaleggia:** Pouvez-vous nous donner plus de détails sur la façon dont la CBC participe au développement du FCT? Qu'entendez-vous par « développement »?

● (0905)

**Mme Maureen Parker:** Ma patronne, Rebecca Schechter, est aussi l'une des créatrices de l'émission *Little Mosque on the Prairie*. Par conséquent, elle vous expliquera sans doute volontiers ce qu'est le développement.

**Mme Rebecca Schechter:** Le développement est essentiellement l'étape de l'écriture du scénario. Dans le cas d'une série que l'on veut mettre en ondes, tout d'abord, on formule une idée de ce que devrait être la série et on la présente ensuite à un radiodiffuseur. On se fait souvent accompagner par un producteur pour vendre cette idée. Si elle est acceptée, on nous commande un scénario. C'est la première étape du développement,

Le FCT dispose de certains montants pour le développement, mais c'est peu. J'ignore si ces sommes proviennent du FCT, mais il existe des ressources supplémentaires. Mais il faut un soutien ailleurs.

Ensuite, après l'étape du scénario... À l'heure actuelle, la CBC filme des émissions pilotes à partir de certains scénarios qu'elle a commandés. Ensuite, elle les évalue et décide si le projet sera mis en ondes ou non. Dans l'affirmative, on passe à la production intégrale.

**M. Francis Scarpaleggia:** Mais c'est essentiellement parce que la CBC a cette capacité de diffuser des émissions pilotes, contrairement aux producteurs privés.

Voici à quoi je veux en venir: peu importe d'où vient l'argent, il faut que quelqu'un étoffe l'idée et en fasse un scénario, qu'il s'agisse d'un radiodiffuseur privé, d'un producteur privé ou encore que cela se fasse à l'interne, à la CBC. Nous essayons de comprendre pourquoi le développement ne peut pas se faire entièrement dans le secteur privé, pourquoi il faut que ce soit la CBC qui se charge du développement.

J'essaie de trouver une raison pour laquelle la CBC devrait être davantage impliquée dans le développement.

**Mme Rebecca Schechter:** Quand on cherche à trouver preneur pour un projet, quand on a une idée en vue d'une série, on peut s'adresser à tous les trois, les trois seuls radiodiffuseurs qui existent. Ils ont des gens chargés d'écouter les idées qu'on leur présente. Deux d'entre eux peuvent être séduits et peut-être que le dernier ne sera pas intéressé.

C'est très difficile de lancer cette phase de développement sans avoir la conviction qu'un radiodiffuseur est engagé. Les producteurs procèdent rarement — presque jamais — au développement de façon isolée, sans avoir au moins l'engagement d'un radiodiffuseur de financer partiellement le développement.

En fait, le secteur privé ne peut pas travailler de manière isolée, coupé des radiodiffuseurs. Dans le cas de la CBC...

**M. Francis Scarpaleggia:** La CBC est plus encline à prendre des risques pour développer des histoires canadiennes que ne le serait un radiodiffuseur privé.

**Mme Rebecca Schechter:** Eh bien, ce que nous voulons, c'est qu'ils diffusent un plus grand nombre de nos histoires; qu'ils aient davantage de créneaux horaires à remplir, et qu'ils développent un plus grand nombre d'histoires et d'émissions pour remplir ces créneaux.

**M. Francis Scarpaleggia:** Merci.

**Mme Maureen Parker:** Je ne pense pas qu'ils devraient être les seuls...

**M. Francis Scarpaleggia:** Non, je comprends.

**Mme Maureen Parker:** ... mais c'est eux qui le font le mieux.

Mais nous pensons que la CBC a une voix particulière. Les gens de CBC s'intéressent à certains types de production qui n'intéressent pas CTV. Nous discutons beaucoup avec les radiodiffuseurs. Chez CTV, on nous dit que l'on cherche des émissions qui rejoignent tout le monde, comme l'émission *Corner Gas*. Celle-ci est attrayante pour tous les groupes d'âge; c'est une comédie innocente, etc. La CBC

peut diffuser une émission un peu plus osée, parce qu'elle a un créneau horaire différent, etc.

C'est pourquoi il faut compter sur un éventail de radiodiffuseurs.

**M. Francis Scarpaleggia:** Ne vous méprenez pas. Je n'ai aucune objection à ce que la CBC ait les ressources financières voulues pour être un incubateur favorisant l'éclosion d'un plus grand nombre de dramatiques canadiennes ou d'un contenu canadien de pointe. J'essayais de comprendre les relations.

**Le président:** Merci.

Madame Bourgeois.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois (Terrebonne—Blainville, BQ):** Merci, monsieur le président.

Mesdames, bonjour.

Je vais tout d'abord m'adresser à Mme Parker. Dans votre mémoire, à la page 12, j'ai trouvé votre suggestion de conseils régionaux très intéressante. J'espère que j'ai bien compris, car j'ai accepté que le mémoire ne soit distribué qu'en anglais. S'agit-il de conseils régionaux qui viendraient alimenter le nouveau conseil que vous préconisez à la CBC?

**Mme Maureen Parker:** Madame, je regrette que ma présentation ne soit pas aussi en français.

**Mme Diane Bourgeois:** Vous pouvez me parler en anglais, parce que moi, j'ai des interprètes.

• (0910)

**Mme Maureen Parker:** J'ai étudié le français et je devrais essayer de parler en français.

[Traduction]

C'est peut-être préférable. Ce n'est pas une classe de français.

Je suppose que oui, nous proposons de créer des conseils régionaux. Nous pensons qu'il faut vraiment se pencher sur la gouvernance de la CBC. Nous sommes profondément convaincus qu'il faut plus d'argent, mais nous voulons aussi que cette augmentation aille de pair avec une refonte de la gouvernance. Celle-ci pourrait notamment prendre la forme de conseils régionaux composés d'un éventail d'intervenants et de téléspectateurs.

Je m'entretiens avec mes collègues qui écoutent beaucoup la CBC et qui sont par exemple furieux parce que la grille horaire de la radio a été complètement chamboulée la semaine dernière et qu'ils ne retrouvent plus leurs émissions habituelles. La CBC semble avoir grand besoin d'une rétroaction de ce genre. Il semble y avoir un fossé entre le conseil, la haute direction, l'auditoire, et les autres intervenants comme Rebecca, qui créent le contenu, qui produisent le contenu et le distribuent. Les dirigeants semblent être dans une tour d'ivoire.

Nous savons maintenant que les postes n'ont pas été comblés; il n'y a pas de président. La société est vraiment désorganisée.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Dans les régions où nous sommes allés, les francophones hors Québec ont demandé qu'il y ait plus de programmation locale et régionale. Ils voulaient se retrouver dans cette télévision qu'ils paient de leurs taxes.



Croyez-vous que les membres de votre association seraient intéressés à produire des émissions qui pourraient leur apporter cette vision d'eux-mêmes? Il est très difficile, semble-t-il, chez Radio-Canada de trouver des journalistes intéressés à couvrir les événements locaux et régionaux, par exemple la réalité des francophones de Yellowknife que nous avons rencontrés. Pensez-vous avoir des scénaristes qui seraient intéressés à refléter la vie de la communauté francophone hors Québec?

[Traduction]

**Mme Maureen Parker:** Je vais donner un début de réponse, après quoi je céderai la parole à notre présidente.

Oui, nous croyons qu'il doit y avoir des productions régionales, autant dans les bulletins de nouvelles que les sports. Pour les dramatiques et les documentaires, ces productions sont faites dans les différentes régions du pays. Par exemple, *Little Mosque on the Prairie* — je vais laisser Becky vous en parler — a commencé en Saskatchewan. Cela reflète la diversité régionale. C'est un peu différent au Canada anglais, en comparaison de Radio-Canada au Québec.

Pour les dramatiques ou les documentaires, la production est régionale, parce qu'elle est financée par l'agence fédérale, le FCT, selon des critères en matière d'enveloppes régionales.

**Mme Rebecca Schechter:** Bien sûr, nous avons des membres partout au pays. Les scénaristes veulent refléter l'endroit où ils vivent: le Canada, leur ville, leur village, la réalité ambiante. En fait, à l'heure actuelle, le plus difficile est de parvenir à faire diffuser une émission qui se passe à Toronto. Les radiodiffuseurs, y compris la CBC, veulent diffuser des histoires qui se passent partout ailleurs, parce qu'ils veulent refléter la diversité régionale. Nous n'avons pas d'objection à cela, mais c'est la réalité.

Quant à l'élément francophone, nous avons certains scénaristes bilingues, mais je crois que les écrivains francophones au Canada sont représentés par la SARTEC. Donc, pour la production en français, les scénaristes en cause ne sont pas membres de la Writers Guild.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Madame Windsor, vous avez surtout parlé de culture. La culture, pour une souverainiste, une Québécoise comme moi, c'est extrêmement important. À mon avis, il y a actuellement un envahissement de la culture américaine au Canada.

Qu'en pensez-vous?

• (0915)

**Mme Deborah Windsor:** Bien sûr, c'est vrai. Je suis de la Nouvelle-Écosse, et ma famille est acadienne.

[Traduction]

C'est seulement très récemment que l'on a vraiment reconnu l'expulsion des Acadiens. Ce sont nos histoires à nous — les histoires des Acadiens, les histoires des franco-ontariens et les histoires qui se passent à Whitehorse, au Yukon. C'est ce que nous sommes. Cela fait partie de notre identité.

Nous sommes aussi un pays multiculturel où viennent vivre des gens qui amènent avec eux de merveilleuses histoires de leur pays d'origine, et cela fait également partie de ce que nous sommes.

Malheureusement, nous sommes un pays immense. Notre territoire est immense, mais nous avons à notre frontière une population extrêmement nombreuse et dense qui parle aussi l'anglais. Cela place le Canada dans une situation unique au monde, en ce sens que nous avons un très important producteur de contenu en langue

anglaise, qui est également la principale langue du Canada, producteur avec lequel nous sommes constamment en lutte, alors même que si vous allez aux États-Unis et rencontrez des gens dans les divers festivals, vous constaterez que les livres canadiens, d'auteurs francophones comme Antonine Maillet ou Gabrielle Roy ou encore de Margaret Atwood, sont très en demande. Le caractère unique de notre culture est reconnu, mais la présence juste au sud de notre frontière de cet immense pays constitue pour nous un défi extrêmement difficile.

En plus de cela, nous avons gagné de très nombreux prix internationaux. Nous avons actuellement trois écrivains en lice pour le prix Man Booker. Nous sommes reconnus à l'étranger et nous devons continuer d'investir dans notre réputation à l'étranger, ce qui générera de nouveaux revenus pour le Canada tout en nous permettant de nous tremper dans notre propre culture.

**Le président:** Merci beaucoup pour cette intervention.

M. Angus est le suivant.

**M. Charlie Angus (Timmins—Baie James, NPD):** Je vous remercie pour vos exposés de ce matin. Vous avez abordé de nombreuses questions qui, me semble-t-il, préoccupent tous les intervenants ici présents.

Je voudrais commencer par la question de la structure de gouvernance. Quand il y a eu le lockout, j'ai constaté que beaucoup de Canadiens ont été renversés de constater que nous n'avions pas de président du conseil et que nous n'obtenions pas les émissions pour lesquelles nous avons payé, à titre de contribuables. Subitement, la CBC ressemblait à un navire s'en allant à la dérive tout droit vers un récif.

Or dans la foulée de ces événements, la gouvernance n'a pas changé. Nous n'avons toujours pas de président du conseil, nous ne savons pas comment les gens sont nommés au conseil et l'on peut se demander si les membres de la haute direction sont les personnes voulues pour prendre des décisions éclairées à la CBC en termes de programmation et d'orientation, compte tenu des budgets limités.

Concrètement, quelles recommandations feriez-vous pour changer la structure de gouvernance, de manière à renforcer la reddition de comptes?

**Mme Maureen Parker:** Nous traitons cette question de façon détaillée dans le mémoire que nous avons remis, mais en bref, nous nous intéressons beaucoup au modèle de la BBC. L'automne dernier, Rebecca et moi avons passé un certain temps à visiter la BBC, comme l'ont fait la plupart de nos collègues. C'est bien sûr un modèle tellement impressionnant.

Évidemment, ils peuvent faire là-bas bien des choses de manière différente à cause de leur population, de leur taille et de leur revenu, mais nous avons beaucoup à apprendre de la BBC, notamment au chapitre de la gouvernance. Ils ont fait une refonte de leur structure de manière que leur conseil est maintenant composé de gens qui comprennent et connaissent la radiodiffusion publique. Ce ne sont pas des nominations politiques; les membres sont nommés parce qu'ils comprennent la nature du secteur.

De plus, les cadres supérieurs relèvent du conseil d'administration et non pas du ministère, lequel n'est pas vraiment organisé pour superviser directement une organisation indépendante. Chacun a sa tâche à accomplir à Patrimoine canadien et c'est très difficile, voire impossible, de gérer une autre organisation. Nous croyons que cela a probablement entraîné certaines erreurs de jugement dans la gestion des ressources de la CBC et pour ce qui est de relever certains défis qui se sont posés depuis deux ans.

Nous croyons qu'au départ, il faut un conseil solide. La plupart des organisations sont établies de cette manière. Je sais que, pour ma part, je relève d'un conseil d'administration; je n'ai pas de comptes à rendre à une autre organisation de l'extérieur. Il faut mettre en place certaines responsabilités et une certaine reddition de comptes, et c'est ce qui manque cruellement, à notre avis. Nous ne voulons pas que les cadres supérieurs dirigent la CBC; nous voulons que le conseil dirige la CBC, et il faut injecter du sang neuf dans le conseil.

● (0920)

**M. Charlie Angus:** En discutant de la CBC, nous faisons constamment allusion aux radiodiffuseurs privés, parce qu'ils occupent essentiellement le même marché et qu'il y a des chevauchements. Je vais vous poser deux ou trois questions sur les relations, notamment vos relations à titre d'auteurs qui tentent de convaincre les radiodiffuseurs privés et le radiodiffuseur public d'accepter vos scénarios, et aussi au sujet de certaines suggestions qui ont été faites.

Par exemple, nos amis de l'Association canadienne des radiodiffuseurs sont venus nous prêter main forte pour bâtir un solide radiodiffuseur public. Ce que j'en ai retenu, c'est que nous devrions retirer à la CBC la capacité de générer des revenus publicitaires et remettre cela entièrement aux radiodiffuseurs privés; retirer la CBC des nouvelles locales télévisées et remettre cela aux radiodiffuseurs privés; et ne pas s'aventurer dans l'Internet, parce que c'est dans ce domaine que se lancent les radiodiffuseurs privés. Je n'y ai pas vu beaucoup d'avantages pour la radiodiffusion publique. On perdrait ainsi beaucoup de revenus et personne n'a fait de suggestions quant au moyen de remplacer cet argent. L'autre suggestion était bien sûr de donner aussi *Hockey Night in Canada* aux radiodiffuseurs privés, après quoi la CBC sera vraiment en mesure de bien faire son travail.

En fait, j'ai deux questions. La première est celle-ci: si nous donnons tout cela aux radiodiffuseurs privés, comment les 50 ou 60 millions de dollars provenant du FCT que nous allons donner en contrepartie à la CBC pourront-ils compenser ces pertes gigantesques?

Deuxièmement, pour ce qui est d'une obligation envers les radiodiffuseurs privés, ceux-ci interceptent les émissions américaines et les resservent assorties de publicités canadiennes. Ils sont protégés par la loi canadienne contre la concurrence des États-Unis, même s'ils diffusent des émissions américaines, surtout dans les villes frontalières. Il y a substitution de signaux identiques. L'article 19.1 de la Loi de l'impôt sur le revenu les protège et accorde 330 millions de dollars pour les réseaux privés et jusqu'à 900 millions de dollars par année pour les services spécialisés. J'ai demandé à l'Association canadienne des radiodiffuseurs ce que nous en retirons. Qu'est-ce que le public canadien y gagne, quand tout ce qu'on trouve sur CTV et aux heures de grande écoute, c'est l'émission *eTalk*?

Je voudrais connaître votre point de vue là-dessus.

**Mme Maureen Parker:** Pour répondre à votre première question, je trouve qu'il est absurde de supposer que la CBC pourra se passer de revenus publicitaires; le radiodiffuseur public ne peut absolument pas survivre sans revenus publicitaires. Dans un monde idéal, oui, ce serait une excellente idée, mais ce n'est pas réaliste. Je pense que ce que nous essayons de faire, c'est de rendre la CBC meilleure en tenant compte des limites du possible et le revenu publicitaire est donc essentiel.

*Hockey Night in Canada* est absolument essentielle. Je viens d'une petite ville du nord. J'y suis allée pour visiter ma famille, et devinez ce que l'on fait le samedi soir? On regarde le match de hockey. Cela dirige les gens vers la CBC, où ils peuvent voir une bande annonce

de l'émission *Little Mosque on the Prairie* diffusée le mardi soir, et ils se disent alors: je pourrais peut-être regarder cette émission. J'ai été vraiment très inquiète quand on a évoqué la possibilité que la CBC ne soit peut-être plus en mesure de se permettre *Hockey Night in Canada*, parce que j'ai pensé que ce serait la fin du radiodiffuseur public.

Nous devons donc faire en sorte que le radiodiffuseur public ait assez d'argent pour arracher à ses concurrents des éléments clés de la grille horaire. Il doit être compétitif et pour qu'il le soit, nous devons veiller à ce que les crédits parlementaires soient suffisants.

Pour ce qui est de se retirer du domaine de l'Internet et de tout le reste, je dirais non. Une telle décision décimerait purement et simplement toute la base régionale du radiodiffuseur public et ce ne serait pas une bonne idée. Nous comprenons le point de vue des diffuseurs privés, mais ils servent un auditoire très différent, un auditoire pour lequel nos membres aiment écrire également. Je ne comprends pas qu'ils aient la mesquinerie de vouloir empêcher la CBC d'avoir des revenus publicitaires. Vous savez, les privés s'en tirent très bien; le réseau CTV est maintenant le diffuseur des Olympiques. Il y en a assez à partager pour tout le monde. À notre avis, il est essentiel que la CBC diffuse un éventail d'émissions diversifiées pour attirer et conserver un auditoire.

Pour ce qui est des obligations des diffuseurs privés, je tiens à réitérer aujourd'hui un argument que nous avons entendu tellement de fois dans la bouche de M. Manera quand il était à la CBC. Nous avons évidemment suivi son intervention et nous avons épluché son mémoire. Cette idée voulant que la CBC soit le seul foyer de contenu canadien, ce serait le pire scénario possible pour la communauté des créateurs et aussi, je pense, pour les auditoires canadiens et pour toute notre industrie. Je ne saurais trop insister là-dessus. Je pourrais vous donner des arguments d'ordre financier et nous allons d'ailleurs le faire, mais pas aujourd'hui.

Charlie, vous avez donné des chiffres.

Mais pour ce qui est du potentiel de création, dont Rebecca a déjà touché un mot, il est impossible d'avoir un secteur viable s'il n'y a qu'un seul radiodiffuseur, un seul canal vers lequel convergent tous les créateurs. Si vous savez comment fonctionne la CBC, vous savez qu'on y trouve des cadres chargés de la production et d'autres du développement. Ils ne sont pas nombreux; il y a à peu près quatre personnes à la CBC qui prennent toutes les décisions en matière de création. Cela veut dire que quatre personnes au Canada décident du contenu canadien qui sera diffusé. C'est inacceptable pour moi, à titre de citoyenne, et je ne peux pas croire que ce soit acceptable pour quiconque.

Par ailleurs, les radiodiffuseurs privés ont autre chose à apporter. Comme les gens de CTV nous l'ont dit bien souvent, ce qu'ils recherchent, c'est l'approche du grand chapiteau. Nos membres veulent travailler pour CTV; ils veulent travailler pour Global. Ce sont des émissions d'un type différent. Les dames de chez Global nous ont dit qu'elles veulent faire des émissions pour les jeunes. *Falcon Beach* est écrite par nos membres.

Cela permet aux créateurs de talent d'écrire des textes différents, à des voix différentes de s'exprimer, et cela garantit qu'il y a suffisamment de débouchés pour faire croître un bassin limité de gens de talent. Le bassin n'est pas immense; nous ne sommes pas très nombreux, mais il nous faut de la diversité. Et, à l'heure actuelle, il n'y a vraiment que trois radiodiffuseurs auxquels nous pouvons nous adresser. Si l'acquisition de CHUM par CTVglobemedia va de l'avant, nous aurons perdu un autre radiodiffuseur. Le réseau Space a fait beaucoup d'émissions originales, faisant appel à des scénaristes, des réalisateurs, des acteurs et des producteurs. Ce n'est peut-être pas à votre goût, mais cela existe, c'est disponible.

• (0925)

Je ne dirai jamais trop catégoriquement à quel point c'est une idée stupide et j'espère vraiment nous ne gaspillerons pas d'énergie à poursuivre cette chimère.

**Le président:** Merci.

Je vous invite à essayer de répondre un peu plus brièvement. Ce dernier échange a duré près de 11 minutes. Comme nous avons commencé près de cinq minutes en retard, je vais accorder cinq minutes de plus.

Monsieur Fast.

**M. Ed Fast (Abbotsford, PCC):** Merci, monsieur le président, pour mes 11 minutes. Je vais essayer de raccourcir mes questions, mais j'en ai tellement à poser.

Je voudrais tout d'abord revenir sur un commentaire que vous avez fait, madame Schechter. Je veux parler du fait que le nombre de dramatiques et d'épisodes a diminué depuis 1999; il semble que l'année 1999 ait marqué en quelque sorte un point tournant. Pouvez-vous me dire ce qui s'est passé autour de 1999 qui aurait pu provoquer ce déclin?

**Mme Rebecca Schechter:** Maureen pourrait peut-être répondre mieux que moi à cette question. Il semble que tous les ennuis possibles se soient accumulés en 1999 dans notre secteur pour ce qui est des dramatiques, et cela tient en partie à un changement de la politique du CRTC pour les radiodiffuseurs privés. C'était l'un des éléments de cette tempête.

Par ailleurs, les radiodiffuseurs européens ont décidé d'instaurer des quotas dans leurs propres réseaux pour leurs propres émissions. Il existait en Europe un marché assez florissant pour la prévente de série canadienne, qui nous permettait de financer la dernière tranche de 10 p. 100 ou 15 p. 100 de nos budgets à même la prévente en Europe. Les Européens ayant promulgué des règles les obligeant à diffuser leurs propres émissions de télévision, ces ventes se sont évaporées et tout ce qui était vendable... nous étions en concurrence avec *ER* pour un créneau horaire et *ER* a gagné. Cet élément du budget est donc disparu.

À cette même époque, Alliance et Atlantis ont fusionné, ce qui a eu une incidence plutôt négative sur notre secteur de la production. Alliance était quasiment la seule boîte que nous ayons jamais eu qui se rapprochait d'un studio capable de produire des dramatiques. La nouvelle société amalgamée ne s'intéressait pas beaucoup à la production et, en l'espace d'un an ou deux, ses dirigeants ont dit essentiellement: « Nous ne voulons plus nous occuper de cela ». La société est essentiellement devenue un radiodiffuseur, à l'exception de *CSI*.

Ce sont donc ces trois éléments conjugués... Je pense que c'est la perte des ventes en Europe qui a le plus durement ébranlé la CBC.

• (0930)

**M. Ed Fast:** Le marché été réduit.

**Mme Maureen Parker:** Il y a encore un autre élément clé, mais...

**Une voix:** Elle connaît les scénarios.

**Mme Maureen Parker:** Le dernier élément était qu'en 1999, la CBC a perdu l'enveloppe garantie du FCT. Cela a eu d'énormes conséquences sur la CBC, parce que grâce à cette enveloppe garantie, la boîte avait 50 p. 100. On n'avait plus d'argent pour produire des séries — encore une fois, c'est l'argent consacré à la production dont on discutait tout à l'heure avec Francis — on ne pouvait pas commander non plus, on n'a donc fait aucun développement et nous sommes passés de 79 p. 100 à 26 p. 100. Maintenant, l'année dernière, je pense que c'était l'année dernière, la CBC a recouvré son enveloppe et se trouve maintenant à 37 p. 100.

**M. Ed Fast:** C'est 37 p. 100.

**Mme Maureen Parker:** Oui, exactement.

C'était 50 p. 100; il y a eu une baisse et l'on est maintenant remonté à 37 p. 100. La CBC commence donc à reprendre ses activités dans ce secteur.

**M. Ed Fast:** Très bien. J'ai beaucoup de questions différentes à poser.

Je m'adresse à Mme Windsor. J'ai été déçu d'entendre dire que le contenu littéraire a été réduit à la CBC. Je pense que vous en avez donné des raisons. Plus précisément, vous avez dit que cette situation a été causée par la tentative de la CBC de faire double emploi avec des émissions déjà offertes par les radiodiffuseurs privés. Ai-je bien compris votre intervention?

**Mme Deborah Windsor:** Oui et non.

Ce qui nous préoccupe, c'est qu'il y avait un plus grand nombre d'émissions diffusées à la radio de CBC. On y interviewait des écrivains et l'on y discutait d'oeuvres littéraires, et ces émissions ont été remplacées par ce que nous appelons des émissions d'abêtissement. Nous avons rencontré des cadres supérieurs de la CBC qui nous ont dit qu'ils essayaient de rejoindre un auditoire plus vaste, un auditoire plus jeune, et l'on a donc retiré des émissions littéraires, artistiques et culturelles pour les remplacer par de la musique d'ascenseur. Voilà ce qui nous inquiète.

**M. Ed Fast:** Convenez-vous avec moi que nous devons trouver un auditoire plus vaste pour les émissions produites par la CBC? Évidemment, la CBC veut survivre dans un secteur extraordinairement compétitif.

Je ne suis pas étonné que la CBC essaie de rabaisser quelque peu le niveau de ce qu'elle produit, parce qu'il est possible que nous soyons en train d'élever des étudiants et de jeunes adultes qui ne sont peut-être pas aussi lettrés et aussi connaisseurs du riche patrimoine littéraire que possèdent les Canadiens.

**Mme Deborah Windsor:** Je vois.

**M. Ed Fast:** Ai-je touché une corde sensible?

**Mme Deborah Windsor:** Il nous faudra inscrire certaines personnes sur la liste de Yann Martel pour qu'elles reçoivent ses livres.

Je ne suis pas d'accord pour dire qu'il faut se rabaisser pour se mettre au niveau des jeunes Canadiens. Je pense que ces derniers sont jeunes, électroniques, futés et au fait des tendances, et ils ont une soif littéraire et culturelle à laquelle il faut répondre. Et nous ne leur rendons pas service en présumant de à ce qu'ils veulent entendre.

Dans le monde du livre, nous avons d'extraordinaires jeunes écrivains. J'en déduis qu'ils ont commencé à écrire quand ils étaient encore plus jeunes. Quand la Writers' Union a été fondée il y a 30 ou 35 ans, l'âge moyen des écrivains membres de l'union — il fallait être écrivain professionnel pour adhérer au groupe, il fallait avoir créé un livre, l'avoir fait publier par un éditeur reconnu et l'avoir vendu sur le marché — était de 48 ou 49 ans.

On n'écrit pas son premier livre tout de suite en sortant de l'école. Ce n'est pas comme être avocat ou médecin. Il faut du temps.

● (0935)

**M. Ed Fast:** Pourrais-je vous interrompre? Nous avons peu de temps.

**Mme Deborah Windsor:** Oui.

Cet âge a diminué considérablement. Ce que je dis, c'est que nos jeunes Canadiens sont beaucoup plus allumés. Nous n'avons pas besoin de nous rabaisser pour être à leur niveau. Nous devons peut-être au contraire leur demander des leçons.

**M. Ed Fast:** C'est un argument valable.

La CBC a-t-elle reconnu qu'il y a moins de contenu littéraire dans sa programmation?

**Mme Deborah Windsor:** Oui, ses dirigeants l'ont reconnu et ils ont dit très clairement que c'était pour rejoindre un auditoire plus vaste.

**M. Ed Fast:** Ils ont justifié leur décision, l'ont rationalisée.

**Mme Deborah Windsor:** Non, ils ont répondu à notre question, mais ils ne l'ont pas motivée.

**M. Ed Fast:** Ils n'ont même pas abordé le problème, n'est-ce pas?

**Mme Deborah Windsor:** Non, ils ne l'ont pas fait.

**M. Ed Fast:** Très bien. C'est tout ce que je voulais...

**Mme Deborah Windsor:** Non, ils ne l'ont pas fait.

**M. Ed Fast:** Très bien.

**Le président:** Soyez très bref.

**M. Ed Fast:** Je serai très, très bref.

Parlons un peu de *Little Mosque on the Prairie*. Cette émission était bien sûr produite en Saskatchewan, mais je crois savoir que la production a maintenant été transférée en grande partie à Toronto. Est-ce le cas?

**Mme Rebecca Schechter:** Oui, c'est vrai.

**M. Ed Fast:** Est-ce que c'est typique de ce qui va se passer? Nous commençons une production dans l'une de nos régions, après quoi nous transférons le tout à Toronto, sous prétexte de réaliser des gains d'efficacité.

**Mme Rebecca Schechter:** Dans une certaine mesure, il y a des gains d'efficacité. Mais il y a aussi le fait que la Saskatchewan connaît un certain boom de la production et que nous n'avons pas réussi à obtenir les installations voulues pour produire l'émission à temps pour la diffuser en janvier. Dans la série actuelle, je crois que le quart des émissions seront filmées en Saskatchewan.

**M. Ed Fast:** Ah, d'accord. Je supposais que c'était parce que c'était plus efficace de le faire à Toronto, mais vous dites qu'en fait, c'est parce que les ressources n'étaient pas disponibles en Saskatchewan, parce qu'on était déjà occupé à réaliser d'autres productions.

**Mme Rebecca Schechter:** C'est bien cela. C'était assurément le cas en novembre, quand nous avons produit les huit qui ont été diffusées à partir de janvier.

**M. Ed Fast:** Ce n'était donc pas un parti pris antirégional.

**Mme Rebecca Schechter:** Absolument pas. Ou bien, si ça l'était, cela avait quelque chose à voir avec les vols à destination de Regina. C'est une autre raison qui rendait la production peu pratique. Nous devons faire venir un acteur de Los Angeles et il n'y a pas de vol direct de Los Angeles à Regina. Il faut donc en parler aux dirigeants d'Air Canada.

**M. Ed Fast:** Merci, monsieur le président.

**Le président:** Merci beaucoup.

Je dois dire que, comme on le disait dans l'un de vos mémoires, nous pourrions discuter de tout cela toute la journée, j'en suis sûr. En fait, nous allons d'ailleurs en discuter toute la journée, mais nous avons d'autres témoins que nous voulons entendre.

Je vous remercie beaucoup pour vos témoignages.

Nous allons faire une très brève pause pour permettre aux témoins suivants de prendre place.

Merci.

● (0935)

(Pause)

● (0945)

**Le président:** Merci, nous reprenons nos travaux.

Je vais demander aux intervenants d'essayer de limiter la durée de leurs exposés à 10 minutes, dans la mesure du possible. Je demande aux députés de poser des questions brèves et peut-être que les réponses pourraient l'être également, de manière que nous ne prenions pas trop de retard.

Nous devons partir peu après 11 h 30. Ce groupe-ci n'aura peut-être pas une heure entière, mais nous allons l'entendre.

Nous allons commencer par la Guilde canadienne des réalisateurs, que j'invite à prendre la parole en premier. Nous entendrons ensuite le Canadian Media Directors Council et la Guilde canadienne des médias.

Merci.

**Mme Pamela Brand (directrice générale nationale et chef de la direction, Guilde canadienne des réalisateurs):** Bonjour, monsieur le président et mesdames et messieurs les membres du comité. Je m'appelle Pamela Brand. Je suis directrice générale et chef de la direction de la Guilde canadienne des réalisateurs.

Je suis accompagnée aujourd'hui de Monique Lafontaine, qui est avocate générale et directrice aux affaires réglementaires de la Guilde.

Nous sommes très heureuses d'être ici aujourd'hui pour discuter du mandat de CBC/Radio-Canada. C'est une question très importante pour les Canadiens d'un bout à l'autre du pays et surtout pour nos membres.

Depuis sa création, la CBC a joué un rôle essentiel en présentant aux Canadiens des histoires canadiennes. Le réseau contribue à notre sentiment d'appartenance et permet la tenue d'un dialogue national sur les questions qui sont pertinentes pour tous les Canadiens. Beaucoup de nos membres ont travaillé et continuent de travailler à des productions diffusées par la CBC. Cela comprend des émissions comme *Little Mosque on the Prairie*, *Intelligence*, *Prairie Giant*, *The Tommy Douglas Story*, *Da Vinci's Inquest* et beaucoup d'autres. Sans aucun doute, la CBC est la première institution culturelle de notre pays.

Dans notre intervention d'aujourd'hui, nous voulons aborder les recommandations clés formulées dans notre mémoire écrit. Nous allons commencer par traiter du rôle essentiel que joue la CBC dans le paysage de la radiodiffusion au Canada.

La CBC est un élément essentiel du réseau canadien de radiodiffusion. CBC est le champion du contenu canadien et constitue une fenêtre importante pour la diffusion d'émissions canadiennes aux heures de grande écoute. C'est grâce à l'innovation de la CBC que nous avons eu l'occasion de voir des émissions canadiennes de grande qualité comme *The Beachcombers*, *Da Vinci's Inquest*, *The Newsroom*, *This Hour Has 22 Minutes*, les deux mini-séries sur Trudeau, *Canada Russia '72* et *Shania: A Life in Eight Albums*, pour n'en nommer que quelques-unes. Plusieurs de ces émissions ont fait de longues carrières à la télévision et des contrats de licence ont été conclus pour leur diffusion dans de nombreux pays du monde.

Appuyer la création et la diffusion d'émissions canadiennes est un élément clé du plan d'activité de la CBC. Nulle part ailleurs dans l'univers de la télévision, on accorde un soutien aussi solide aux émissions canadiennes. Cela a été confirmé le mois dernier quand le CRTC a publié les renseignements financiers les plus récents sur les radiodiffuseurs conventionnels privés. Ces chiffres montrent que ces derniers ont réduit de 25 p. 100 leurs dépenses consacrées aux dramatiques canadiennes, qui sont passées de 48 millions de dollars par année à la maigre somme de 36 millions de dollars, alors que ces mêmes radiodiffuseurs ont augmenté leurs dépenses consacrées au contenu étranger de 69 millions de dollars, soit près du double du budget total consacré aux dramatiques canadiennes.

Compte tenu de cette réalité et de la valeur monétaire du marché télévisuel canadien, il est essentiel, si nous voulons pouvoir raconter des histoires canadiennes à la télévision, de bénéficier dans notre pays d'un solide service de radiodiffusion publique. À l'époque où l'on assiste à la consolidation des compagnies médiatiques, à la prolifération des services de radiodiffusion et au lancement de nombreuses nouvelles plateformes, il est plus important que jamais que le Canada dispose d'un solide radiodiffuseur public. Cela permettra aux Canadiens de continuer d'avoir accès à des émissions canadiennes dans lesquelles ils se reconnaissent dans ce nouvel environnement télévisuel.

Monique Lafontaine va maintenant vous parler du financement de la CBC.

• (0950)

[Français]

**Mme Monique Lafontaine (avocate générale et directrice aux affaires réglementaires, Guilde canadienne des réalisateurs):**  
Merci, Pamela.

Bonjour.

[Traduction]

Comme vous l'avez sûrement entendu dire souvent durant vos travaux — en fait, deux fois déjà ce matin —, le plus grave problème qui se pose à la CBC est le niveau de financement que la société reçoit. Si cette question revient constamment, c'est que c'est vraiment crucial pour la CBC.

Au cours des 12 dernières années, notre radiodiffuseur public a subi des réductions draconiennes de son budget. Au milieu des années 1990, les crédits budgétaires du gouvernement ont diminué de près de 400 millions de dollars. Bien qu'il y ait eu depuis de petites augmentations, le budget n'a pas encore été rétabli entièrement.

À l'heure actuelle, CBC/Radio-Canada reçoit environ 930 millions de dollars du gouvernement fédéral. Cela peut sembler beaucoup d'argent. Cependant, quand on considère le mandat très étendu de la Société, probablement le plus vaste de tous les radiodiffuseurs publics du monde entier, et compte tenu de l'immensité du territoire à servir — CBC/Radio-Canada couvre cinq fuseaux horaires et demi — et du nombre de services de radiodiffusion offerts, dix services de radio ou d'audio, huit chaînes de télévision diffusées sur diverses plateformes en anglais et en français, ainsi que deux sites Web complets, quand on considère tout cela, il devient clair que le niveau de financement n'est pas suffisant.

De plus, le financement gouvernemental accordé à CBC/Radio-Canada est très limité en comparaison de celui d'autres radiodiffuseurs publics ailleurs dans le monde. Une étude récente montre que le Canada se place tout près du bas de la liste de 18 pays, la CBC recevant 33 \$ par habitant. La Suisse et la Norvège sont en tête de liste avec 154 \$ et 147 \$, respectivement. La BBC, l'un des plus grands radiodiffuseurs publics du monde, reçoit environ 124 \$ par habitant et a un budget d'environ sept milliards de dollars.

Il faut noter qu'il n'en coûte pas moins cher de produire une heure d'émissions canadiennes de grande qualité au Canada qu'ailleurs dans le monde, notamment en Grande-Bretagne. Pour que la CBC puisse remplir son mandat et être un chef de file en matière d'émissions, il est essentiel que la Société reçoive le plus tôt possible un financement accru et stable du gouvernement fédéral.

Ces dernières années, à cause du déclin du financement public, CBC/Radio-Canada a dû compter davantage sur d'autres sources de revenu, en particulier la vente de publicité. En 2005-2006, plus de 50 p. 100 des revenus du réseau de télévision en langue anglaise de la CBC provenaient de sources commerciales. M. Rabinovitch lui-même a demandé si ce service peut prétendre au titre de radiodiffuseur public alors que plus de 50 p. 100 de ses revenus viennent de sources commerciales.

La dépendance envers les revenus commerciaux a inévitablement des conséquences sur les émissions. Les cadres supérieurs de la CBC cherchent à diffuser un contenu plus populaire. Ils accordent aussi une grande importance aux cotes d'écoute au moment de prendre leurs décisions. Il est vrai que les cotes d'écoute sont pertinentes pour n'importe quel radiodiffuseur, mais elles ne devraient pas être la préoccupation primordiale d'un radiodiffuseur public. La CBC devrait s'efforcer de mettre au point une image de marque reconnaissable et d'engager les Canadiens dans un dialogue national. Elle ne devrait pas être obnubilée par les cotes d'écoute.

Pour que la CBC puisse mieux remplir son mandat de service public et se concentrer davantage sur des émissions canadiennes novatrices, elle devrait se défaire de sa dépendance envers les revenus commerciaux. Bien sûr, nous disons que cela ne doit se faire que dans un scénario où les crédits du gouvernement sont augmentés.

Je passe maintenant au mandat. Du point de vue de la Guilde, CBC/Radio-Canada remplit à plusieurs égards son mandat de service public. Les services de radio sont supérieurs pour ce qui est de rejoindre leurs auditoires, le réseau de télévision en langue française de Radio-Canada s'est repositionné avec succès et le radiodiffuseur public a une solide présence sur l'Internet en anglais et en français. Il s'aventure également dans de nouveaux domaines, comme la baladodiffusion et la radio numérique.

Bien que CBC/Radio-Canada réussisse à faire un travail remarquable pour remplir son mandat de service public compte tenu des ressources limitées dont elle dispose, il y a néanmoins place à l'amélioration. Plus précisément, le service qui est le plus en difficulté est la télévision en langue anglaise. Voici nos recommandations pour ce service.

Le premier problème est celui des dramatiques canadiennes. On devrait aider CBC/Radio-Canada à mettre en oeuvre son projet consistant à devenir un chef de file dans la diffusion de dramatiques canadiennes originales. Le radiodiffuseur public a l'obligation de produire et d'acquiescer des émissions et des séries dramatiques canadiennes qui sont audacieuses, divertissantes et à l'avant-garde.

Deuxièmement, les sources de financement de rechange. La SRC devrait continuer de former des alliances stratégiques avec d'autres diffuseurs pour aider à la création et à la diffusion d'émissions canadiennes de qualité, en particulier des dramatiques.

La SRC devrait être tenue de diffuser 100 p. 100 de contenu canadien au cours des heures de grande écoute. À l'heure actuelle, ce niveau se situe à environ 80 p. 100. La grille horaire en soirée est canadienne.

Quant aux longs métrages canadiens, CBC/Radio-Canada devrait être tenue de diffuser un plus grand nombre de nouveaux longs métrages canadiens afin de donner aux Canadiens d'un bout à l'autre du pays l'occasion de voir les longs métrages réalisés chez nous.

●(0955)

Vient ensuite l'engagement à diffuser des émissions canadiennes. Pour que la SRC devienne un chef de file en matière de programmation, il est essentiel qu'elle soit entièrement engagée envers les émissions canadiennes qu'elle diffuse. Cela peut se faire au moyen des activités de promotion, de publicité, d'autopublicité intermédia, et par la grille horaire.

**Mme Pamela Brand:** Une autre composante du mandat de CBC/Radio-Canada dont nous voudrions discuter est le reflet des réalités régionales. Comme on l'a dit, la SRC a un très vaste mandat. La plupart des éléments de ce mandat sont essentiels et doivent être maintenus. Cela inclut les aspects culturels, bilingues et multiculturels du service. Le mandat devrait toutefois être limité en fonction des ressources disponibles, s'il n'y a aucune volonté politique d'augmenter le financement public. C'est une question délicate, mais la Guilde recommande que le comité permanent révise la composante régionale du mandat de la CBC. Nous demandons respectueusement que vous envisagiez d'adopter une nouvelle approche dans la définition du service aux régions et que vous fassiez une recommandation à cet égard au Parlement.

Nous voudrions enfin aborder un dernier point, celui des nouveaux médias. Il est essentiel que la CBC ait une présence dans les nouveaux médias — en fait, c'est essentiel pour tous les radiodiffuseurs — afin de continuer à rejoindre ses auditoires et de se ménager une place importante dans le nouvel environnement médiatique du XXI<sup>e</sup> siècle. Comme on l'a dit, CBC/Radio-Canada a une solide présence dans les nouveaux médias, puisqu'elle offre des émissions radio en baladodiffusion, un contenu mobile et des bulletins d'information en ligne. Tous ces services doivent être maintenus et même renforcés. Pour ce faire, il faut donner un financement suffisant à CBC/Radio-Canada.

Monique.

**Mme Monique Lafontaine:** En terminant, nous voudrions réaffirmer que CBC/Radio-Canada fait du très bon travail pour ce qui est de remplir son mandat compte tenu des ressources limitées

dont elle dispose. Il est toutefois essentiel d'augmenter le financement du radiodiffuseur public du Canada afin qu'il puisse maintenir et renforcer son rôle de chef de file dans la création d'émissions canadiennes, en particulier des dramatiques. C'est le rôle de la Société Radio-Canada. Aucun autre radiodiffuseur ne va s'en charger.

Un financement accru permettra à CBC/Radio-Canada de réduire sa dépendance envers les revenus commerciaux et de se concentrer davantage sur l'offre d'un contenu dans lequel les Canadiens se reconnaissent. Nous exhortons votre comité à recommander au Parlement d'augmenter le niveau de financement de CBC/Radio-Canada. Faute d'une augmentation de son budget, il faudrait en limiter le mandat de manière à tenir compte des ressources disponibles. Nous encourageons le comité permanent à recommander au Parlement d'énoncer une nouvelle approche quant à l'obligation pour le radiodiffuseur public de refléter les régions du pays.

Nous vous remercions de nous avoir donné cette occasion de vous faire part de nos commentaires et nous sommes prêts à répondre à toutes vos questions.

**Le président:** Merci beaucoup.

Nous entendrons maintenant Mme Lareau, qui représente la Guilde canadienne des médias.

**Mme Lise Lareau (présidente nationale, Guilde canadienne des médias):** On dirait que c'est à moi.

Oh, non, en voilà un qui arrive à point.

**M. Bruce Claassen (président, Canadian Media Directors Council):** Salut.

**Le président:** Bonjour.

C'est le représentant du Canadian Media Directors Council.

**M. Bruce Claassen:** C'est bien cela.

**Le président:** Monsieur Claassen, je savais que vous étiez ici tout à l'heure. Je vous souhaite la bienvenue. Je vous demanderais d'être le plus bref possible.

**M. Bruce Claassen:** Je n'ai qu'une seule page.

**Le président:** Parfait.

Merci.

**M. Bruce Claassen:** Je suis le président du Canadian Media Directors Council. À titre d'information, pour ceux d'entre vous qui ne le sauraient pas, le Canadian Media Directors Council représente la plupart des acheteurs commerciaux de temps d'antenne au Canada, ce qui comprend l'achat de temps d'antenne à la télévision de la CBC et de Radio-Canada. Nous représentons entre 80 et 90 p. 100 de tous les achats au Canada, soit environ sept à huit milliards de dollars d'achat dans les médias. Je témoigne ici aujourd'hui pour défendre les intérêts de mes collègues avec lesquels je travaille pour mettre au point notre point de vue sur ce que devrait être à notre avis le mandat de la SRC.

J'ai six ou sept points à aborder, dont la plupart ne sont pas incompatibles avec des déclarations que j'ai entendues ici même. Je vais mettre l'accent sur la télévision, parce que la radio n'est pas commerciale. Nous ne nous intéressons pas vraiment à ce média en particulier, nous n'avons pas vraiment de rôle à y jouer et nous n'avons rien à ajouter à ce sujet.

Le Canadian Media Directors Council croit qu'un réseau de télévision de la SRC solide et en bonne santé est manifestement extrêmement précieux pour les annonceurs télévisuels canadiens. Dans le contexte de ce qui se passe aujourd'hui, compte tenu de la concentration croissante et de la fusion des entreprises médiatiques dans notre pays, veiller à préserver un environnement concurrentiel offrant de nombreuses voies et possibilités présente un intérêt extraordinaire pour nous à titre d'acheteurs. Par conséquent, nous sommes catégoriquement et sans réserve en faveur d'une télévision de la SRC en bonne santé.

Nous croyons aussi que la télévision de la SRC représente un précieux débouché commercial pour les annonceurs et contribue à la santé générale du marché télévisuel commercial au Canada. Je suppose que mes propos confirment que nous croyons assurément que le volet publicitaire et, je le suppose, les revenus qui en découlent, ont certainement une grande importance pour la télévision de la SRC, mais c'est également important pour nous à titre de débouché nous permettant de rejoindre les Canadiens.

Le CMDC croit fermement que la télévision de la SRC doit mettre l'accent sur la création et la diffusion d'émissions de qualité qui présentent un intérêt pour un vaste éventail de Canadiens. Ma collègue Pamela a fait observer que les revenus de la télévision constituent une portion considérable du budget global de la SRC. Si l'on veille à ce que la SRC diffuse des émissions de qualité, son auditoire va demeurer nombreux et peut-être même augmenter. Il y a une corrélation directe entre la croissance de l'auditoire et les revenus. Pour vous en donner une idée, si l'auditoire moyen de la télévision de la SRC augmentait de seulement 25 p. 100, cela ajouterait près de 100 millions de dollars au budget global de la SRC. Nous préconisons fortement la création et l'acquisition d'émissions de qualité, qu'il s'agisse d'émissions canadiennes ou d'autres types d'émissions. Nous n'avons pas de point de vue à ce sujet; ce qui importe, c'est que les émissions soient de qualité et rejoignent un vaste éventail de Canadiens.

Le CMDC est profondément convaincu que la télévision de la SRC doit demeurer active dans la présentation d'épreuves sportives de grande qualité au Canada. Les Canadiens sont extrêmement forts dans beaucoup de sports qui présentent peut-être plus ou moins d'intérêt pour nos voisins américains. Je pense que la SRC a fait du travail louable à cet égard. On peut donner l'exemple du curling. Nous croyons que la SRC doit maintenir sa position à titre de diffuseur réputé d'épreuves sportives. Il est clair que cela intéresse les Canadiens et reflète assurément les sports dans lesquels le Canada a une solide présence et réputation.

Le CMDC croit fermement que la SRC a l'occasion de rejoindre des auditoires particuliers, des gens qui regardent habituellement très peu la télévision, en offrant des émissions de qualité qui ne sont pas disponibles ailleurs au Canada. En disant cela, je rejoins probablement les propos de la Guilde des réalisateurs. Il existe des émissions qui sont uniques au Canada et des émissions qui rejoignent uniquement l'auditoire spécifiquement attiré vers la télévision de la SRC. Ces auditoires ont une certaine valeur pour les annonceurs de notre pays. Nous exhortons la SRC à continuer de prendre des initiatives dans ce créneau de programmation.

Le CMDC croit fermement que la télévision de la SRC doit également accorder une grande valeur à la création et à la diffusion d'émissions de grande qualité. Nous voulons dire par là que la valeur d'une émission doit se mesurer d'après sa qualité et pas nécessairement ou exclusivement d'après sa provenance. Quand je parle de provenance, je ne veux pas dire les États-Unis contre le Canada. Je veux dire qu'il n'est pas absolument nécessaire que les émissions

soient produites par la SRC. Elles peuvent l'être par des producteurs indépendants. Elles peuvent être produites dans d'autres pays du monde. Il faut essentiellement mettre l'accent sur la qualité des émissions par opposition à leur origine.

• (1000)

Enfin, et non le moindre, et peut-être cela ne vous étonnera-t-il pas, le CMDC croit fermement qu'il faut maintenir le statut commercial de la télévision de la SRC.

Et c'est tout pour moi.

**Le président:** Je vous remercie beaucoup pour cet exposé.

Nous allons maintenant passer à Mme Lareau.

**Mme Lise Lareau:** Bonjour.

Je suis par ailleurs productrice de télévision à la SRC et je sais à quoi ressemble une horloge; je vais donc limiter la durée de mon allocution en fonction de vos besoins.

Je m'appelle Lise Lareau. Je suis présidente nationale de la Guilde canadienne des médias. Je suis accompagnée de Marc-Philippe Laurin, qui est le président de notre section à la SRC, et de Benoit Cantin, qui est l'animateur d'une émission de radio régionale de l'Ontario appelée *L'Ontario aujourd'hui*.

Nous représentons les gens qui sont en première ligne à la SRC, ceux qui font les émissions dont nous parlons, ceux qui vendent des annonces, tous ceux grâce à qui cette radiodiffusion existe: les animateurs, les producteurs, les vedettes, les non-vedettes, enfin tout le monde.

Ces dernières semaines, vous avez entendu dire beaucoup de bien et aussi un peu de mal au sujet de notre radiodiffuseur public national. En bout de ligne, ce que nous espérons vraiment de votre part, je veux dire les quatre partis représentés au comité, c'est que vous retiendrez l'idée que la SRC est une importante institution culturelle que nous aimons tous, et que vous tomberez d'accord ne serait-ce que sur quelques éléments.

Nous sommes nombreux autour de cette table — je vois deux ou trois visages connus — à être des vétérans de ces multiples processus d'audience visant à examiner l'orientation de la SRC. Si je pouvais vous amener à vous mettre tous d'accord sur un petit nombre d'éléments et si cela pouvait survivre à la politique en cette ère de gouvernement minoritaire, nous tous qui travaillons à la SRC vous serions vraiment reconnaissants.

J'espère que vous avez lu notre mémoire, intitulé *Un appel à l'aide*. Si vous l'avez fait, vous avez une petite idée de notre position. Aujourd'hui, nous nous concentrons sur les recommandations et non pas sur les lamentations, sur les aspects positifs et non pas négatifs.

En dépit des temps difficiles que nos membres ont vécus ces dernières années, nous sommes encore, à une majorité écrasante, passionnés par notre travail qui consiste à donner tous les jours aux Canadiens des nouvelles, des analyses, des rires et des pleurs, une présence amie et matière à réflexion. Nous travaillons pour rejoindre tous les Canadiens, peu importe où se trouve notre auditoire, peu importe où ils habitent, quel âge ils peuvent avoir ni comment ils choisissent de se brancher sur la SRC.

Il importe de souligner que la SRC n'est plus celle qu'ont connue nos grands-parents. Elle a changé. Depuis que les représentants de la SRC ont comparu devant vous, les cotes d'écoute radiophonique nationale ont été publiées. Dans quatre marchés urbains, l'émission radio du matin est numéro un. Cela en dit long.

La SRC est plus urbaine et attire un auditoire plus jeune qu'on a parfois tendance à le croire. Des émissions de télévision comme *The Rick Mercer Report*, *The Hour* et *Tout le monde en parle* intéressent les Canadiens de tous les groupes d'âge — c'est rare à la radio et à la télévision — qui veulent suivre avec sérieux et humour l'actualité politique, sociale et culturelle de notre pays.

L'aspect peut-être le plus important à l'aube du XXI<sup>e</sup> siècle, c'est que ces émissions sont de plus en plus suivies et souvent disponibles seulement sur de nouvelles plateformes médiatiques. Je sais que les gens de la SRC vous l'ont redit tout à l'heure, mais je rappelle que le site Web de CBC et de la SRC est devenu l'un des plus populaires auprès des internautes canadiens.

Les services de nouvelles de CBC/Radio-Canada demeurent les sources d'information auxquelles on fait le plus confiance. Nous le savons. Depuis les reportages d'enquête de l'émission *The Fifth Estate*, qui vient tout juste de faire éclater le scandale des loteries en Ontario, et de *Zone libre*, jusqu'à la couverture journalistique quotidienne assurée par ses nombreuses équipes de reporters radio et télé, les Canadiens comptent vraiment sur CBC et Radio-Canada pour les informer. C'est devenue partie intégrante de notre patrimoine. Et il y a beaucoup de vie dans la boîte, en dépit des apparences, parfois.

En même temps, il faut noter que je ne représenterais pas nos membres si je ne disais pas que pour beaucoup d'entre nous, la SRC n'est pas un simple gagne-pain. C'est vraiment le travail de toute une vie, c'est une vocation. Cet engagement transparait dans presque toutes les tâches que nous accomplissons. Et c'est pourquoi, après de longues années d'incertitude financière, de débat et diverses luttes, les Canadiens continuent d'appuyer la SRC et sont scandalisés quand on veut la leur enlever.

Qu'est-ce qui résoudrait certains problèmes avec lesquels nous avons été aux prises et dont vous avez entendu parler? Eh bien, pour commencer, un mandat positif et à long terme de la part du Parlement. Vous avez entendu bien des gens le dire. Si nous n'avons pas une idée claire de ce que fait la SRC, c'est difficile de fonctionner. Nous souscrivons donc aux propos des dirigeants de la CBC et de Radio-Canada en réclamant un mandat de dix ans qui énonce les attentes des Canadiens envers leur radiodiffuseur public. C'est vraiment le point de départ.

●(1005)

Deuxièmement, et tout aussi fondamental, il y a un financement accru et stable. Vous avez entendu beaucoup d'intervenants vous parler de l'étude de Nordicity montrant où se situe la SRC dans le monde en termes de financement. Nous savons qu'elle est tout en bas. La Nouvelle-Zélande et un autre pays sont derrière nous. Il n'importe pas vraiment de savoir où nous nous situons en termes de financement par habitant par année, compte tenu de l'identité de notre plus proche voisin. La moyenne est de 80 \$ par année pour tous les pays industrialisés. Aujourd'hui, la CBC se situe à 33 \$ par année par habitant, comme on vous l'a dit. Nous recommandons que ce montant soit porté à 45 \$ par habitant, graduellement au cours des dix prochaines années, et qu'il soit indexé à l'inflation, ce qui est essentiel. Les représentants de la SRC et d'autres intervenants vous l'ont dit: c'est bien beau d'avoir un chiffre donné, mais si le montant n'est pas indexé à l'inflation, on perd de l'argent d'année en année.

Je sais que vous êtes fatigués de l'entendre, mais je ne ferais pas mon travail si je ne réitérais pas cet argument.

Si votre comité ou d'autres arrivaient avec une proposition consistant à remplacer une partie de ce financement ou à éliminer la publicité à la SRC, mon ami ici présent ne serait pas heureux. J'en

parlerai dans un instant, mais il nous faudrait évidemment envisager 45 \$ par habitant. Ce ne serait probablement pas suffisant dans ce contexte.

Pourquoi la SRC a-t-elle besoin de plus d'argent? Il lui faut plus d'argent pour rejoindre les Canadiens où qu'ils se trouvent avec la radio, la télévision et les nouveaux médias. Vous avez entendu des appels désespérés en ce sens et nous y reviendrons un peu plus tard. De plus, si je pouvais changer ne serait-ce qu'un seul élément à la SRC, ce serait la structure de gouvernance, de manière à lui permettre de fonctionner librement, sans crainte d'ingérence politique, et d'être vraiment comptable devant les Canadiens. Nous en discuterons un peu plus tard.

Je voudrais d'abord céder la parole à mon collègue Marc-Philippe Laurin.

●(1010)

[Français]

**M. Marc-Philippe Laurin (président, Section CBC, Guilde canadienne des médias):**

Bonjour. Je m'appelle Marc-Philippe Laurin et je suis le président de la sous-section SRC/CBC de la Guilde canadienne des médias. Je représente les employés de la CBC à l'extérieur de la province du Québec. Je suis aussi, dans mon travail quotidien, réalisateur associé technicien à la radio locale de Radio-Canada à Ottawa.

J'aimerais vous parler un peu de ce qui se passe quant à l'infrastructure de notre diffuseur public. La guilde se préoccupe beaucoup du fait que la société n'a évidemment pas les moyens financiers de protéger ses atouts culturels et technologiques, atouts qui lui permettent de fournir de la programmation à toutes ses plateformes afin de la diffuser à tous les Canadiens, y compris aux minorités linguistiques partout au pays.

[Traduction]

Nous croyons que l'infrastructure de CBC/Radio-Canada est en déclin. Cela nous préoccupe. Beaucoup des décisions auxquelles la Société est aujourd'hui confrontée pour ce qui est de changer des éléments importants de son infrastructure sont causées à notre avis en partie par le fait qu'elle ne peut pas justifier les dépenses quand une part tellement importante de sa programmation est maintenant achetée à des producteurs indépendants. Je tiens à être clair là-dessus. Nous appuyons assurément le rôle que jouent les producteurs indépendants en fournissant du contenu canadien, mais nous croyons aussi que CBC et Radio-Canada doivent pouvoir continuer à produire des émissions originales que l'on ne peut trouver nulle part ailleurs.

Comme vous le savez, CBC/Radio-Canada propose aussi de réduire grandement sa diffusion d'émissions gratuites par ondes hertziennes, en opérant la transition au numérique. C'est à cause du fait que la Société, encore une fois, n'a pas les ressources voulues pour mettre à niveau tous ses émetteurs de télévision. Nous savons que vous avez déjà entendu cet argument et nous partageons les préoccupations des petites localités comme Kamloops, en Colombie-Britannique, qui risquent de perdre l'accès libre et gratuit aux émissions de leur radiodiffuseur public. Nous trouvons que c'est inacceptable. Non seulement cela prive de leurs droits les Canadiens qui habitent dans les petites villes et les régions rurales, mais de plus, cela changerait fondamentalement le rôle du radiodiffuseur public qui deviendrait un service spécialisé coincé et perdu dans un univers de 200 canaux, au lieu d'être un service public accessible à tous.



Les dirigeants du radiodiffuseur public ont déclaré que c'est une affaire de politique publique et nous sommes entièrement d'accord avec eux. Même en Allemagne, où seulement 5 p. 100 de la population reçoit les signaux de télévision par ondes hertziennes, les radiodiffuseurs publics ont été forcés de remplacer complètement la transmission analogique par un réseau numérique sans perdre un seul auditeur. Pour eux, c'était une affaire de politique publique et nous croyons qu'il devrait en aller de même au Canada. C'est pourquoi nous exhortons le Parlement à donner un budget ponctuel à CBC/Radio-Canada pour lui permettre de mettre à niveau son infrastructure actuelle de transmission pour passer de l'analogique au numérique.

Le radiodiffuseur public doit continuer à offrir un accès généralisé aux émissions de CBC/Radio-Canada par ondes hertziennes à tous les Canadiens dans toutes les régions du Canada, sans en priver un seul téléspectateur.

Je voudrais maintenant céder la parole à mon ami Benoit.

• (1015)

[Français]

**M. Benoit Cantin (membre, Guilde canadienne des médias):** Bonjour, mon nom est Benoît Cantin. Je suis journaliste-animateur à Radio-Canada depuis maintenant sept ou huit ans. Grâce à la société et à mon travail, j'ai eu la chance de parcourir une bonne partie du Canada. J'ai travaillé à Ottawa, à Toronto et à Vancouver. Mes affectations m'ont mené un peu partout, de Winnipeg à Saskatoon, en passant par Edmonton et Whitehorse.

Que la Société Radio-Canada est importante pour les francophones! Radio-Canada représente un diffuseur exceptionnel, par la qualité et la variété de sa programmation partout au Canada. Peu importe où vous vous trouvez, vous pouvez goûter à la saveur locale en écoutant, par exemple, l'émission du matin de la radio de Radio-Canada à Moncton. Vous pouvez découvrir les enjeux sociaux qui touchent les Albertains simplement en regardant *Le Téléjournal* de l'Alberta et savourer le charmant accent franco-manitobain en écoutant CKSB.

Ce qui est frappant, chaque fois qu'on visite les régions d'une province canadienne, c'est justement de constater non seulement la présence de francophones, mais leur vivacité, la vitalité et la fougue avec lesquelles ils défendent leur langue et leur culture. Peu importe leur nombre, qu'ils soient concentrés en un lieu ou encore dispersés sur un vaste territoire, ces francophones grandissent, étudient et vivent en français.

Une grande partie de ce qui ressemble, à mon avis, à un tour de force va justement au crédit de Radio-Canada qui, depuis 50 ans, joue un rôle crucial pour toutes ces communautés. Elle joue un rôle de rassembleur, mais aussi d'instrument catalyseur pour la langue française. Le diffuseur public doit maintenir, même renforcer sa présence dans les régions canadiennes, qui représentent la couleur de la francophonie canadienne. Radio-Canada rend d'immenses services aux francophones, qui lui rendent d'ailleurs très bien la pareille en étant de fidèles auditeurs, de fidèles téléspectateurs.

Je vous donne un exemple. Il y a à peine deux ans, lors du lancement du signal de la télévision de Radio-Canada Colombie-Britannique à Whitehorse, au Yukon, les francophones de l'endroit n'ont pas cessé de répéter à quel point ils étaient heureux. Ils m'ont dit qu'ils allaient enfin pouvoir se voir. Il existe donc un lien très privilégié entre les francophones qui vivent en milieu minoritaire et Radio-Canada.

Les préoccupations des Torontois francophones ne sont pas nécessairement les mêmes que celles des francophones de Victoria. La réalité des francophones de Sudbury diffère de celle des Réginois, par exemple. Il est essentiel que cette diversité régionale puisse resplendir à l'antenne de la radio et de la télévision de Radio-Canada. C'est ce qui fait sa richesse, sa force, sa raison d'exister aussi.

En un mot, Radio-Canada doit demeurer présente en région, et ce, plus que jamais en cette époque de multiplication des canaux, de radio satellite, d'Internet, etc. La Société Radio-Canada agit pour les francophones comme un phare dans une mer anglophone.

Merci.

[Traduction]

**Mme Lise Lareau:** Vous avez probablement beaucoup entendu parler ces dernières semaines des progrès technologiques, de l'Internet, des nouveaux médias, et d'aucuns soutiennent que nous n'avons pas besoin de tout cela. La diversité s'accroît énormément dans notre univers. À mon avis, il y a une idée fautive selon laquelle chacun a ainsi accès à davantage d'information. Je soutiens qu'il y a peut-être beaucoup d'opinions, d'interactions, de blogues — il n'y a pas de doute là-dessus —, mais qu'en fait, il est devenu plus difficile d'obtenir des nouvelles et de savoir ce qui se passe dans nos collectivités locales. Vous n'avez qu'à le demander à n'importe qui parmi ceux qui font les événements. Aujourd'hui, c'est plus difficile que jamais d'avoir des nouvelles locales. C'est probablement surtout à cause de l'amalgamation. Il faudrait probablement confier l'étude de cette question à tout un groupe de gens. Mais les nouvelles locales sont en difficulté. On n'en fait plus. On ne s'en occupe plus dans les grands marchés, ni dans les petits marchés ni dans les marchés moyens. C'est l'une des raisons pour lesquelles votre comité a je crois exhorté la SRC à élaborer un plan pour revitaliser ses services locaux et régionaux.

Eh bien, la bonne nouvelle est que la SRC a justement commencé à le faire. Elle augmente sa programmation de nouvelles locales à la télévision, passant d'une demi-heure à une heure, et ajoute à sa grille horaire des émissions sur le mode de vie régional. C'est une excellente décision. Nous nous en félicitons, parce qu'à titre de journalistes et de consommateurs de nouvelles canadiennes, nous avons été témoins en première ligne de ce déclin de la programmation locale. Mais tout cela se fait sans injection d'argent neuf, et cela se fait un peu de bric et de broc. Nos gens travaillent fort pour faire ces émissions, mais ils n'ont aucun argent neuf et il y aura inévitablement des anicroches et ce ne sera pas aussi bien que ce pourrait l'être si c'était bien financé. C'est donc une autre raison pour laquelle il faut augmenter le financement.

Je sais que Bev Oda, dans un discours qu'elle a prononcé ici à Toronto durant l'hiver, il y a à peu près huit semaines, a évoqué le besoin d'émissions locales et le déclin de la programmation locale depuis cinq ou six ans.

Par conséquent, pour pouvoir financer cette initiative locale, la SRC est obligée de couper dans d'autres secteurs importants ou de mettre davantage l'accent sur des émissions plus commerciales aux heures de grande écoute. Nous n'aimons ni l'une ni l'autre de ces éventualités. Vous avez entendu ce matin un groupe qui dénonçait le fait que la SRC ne fait plus d'émissions littéraires, par exemple. Je sais que vous avez entendu les... Je ne me rappelle plus du nom de l'organisation. Je crois que cela résulte directement du fait que le radiodiffuseur a été récemment forcé de réaménager sa grille horaire pour augmenter les revenus publicitaires et qu'il ne peut plus faire les émissions qu'il devrait diffuser à titre de radiodiffuseur public.

Nous vous exhortons donc non seulement à recommander l'augmentation que j'ai évoquée tout à l'heure — le crédit de 45 \$ par année par Canadien —, mais aussi à recommander explicitement qu'une partie de cet argent neuf soit consacrée à la fourniture d'émissions, d'information et autres, locales.

Comme je l'ai dit tout à l'heure, je vous implore d'être à l'écoute des nombreux appels que vous avez entendus de la part d'autres groupes, pas seulement nous, qui réclament un changement du modèle de gouvernance de la SRC. Je sais bien que la gouvernance, ce n'est pas très jojo et que personne n'aime être obligé de s'en occuper. J'ai compris le message. Mais nous en subissons le contrecoup tous les jours et il faut absolument apporter un changement. Comme je l'ai dit tout à l'heure, cela fait dix ans que je fais mon travail et je peux dire que nous devons trouver un nouveau modèle de gouvernance à la SRC. Je vous en prie, si vous faisiez cela et si c'était votre seul accomplissement comme groupe coordonné, nous vous en serions grandement reconnaissants.

Savez-vous qu'à l'heure actuelle, le président-directeur général de la SRC est nommé à titre amovible par le cabinet du premier ministre? Par conséquent, on ne sait pas très clairement qui a le dernier mot à la SRC. Les gouvernements en place hésitent beaucoup, et c'est compréhensible, à s'ingérer dans les affaires de la SRC, et nous ne voulons pas qu'ils le fassent, mais quand le président est nommé à titre amovible par le gouvernement, cela devient très flou. Ce n'est certainement pas le meilleur cadre pour assurer de bonnes décisions, peu importe qui occupe le poste. Par conséquent, le conseil de la SRC doit pouvoir nommer et congédier le président. C'est fondamental en matière de gouvernance.

D'où devraient venir les membres du conseil? Nous recommandons que le conseil soit nommé par un comité parlementaire multipartite, que ce soit le vôtre ou un autre, en fonction d'une série de compétences exigées. Je sais que d'autres qui ont témoigné devant vous ont recommandé que l'on continue de procéder aux nominations par décret, mais que celles-ci soient ensuite confirmées par le Parlement. Ce modèle comporte diverses variantes. En fin de compte, ce qui est important, c'est que, quelle que soit la méthode que vous recommanderez, le processus soit ouvert et transparent. Comme d'autres l'ont dit, il doit y avoir deux postes distincts de président du conseil et de président.

• (1020)

Ce sont nos recommandations, parce que la SRC ne deviendra meilleure que si elle est véritablement indépendante du gouvernement, si elle est perçue comme étant indépendante du gouvernement, et si elle fonctionne de telle manière que les responsables soient comptables de leurs décisions.

**M. Marc-Philippe Laurin:** Je vois que M. Schellenberger me regarde, mais nous en sommes aux deux derniers paragraphes.

[Français]

En guise de conclusion, nous aimerions revenir sur les trois messages clés de notre présentation.

[Traduction]

Le premier message est que CBC/Radio-Canada fournit un important service public et qu'elle doit être renforcée pour affronter l'ère numérique du XXI<sup>e</sup> siècle, marquée par des changements rapides. Le Parlement doit augmenter les crédits qu'il accorde au radiodiffuseur public, lesquels doivent passer de 33 \$ par Canadien à 45 \$ par Canadien par année au cours des 10 prochaines années. Cela placerait le Canada plus près de la moyenne des pays

industrialisés pour ce qui est du financement d'un service à la population aussi important.

Enfin, le Parlement doit donner au radiodiffuseur public un mandat de dix ans. Ce nouveau mandat doit respecter les valeurs et les besoins des Canadiens d'un bout à l'autre du pays. Il faut s'engager fermement à appuyer la programmation locale et régionale. Et enfin, avant l'échéance de dix ans, le mandat devrait être réexaminé, encore une fois dans le cadre d'un processus public tel que celui-ci, mené par le Parlement.

[Français]

Voilà, c'est la fin de notre présentation. Au nom de Lise Lareau et de Benoît Cantin, j'aimerais vous remercier sincèrement de nous avoir permis d'ajouter notre voix à cet important débat. Nous sommes ouverts à vos questions et prêts à y répondre.

[Traduction]

**Le président:** Merci.

Nous aurons un seul tour de table, chaque intervenant aura cinq minutes et je serai strict.

• (1025)

**Mme Tina Keeper (Churchill, Lib.):** Je veux vous interroger au sujet de votre recommandation sur la structure de gouvernance. Nous avons entendu cela bien souvent. Vous faites des suggestions et d'autres intervenants en ont fait aussi sur la structure de gouvernance souhaitable. Pouvez-vous nous dire pourquoi vous cherchez aussi désespérément à mettre en place une nouvelle structure de gouvernance? Quelles ont été à votre avis les conséquences de la structure actuelle?

**Mme Lise Lareau:** Par où commencer?

Je ne veux pas dénigrer les gens qui occupent actuellement les postes de direction. Cela dit, je dirais que le lockout était probablement le meilleur exemple, l'exemple le plus frappant. À ce jour, on ne sait toujours pas clairement qui allait mettre fin à ce lockout. Les Canadiens? Le cabinet du premier ministre donnant des ordres au président?

À l'époque, on nous a dit au CPM: « Vous savez, nous ne pouvons pas donner des ordres au président. Il est nommé à titre amovible et nous ne voulons pas nous ingérer dans les affaires de la SRC. » Donc, le gouvernement ne veut pas s'ingérer dans les affaires de la SRC, mais le gouvernement nomme le président. Vous voyez où je veux en venir: personne ne pouvait mettre fin à ce lockout.

Je ne vais pas faire une leçon d'histoire, mais l'affaire a pris fin à la fois parce que le gouvernement de l'époque a manifesté sa volonté politique et parce que les Canadiens ont parlé haut et fort et ont exigé qu'on y mette fin. Mais ce n'est pas une personne en particulier qui a dénoué l'impasse. C'est un bon exemple.

Il y en a d'autres, dans des décisions clés en matière de politiques, où le conseil n'a pas été suffisamment informé, essentiellement parce que beaucoup de ses membres sont nommés sans avoir nécessairement de l'expérience en radiodiffusion. Nous suivons les travaux du conseil et nous savons que, souvent, des décisions vraiment fondamentales ne font pas l'objet d'un débat approfondi.

Je dirais que les responsables accueilleraient à bras ouverts un changement à la structure de gouvernance. Aujourd'hui, une fois de plus, c'est le président qui est président du conseil, car ce dernier poste était vacant, et n'oubliez pas que nous étions dans la même situation juste avant le lockout. Le président et le président du conseil étaient la même personne, parce que Carole Taylor venait juste de démissionner. Quand cela arrive, il y a convergence d'intérêts. Le président du conseil doit avoir à l'esprit l'intérêt public. Quand ce président du conseil est le même que celui qui dirige l'équipe de gestion, nous avons convergence des pouvoirs et des intérêts dans la même personne, ce qui est très mauvais.

Je me ferai un plaisir de vous en parler ailleurs. Il y a beaucoup d'autres exemples. Je ne veux pas m'attarder non plus aux personnes en cause. Ce n'est pas un problème de personnalités. Le président en place pourrait être la meilleure personne de l'humanité et ces problèmes persisteraient quand même.

**Mme Tina Keeper:** C'est un problème structurel.

**Mme Lise Lareau:** Oui.

**Mme Tina Keeper:** J'ai une brève question à l'adresse de la Guilde des réalisateurs.

Nous avons entendu les représentants de l'ACTRA et de la Writers Guild. Avez-vous perçu des conséquences importantes pour vos membres à la suite de la perte de dramatiques chez CBC?

**Mme Pamela Brand:** Absolument. Nous avons des réalisateurs qui ne travaillent pas. Beaucoup d'entre eux sont en chômage, de même que des concepteurs de production et des directeurs artistiques. La baisse du nombre de dramatiques à la CBC, de même que chez les radiodiffuseurs privés, a eu d'énormes conséquences.

**Mme Tina Keeper:** Merci.

**Le président:** Merci.

Madame Bourgeois.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Merci, monsieur le président.

Mesdames, messieurs, bonjour. Ma première question s'adresse à Mme Brand.

À la page 4 de la version française de votre mémoire, que j'ai reçue un peu avant ce matin et qui, je crois, a subi quelques changements.

**Mme Monique Lafontaine:** Est-ce que par hasard on pourrait obtenir une copie de cette version?

**Mme Diane Bourgeois:** La guilde recommande que les réseaux de télévision de la CBC/Radio-Canada commencent à réduire leur dépendance à l'égard des recettes publicitaires. Auriez-vous d'autres alternatives à proposer concernant la façon dont ils pourraient augmenter leur financement? En effet, c'est de cette façon que la SRC obtient une partie de son financement.

[Traduction]

**Mme Pamela Brand:** Oui. Nous encourageons les partenariats avec d'autres radiodiffuseurs, à titre d'exemple. Nous nous inspirons vraiment du modèle de la BBC. Nous pensons que c'est probablement le meilleur radiodiffuseur public au monde et c'est un modèle que nous recommandons. À la BBC, ils ont beaucoup de partenariats avec d'autres diffuseurs du Royaume-Uni et de l'étranger. Prenez par exemple la série *Rome*, qui a été très populaire. Elle a été faite en partenariat par la BBC et HBO. Nous encourageons ce genre de collaboration. Bien sûr, nous dirons

toujours par ailleurs qu'il faut que le gouvernement augmente son financement, qu'il faut des crédits plus importants du gouvernement.

Nous croyons que l'impératif commercial, bien qu'il soit important, car il faut bien que la CBC attire des auditoires, ne permet pas à la CBC, si elle doit être responsable et rendre des comptes aux annonceurs, d'être vraiment novatrice, à la fine pointe, de s'approprier les questions les plus pointues, que ce soit dans des dramatiques ou d'autres émissions, d'être indépendante, ou encore de prendre des risques et de faire des expériences. La BBC est en mesure de faire tout cela parce qu'elle n'a pas à rendre des comptes aux annonceurs. Voilà le modèle que nous recommandons fortement.

• (1030)

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Merci.

Ma deuxième question s'adresse au groupe de Mme Lareau. Je voudrais d'abord vous féliciter, madame Lareau, du courage et de la franchise que vous démontrez ce matin. Le fait que vous veniez nous parler de ce que vous vivez est quand même assez spécial.

Monsieur Cantin, vous avez livré un vibrant plaidoyer en faveur des francophones hors Québec pour ce qui est de l'importance qu'a Radio-Canada pour les francophones. Ceux-ci sont d'ailleurs venus nous en parler. Je suis d'accord avec vous, mais je mettrais quelques bémols. Je considère que Radio-Canada a contribué à relier les francophones hors Québec; toutefois, ceux-ci ne sont pas satisfaits des services qu'elle offre présentement.

Si le financement de la Société Radio-Canada était augmenté, seriez-vous d'accord pour qu'on lui demande une reddition de comptes plus transparente et détaillée?

**M. Marc-Philippe Laurin:** Voulez-vous répéter la dernière partie de votre question?

**Mme Diane Bourgeois:** Si, comme vous le demandez, on augmentait le financement de Radio-Canada, seriez-vous d'accord pour qu'on lui demande une reddition de comptes plus transparente et détaillée?

**M. Marc-Philippe Laurin:** Je crois qu'à partir du 1<sup>er</sup> septembre prochain, Radio-Canada sera assujettie à la Loi sur l'accès à l'information. Le public en général aura donc accès à toutes ces informations à compter de cette date.

Certaines décisions sont prises, mais je ne peux pas parler pour la direction de Radio-Canada. La programmation régionale et locale est un sujet qui a donné lieu à un grand nombre de discussions à l'interne, entre les employés et la direction. C'est très difficile pour nous, en tant qu'employés et pourvoyeurs de programmation, de sentir que les avenues disponibles sont restreintes pour ce qui est de diffuser la programmation et les images et de permettre aux gens, partout au pays, de se reconnaître.

À Radio-Canada, les 10 dernières années ont vraiment été très difficiles. Certaines décisions du diffuseur public n'ont pas fait le bonheur de tout le monde. En ce sens, une plus grande transparence permettrait-elle d'élargir le débat? Je serais porté à le croire. Je pense que c'est un des aspects de la révision du mandat de Radio-Canada. Nous espérons que les conclusions ou les recommandations auxquelles vous arriverez pourront répondre à cette question. Nous préconisons l'implication directe du public canadien plutôt qu'une entité gouvernementale qui gère le diffuseur public. Selon nous, celui-ci appartient aux Canadiens et aux Canadiennes, et ces derniers doivent s'impliquer. Il faut pour ce faire que la transparence soit encore plus prononcée.

**Mme Diane Bourgeois:** Vous et les autres témoins avez parlé de la culture canadienne. Il y a la culture et la connaissance. Selon moi, ce sont deux choses différentes. La culture, c'est Gabrielle Roy, par exemple, et la connaissance, ce sont les informations que nous offrent les médias. Par contre, ça fait partie de la culture.

Ne croyez-vous pas que le comité a un choix à faire? Devrions-nous choisir la culture ou le financement au profit de la culture?

• (1035)

**M. Marc-Philippe Laurin:** Je vous répondrais qu'il n'y a pas vraiment de choix à faire: il faut choisir les deux. À l'heure actuelle, en région, on diffuse beaucoup de nouvelles, d'informations, mais on ne parle pas de culture. On ne parle pas des gens des régions et des communautés, et c'est ce qui manque.

Je ne sais pas si cette réponse vous satisfait, mais c'est certainement notre point de vue.

**Mme Diane Bourgeois:** Très bien.

Merci, monsieur le président.

[Traduction]

**Le président:** Merci.

Nous allons passer à M. Angus.

**M. Charlie Angus:** Je vais poser ma question tout de suite, pour éviter de stresser notre honorable président.

Nous sommes allés à Winnipeg où l'on nous a peint un tableau très troublant, de la part de la communauté francophone et des artistes anglophones, à cause de la disparition des émissions régionales et de la vitalité qui existait là-bas il y a encore dix ans et qui s'est maintenant dissipée. C'est peut-être en partie le résultat de la crise du financement. Il semble que ce soit aussi un peu parce que l'empire a contre-attaqué, l'empire étant Montréal et Toronto. C'est le sentiment qu'on ressent dans les régions.

Je vois disparaître la capacité d'un centre comme Winnipeg de faire ses propres émissions et je me dis que nous sommes en train de centraliser tout cela à Toronto et à Montréal. Mais ensuite, je constate qu'on a décidé de fermer l'équipe de conception ici à Toronto pour se débarrasser de la capacité que nous avions ici même, dans cette ville, de faire des émissions.

Je veux vous demander, premièrement, pourquoi nous assistons à la disparition des émissions faites dans les régions. Deuxièmement, pourquoi, à votre avis, la décision a-t-elle été prise de se débarrasser de la capacité de faire des émissions ici, avec l'équipe de conception? Et troisièmement, il me semble que l'on se débarrasse d'un vaste éventail de ressources, notamment des costumes et des décors. Tout cela doit avoir beaucoup de valeur. Va-t-on les vendre sur eBay, ou bien avez-vous une idée de ce que l'on va en faire?

**Mme Lise Lareau:** Je vais commencer par dire ceci.

Quand vous irez visiter les locaux de la CBC cet après-midi, j'espère que vous demanderez à voir l'atelier où se trouvent tous les costumes, les accessoires et les immenses décors. Tout cela va fermer le 31 mai, mais tant que vous ne l'aurez pas vu de vos propres yeux, vous ne vous rendez pas compte de ce que la CBC va bientôt perdre. Je vous invite donc à demander que cela fasse partie de votre visite.

Pourquoi ferme-t-on le département de la conception? Pour trois raisons principales. La première tient aux règles du Fonds canadien de télévision. La CBC a pris la décision de ne pas produire ses propres émissions, sauf les bulletins de nouvelles et les émissions d'affaires publiques. Elle pourrait le faire, mais cela coûte cher en application des règles actuelles du Fonds canadien de télévision.

L'équipe de direction en place veut se concentrer sur l'achat d'émissions de l'extérieur, et les dirigeants croient que cela va régler la crise du financement. Ils s'imaginent qu'à cause du manque d'argent, ils doivent faire de la télévision très commerciale pour attirer les annonceurs.

À cause du manque d'argent, l'immobilier devient très attrayant à Toronto; les services en question nécessitent beaucoup d'espace et ils vont — ils vous le diraient eux-mêmes s'ils étaient devant vous — « monétariser » leurs actifs immobiliers et utiliser les locaux où se trouvent maintenant les ateliers de conception pour les offrir à bail à des magasins, des banques ou quoi que ce soit. Notre centre de radiodiffusion regroupant tout sous un même toit n'existera plus tel que nous le connaissons. C'est très triste.

Nous avons essayé d'intéresser la ville de Toronto pour qu'elle préserve une partie de ce patrimoine culturel, mais en fin de compte, je ne crois pas que ce soit à la ville d'en décider. Je félicite le maire Miller de s'être montré intéressé, mais en dernière analyse, c'est une décision canadienne.

À Montréal, l'atelier de conception de Radio-Canada est florissant et les dirigeants là-bas ont décidé qu'il fallait continuer de le faire marcher parce que c'est le centre de l'industrie de la production à Montréal. On pourrait en dire autant de notre centre de conception, mais l'on manque cruellement d'argent et les responsables voient une porte de sortie; ils croient que le temps est venu de vendre des actifs et ceci est un actif clé. C'est vraiment très triste.

Voilà l'histoire de la conception en cinq minutes ou moins. Il y aurait bien d'autres choses à dire. Je vous exhorte à essayer d'y jeter un coup d'oeil; c'est très triste que l'on doive perdre cela bientôt.

• (1040)

**M. Marc-Philippe Laurin:** Je voudrais ajouter une observation. Je pense que cela marque aussi un changement fondamental dans le discours de la CBC. Pendant des années, la CBC a toujours espéré pouvoir revenir un jour à la programmation originale faite à l'interne, aux émissions que la Société crée et possède elle-même, et qu'elle pourrait ensuite diffuser sur toutes ses différentes plateformes, mais je pense que l'on reconnaît maintenant, compte tenu du message qui a été envoyé par le Parlement il y a peut-être une vingtaine d'années, quand on a créé le FCT et transféré de l'argent de la CBC vers le fonds, qu'il n'est plus question de revenir à la situation antérieure et que cela ne se fera plus; les émissions seront faites dans le cadre de coproductions un peu partout au pays. On sera partie prenante dans des alliances.

Nous comprenons l'importance des producteurs indépendants, mais nous pensons aussi que la CBC a un rôle à jouer en créant ses propres émissions originales, libres de toute contrainte imposée par des licences qu'il faut accorder à quelqu'un d'autre, à une tierce partie, qui doit chercher avec réalisme à faire de l'argent. Un producteur indépendant cherche à élaborer un projet et à créer une émission qui va rapporter de l'argent, qui ne va pas nécessairement se retrouver sur une tablette quelque part. Il arrive parfois que certaines de nos meilleures émissions se retrouvent sur des tablettes, mais tout le monde ne cesse d'évoquer ensuite ce documentaire — il n'a peut-être pas fait un sou en revenus commerciaux, mais il est resté gravé dans notre mémoire.

Voilà ce qui s'est passé. La CBC s'est retirée de cela, en particulier pour les dramatiques et les comédies. C'est une décision délibérée qui a été prise en ce sens.

Par conséquent, quand je parlais de l'infrastructure tout à l'heure, on s'est demandé pourquoi garder cela? Qu'allons-nous en faire? On a donc pris la décision de le fermer, et voilà plus d'un demi-siècle de télévision — accessoires, costumes, patrimoine, tout le bataclan — qu'on s'appête à envoyer aux musées, à vendre, à archiver... Nous n'en sommes pas certains. Nous ne savons pas trop ce que l'on va en faire. Nous avons posé la question et nous n'avons pas eu de réponse très nette.

**Mme Lise Lareau:** Vous voudrez peut-être poser cette question avant de mettre fin à votre étude, parce que tout cela s'est passé pendant que vous meniez votre étude.

Pour revenir à votre question sur la gouvernance, nous avons imploré le conseil de reconsidérer cette décision. Je crois savoir que les membres du conseil en ont discuté pendant deux minutes à leur dernière réunion. C'est un autre exemple, à mon avis, d'une décision prise par un petit groupe de gens et qui va à l'encontre de l'intérêt public au sens large.

**Le président:** Je voudrais une précision sur un point, après quoi je donnerai la parole à Mme Brand.

Quand les changements ont-ils été apportés au FCT? Était-ce il y a 20 ans?

**Mme Pamela Brand:** Non, c'était il y a dix ans.

**Le président:** Mais vous avez dit 20 ans.

**M. Marc-Philippe Laurin:** Oui, il y a 20 ans, un changement a été apporté aux crédits accordés par le gouvernement à la CBC. Le budget a commencé à rétrécir et il y a eu tout un débat sur la CBC, les coproducteurs, la signature d'accords et toute cette problématique. Mais le FCT a été créé il y a dix ans.

Au cours des années précédentes, il y avait eu un débat constant sur le rôle de la CBC et sa participation à la production de dramatiques et comédies canadiennes.

**Le président:** D'accord, merci.

Madame Brand.

**Mme Pamela Brand:** Je voudrais seulement faire une observation sur les productions à l'interne. La Guilde des réalisateurs du Canada et, je crois, la Writers Guild of Canada et d'autres associations de créateurs déploient beaucoup d'efforts depuis de nombreuses années, pas seulement en ce qui a trait à la CBC, mais aussi d'autres radiodiffuseurs privés, pour obtenir que des producteurs indépendants produisent les émissions, en particulier les dramatiques, simplement parce que cela met en cause la question clé des droits des créateurs.

S'il se fait plus d'émissions dramatiques à l'interne à la CBC, nos réalisateurs ne touchent aucun droit de la CBC. Ils sont les coauteurs, avec les scénaristes, du travail audiovisuel, et tant que cette question ne sera pas réglée, nous ne pourrons pas donner notre accord pour qu'il se fasse plus d'émissions dramatiques à l'interne à la CBC ni dans d'autres radiodiffuseurs privés. C'est absolument essentiel. La CBC n'a pas été utile à cet égard.

**Le président:** Bon, merci beaucoup.

À cause des contraintes de temps, j'ai demandé à M. Fast de vous envoyer ses questions par écrit, s'il en a.

Nous allons faire tout de suite une très brève pause pour accueillir les témoins suivants. Essayons de faire vite.

Je remercie nos témoins de ce matin. À la prochaine période de questions, M. Fast aura la parole en premier.

Nous faisons une pause.

• (1040)

\_\_\_\_\_ (Pause) \_\_\_\_\_

• (1050)

**Le président:** Nous reprenons nos travaux. Je vous présente mes excuses, car nous commençons à prendre un peu de retard aujourd'hui.

Nous accueillons maintenant des représentants de la ville de Hamilton, du Centre for Community Study et de la Fondation du Musée canadien de la radiodiffusion. Je demanderais à Brian McHattie de bien vouloir faire son exposé. Essayons d'être le plus concis possible, pour que nous puissions ensuite poser des questions.

Merci.

**M. Brian McHattie (conseiller municipal, Ville de Hamilton):** Merci beaucoup, monsieur le président.

Je vais faire l'exposé au nom de Hamilton et Sonja est ici pour m'appuyer; nous allons prendre 10 minutes.

Bonjour à tous les membres du comité. Je m'appelle Brian McHattie et je suis conseiller municipal de la partie ouest de Hamilton. C'est mon deuxième mandat au conseil et je m'y plais beaucoup.

Je tiens à vous remercier de m'avoir permis de prendre la parole aujourd'hui. En ce moment même se déroule à Hamilton une séance tumultueuse du conseil au sujet du budget et je suis donc content d'éviter cela grâce à ma présence ici à Toronto ce matin. Je suppose que je devrai retourner là-bas pour attraper la fin du débat cet après-midi.

Je suis accompagné aujourd'hui de Sonja Macdonald du Centre for Community Study. C'est un organisme de recherche communautaire à but non lucratif qui travaille avec la ville de Hamilton pour accroître la diversité des médias dans notre communauté, à la fois dans le domaine de la radio et de la télévision.

Nous remercions le comité de nous donner l'occasion d'exprimer notre point de vue sur le mandat de la SRC. Comme tous les autres exposés que vous avez entendus ce matin, le nôtre mettra l'accent sur l'importance cruciale des éléments locaux et régionaux dans le mandat actuel du radiodiffuseur national.

Notre comparaison d'aujourd'hui s'inscrit dans la ligne des efforts déployés sans relâche par la ville pour créer un environnement médiatique local diversifié à Hamilton. Nous croyons que la SRC doit être un acteur central dans notre communauté pour aider à refléter fidèlement notre diversité pour les citoyens de Hamilton et, bien sûr, pour l'ensemble du pays.

J'ignore la teneur des exposés que vous avez entendus dans d'autres villes, mais ce que nous aimerions vous offrir aujourd'hui, c'est ce que j'appellerais une étude de cas sur les difficultés de l'expansion régionale du point de vue absolument local, du point de vue de la municipalité, en comparaison des niveaux provincial et national que vous êtes peut-être plus habitués à entendre de la part des témoins.

Pour commencer, je voudrais faire à l'intention des membres du comité un très bref survol de notre collectivité. Comme vous le savez peut-être, Hamilton est la neuvième région métropolitaine de recensement en importance au Canada, ayant une population de presque 700 000 habitants. La RMR a une taille comparable à celle de Québec et de Winnipeg et elle a toujours compté parmi les dix premières villes du Canada quant au nombre d'habitants. Hamilton est située à environ 60 kilomètres au sud-ouest de Toronto, où nous sommes aujourd'hui. Nous sommes situés à la pointe occidentale du lac Ontario.

L'environnement médiatique de Hamilton est tout à fait particulier. En dépit de sa taille, Hamilton est mal servie dans les médias locaux, ne comptant qu'une seule station de télévision locale et une seule station de radio diffusant des émissions locales. Comparez cette situation avec celle de Québec et de Winnipeg. Chacune de ces deux villes compte quatre stations locales de télévision et trois postes de radio diffusant des émissions locales; il y a une énorme différence.

L'une des principales raisons, et je suppose que cela vous est venu immédiatement à l'esprit, c'est que le secteur privé n'a pas investi dans la radiodiffusion traditionnelle dans notre région à cause de la proximité de Toronto, où nous sommes aujourd'hui. Ce problème est exacerbé par l'hypothèse voulant que le contenu local de Toronto réponde aux besoins de l'auditoire de Hamilton. Pourtant, les faits démentent cette assertion. On peut en donner comme exemple que l'émission de radio matinale qui a la plus forte cote d'écoute à Toronto, l'émission Metro Morning de CBC, rejoint seulement 4,7 p. 100 de l'auditoire de Hamilton. C'est juste à côté, à 60 kilomètres le long du lac, mais la réaction des gens est très différente à Hamilton.

En dépit de ces faits, le CRTC a rejeté dans de récentes décisions des demandes visant à créer des stations de télévision locales supplémentaires pour servir la région de Niagara et de Hamilton. Il en résulte que plus d'un million de Canadiens de notre région ne sont pas bien servis par la programmation locale, que ce soit à la télévision ou à la radio. Cela démontre qu'il existe un besoin flagrant auquel devrait répondre la SRC pour remplir son engagement de servir les régions du Canada.

Le problème des barrières dues au marché dans notre région a été aggravé par deux changements importants survenus dans l'environnement médiatique canadien depuis la dernière révision du mandat de la SRC. Ce sont la concentration accrue de la propriété des médias dans notre pays et l'assouplissement par le CRTC des exigences quantitatives de programmation locale pour les radiodiffuseurs privés.

Comme vous le savez bien, la SRC a suivi le mouvement amorcé par les radiodiffuseurs privés à la fin des années 1990 quand ces derniers se sont retirés de la programmation locale et régionale. Dans notre cas, le bureau local de la SRC a été fermé en 1992. Cela a laissé notre communauté sans aucun lien local avec les stations affiliées régionales ou le réseau national de la SRC. En conséquence, le radiodiffuseur national a perdu de sa pertinence dans notre région, laquelle n'est plus aussi bien représentée dans le réseau national.

●(1055)

Nous comprenons que la SRC a subi des contraintes financières, surtout depuis le milieu des années 1990, mais de nombreuses décisions prises par la direction de la SRC dans le but d'améliorer la situation financière du radiodiffuseur national ont été prises aux dépens des régions du Canada. Les régions ont perdu le service local et le lien avec le réseau national, en dépit du fait que les Canadiens de ces régions continuent de contribuer au budget de la SRC au moyen de leurs impôts. Pour les Hamiltoniens, cela veut dire qu'ils ne reçoivent aucun service local contre les 22,5 millions de dollars qu'ils versent dans le cadre des crédits budgétaires annuels du radiodiffuseur national.

Dans son exposé devant vous en mars dernier, M. Rabinovitch a reconnu les lacunes géographiques de la couverture de la SRC, principalement à la radio. Dans le plan d'expansion régionale de la SRC qui a été présenté au comité en février 2005, le diffuseur précisait que trois millions de Canadiens dans des villes de plus de 50 000 habitants ne reçoivent pas de service local de la SRC. Hamilton représente le quart de ce total applicable à l'ensemble du pays. Hamilton est par ailleurs la plus grande ville identifiée dans ce plan qui n'ait aucun service local de la SRC.

Je dois dire que Hamilton est certainement en faveur de l'augmentation du budget régional consacré à la radio de la SRC, parce que c'est à la radio, peut-être plus qu'à la télévision, que le succès d'un diffuseur est lié à sa capacité de demeurer pertinent localement. C'est une idée que la direction de la SRC a d'ailleurs admise, mais elle n'a pas encore pris de mesures concrètes pour remédier à cette lacune pourtant reconnue. Il faut s'y attaquer et le plus tôt possible, car la SRC pourrait perdre l'accès aux fréquences voulues dans ces marchés où elle ne sert pas actuellement les Canadiens, par exemple dans le sud-ouest de l'Ontario et dans le grand Toronto, deux marchés très encombrés du point de vue des fréquences radio. Il reste très peu de fréquences viables toujours disponibles, surtout dans la région de Hamilton. Par conséquent, l'intention de la SRC de s'attaquer à cette lacune dans sa couverture géographique pourrait être sévèrement compromise si la Société n'agit pas dès maintenant pour réserver les fréquences nécessaires en prévision de ses besoins futurs.

Nous appuyons une augmentation du budget régional pour la radio de la SRC, mais nous craignons que la direction de la Société éparpille trop ses ressources limitées, au lieu de fournir les services essentiels aux Canadiens exigés par son mandat. C'est difficile pour nos concitoyens de comprendre que les dirigeants du diffuseur national puissent décider arbitrairement d'investir des millions de dollars pour acheter des émissions de télé-réalité américaines, ou pour investir dans la radio satellite, qui est un service par abonnement rejoignant peut-être seulement 1 p. 100 des Canadiens, alors que pour une fraction de ce coût, ils pourraient donner à plus d'un million de Canadiens dans les régions de Hamilton, St. Catharines et Niagara un service régional que nous subventionnons déjà par nos impôts.

Nous sommes venus ici aujourd'hui pour faire connaître au comité nos vives préoccupations quant aux priorités et aux décisions de la direction de la SRC relativement à son engagement envers le service local et régional. Notre ville a adopté une approche proactive pour s'attaquer au manque de diversité médiatique dans notre communauté. Nous avons présenté des instances au CRTC et aux radiodiffuseurs privés, notamment Sun TV tout récemment, et nous sommes en pourparlers avec CBC depuis près de trois ans. Durant ces discussions, nous avons dépensé de notre propre argent et consacré de notre temps pour identifier les possibilités qui s'offrent à la SRC pour qu'elle vienne desservir notre communauté. Nous avons décroché des appuis dans l'ensemble de la région et nous avons obtenu le soutien de nos députés fédéraux de tous les partis politiques nationaux.

En dépit de tous nos efforts, nous nous présentons devant vous aujourd'hui dans un état de frustration et de confusion. M. Rabinovitch a parlé avec éloquence de son engagement de revenir aux services local et régional. Il a dit également qu'il ne ferait pas double emploi avec le secteur privé. Hamilton est une communauté sans aucune présence de la SRC. Nous sommes la plus grande ville à n'être aucunement servie par la SRC, et le secteur privé refuse d'offrir des services locaux dans notre communauté à cause de l'obstacle du marché. Nous sommes vraiment l'endroit idéal pour faire la preuve de l'engagement de la SRC envers le service régional, et pourtant, année après année, on continue de laisser passer toutes les occasions d'investir dans la région de Hamilton. Ils n'ont même pas ouvert un bureau qui donnerait à Hamilton un service de l'ampleur de celui dont jouissent des villes ayant un sixième de notre population. C'est tout simplement injuste et cette situation doit prendre fin dès maintenant.

Dans notre mémoire écrit, nous avons présenté au comité cinq recommandations que nous vous invitons à prendre en compte durant vos délibérations.

Premièrement, il faut élargir la définition des besoins spéciaux des régions pour y inclure des villes comme Hamilton, qui sont mal servies dans les médias locaux.

Deuxièmement, la SRC doit réinvestir dans les régions du Canada en raison des changements survenus dans le milieu médiatique national.

Troisièmement, le comité doit établir un mécanisme d'évaluation de la direction de la SRC qui soit fondé sur le mérite et les besoins et qui puisse guider, de manière ouverte et transparente, la répartition des investissements régionaux.

• (1100)

Quatrièmement, la SRC doit prendre immédiatement les mesures voulues pour combler les trous dans la couverture géographique en matière de services. Plus précisément, il faut établir une présence locale dans la région de Hamilton, la plus importante communauté mal desservie parmi toutes celles dans la même situation. Je crois que j'ai maintenant dit cela quatre fois et j'espère donc m'être fait comprendre.

Et cinquièmement, la SRC devrait utiliser les nouveaux médias et les nouvelles technologies seulement lorsque cela appuie et facilite les principes de son mandat.

Le Comité permanent du patrimoine canadien a une tâche importante à accomplir en examinant le mandat du diffuseur public au XXI<sup>e</sup> siècle. Nous avons essayé de vous présenter les véritables défis, l'étude de cas de notre situation à Hamilton, et l'absence de justice dans la manière dont la SRC remplit son mandat.

Nous espérons que vous tirerez les leçons de l'expérience de Hamilton. Chose certaine, il faut augmenter le budget consacré à l'expansion régionale. Nous nous intéressons en particulier à la radio de la SRC qui nous semble importante pour les régions partout au Canada. Nous avons le sentiment que notre expérience à Hamilton n'a pas été très satisfaisante pour ce qui est des dirigeants de la SRC et que des changements peuvent également être apportés au système existant, c'est-à-dire qu'il faudrait jouer sur les deux tableaux.

Merci.

**Le président:** Merci.

Madame Wilkinson.

**Mme Kealy Wilkinson (directrice générale, Fondation du musée canadien de la radiodiffusion):** Monsieur le président, mesdames et messieurs les membres du comité, je m'appelle Kealy Wilkinson et je suis directrice générale de la Fondation du Musée canadien de la radiodiffusion. Je suis accompagnée aujourd'hui de David Taylor, membre de notre conseil d'administration.

Nous vous sommes bien sûr très reconnaissants de nous donner l'occasion de témoigner et de faire ressortir l'importance du patrimoine de la radiodiffusion au Canada et le rôle spécial et tout à fait nécessaire que joue CBC/Radio-Canada à cet égard.

Les actifs physiques et les enregistrements d'émissions qui ont été accumulés et acquis au cours de sept décennies par la Société sont le résultat de l'investissement des deniers publics durant les premières années, principalement sous forme de droits de licence payés par les propriétaires de récepteurs, et ensuite, à partir de 1953, sous forme de crédits parlementaires, le tout complété par les revenus commerciaux.

**M. David Taylor (directeur, Fondation du musée canadien de la radiodiffusion):** On ne saurait trop insister sur l'importance des collections d'objets et des archives de radiodiffusion que la Société a rassemblées à son quartier général et dans ses stations et centres de production un peu partout au Canada. Ces collections et archives sont propriété collective. Prises ensemble, elles documentent l'histoire du Canada au cours du dernier siècle.

Nous reconnaissons bien sûr que les tâches principales de la SRC ne consistent pas à administrer des musées ni à accumuler des collections nationales, mais c'est un fait qu'à cause de son mandat de radiodiffuseur national, la Société est devenue à la fois partie intégrante de l'histoire du Canada et le fiduciaire involontaire de collections importantes, depuis les magnifiques costumes jusqu'à d'extraordinaires photos d'archives, le tout étant irremplaçable. Les Canadiens devraient être reconnaissants envers la SRC d'avoir tout cela en sa possession.

Les membres du comité ne peuvent manquer de s'intéresser à ce dossier parce que vous partagez, vous aussi, la responsabilité de raconter l'histoire de la radiodiffusion et de décrire son rôle charnière, ayant été en quelque sorte le chemin de fer électronique contribuant à cimenter notre nation dans la moitié septentrionale de l'Amérique du Nord. Les archives et les collections de la SRC sont les pierres d'assise de cet édifice racontant cette importante saga et doivent être préservées et accessibles, pour que l'on puisse continuer de raconter cette histoire.

• (1105)

**Mme Kealy Wilkinson:** Pendant sept décennies, les Canadiens ont investi dans le développement de leur radiodiffuseur public national, ce qui a rendu possible de mettre en liaison les Canadiens d'un océan à l'autre.

Il y a eu d'abord la radio, avec des émissions comme *The Happy Gang*; *Un homme et son péché*; *La Soirée du hockey*, bien sûr; *Radio-College*; Matthew Halton et Marcel Ouimet qui décrivaient la guerre en Europe pendant la Deuxième Guerre mondiale; et *Les Joyeux Troubadours*, *Just Married*, *Tante Lucille* et tellement d'autres émissions que les Canadiens ont adorées.

Puis la télévision est arrivée. Nous avons eu *La Famille Plouffe*, *Génies en herbe*, *Mr. Dressup*, *Les Beaux Dimanches*, *The Juliette Show*, *La Soirée du hockey*, *Hockey Night in Canada* — un incontournable, bien sûr, puisque nous sommes au Canada — *Point de mire*, *This Hour Has Seven Days*, *Friendly Giant*, *Appelez-moi Lise*, *La Boîte à lunch* et *The Tommy Hunter Show*. Une foule d'émissions diverses sont devenues des événements mémorables pour les familles canadiennes.

Au fil des années, la SRC a accumulé un véritable trésor de mémoires. Des milliers d'émissions, des millions de photographies, des interviews, du matériel, qu'il s'agisse d'objets de création comme les émissions elles-mêmes ou encore les costumes, les décors et les accessoires utilisés pour leur création par les gens de talent qui ont fait ces émissions, ou qu'il s'agisse des bâtiments, tout cela a été créé par CBC/Radio-Canada afin d'assumer les responsabilités qui lui sont confiées par mandat à l'avantage de toute la population du Canada.

**M. David Taylor:** Les exigences du mandat de la Société sont telles qu'en dépit d'importants investissements publics, il n'y a jamais eu assez d'argent pour tout faire. Depuis 1974, le budget de la Société a été stagnant, en dollars constants de 2007, tandis que le coût de la programmation, de la distribution et des nouvelles technologies n'a cessé d'augmenter au fil des années. Ainsi, il a fallu établir des priorités et, dans le cadre de ce processus, la préservation du patrimoine et la célébration des gens et des émissions ont généralement été reléguées au second rang, derrière les exigences de la production et d'autres impératifs nécessitant l'attention de la Société.

Néanmoins, durant les années 1990, Radio-Canada a lancé un grand projet du patrimoine, dont il faut lui reconnaître le mérite. La construction de chambres d'entreposage dernier cri a commencé en 1997, suivie de la numérisation des archives radiophoniques et télévisuelles et de la mise au point d'un système de catalogage efficace et efficient. À peu près en même temps, CBC a commencé à travailler à la préservation de ses propres émissions et, en 1998, des pressions étaient exercées pour que la SRC transfère ses émissions radio et télévision du média d'enregistrement original aux formats plus contemporains. Pour un important producteur d'émissions comme la CBC, qui compte de multiples réseaux, c'est une tâche titanesque puisqu'il y a des centaines de milliers d'heures d'émissions de radio et de télévision, notamment d'innombrables documents d'actualité qui documentent de nombreux moments clés de l'histoire canadienne. Ces documents constituent aussi la partie la plus importante des collections régionales de la société et celle qui connaîtra la plus forte croissance.

**Mme Kealy Wilkinson:** Et il faudra de nombreuses années pour compléter cette tâche, parce que le nettoyage, la restauration et le transfert de l'analogique au numérique exigent en moyenne 11 heures pour chaque heure d'émission, exactement 11,3 heures, en fait, d'après l'INA. Compte tenu de l'inventaire actuel d'émissions de la SRC, cela représente 30 années de travail par un technicien pour mener à bien un seul élément de cette tâche. Quand ce sera fait, bien sûr, le format sera vieux de près de quatre décennies. Il sera désuet et il sera grand temps de commencer à opérer un nouveau transfert.

Le Musée de la SRC, auquel vous avez fait allusion ce matin, est une installation d'ampleur très modeste. Il a été lancé à titre de centre de radiodiffusion en 1994 et, à un moment donné, on lui a donné un budget annuel qui est passé de 50 000 \$ à 148 000 \$ l'année dernière. Cependant, les employés du musée, qui travaillent seulement à temps partiel, ont tous les deux — vous avez bien entendu, il n'y en a que deux — reçu des avis de cessation d'emploi entrant en vigueur à la fin du mois de mai prochain. Donc, très bientôt, il n'y aura plus personne chargé d'assurer la préservation des milliers d'objets confiés à la garde du musée.

De plus, à la même date, comme vous le savez, les collections de costumes, d'accessoires et de décors de la SRC auront aussi été dispersées et remises à des tierces parties intéressées. En travaillant avec le personnel du département des costumes au centre de diffusion ici à Toronto, la fondation a été en mesure d'identifier un nombre très limité de costumes spéciaux, associés à des émissions marquantes, qui représentent l'oeuvre de grands concepteurs. Pour l'instant, nous allons intégrer ces costumes dans notre propre collection pour qu'ils puissent être préservés et peut-être un jour intégrés à une collection nationale de la radiodiffusion du Canada.

• (1110)

**M. David Taylor:** Bien sûr, la fermeture du service de conception et la dispersion de la collection de costumes sont très préoccupantes. Mais la tâche plus vaste consistant à préserver des collections et des immeubles historiques et à assurer l'entretien des archives d'émissions se poursuivent. En fait, ce sont des tâches énormes qui exigeront une réflexion stratégique approfondie si l'on veut y trouver une solution satisfaisante.

Dans la plupart des pays du monde industrialisé, la responsabilité du patrimoine de la radiodiffusion est partagée entre les institutions privées et publiques. À titre d'information, nous avons remis au greffier du comité un résumé des processus utilisés dans un certain nombre de pays et vous trouverez peut-être intéressant d'examiner tout cela. Je vais en mentionner quelques-uns seulement.

En décembre dernier, l'Institut du son et de la vision des Pays-Bas a inauguré un nouvel édifice pour loger son musée de la radiodiffusion et trois importants programmes d'archivage pour préserver et rendre accessibles quelque 700 000 heures d'émissions culturelles importantes. Cette opération est une coentreprise du gouvernement néerlandais, des radiodiffuseurs nationaux et de sociétés privées. En 2005-2006, la National Film and Sound Archive d'Australie, organisme du gouvernement fédéral australien, a été dotée d'un budget annuel de 52,1 millions de dollars et d'un effectif de centaines d'employés chargés de préserver les médias électroniques d'Australie. De plus, l'ABC, la Australian Broadcasting Corporation, avait son propre programme d'archivage d'émissions, mais a travaillé de concert avec la NFSA pour établir la collection nationale.

**Mme Kealy Wilkinson:** Cette année, les 938 employés de l'Institut national de l'audiovisuel vont dépenser l'équivalent de 170 millions de dollars canadiens, fournis à 100 p. 100 par le gouvernement national, pour recueillir et préserver les émissions de radio et de télévision de la France, y compris les émissions diffusées par câble et par satellite, tâche à laquelle l'institut travaille depuis 1975. La France est un cas particulier puisque c'est le seul pays du monde occidental où l'on reconnaît que la préservation du patrimoine de la radiodiffusion est une responsabilité exclusivement publique.



Comme vous le voyez, il existe un certain nombre de modèles et de variantes dont le Canada pourrait s'inspirer, et il y en a d'autres dans le document que nous avons remis au greffier. La Société CBC/Radio-Canada, notre radiodiffuseur public national, qui est une importante source d'émissions locales, régionales et nationales, doit être positionnée quelque part dans cet éventail de possibilités, et les ressources jouent un rôle majeur.

Nous croyons que l'importance de cette responsabilité doit être mentionnée dans le mandat de la Société et que des fonds doivent être consacrés explicitement à la préservation du véritable trésor historique que la Société détient actuellement. Pour ce faire, il sera nécessaire que CBC/Radio-Canada élabore des préceptes stratégiques qui guideront la mise en œuvre de ses responsabilités patrimoniales à l'échelle nationale. À l'avenir, cela permettra aussi à la Société de participer activement, de concert avec des institutions ayant des intérêts complémentaires comme Bibliothèque et Archives Canada, l'Office national du film, les radiodiffuseurs privés et nous-mêmes, de manière à pouvoir jouer le rôle qui lui revient dans la préservation et la célébration de la collection nationale du Canada en matière de radiodiffusion.

Pour toutes ces raisons, nous proposons donc que le mandat légiféré de la SRC actuellement énoncé dans la Loi sur la radiodiffusion, qui date je crois de 1991, soit légèrement modifié, en particulier au sous-alinéa (vi), de manière à se lire comme suit:

contribuer au partage d'une conscience et d'une identité nationales par sa programmation et en préservant ses archives et collections qui racontent l'histoire sociale, économique, culturelle et politique du Canada.

Je vous remercie pour votre attention. Nous sommes à votre disposition pour répondre à vos questions.

**Le président:** Merci.

M. Fast va poser la première question.

**M. Ed Fast:** Merci, monsieur le président.

Comme je n'ai pas beaucoup de temps, je vais poser ma seule question à M. McHattie.

Je viens de la ville d'Abbotsford, qui vient tout récemment d'être ajoutée à la liste des RMR, même si elle a seulement 200 000 habitants, et non pas 700 000 comme la vôtre.

Pouvez-vous me dire quelles villes sont englobées dans votre RMR? Cela comprend-il St. Catharines, Burlington et d'autres villes?

• (1115)

**M. Brian McHattie:** Merci, monsieur le président, de me permettre de répondre à cette question de M. Fast.

Burlington est incluse. La RMR comprend Grimsby, Hamilton et Burlington.

**M. Ed Fast:** Vous avez fait un certain nombre de recommandations, dont l'une semblait avoir été ajoutée en passant, mais je ne crois pas que telle était votre intention; je parle de la dernière. Je crois que vous avez dit que les nouveaux médias devraient seulement être utilisés quand ils appuient le mandat de la SRC. Vous n'avez donné aucune explication quant à ce que vous vouliez dire par là.

Les nouveaux médias ont fait l'objet d'une certaine attention durant nos audiences. Certaines contraintes ont été imposées à la CBC, l'empêchant de se lancer autant qu'elle l'aurait voulu dans les nouvelles plateformes médiatiques. Certains ont laissé entendre que la Société devrait avoir toute liberté de fournir son contenu par l'entremise de n'importe quelle plateforme médiatique disponible. Vous dites que ce serait excellent, mais vous ajoutez une réserve. Pouvez-vous vous expliquer?

**M. Brian McHattie:** Je vais demander à Sonja de répondre brièvement.

**Mme Sonja Macdonald (directrice, Centre for Community Study):** Merci.

À cause du temps limité qui nous était accordé aujourd'hui, nous avons raccourci notre exposé, mais dans notre mémoire écrit, nous donnons plus de détails sur ce que nous voulons dire relativement à l'utilisation des nouveaux médias. Nous songeons en particulier au fait que cbc.ca est un excellent outil pour un radiodiffuseur national qui veut rejoindre toutes les collectivités et donner des renseignements à jour à la fois dans le domaine des informations et dans celui des productions culturelles et autres, pour établir un lien avec ces collectivités, et diffuser cette information aux niveaux régional et national.

La Société a aussi déployé des efforts — le satellite est un exemple de nouveau média que nous n'envisageons pas. La raison en est qu'à notre avis, c'était en quelque sorte une attaque préventive. On a pris un engagement de sept millions de dollars en 2006, et des villes comme la nôtre ne voient pas nécessairement le rendement sur l'investissement. À long terme, cette plateforme n'a pas nécessairement prouvé qu'elle permettait vraiment de servir l'auditoire de base de la SRC, c'est-à-dire les Canadiens. C'est notamment ce qui nous préoccupe dans les nouveaux médias.

**M. Ed Fast:** Il me semble vous entendre dire que l'argent qui a été investi dans la radio par satellite... et du même souffle, vous avez évoqué toute la question des émissions de télé-réalité. Vous ne croyez pas que l'on en a eu pour son argent et vous croyez qu'en fait, les émissions locales et régionales auraient constitué un bien meilleur investissement pour les Canadiens. Ai-je bien compris vos propos?

**Mme Sonja Macdonald:** Oui, c'est bien cela.

**M. Ed Fast:** C'est ma seule question. Merci.

**Le président:** Merci.

Monsieur Scarpaleggia.

**M. Francis Scarpaleggia:** J'ai une très brève question, après quoi je donnerai le reste de mon temps à Mme Keeper.

C'est au sujet du musée de la radiodiffusion. Pouvez-vous me rappeler si toutes ses collections sont situées au même endroit?

**Mme Kealy Wilkinson:** Le musée de la CBC?

**M. Francis Scarpaleggia:** Oui.

**Mme Kealy Wilkinson:** Oui, c'est au rez-de-chaussée, quand on entre par la rue Wellington. Si vous allez là-bas aujourd'hui, vous passerez peut-être à côté. Il y a une salle d'exposition à cet étage et ensuite, si vous passez par l'atrium au premier étage souterrain, il y a un autre petit local d'exposition, des locaux d'entreposage et des bureaux pour l'administration.

**M. Francis Scarpaleggia:** Et vous disiez que vous n'avez tout simplement pas assez d'argent pour...? Vous vous butez à des contraintes...

**Mme Kealy Wilkinson:** Je tiens à préciser, monsieur, que nous ne représentons pas le musée de la CBC comme tel. Nous sommes une fondation différente, mais nous sommes très préoccupés par l'avenir du musée de la CBC à cause des objets faisant partie de sa collection et...

**M. Francis Scarpaleggia:** Quelle est la nature de vos inquiétudes, que le musée n'a pas assez d'argent?

**Mme Kealy Wilkinson:** Ils n'ont pas suffisamment de ressources pour bien exposer et conserver les objets qu'ils possèdent. Et bien sûr, la situation actuelle est que le Musée va perdre 100 p. 100 de son personnel et il n'y a donc...

**M. Francis Scarpaleggia:** Voici ma question. Si le gouvernement donnait plus d'argent à la CBC, bien sûr, étant donné que c'est une organisation indépendante, le gouvernement ne dicterait pas la répartition des fonds et ne pourrait pas ordonner à la CBC de prendre, à même la somme supplémentaire de 100 millions de dollars, un montant de un million pour le consacrer au musée, etc. On ne peut tout simplement pas faire cela. Je pense que la haute direction de la CBC dirait qu'elle a besoin de cet argent supplémentaire pour la programmation et tout le reste.

Il me semble que c'est une suggestion intéressante et que cette collection, dont la valeur est très précieuse, qui est extraordinaire et qui est liée à notre histoire et à notre culture, devrait peut-être être transférée au Musée de la civilisation afin de bénéficier d'un financement suffisant et pour que tous les Canadiens puissent l'admirer quand ils viennent dans la capitale nationale.

Qu'en pensez-vous? Je ne veux pas vous mettre sur la sellette. Vous n'êtes pas obligée de répondre.

• (1120)

**Mme Kealy Wilkinson:** Il y a diverses solutions possibles. Si la CBC est déterminée à continuer d'être un membre à part entière de la communauté patrimoniale, je pense qu'il y a évidemment divers moyens pour le gouvernement du Canada de préserver une telle position et les activités en cours.

Si, par contre, on estime qu'il y a de meilleures manières de disposer du matériel que la Société possède actuellement et continuera évidemment de recueillir à l'avenir, alors je pense qu'il faudra aussi se pencher sur ce problème, que ce soit en légiférant ou par des instructions du gouvernement du Canada.

L'une des solutions pourrait être en fait une sorte de mariage de convenance avec une autre institution patrimoniale. Mais jusqu'à maintenant, cela n'a pas eu lieu. Et le fait est que nous risquons de perdre énormément de documents justement parce qu'il n'y a eu aucune instruction.

**M. Francis Scarpaleggia:** Je suis d'accord et je vous remercie d'avoir soulevé cette question parce qu'il arrive parfois que l'on perde de vue de telles questions importantes dans le cadre de la discussion générale.

Merci.

**M. David Taylor:** Si je peux ajouter quelques mots, je ne veux pas que vous pensiez que nous nous intéressons seulement au musée...

**M. Francis Scarpaleggia:** Non, ce n'est pas ce que je pense.

**M. David Taylor:** ... exclusivement à cela, ou à la collection de vêtements, que vous pourrez admirer et qui comprend des costumes extraordinaires. On trouve en effet caché dans ces archives tout un trésor d'objets culturels canadiens importants.

Donc, quand nous évoquons une stratégie, nous voulons dire en fait qu'il faut, d'une façon ou d'une autre, réfléchir de manière stratégique à ce que nous allons faire de ce trésor, parce que nous comprenons que ce n'est pas vraiment le domaine de la SRC. Comment faire pour que tout cela ne soit pas perdu, et ensuite comment faire pour que ce soit accessible aux Canadiens? Et puis il y a toute la question de l'évolution continue de cette collection, car nous faisons aujourd'hui l'histoire de demain.

**M. Francis Scarpaleggia:** Si je peux me permettre, monsieur le président, je suggère que notre rapport renferme une recommandation portant expressément sur cette question, étant donné que nous n'avons pas fait d'étude des musées.

**Le président:** J'en prends bonne note.

**M. Francis Scarpaleggia:** Merci.

**Mme Tina Keeper:** Avons-nous le temps de poser une autre question?

**Le président:** Je ne le pense pas. Voilà ce qui arrive: les questions se transforment en débat, et c'est bien. C'est la raison de notre présence ici.

Mais nous allons passer à une très brève question de Mme Bourgeois.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Merci, monsieur le président.

Ma question s'adresse à Mme Wilkinson. Votre fondation a ouvert ses portes en 1994. De qui dépendez-vous?

[Traduction]

**Mme Kealy Wilkinson:** Nous dépendons essentiellement du secteur de la radiodiffusion. Nous sommes principalement soutenus par les radiodiffuseurs privés et publics. C'est une initiative qui a été prise principalement à l'instigation des radiodiffuseurs qui se sont rassemblés et ont reconnu qu'un problème important était en train de se poser au sujet du patrimoine de la radiodiffusion. Il ne semblait pas exister de solution et l'on nous a donc accordé des fonds essentiellement pour amorcer l'établissement d'une collection nationale de la radiodiffusion et pour examiner des options pour la création éventuelle d'un musée canadien de la radiodiffusion.

• (1125)

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** J'aimerais que vous soyez plus précise et que vous me disiez qui vous a demandé de mettre sur pied la Fondation du musée canadien de la radiodiffusion: est-ce les radiodiffuseurs, le gouvernement, la Société Radio-Canada?

[Traduction]

**Mme Kealy Wilkinson:** Essentiellement, l'initiative a été lancée à l'origine par l'AFBS, la Actra Fraternal Benefit Society, après quoi des fonds ont été ajoutés par les radiodiffuseurs publics et privés, notamment CTV et des câblodistributeurs, etc.

Je signale toutefois que je vous ai peut-être induit en erreur. Notre fondation a été créée en 2000 et a obtenu le statut d'organisme de bienfaisance en 2001.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Dans le mémoire que vous nous avez fait parvenir, on constate qu'un des membres du conseil d'administration se nomme Cecil Rabinovitch et qu'il est expert-conseil. Est-ce une femme ou un homme? Y a-t-il un lien de parenté avec M. Rabinovitch?

[Traduction]

**Mme Kealy Wilkinson:** Oui, elle l'est effectivement. Elle est spécialiste du patrimoine et elle est l'épouse de l'actuel président de la SRC.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** Qu'a répondu la CBC concernant les préoccupations de Mme Rabinovitch, qui est experte-conseil en patrimoine?

[Traduction]

**Mme Kealy Wilkinson:** Les membres de notre conseil qui sont de la SRC ainsi que Mme Rabinovitch appuient sans réserve cette intervention.

[Français]

**Mme Diane Bourgeois:** C'est bien. Merci.

[Traduction]

**Le président:** Merci.

Monsieur Angus.

**M. Charlie Angus:** Je vais essayer de poser rapidement mes questions.

Monsieur McHattie, au sujet du marché de Hamilton, normalement, dans une ville des Prairies de 700 000 habitants, les gens auraient leur propre émission du matin et aussi leur émission de l'après-midi pour le retour au travail, tout au moins à la radio, sans parler de la télévision.

Vous avez dit combien d'auditeurs écoutaient l'émission actuelle du matin, celle de Andy Barrie, au réseau CBC. Je n'ai jamais entendu prononcer le nom de Hamilton à l'émission de Andy Barrie; on l'a peut-être fait, mais je ne l'ai jamais entendu.

Combien de gens écoutent cette émission actuellement et comment se présenterait l'analyse de rentabilité d'une émission du matin à Hamilton?

**M. Brian McHattie:** L'émission de CBC à Toronto a très peu d'auditeurs à Hamilton et je pense que c'est parce que la plus grande partie de l'émission faite à Toronto n'est pas pertinente. Il y a de la belle musique et des rapports intéressants sur la circulation routière et tout le reste, mais il n'y a pas vraiment de contenu propre à Hamilton. J'irai jusqu'à dire que l'émission *Ontario Morning* couvre beaucoup de régions rurales et mêmes d'autres villes du reste de la province comme London et en particulier le sud-ouest de l'Ontario et qu'on y trouve beaucoup plus de contenu propre à Hamilton.

Mais nous, bien sûr, nous n'avons pas accès à *Ontario Morning* sur notre territoire. En fait, nous avons eu des discussions avec les gens de la CBC et leur avons demandé, si jamais ils obtenaient une fréquence à Hamilton dans un avenir immédiat — si par exemple une fréquence AM devenait disponible —, de diffuser l'émission *Ontario Morning* à la station de Hamilton.

À Hamilton, les gens écoutent plutôt l'émission du matin diffusée par CHML à Hamilton, plutôt que l'émission de CBC Toronto.

Peut-être que Sonja voudrait ajouter quelque chose.

**Mme Sonja Macdonald:** Pour la desserte, la CBC a placé Hamilton avec la fréquence de Toronto. Donc, comme M. McHattie l'a dit, nous obtenons le signal à la fréquence 99.1, c'est-à-dire l'émission radiophonique du matin de Toronto, laquelle, comme vous l'avez dit avec raison, ne reflète pas vraiment Hamilton, même si les rapports de circulation vont maintenant plus loin, et j'ignore si on fait cela pour servir notre communauté ou bien parce que la circulation augmente dans la région.

Mais à part cela, je pense qu'il y a un autre problème, comme M. McHattie l'a dit, à savoir que le signal de l'Ontario... En fait, je voudrais faire deux observations. Premièrement, la CBC de l'Ontario, qui est un service provincial, offre davantage d'occasions de raconter des histoires à partir de Hamilton, et pourtant nous n'avons pas accès à cette émission parce que nous n'avons pas la fréquence nous permettant de syntoniser cette émission dans notre ville.

Par ailleurs, quand nous avons commencé cet effort il y a plusieurs années, l'une de nos premières initiatives a consisté à inviter les membres de notre communauté à nous dire si cela les intéressait. Nous avons reçu des centaines de réponses de Hamiltoniens qui disaient qu'ils adoraient la CBC; qu'ils étaient enchantés de pouvoir se brancher sur le réseau national de la CBC, surtout à la radio, mais qu'ils détestent le fait qu'ils ne s'entendent pas eux-mêmes et qu'ils sont écoeurés d'entendre toujours parler de Toronto, parce que cela n'est pas pertinent pour eux, et qu'ils ne peuvent pas connaître l'importance culturelle des activités qui se déroulent dans leur communauté s'ils n'ont pas accès à cela.

**M. Charlie Angus:** Merci.

Je m'adresse maintenant à M. Taylor et à Mme Wilkinson.

Monsieur Taylor, vous avez évoqué le véritable trésor qui est actuellement caché. Je ne parle pas des objets concrets, mais plutôt des rubans, des enregistrements d'anciennes émissions. Récemment, nous avons entendu à la radio un reportage sur la Bataille d'Ortona et l'on a diffusé des enregistrements faits par la CBC à l'époque; c'était absolument captivant, on avait l'impression d'être sur place.

Je songe à ce qui va arriver à tout cela, parce que vous présentez un portrait très sombre, évoquant le manque de ressources pour numériser et cataloguer. En particulier, on a discuté ce matin des collections de costumes et des décors. Vous nous dites qu'essentiellement, les deux employés du musée perdent leur emploi cette année. Vous ignorez quel sera le sort de tout cela. Pouvez-vous me donner une idée de ce qui est en jeu, si rien n'est fait dans ce dossier?

• (1130)

**M. David Taylor:** Je pense que vous avez bien décrit la situation, parce que ce problème ne figure tout simplement pas sur l'écran radar des gens qui ont bien d'autres chats à fouetter. C'est très peu prioritaire et je pense que c'est assez naturel. Pour quelqu'un qui est assis dans son bureau et qui s'occupe de nouvelles émissions et des nouveaux médias, le patrimoine n'est pas au sommet de la pile.

Si l'on songe à tout ce qui a été mis de côté au fil des années dans les divers départements, à tout ce que les gens ont dans leurs dossiers... Bien des gens ont dit: « Je dois préserver cela, parce que c'est trop important pour le laisser aller », et tout à coup, on constate que, d'un bout à l'autre du pays, la CBC et d'autres organisations renferment plein de petits trésors qu'il faut aller dénicher. C'est pourquoi nous disons qu'il faut une stratégie pour permettre à la CBC de retrouver tout cela, de le mettre au jour et peut-être de l'utiliser et de le rendre accessible.

Au sujet du musée, on nous a dit qu'il fermerait ses portes. Si vous allez sur place, vous verrez le musée lui-même, qui est ouvert au public, mais vous verrez aussi deux chambres fortes qui abritent un certain nombre d'objets, représentant seulement une petite partie de tout ce qui est éparpillé dans le réseau.

Je pense que le message n'est pas clair, mais le message est que nous, la CBC, espérons pouvoir utiliser certains de ces objets dans de nouveaux locaux que nous allons peut-être créer, mais la route à suivre pour y parvenir n'est pas claire et quant à savoir qui va s'occuper des collections, les administrer, les cataloguer et veiller à leur préservation, c'est loin d'être clair.

**Mme Kealy Wilkinson:** Si je peux me permettre, monsieur Angus, cela s'applique seulement aux objets, au patrimoine concret qui existe ici à Toronto, au centre de radiodiffusion. Dans chaque station, dans chaque région du pays où la CBC est présente, on trouve des trésors semblables, peut-être sur une plus petite échelle, mais d'une égale importance culturelle et sociale.

**Le président:** Merci.

Je dois dire que cette discussion m'a immensément plu. Les musées me tiennent à coeur, de même que les événements communautaires.

Je pense que les médias doivent refléter la communauté. C'est ce que nous avons entendu à Yellowknife et d'un bout à l'autre du pays. Les médias locaux sont relégués au second plan, non seulement dans l'univers de l'audio, mais aussi dans les journaux. Je l'ai vu dans ma propre ville.

J'ai déjà été livreur de journaux pendant cinq ans.

**Une voix:** Et il a été élu.

**Le président:** Et j'ai été élu.

**Des voix:** Oh, oh!

**Le président:** Il y avait beaucoup plus de journalistes dans la communauté. Quand on s'adresse au monde ordinaire aujourd'hui, on dirait que nos journaux et nos émissions audiovisuelles sont remplies d'actualités nationales et internationales et que nous oublions les gens de la communauté.

Comme je viens de Stratford, quand on évoque les costumes et les objets — c'était le 50<sup>e</sup> anniversaire du Festival de Stratford il y a deux ans et je sais que les archives du festival ont une grande importance.

De plus, j'ai vu dans votre mémoire que vous évoquez la *Famille Plouffe* et cela m'a rappelé que je suivais cette émission quand j'étais jeune. On m'a dit que l'on a perdu toutes ces émissions, qu'il n'en reste que trois.

Je sais que quand je suis devenu membre de ce comité, on était en train de fusionner la bibliothèque et les archives. Il y avait tout un débat là-dessus. Je sais à quel point nos locaux d'archivage étaient dégradés et je sais que l'on a perdu certains de nos trésors nationaux.

Je vous félicite donc pour vos initiatives dans ce domaine et j'espère que nous pourrions proposer quelque chose pour les gens de Hamilton et de la région.

Je vous remercie beaucoup pour votre témoignage.

Nous allons faire une pause jusqu'à 14 heures.

---







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

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

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

---

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

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