



Chambre des communes  
CANADA

## Comité permanent du patrimoine canadien

---

CHPC • NUMÉRO 010 • 2<sup>e</sup> SESSION • 39<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

TÉMOIGNAGES

**Le mardi 29 janvier 2008**

—  
**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 mardi 29 janvier 2008

• (0920)

[Traduction]

**Le président (M. Gary Schellenberger (Perth—Wellington, PCC)):** La séance est ouverte.

Monsieur White, je m'appelle Gary Schellenberger. Je suis président du Comité permanent du patrimoine canadien, et je vous remercie beaucoup d'avoir bien voulu être des nôtres aujourd'hui.

Il y a maintenant un peu plus d'un an que nous étudions le rôle du radiodiffuseur public au XXI<sup>e</sup> siècle, et nous pensons qu'il serait très important que nous nous entretenions avec vous de la BBC, car nous savons comment vous vous êtes attaqué à certains problèmes et à quel point vous êtes un excellent radiodiffuseur public.

Avant que nous ne commençons, je voudrais vous présenter tous ceux qui sont à la table. Je vais commencer par mon greffier, Jacques Lahaie; il y a aussi une autre greffière, Catherine Cuerrier. Puis, il y a l'honorable Mauril Bélanger, du Parti libéral, Luc Malo, du Bloc québécois, Bill Siksay, du NPD, Gord Brown, du Parti conservateur — je ne sais pas s'il est parent avec votre premier ministre — et enfin il y a le secrétaire parlementaire du ministre, M. Jim Abbott et, du Parti conservateur, Ed Fast. Nous avons aussi autour de la table nos analystes, Lara Trehearne et Marion Ménard.

Je vous souhaite la bienvenue ce matin. Je ne sais pas, monsieur, si vous avez un court exposé à nous présenter ou si nous devrions commencer par les questions. Je ne serai pas vraiment strict pour ce qui est du temps de parole pour les questions à moins que quelqu'un ne prenne vraiment trop de temps.

Je vous remercie encore une fois de votre collaboration et je vous souhaite la bienvenue. C'est le matin ici à Ottawa, mais je crois que c'est le soir en Grande-Bretagne, n'est-ce pas?

**M. Wilf White (conseiller principal, Politiques publiques, British Broadcasting Corporation):** C'est l'après-midi, en effet.

Je ferai ce que le comité préfère; je serais très heureux de commencer par un exposé ou de passer directement aux questions.

**Le président:** Nous vous donnons la parole.

**M. Wilf White:** Je vous remercie.

Paradoxalement, j'allais vous parler tout d'abord des défis de la nouvelle technologie, et nous avons bien sûr eu quelques défis technologiques à relever pour que la vidéoconférence puisse avoir lieu: nous n'arrivions pas à avoir une ligne pour que la communication se fasse.

Ici, au Royaume-Uni — et je crois qu'il en est ainsi dans le monde entier —, la technologie numérique présente un véritable défi pour la radiodiffusion publique. Nous venons tout juste de renouveler notre charte et notre entente, comme vous le savez sûrement. Dans le cadre de ce processus, nous nous sommes entendus sur de nouveaux objectifs publics pour la BBC. Notre mission, en six points, est essentiellement: appuyer les citoyens dans la société civile,

promouvoir l'éducation et l'apprentissage; stimuler la créativité et l'excellence culturelle; représenter le Royaume-Uni, ses nations, régions et collectivités; amener le Royaume-Uni au monde et le monde au Royaume-Uni; et, dans la promotion de ces objectifs, contribuer à faire en sorte que la population puisse profiter des nouveaux services et des nouvelles technologies en communication et jouer un rôle de chef de file dans le passage à la télévision numérique, passage qui est déjà amorcé au Royaume-Uni. Nous pensons qu'il pourra être mené à terme d'ici à 2012.

Beaucoup de ces objectifs sont intemporels puisqu'ils nous guident depuis que la BBC a été fondée dans les années 20, mais beaucoup sont nouveaux et pourraient être réalisés grâce à de nouveaux supports qui laissent entrevoir toutes sortes de possibilités. On ne saurait sous-estimer les effets de la technologie numérique. De nos jours, on demande un contenu qui n'est pas simplement linéaire, celui qu'on obtient en allumant la télé ou la radio pour voir ce qu'on y présente, mais bien un contenu qui peut être livré n'importe où et à n'importe quel moment. On peut maintenant regarder la télévision sur son ordinateur ou sur son téléphone cellulaire, et on peut écouter la radio sur son téléviseur ou sur son ordinateur.

Nous venons tout juste de lancer un nouveau produit qui s'appelle iPlayer et qui donnera à tout le monde au Royaume-Uni la possibilité de se servir de la large bande pour regarder n'importe quelle émission de télévision ou écouter n'importe quelle émission de radio diffusée par la BBC dans les sept derniers jours, et ce, gratuitement. C'est là quelque chose qui est en train de transformer de fond en comble notre activité. Cela signifie que le contenu que nous offrons peut atteindre ses objectifs avec beaucoup plus d'efficacité. Les gens n'ont plus besoin de se rappeler de mettre leur magnétoscope en marche pour regarder leur émission préférée. Nous pouvons archiver le matériel et le mettre à la disposition des gens pendant plus longtemps que cela n'était possible auparavant. Ainsi, même si nos objectifs sont intemporels dans une certaine mesure, il s'agit là d'un changement qui laisse entrevoir toutes sortes de possibilités pour la BBC.

Nous constatons par ailleurs que la demande d'interaction, de personnalisation et de partage de contenu croît énormément. Nous constatons que les gens sont de plus en plus nombreux à vouloir aller sur notre site Web pour faire connaître leur opinion sur nos émissions et à se servir de contenu qu'ils ont produit eux-mêmes sous forme de séquences audio ou filmées. La gamme d'appareils qui peuvent être utilisés pour créer et recevoir ce contenu ne cesse de s'étendre.

Certaines choses ne changent pas, comme la qualité, l'originalité et la confiance, qui nous tiennent toujours autant à coeur. Nous avons toutefois un auditoire qui est beaucoup plus exigeant. Le marché ici — et je suis sûr que c'est pareil au Canada et ailleurs — est en pleins bouleversements. Les concurrents traditionnels subissent des pressions énormes, mais les nouveaux — les gens comme Google et YouTube — ne cessent de se multiplier et de contester le rôle des radiodiffuseurs publics. Par ailleurs, nous nous heurtons à des contraintes financières. Il y a des limites à ce que nous pouvons faire. Il y a des limites à ce que les gens sont prêts à payer par le biais des droits de licence. Nous devons examiner très attentivement l'équilibre entre le financement public et commercial.

Les possibilités qui s'offrent à la BBC sont énormes en ce moment. C'est à dessein que je vous ai présenté un exposé assez court parce que je sais que les membres du comité auront beaucoup de questions à poser. Je serai très heureux d'y répondre. J'espère que nous pourrions vous fournir toutes les informations que vous souhaitez obtenir aujourd'hui.

En conclusion, je tiens à me présenter: Je suis contrôleur suppléant des politiques à la BBC. J'ai joué un rôle de premier plan dans la négociation de notre charte et de la tarification des droits de licence. Je continue à participer aux discussions avec la BBC Trust, qui est notre organisme de réglementation.

• (0925)

Mon collègue ici présent, Daniel Wilson, est sous-contrôleur, et il s'intéresse tout particulièrement en ce moment à nos activités régionales qui, je le sais, intéressent le comité.

Je vous présente mes excuses les plus sincères pour les ennuyeux problèmes techniques que nous avons eus de notre côté. Cela montre que nous ne sommes pas toujours aussi prêts à relever les défis de la technologie que nous aimerions l'être.

Merci, monsieur le président.

**Le président:** Merci beaucoup de cet exposé, monsieur White.

Je crois que nous allons accorder la première question à l'honorable Mauril Bélanger.

Monsieur Bélanger.

**L'hon. Mauril Bélanger (Ottawa—Vanier, Lib.):** Merci, monsieur le président.

Monsieur White, monsieur Wilson, merci d'être des nôtres.

Je voudrais tout d'abord explorer avec vous le concept de la charte. Voici ma première question: comment en êtes-vous arrivés à adopter une charte et pourquoi?

**M. Wilf White:** Voilà une question fort intéressante.

La plupart des radiodiffuseurs au Royaume-Uni sont régis par une loi habilitante, par une loi du Parlement. La BBC fait exception à cette règle puisqu'elle a une charte. Il en a toujours été ainsi, et je crois que nous en sommes à notre septième ou huitième charte. Si nous sommes régis par une charte plutôt que par une loi du Parlement, je crois que c'est parce qu'on avait l'impression que l'indépendance de la BBC serait ainsi mieux protégée. La charte nous est accordée par Sa Majesté la Reine, bien que ce soit sur la recommandation du gouvernement. Mais la charte n'est pas un document qui peut être modifié ligne par ligne.

Il s'agit là d'une tradition au Royaume-Uni. Je crois que, si c'était à refaire, nous serions sans doute régis par une loi du Parlement plutôt que par une charte. Comme je l'ai indiqué, nous en sommes à notre huitième charte, et c'est là la tradition depuis que la BBC a été fondée en 1927.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Vos chartes ont-elles toujours eu une durée de 10 ans?

**M. Wilf White:** Non, la durée a varié. Certaines étaient d'une durée de 15 ans, alors que d'autres n'ont duré que cinq ans. Il semble que le gouvernement soit d'avis que 10 ans, c'est ce qui convient. Cela nous donne assez de certitude pour pouvoir planifier l'avenir, mais cela donne aussi au gouvernement la possibilité d'examiner ce que nous faisons à intervalles réguliers et de s'assurer que nous faisons toujours ce que les parlementaires pensent que nous devrions faire.

Il s'agit là, bien entendu, d'un autre avantage qui nous vient du fait que nous avons une charte. Au Royaume-Uni, les lois du Parlement ne sont généralement pas d'une durée limitée. Le fait d'avoir une charte, qui a une durée limitée, permet aux parlementaires de se pencher de temps en temps sur ce que fait la BBC.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Pourriez-vous nous parler un peu de l'évaluation à laquelle s'est livrée la BBC au cours des trois dernières années et qui a conduit à cette nouvelle charte qui vient d'entrer en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2007? Pourriez-vous nous dire quelles ont été les conséquences de cette évaluation? Qu'est-ce qui a changé dans la nouvelle charte par rapport à l'ancienne?

**M. Wilf White:** Il y a eu beaucoup de changements, mais permettez-moi de vous parler tout d'abord du processus.

Le processus a eu comme point de départ les énoncés publiés par la BBC et par le gouvernement. Nous avons produit un énoncé intitulé « Building Public Value », où nous parlions de notre vision pour l'avenir. Le gouvernement a, pour sa part, produit un Livre vert, dans lequel il présentait sa vision du rôle de la BBC en matière de radiodiffusion publique.

Il y a ensuite eu des audiences publiques dans tout le pays ainsi que des colloques, auxquels le public pouvait participer mais qui ont attiré davantage les représentants des médias et les universitaires que les simples citoyens qui avaient participé aux audiences publiques tenues dans tout le pays.

Le processus s'est soldé par la publication d'un Livre blanc, où la vision du gouvernement était mieux définie, et il a ensuite conduit à l'adoption de la charte et de l'entente.

Certains des changements qui se sont produits sont assez fondamentaux. Ainsi, notre régime de gouvernance a été sensiblement modifié. On était d'avis que l'ancien régime ne garantissait pas suffisamment l'indépendance des gouverneurs de la BBC par rapport à la direction de la BBC, et qu'il n'assurait pas non plus une évaluation assez rigoureuse des objectifs de la BBC en ce qui concerne les nouveaux services à offrir.

Les gouverneurs ont été remplacés par une nouvelle entité appelée la BBC Trust. Le gouvernement nomme toujours 12 représentants indépendants, mais ces représentants ne participent pas à la gestion de la BBC au jour le jour; ils ont plutôt un rôle important à jouer pour ce qui est de fixer la voie à suivre pour que la BBC réalise les six objectifs dont j'ai parlé tout à l'heure.

Ils établissent également les licences de service, si bien que chaque service que nous offrons, chacune de nos chaînes et de nos stations de radio sait exactement quel est son mandat et se voit ainsi conférer des pouvoirs qui sont toutefois circonscrits.

Nous avons également établi un système de critères pour mesurer la valeur pour le public. Ainsi, si nous voulons apporter des changements importants à un de nos services ou lancer un nouveau service, nous devons nous livrer à un processus rigoureux pour réévaluer la valeur pour le public de ce que nous envisageons de faire par rapport à son impact pour le marché, qui est évalué de façon indépendante par Ofcom. Ce nouveau système remplace celui par lequel le secrétaire d'État approuvait les nouveaux services, mais qui était beaucoup moins rigoureux dans son évaluation tant de la valeur pour le public que de l'impact pour le marché.

L'évaluation de la valeur pour le public avait à l'origine été proposée par la BBC, mais c'était en grande partie en réponse aux préoccupations exprimées par le secteur commercial, qui estimait que le processus d'approbation des nouveaux services n'était pas assez rigoureux. Voilà donc un des importants changements qui ont été apportés.

Je crains que si je me mettais à énumérer tous les changements que nous avons faits, je prendrais trop de votre temps. Ce sont sans doute là les principaux changements.

• (0930)

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci. Je ferai peut-être plus tard un suivi de certaines questions, mais je ne veux pas monopoliser maintenant le temps du comité.

Merci beaucoup, monsieur White.

**Le président:** C'est maintenant à Maria Mourani.

[Français]

**Mme Maria Mourani (Ahuntsic, BQ):** Merci, monsieur le président.

Bonjour à tous. Bonne année, messieurs.

Ma question touche plutôt le contenu. Comment déterminez-vous le contenu britannique par rapport au contenu étranger? Avez-vous des quotas à respecter? Ces quotas sont-ils établis en vertu d'une loi? Comment cela fonctionne-t-il exactement chez vous?

[Traduction]

**M. Wilf White:** Oui, nous avons des quotas bien précis à respecter pour le contenu britannique que nous devons commander. Nous présentons un bon nombre d'émissions acquises à l'étranger, mais nous avons des quotas précis à respecter qui sont fixés dans notre charte et l'entente.

Nous ne produisons pas nécessairement tout ce que nous commandons. Dans bien des secteurs, nous tenons à la promotion de la coproduction. Bon nombre d'entre vous savent, par exemple, que la série *Doctor Who* est une coproduction avec la CBC. Nous faisons aussi des reproductions avec les radiodiffuseurs américains, et d'autres.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** Quel est le pourcentage du contenu britannique par rapport au contenu étranger?

[Traduction]

**M. Wilf White:** Tout dépend du service. Je vérifie les chiffres, je veux m'assurer de vous donner une réponse exacte.

• (0935)

**M. Daniel Wilson (conseiller adjoint, Politiques publiques, British Broadcasting Corporation):** Pendant qu'on cherche les chiffres pour la Grande-Bretagne, il serait opportun de dire que nous avons ici des objectifs pour l'Union européenne, des objectifs paneuropéens pour des programmes commandés en Europe et qui

s'appliquent à tous les radiodiffuseurs, y compris la BBC. Je crois que cela représente environ 10 p. 100 de la programmation.

**M. Wilf White:** Les pourcentages varient par service mais ils sont en moyenne de 80 p. 100.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** Le contenu britannique est de 80 p. 100, c'est exact?

[Traduction]

**M. Wilf White:** C'est 80 p. 100, parce que nous sommes membres de l'Union européenne. La règle exige qu'il s'agisse de contenu de l'Union européenne, plutôt que britannique, mais il s'agit principalement de contenu britannique.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** D'accord.

En ce qui concerne le financement, provient-il uniquement de l'État? Sinon, avez-vous d'autres modes de financement? Comment gérez-vous la publicité?

[Traduction]

**M. Wilf White:** La BBC n'a aucune recette provenant directement de publicité. Les budgets viennent entièrement des droits de licence et des profits de nos activités commerciales gérées séparément par BBC Worldwide. Ces activités commerciales sont avec des chaînes qui ont des publicités, et beaucoup sont disponibles internationalement, mais la BBC elle-même et ses services publics essentiels ne reçoivent aucune recette publicitaire.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** Donc, vous avez donc d'autres chaînes qui diffusent de la publicité et donnent ces redevances. Quand vous parlez de redevances commerciales, de quoi s'agit-il exactement? Vendez-vous des produits, des objets, des choses de ce genre?

[Traduction]

**M. Wilf White:** Les droits de licence sont en fait une taxe prélevée pour chaque ménage britannique propriétaire d'un téléviseur. Cette taxe prévue par la loi est perçue par la BBC au nom du gouvernement. Il y a aussi des recettes commerciales séparées pour BBC Worldwide, qui fait tout ce que vous vous imaginez. Il y a des chaînes commerciales, qui n'ont pas l'image de la BBC au Royaume-Uni, mais il y a aussi la publication de livres, la vente d'émissions à d'autres radiodiffuseurs, la publication de DVD et d'autres marchandises, comme vous dites.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** Comment la taxe est-elle prélevée auprès de la population? La prélève-t-on lorsque les gens achètent un téléviseur? Est-ce fait sur une base mensuelle?

[Traduction]

**M. Wilf White:** D'après la loi, tout propriétaire de téléviseur doit payer cette taxe annuellement, mais nous offrons aussi l'option des versements mensuels. La taxe s'applique à chaque ménage. À l'achat du téléviseur, nous sommes avisés du nom et de l'adresse du consommateur. Si le ménage n'a pas déjà une licence, nous lui écrivons pour demander qu'il l'obtienne.

Il va de soi que comme au Canada et ailleurs dans le monde, au Royaume-Uni, la grande majorité des ménages ont un téléviseur, assorti d'un permis. Nous écrivons à chaque ménage au Royaume-Uni pour que chacun renouvelle son permis. Voilà comment sont perçus les droits.

Actuellement, la plupart des gens versent leur droit par dépôt direct, ce n'est donc pas trop fastidieux pour eux. Nous acceptons aussi les paiements au comptoir, par chèque, en espèce, par carte de crédit et par voie électronique.

**Le président:** Merci beaucoup.

Nous passons à M. Siksay.

**M. Bill Siksay (Burnaby—Douglas, NPD):** Merci, monsieur le président, et merci à MM. White et Wilson d'avoir pris le temps d'être des nôtres. Nous vous en sommes très reconnaissants.

Pourriez-vous nous parler un peu de votre structure de gouvernance? Je sais qu'il y a la BBC Trust et le conseil d'administration. Pourriez-vous nous dire quelques mots sur les responsabilités de chacun et sur ce qui a été changé récemment à cette structure?

● (0940)

**M. Wilf White:** La BBC Trust compte 12 membres nommés par le gouvernement. Ils sont nommés de manière que chacun se voit confier des responsabilités précises. Ainsi, nous avons un membre pour l'Écosse, un autre pour le pays de Galles, un autre pour l'Irlande du Nord, et un qui s'intéresse particulièrement aux régions de l'Angleterre. Ils ont des antécédents différents. Certains ont travaillé dans le secteur de la radiodiffusion, d'autres ont eu de distinguées carrières dans le milieu des affaires et d'autres encore, dans la fonction publique. Nous comptons par exemple parmi nos 12 membres un médecin réputé.

Leur rôle est de fixer le cadre global de fonctionnement de la BBC. J'ai déjà parlé de nos plans qui sont fixés en fonction des six objectifs publics de la BBC. Il s'agit de décrire en termes généraux la façon dont la BBC fera, par exemple, la promotion de l'éducation et de l'apprentissage.

De plus, la BBC Trust fixe et approuve les conditions de permis, de manière que chaque service sache quels sont ses objectifs, sa portée et ses limites.

Comme je l'ai déjà dit, il a aussi un rôle à jouer dans l'examen des propositions visant des changements majeurs à nos services ou visant la création de nouveaux services. Tout cela relève de la prérogative du trust.

Enfin, ce groupe se penche sur notre stratégie budgétaire globale, non pas sur les détails de chaque petite dépense, mais sur les priorités budgétaires qui doivent refléter ce que doivent être les priorités générales de la BBC.

Surtout, la BBC Trust doit représenter les Britanniques qui paient des droits, en s'assurant que nous respectons nos objectifs publics, que nous avons une valeur publique réelle et qu'il y a optimisation des ressources. Il a donc un rôle important de vérification de la BBC, de manière à éviter le gaspillage, à promouvoir l'efficacité et l'optimisation des ressources.

Enfin, il va de soi que le trust apporte une aide à ceux qui paient des droits et qui veulent se plaindre de l'un ou l'autre de nos services. Si vous voulez vous plaindre de la BBC, vous pouvez vous adresser directement à un administrateur, et écrire au contrôleur de BBC One pour dire: « L'émission d'hier était une vraie honte ». Si vous n'êtes pas satisfait de sa réponse, vous pouvez aller plus loin et vous

adresser aux membres du trust pour qu'ils fassent suivre vos préoccupations.

Les gouverneurs faisaient à peu près la même chose, mais n'avaient pas le même rôle d'évaluation du service public que les membres de la BBC Trust. Les gouverneurs n'avaient pas le pouvoir d'approuver de nouveaux services ou des changements aux services. Les membres du trust sont bien plus indépendants que les gouverneurs ne l'étaient. Ils disposent, par exemple, d'un groupe de conseillers, au nombre d'une trentaine, dont la seule tâche est de les conseiller et de passer à la loupe les propositions de la haute direction.

Dans ce cadre-là, le travail de la haute direction est d'assurer le fonctionnement quotidien de la BBC et de faire tout ce qui relève de ce mandat: commander la programmation, gérer les budgets selon les balises fixées par la BBC Trust et gérer la BBC au quotidien.

**M. Daniel Wilson:** Ajoutons que la BBC Trust a beaucoup fait pour l'ouverture et la transparence de son fonctionnement. Ainsi, les propositions de la direction de la BBC relatives à de nouveaux services, à la mise à l'essai de nouveaux services particulièrement, font l'objet de consultations publiques. En outre, des résumés des procès-verbaux des réunions sont affichés sur Internet, et il y a régulièrement des consultations auprès des Britanniques qui paient des droits de licence. Je crois que dans son travail, la BBC Trust mise davantage sur l'ouverture et la transparence que l'ancien conseil des gouverneurs.

● (0945)

**M. Wilf White:** Absolument, en effet. C'est bien plus ouvert que l'ancien système.

**M. Bill Siksay:** Pouvez-vous nous dire comment on procède à la nomination des membres du trust ou du conseil d'administration? Si des critères existent, quels sont-ils?

**M. Wilf White:** Officiellement, les nominations sont faites par Sa Majesté la Reine, sur les conseils du secrétaire d'État à la Culture, aux Médias et aux Sports. Nous ne fixons aucunement les critères de sélection des membres de la BBC Trust.

Le trust nomme ensuite le président du conseil d'administration et le directeur général. Viennent ensuite les membres du conseil d'administration, nommés par le directeur général. C'est à lui de décider qui il veut, selon quelles compétences, pour ces nominations.

**M. Bill Siksay:** Je crois savoir aussi qu'il y a des conseils d'auditeurs, et que les membres du trust ont un rôle particulier, surtout s'ils sont représentants régionaux. Pourriez-vous nous parler un peu plus de ce système?

**M. Wilf White:** Les conseils d'auditeurs sont un moyen, loin d'être le seul, pour prendre le pouls de l'opinion publique. Nous invitons ceux qui s'intéressent à la BBC et à ses activités à devenir membres des divers conseils d'auditeurs. Des réunions régulières ont lieu et le membre de la BBC Trust qui représente la région y assiste. Le mandat est assez large: commentaires sur les services de la BBC, rétroaction sur le trust et questions à son intention.

Je crois que le trust tiendrait à ce qu'on insiste sur le fait qu'il y a d'autres façons d'évaluer l'opinion publique. Nous avons régulièrement des sondages. Nous menons beaucoup de consultations publiques, comme Daniel l'a dit plus tôt, lorsque nous proposons un nouveau service. Nous nous efforçons vraiment d'intéresser le public à ce que nous faisons.

Ce processus a été littéralement transformé ces dernières années par BBC online. Pour nous comme pour de nombreux organismes publics, auparavant, on essayait d'obtenir des commentaires du public sur quelque chose, et malgré tous les efforts déployés, on n'obtenait qu'une demi-douzaine de lettres. Maintenant, nous recevons régulièrement des milliers de courriels, en plus des opinions exprimées sur les babillards électroniques de notre site Internet. Les réactions du public ne manquent pas, maintenant, et c'est très avantageux pour nous même si parfois, franchement, nous suscitions de telles réactions que nous sommes débordés. Mais c'est certes préférable à la demi-douzaine de lettres que nous recevions auparavant.

**M. Bill Siksay:** Merci, monsieur le président.

**Le président:** Merci.

Monsieur Siksay, vous aurez peut-être l'occasion de poser d'autres questions, nous l'espérons.

Monsieur Fast, c'est à vous.

**M. Ed Fast (Abbotsford, PCC):** Merci, monsieur le président.

Merci à vous deux d'avoir pris le temps de nous faire profiter de votre sagesse.

Dans notre examen du rôle du radiodiffuseur public au Canada, notre comité a cerné quelques thèmes marquants. Il y a notamment l'émergence de certaines technologies. Il y a aussi la difficulté de représenter de nombreuses régions, réparties dans un si vaste pays. Le troisième thème est celui du financement. Cette question a été au coeur de nos discussions et a certainement été soulevée partout au pays.

J'ai quelques questions à vous poser au sujet du financement de la BBC. Pourriez-vous d'abord nous dire quelle est la somme totale des droits perçus?

**M. Wilf White:** Les droits de permis versés à la BBC sont d'environ 3 milliards de livres par année.

**M. Ed Fast:** Combien cela représente-t-il par personne?

**M. Wilf White:** Les droits de permis sont normalement de 135,50 £. Les droits sont réduits pour les aveugles et pour les gens qui ont encore des téléviseurs noir et blanc. La plupart des gens paient toutefois 135,50 £. Il s'agit bien sûr d'une somme versée par chaque ménage, et non par chaque personne. Pour savoir combien cela coûte par personne, il faudrait diviser cette somme de 3 milliards de livres par le nombre d'habitants du Royaume-Uni, soit 60 millions de personnes. Cela donne environ 50 £ par personne.

• (0950)

**M. Ed Fast:** Quand ces fonds sont versés à la BBC, est-ce sous forme de paiement forfaitaire, ou y a-t-il des enveloppes distinctes pour chaque programme?

**M. Wilf White:** La somme des droits versés à la BBC est fixée par le Parlement. Nous recevons des subventions annuelles en 12 versements mensuels. Le Parlement assortit ces versements de beaucoup de conditions. Pour l'indépendance de la BBC, on a jugé que c'était aux membres du trust de fixer le cadre budgétaire.

**M. Ed Fast:** Le gouvernement national a-t-il un rôle à jouer dans les orientations de la BBC?

**M. Wilf White:** Au quotidien, aucun; il n'a qu'à accepter l'entente et délivrer la charte, environ tous les 10 ans.

**M. Ed Fast:** Bien.

Parlons maintenant des nouvelles technologies. Nous avons reçu des notes d'information assez étoffées sur les programmes numériques de la BBC. Au Canada, c'est un défi qui n'est pas bien relevé. Il semble que la BBC soit un leader qui a fait passer son pays à l'ère numérique. Au Canada, c'est exactement le contraire: la SRC est à la remorque, plutôt que d'être en tête.

Pourriez-vous nous dire en termes généraux comment ce leadership a été assumé et comment cela vous a permis de vous acquitter de votre mandat et de respecter la charte que vous avez signée?

**M. Wilf White:** Je pense que cela remonte surtout à la vision qu'avait l'un des anciens directeurs généraux de la BBC, lord Birt. Dans les années 90, alors que beaucoup de gens étaient sceptiques quant au rôle de diffuseur électronique de la BBC, lui y croyait très fermement. D'aucuns pensaient que la BBC devait s'écarter de cela et s'en tenir à ce qu'elle faisait de mieux: la télévision et la radio. John Birt avait compris qu'avec la convergence des technologies, en 10 ou 12 ans, les distinctions s'estomperaient entre la radio, la télévision et la diffusion par Internet. Aujourd'hui, peu vous importe que vous vous serviez de iPlayer, que vous écoutiez nos émissions en ligne, ou à la télévision ou à la radio. Pour nos auditeurs, toutes ces possibilités sont enthousiasmantes, comme je le disais dans mes propos liminaires: Ils peuvent profiter davantage d'émissions qu'ils rateraient autrement. Je pense que pour nous, c'est une grande réussite.

Pour commencer, nous avons offert en ligne des textes. Il n'y avait pas alors de services à large bande. Les textes offerts étaient étroitement associés à nos services déjà très populaires à la télévision et à la radio. On en faisait la promotion dans le cadre des émissions de radio et de télévision. Les auditeurs de BBC One qui suivaient une émission sur les forêts tropicales de l'Amazonie narrée par David Attenborough et qui voulaient en savoir davantage pouvaient visiter notre site Web pour y trouver davantage d'information. L'information était aussi spécialement structurée pour les enfants, par exemple, dans le cadre des projets scolaires.

Il y avait toujours un lien fort entre nos services de télévision et de radio et les services en ligne. Les gens ont commencé à voir que ces services en ligne pouvaient être intéressants. Il est fascinant de penser qu'il n'y a de cela que 10 ou 15 ans. À l'époque, beaucoup de gens ne trouvaient aucun intérêt à Internet, aux informations en ligne, et trouvaient que cela n'avait rien à voir avec eux. Mais dès qu'ils se sont rendu compte que le contenu qui s'y trouvait pouvait les attirer, ils se sont mis à l'explorer.

Nous nous sommes penchés là-dessus il y a quelque temps. Il est très difficile de savoir exactement pourquoi les gens se sont mis à consulter Internet. Des gens s'y sont intéressés pour d'autres raisons, mais nous pensons que quelques millions de Britanniques ont acheté un ordinateur et une connexion Internet précisément à cause des services de la BBC, et que grâce à nous, ils ont ensuite découvert le reste de ce qu'Internet avait à offrir. C'est toute une réussite. Je pense que nous sommes responsables en grande partie du passage de la bande étroite à la bande large, grâce à des services comme iPlayer, dont j'ai parlé plus tôt, et qui donnent aux gens un accès sur demande à du contenu audiovisuel.

•(0955)

**Le président:** Merci beaucoup, monsieur White.

Nous revenons à M. Bélanger.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci, monsieur le président.

Monsieur White, j'ai quelques courtes questions. Est-ce que les droits de licence se rapportent aussi aux réseaux de radio de la BBC?

**M. Wilf White:** Les droits financent aussi les réseaux de radio, mais si vous n'avez pas de téléviseur et que vous n'avez que la radio, vous n'avez aucun droit à payer.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci.

Est-ce que les gens ont tendance à résister, à refuser de verser les droits?

**M. Wilf White:** Non. Je suis ravi de dire que l'évasion pour les droits n'est que d'environ 5 p. 100 de la population, un nombre qui est constant depuis déjà quelques années.

Il faut être réaliste et présumer qu'il y aura toujours des gens qui ne paieront pas, particulièrement ceux qui déménagent souvent, qui ont des vies très mouvementées. Mais ce chiffre de 5 p. 100 est assez constant, depuis cinq ou six ans.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci.

**M. Wilf White:** C'était plus élevé autrefois, en fait.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Est-ce qu'à la BBC, on s'inquiète du fait que la technologie permettra aux gens d'avoir accès aux émissions de la BBC sans avoir de téléviseur?

**M. Wilf White:** Il est certainement possible qu'à l'avenir, les gens consomment de plus en plus d'émissions par large bande, plutôt que par d'autres moyens. Mais actuellement, peu importe la façon dont on suit un contenu radiodiffusé, même si c'est par ordinateur, on est tenu par la loi de verser les droits de permis de télévision.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci.

Est-ce que le iPlayer que vous avez lancé est une menace éventuelle?

**M. Wilf White:** C'est possible, mais personnellement, je crois que c'est peu probable. Je doute que de nombreux auditeurs ne veuillent jamais suivre en direct, à la télé, la Coupe mondiale ou les nouvelles, par exemple. Il y aura toujours une demande pour des émissions en direct, même si les gens écoutent beaucoup d'émissions en différé.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci.

Vous dites qu'il n'y a pas de publicité commerciale. Y a-t-il des publicités non commerciales, comme des messages d'intérêt public, intégrés à la programmation de la BBC?

**M. Wilf White:** Oui, nous faisons parfois des promotions de services publics. Par exemple, en ce moment, en nous réorientant vers le numérique, nous faisons ce que nous pouvons pour mousser la télévision numérique. Mais nous le faisons d'une manière tout à fait non commerciale, sans en tirer de recettes.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Et quand les gens regardent ces émissions de la semaine au moyen de la large bande et du site iPlayer, ces messages sont-ils aussi intégrés aux émissions?

**M. Wilf White:** Non, j'aurais dû mieux répondre quand vous avez parlé d'intégration à la programmation. Ces messages sont présentés entre les émissions, et non pas pendant leur présentation.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci de cette précision.

J'ai une autre question au sujet d'un service que vous avez lancé et que je ne connais pas très bien: Freeview. Pourriez-vous expliquer brièvement aux membres du comité de quoi il s'agit?

**M. Wilf White:** Freeview est essentiellement le nom commercial de la télédiffusion numérique diffusée par voie hertzienne au Royaume-Uni. Nous avons trois dynamiques plates-formes de diffusion numérique: la diffusion par câble, par satellite et par voie hertzienne.

Au Royaume-Uni, la radiodiffusion numérique par voie hertzienne a d'abord été une entreprise commerciale, qui a échoué.

Nous nous sommes alors dit, comme les autres radiodiffuseurs publics, qu'il ne serait pas dans l'intérêt du bien commun qu'il n'y ait pas de diffusion numérique par voie hertzienne au Royaume-Uni. Nous avons donc lancé une entreprise commune pour remettre sur pied ce moyen de diffusion et le rendre disponible.

Pour avoir accès à Freeview, vous n'avez pas à obtenir une boîte de Freeview. Vous vous rendez chez n'importe quel détaillant de produits d'électricité et vous achetez votre boîte. Le modèle de base coûte environ 20 £. Rendu chez vous, dans la plupart des cas, il n'y a qu'à la brancher pour s'en servir.

Tout ce que la BBC paie de Freeview, ce sont les coûts de diffusion pour cette plate-forme. Nous n'avons pas à nous procurer des boîtes que nous remettons aux consommateurs comme le font Sky, pour la diffusion par satellite, ou Virgin Media, le principal diffuseur par câble.

La plate-forme Freeview est un franc succès au Royaume-Uni. Il y a davantage de boîtes Freeview que de boîtes de réception par satellite, même si les chiffres sont en gros assez semblables.

•(1000)

**L'hon. Mauril Bélanger:** Si vous permettez, une dernière question.

Pourriez-vous nous décrire la relation entre la BBC et les radiodiffuseurs privés en Angleterre? Êtes-vous en bons termes, ou y a-t-il hostilité? Est-ce que vous vous intéressez même l'un à l'autre?

**M. Wilf White:** Nous nous intéressons certainement l'un à l'autre. Je dirais que nos relations sont assez cordiales. Je vois mes homologues des affaires publiques de la plupart des radiodiffuseurs britanniques et j'aime à croire que nous nous entendons assez bien.

Nous ne perdons toutefois pas de vue que nous sommes des rivaux et ils ne voudraient pas que par manque d'honnêteté, nous empiétions sur ce qu'ils considèrent être le territoire commercial. Ils veulent que nous demeurions un service public, dans la mesure du possible. Ils nous ont à l'oeil lorsque nous lançons un nouveau service ou que nous apportons des changements dans nos services existants, mais je crois que nos relations sont assez bonnes.

**Le président:** Merci.

Nous passons maintenant à M. Malo.



[Français]

**M. Luc Malo (Verchères—Les Patriotes, BQ):** Merci, monsieur le président.

Merci beaucoup, messieurs, d'être parmi nous aujourd'hui. Pouvoir discuter avec vous du diffuseur public, tant canadien que britannique, est un très grand plaisir.

Dans votre introduction, vous nous avez parlé du virage que vous avez entrepris en matière de nouvelles technologies. Vous semblez vraiment très enthousiastes face aux progrès que vous avez accomplis. Je vois également dans ces notes de breffage que vous avez décidé de considérer des concurrents comme YouTube ou Yahoo non pas comme des menaces mais comme des occasions à saisir.

J'aimerais que vous nous parliez plus précisément des relations que vous avez décidé d'établir avec de tels partenaires, qui sont très populaires en ce moment.

[Traduction]

**M. Daniel Wilson:** Si vous permettez que je réponde, je dirais d'abord que des sites comme YouTube ont un très grand auditoire. Lorsqu'il s'agit d'évaluer la valeur publique que représente le BBC, notre pénétration et la consommation de nos émissions sont parmi nos principales préoccupations. Les ententes avec Google et YouTube sont un moyen de nous rapprocher de notre auditoire, particulièrement des auditeurs qui sont mal servis par les autres moyens de diffusion du contenu de la BBC.

Dans le cadre de l'entente avec YouTube, nous avons trois chaînes de la BBC diffusées par YouTube: une chaîne de la BBC qui présente surtout du divertissement, une chaîne de nouvelles et la chaîne BBC Worldwide, qui se concentre sur notre contenu international. Ce contenu est présenté dans un contexte adapté à la BBC, alors qu'en général sur YouTube, des publicités seraient présentées en même temps que l'émission. Quand vous cliquez sur la chaîne BBC, vous n'avez pas les publicités. Il s'agit pour nous encore de respecter notre mission de service public sans nuire indûment au marché commercial.

Pour vous donner une idée des auditoires dont nous parlons, la BBC a récemment conclu une entente avec Bebo, une suite de réseau social, qui nous permet de présenter des vignettes de contenu de la BBC, normalement du divertissement. Nous rejoignons ainsi 10,8 millions d'utilisateurs mensuels, au Royaume-Uni. Il s'agit d'un nombre important d'auditeurs.

Nous n'oublions pas la menace de piratage et le contexte dans lequel cela peut être vu à l'occasion. Dans la mesure du possible, dans le cadre de ces ententes, nous essayons de garder le contrôle de la façon dont le contenu est présenté.

•(1005)

**M. Wilf White:** De façon générale, je dirais qu'il s'agit d'un arrangement où ils veulent notre contenu et nous voulons leur auditoire. Il s'agit d'arrangements qui sont mutuellement avantageux.

[Français]

**M. Luc Malo:** En termes financiers, est-ce également à l'avantage de la société?

[Traduction]

**M. Daniel Wilson:** Si vous examinez les coûts de distribution possibles pour ce qui est du contenu en ligne plutôt que, par exemple, payer des frais de distribution par satellite, cela peut permettre de réaliser des économies même si de toute évidence la question de la demande de contenu sur demande fait l'objet d'un

débat pour l'instant. Lorsque ce contenu est fourni par d'autres fournisseurs, alors de toute évidence ils paient pour la largeur de bande dont ils ont besoin pour présenter en ligne le contenu de la BBC. À ce niveau-là des économies sont donc possibles.

**M. Wilf White:** Je tiens à ajouter que nous ne tirons aucun revenu de ces arrangements. Nous ne sommes pas payés par YouTube pour la fourniture de contenu. L'avantage financier que cela représente pour la BBC se situe au niveau des économies de coûts et non au niveau des revenus directs.

[Français]

**M. Luc Malo:** Justement, vous nous parliez plus tôt de *public value*. J'aimerais simplement savoir de quelle façon vous évaluez ce critère. Est-ce en termes de parts du marché, d'audience? La cote d'écoute est-elle un signe de succès, chez vous? J'aimerais simplement avoir un peu plus de précisions sur cette notion et sur la façon dont vous l'évaluez.

[Traduction]

**M. Wilf White:** Nous avons une formule pour évaluer la valeur publique en fonction de quatre critères: la pénétration, la qualité, l'incidence et l'optimisation des ressources.

Nous évaluons l'efficacité de nos services non pas en fonction de la part de marché mais en fonction du taux de pénétration, c'est-à-dire en fonction du nombre de personnes que le contenu intéresse et non en fonction de notre situation par rapport à nos concurrents.

La qualité est également un élément très important. On considère qu'une émission qui remporte des prix en raison de sa qualité présente une valeur publique élevée même si son taux de pénétration n'était peut-être pas aussi élevé que nous l'aurions espéré.

L'incidence, comme je l'ai déjà dit, est un important facteur de l'équation. Dans quelle mesure l'émission a-t-elle plu à l'auditoire? Nous avons, par exemple, un réseau radiophonique, Radio 3, qui diffuse uniquement de la musique classique, un peu de jazz et de la musique du monde. Sa part d'auditoire est très faible, mais nous savons que c'est un réseau extrêmement prisé par cet auditoire, donc son incidence et sa qualité sont élevées.

L'optimisation des ressources est également un autre aspect dont on tient compte. De toute évidence, une émission idéale est une émission d'une qualité exceptionnelle qui obtient un taux de pénétration élevé, qui est très prisée par son auditoire et, ce qui est encore mieux, qui ne coûte pas cher à réaliser. Ces quatre éléments ne sont pas toujours présents. L'optimisation des ressources n'est pas simplement une formule élémentaire permettant de calculer le coût horaire par téléspectateur. Je pense que nous évaluons cet aspect en fonction des trois autres facteurs. Avons-nous obtenu un bon taux de pénétration? Avons-nous assuré une bonne qualité? L'auditoire a-t-il vraiment apprécié ce que nous avons fait? Nous évaluons l'optimisation des ressources de cette façon.

Nous ne considérons pas la part de marché comme un élément primordial. Bien sûr, c'est un élément important. Si le public regarde davantage les émissions de nos concurrents que les nôtres, à un certain moment il faudra alors s'interroger sur l'optimisation des ressources, n'est-ce pas? Ce sur quoi nous mettons l'accent, c'est sur le taux de pénétration plutôt que sur la part de marché.

•(1010)

[Français]

**M. Luc Malo:** La définition de cette notion est-elle généralement acceptée et reconnue par l'ensemble de la population, ou certaines critiques sont-elles soulevées concernant ces critères d'appréciation?

[Traduction]

**M. Wilf White:** Je dois avouer que je ne suis pas sûr que le grand public soit bien au courant de cette formule, mais je pense que cette formule correspond à la façon dont le public considère la BBC. On nous reproche beaucoup plus souvent de réaliser des émissions qui sont trop populaires, qui ressemblent trop, comme les gens le disent, aux émissions de nos concurrents commerciaux, mais il est rare qu'on nous critique pour avoir produit une émission de grande qualité même si elle n'attire qu'un petit auditoire. Je pense que la formule d'évaluation que nous utilisons correspond en fait à la perception que le public a de la BBC et à la façon dont il apprécie ce que nous faisons.

[Français]

**M. Luc Malo:** Merci.

[Traduction]

**Le président:** Merci beaucoup.

Nous allons maintenant passer à M. Abbott. Puis nous ferons un autre tour complet, si cela vous va. Donc je vous demanderais de préparer vos questions pour le prochain tour.

**L'hon. Jim Abbott (Kootenay—Columbia, PCC):** Je vous remercie.

Monsieur White et monsieur Wilson, nous apprécions énormément les renseignements que vous nous donnez. Ils nous seront extrêmement utiles pour nous aider à préparer notre rapport.

J'ai quelques questions à poser pour comprendre s'il existe un parallèle entre la situation de la BBC et celle de notre marché nord-américain. J'aimerais vous demander brièvement de décrire ce que j'appellerais la fragmentation du marché.

L'une des difficultés à laquelle notre télédiffuseur public fait face sur le marché nord-américain, c'est que la plupart des réseaux commerciaux possèdent maintenant une participation dans les émissions et dans les réseaux qui sont distribués uniquement par câble ou par satellite. Bien que le réseau même, disons CTV ou Global, risque de perdre une part de marché, l'entreprise finit par acheter les autres entreprises dont les émissions sont diffusées par câble ou par satellite, de sorte que la totalité de leur entreprise ne perd pas forcément une part de marché. C'est la situation qui existe à l'heure actuelle en Amérique du Nord.

Je me demande si vous pourriez nous expliquer s'il existe une situation parallèle dans votre marché, du moins en ce qui concerne votre auditoire?

**M. Wilf White:** Je pense que nous faisons l'objet de pressions similaires. Un chiffre intéressant relevé l'année dernière a indiqué qu'à l'heure de grande écoute, plus de gens regardaient les petites chaînes que les grands radiodiffuseurs traditionnels comme BBC, ITV, et Channel 4. La marge était faible, mais il s'agissait d'une première et cela ne s'était jamais produit auparavant.

La BBC demeure, de loin, le service de télévision le plus regardé au Royaume-Uni en tant que groupe unique, mais d'autres radiodiffuseurs font l'objet de pressions considérables. Je pense que ces pressions se font surtout sentir chez nos homologues financés de façon commerciale — ITV et Channel 4 — qui doivent aussi rivaliser avec ces autres exploitants pour obtenir des recettes commerciales.

Dans notre cas, la fragmentation du marché avec ITV et Channel 4 nous a également offert certains débouchés. Ainsi, nous avons pu lancer un plus grand nombre de nos propres chaînes pour reprendre une partie de l'auditoire qui avait abandonné BBC One et BBC Two.

Nous avons maintenant BBC Three, une chaîne pour les jeunes adultes, BBC Four, une chaîne d'art et de culture, deux chaînes pour enfants; ainsi que News 24; et une chaîne qui diffuse le parlement britannique. Cette chaîne peut permettre à BBC de récupérer une partie de l'auditoire que nos principaux réseaux sont en train de perdre.

Mais effectivement, nous faisons face à des pressions similaires auxquelles fait face l'Amérique du Nord.

• (1015)

**L'hon. Jim Abbott:** Je ne suis pas sûr à quel point ces chiffres sont exacts, mais je dirais que 90 p. 100 de notre auditoire canadien reçoit ses émissions par câble ou par satellite et que seulement 10 p. 100 reçoit ses signaux de télévision par la voie des ondes. Comment cette situation se compare-t-elle à celle du Royaume-Uni?

**M. Wilf White:** La situation au Royaume-Uni est très différente. La grande majorité du public continue de recevoir la télé par voie terrestre, soit de façon numérique ou analogique. La pénétration numérique au Royaume-Uni s'élève à environ 85 p. 100, et plus du tiers de ce 85 p. 100 est assuré par Freeview, qui est le système numérique par voie terrestre. Donc si vous additionnez la transmission numérique par voie terrestre qui est d'environ 34 p. 100 et la transmission analogique qui est d'environ 15 p. 100, vous pouvez constater qu'approximativement la moitié de la population du Royaume-Uni continue de recevoir ses signaux par voie terrestre.

**L'hon. Jim Abbott:** Donc cela limiterait d'une certaine façon la fragmentation du marché. Autrement dit, les personnes dont les signaux sont transmis par voie terrestre n'ont pas le même niveau d'accès dont bénéficie le téléspectateur canadien grâce au satellite ou au câble.

**M. Wilf White:** C'est tout à fait exact. Le nombre de chaînes que l'on obtient à la télévision numérique par voie terrestre varie légèrement en fonction de l'endroit où l'on vit, mais il peut se situer entre 30 et 60. En ce qui concerne le satellite et le câble, on peut avoir jusqu'à 200, 300 ou 400 chaînes. Donc effectivement, cela limite jusqu'à un certain point la fragmentation du marché au Royaume-Uni, même si nous sommes très conscients du fait que nos concurrents pour ce qui est d'attirer des auditoires ne sont pas tous des radiodiffuseurs de nos jours, d'où notre discussion un peu plus tôt à propos du contenu sur YouTube et sur bande large. Cela a aussi d'importantes répercussions sur nous lorsque les gens obtiennent leur contenu audiovisuel par d'autres moyens que la radiodiffusion linéaire.

**L'hon. Jim Abbott:** Très rapidement, en ce qui concerne votre contenu, votre programmation, l'une des difficultés que nous connaissons au Canada, bien entendu, c'est le fait d'être voisin du plus grand exportateur de culture. Il s'agit en fait de leur plus important produit d'exportation. Par conséquent, avec 20 p. 100 de notre population qui reçoit ses services en français, même si 80 p. 100 de la population les reçoit en anglais, la difficulté que nous avons c'est que les signaux sont assez accessibles à la majorité de la population, parce que 90 p. 100 de la population du Canada vit dans un rayon de 100 miles de la frontière américaine. C'est la première difficulté.

La deuxième difficulté, sur le plan technique, c'est la façon de définir ce que l'on entend par contenu canadien. Comment la BBC définit-elle en quoi consiste le contenu britannique, et quel est le pourcentage de votre programmation que vous qualifieriez de contenu britannique?

Ce sont donc mes deux questions: la première, comment définissez-vous le contenu britannique, et deuxièmement, quel pourcentage représente-t-il?

• (1020)

**M. Wilf White:** Le contenu britannique est essentiellement le contenu qui a été commandé ici. De toute évidence, il n'est pas nécessaire qu'il soit entièrement réalisé au Royaume-Uni, parce que nous avons des émissions à la BBC qui sont filmées entièrement à l'étranger.

Pour ce qui est du pourcentage des émissions sur nos chaînes qui sont britanniques, je dirais qu'il dépasse 80 p. 100. Il varie légèrement selon la chaîne regardée. Par exemple, sur nos chaînes pour les enfants, nous nous efforçons réellement pour faire en sorte que plus de 90 p. 100 de nos émissions soient britanniques, parce que nous considérons qu'il est particulièrement important que les enfants aient la possibilité de regarder des émissions faites au Royaume-Uni, du contenu fait au Royaume-Uni.

Sur les autres chaînes, sur BBC Four, par exemple, le chiffre est légèrement faible, parce que l'une des choses que BBC Four essaie de faire, c'est de présenter des films étrangers à un auditoire britannique. Donc évidemment, elle n'insiste pas autant sur le contenu britannique que le font les chaînes pour enfants. C'est donc de façon générale la façon dont nous fonctionnons.

**L'hon. Jim Abbott:** J'aimerais simplement avoir des éclaircissements. Vous dites que le contenu britannique correspondrait aux émissions commandées par la BBC plutôt qu'à une définition en tant que telle.

**M. Wilf White:** Il existe des définitions juridiques, mais le principe essentiel, c'est que la programmation est commandée à partir du Royaume-Uni.

**L'hon. Jim Abbott:** Je vous remercie.

**Le président:** Nous allons maintenant passer à M. Scarpaleggia.

**M. Francis Scarpaleggia (Lac-Saint-Louis, Lib.):** Je vous remercie, monsieur le président.

Je vous remercie messieurs White et Wilson.

Vous avez peut-être abordé cet aspect au début de votre exposé. Je suis arrivé quelques minutes en retard, donc je m'excuse si je soulève une question qui vous avez déjà abordée.

Quel est le poids relatif ou la présence relative de la BBC et de toutes ses chaînes dans le système de radiodiffusion britannique? L'idée préconçue qu'un étranger pourrait avoir, c'est que la BBC incarne la télévision britannique. Quelle est votre part relative de marché? Votre présence sur le marché est-elle dominante?

**M. Wilf White:** Ensemble, les chaînes de télévision de la BBC attirent un auditoire plus grand que toute autre série de chaînes d'un autre radiodiffuseur. BBC One et ITV, notre principal réseau rival, obtiennent une part assez semblable. Aujourd'hui, nous les devançons légèrement, mais auparavant nous étions à la traîne mais qui sait, ils pourraient nous devancer à nouveau. Mais en règle générale, les chiffres sont similaires.

BBC Two obtient une part semblable à celle de Channel 4, qui est un autre radiodiffuseur important. Simplement pour votre information, les principaux réseaux de radiodiffusion au Royaume-Uni sont la BBC, ITV, Channel 4 et une plus petite chaîne qui s'appelle Five. L'auditoire de Five est assez faible. Certaines régions du Royaume-Uni ne sont pas en mesure de recevoir le réseau Five.

Mon collègue, Daniel Wilson, vient de me fournir les chiffres pour l'année dernière. Pour ce qui est de la pénétration, qui est notre

principal critère de mesure, en 2006-2007, BBC One a atteint un taux de pénétration de 78,4 p. 100, comparativement à ITV, dont le taux de pénétration était de 74,7 p. 100. BBC Two avait un taux de pénétration d'environ 57 p. 100, Channel 4 d'environ 66 p. 100, et Five 42 p. 100, tandis que toutes les chaînes du réseau Sky mises ensemble atteignaient un taux de pénétration d'environ 33 p. 100. J'espère que cela vous donne une idée de la situation.

• (1025)

**M. Francis Scarpaleggia:** Je vous remercie, oui.

Pour enchaîner sur les questions posées par M. Abbott, quelle est la proportion approximative selon vous de contenu américain que regardent les téléspectateurs britanniques? Évidemment au Canada, cette proportion est très importante. Mais pourriez-vous simplement me donner une idée approximative de la présence du contenu américain?

**M. Wilf White:** Je pense que si vous parlez de la télévision en général, il y a beaucoup de contenu américain sur les canaux commerciaux et numériques, et effectivement, nous avons des canaux qui ne diffusent que du contenu américain.

À la BBC, mis à part la présentation à l'occasion d'un film d'Hollywood, on présente en fait très peu de séries américaines. C'est extrêmement rare. Par le passé, dans les années 70 et 80, nous présentions en fait beaucoup plus d'émissions américaines que nous ne le faisons aujourd'hui. Et lorsque nous avons présenté, l'année dernière, une série que vous connaissez peut-être, intitulée *Heroes*, qui représentait un achat assez inhabituel pour BBC Two, les gens ont indiqué qu'ils trouvaient étrange de voir une émission américaine à la BBC.

Channel 4 présente un peu plus de contenu américain que nous ne le faisons. Cette chaîne achète effectivement des comédies et séries américaines comme *ER* et *Desperate Housewives* — des émissions que vous connaissez — mais comme je l'ai dit, ces émissions ne dominent pas leur horaire. Et l'ensemble des radiodiffuseurs publics du Royaume-Uni sont tenus de respecter des quotas pour ce qui des productions originales.

Je pense que nous avons beaucoup de chance au Royaume-Uni. Nous avons l'avantage de n'avoir aucun voisin proche de langue anglaise, mis à part bien sûr la République d'Irlande, et de pouvoir compter sur une habitude assez bien ancrée chez les téléspectateurs britanniques qui préfèrent le contenu britannique au contenu américain. Donc, parmi nos émissions principales, pour ce qui est de la part de marché, aucune n'est américaine.

**M. Francis Scarpaleggia:** Je vous remercie.

À première vue, on a l'impression que... Si la BBC veut un canal supplémentaire pour se protéger contre la fragmentation, elle ne semble pas avoir de difficulté à en obtenir un. Comment les canaux sont-ils distribués en Grande-Bretagne? Ici nous avons le CRTC et divers radiodiffuseurs exercent de fortes pressions sur le CRTC pour faire valoir leurs droits. Comment le système fonctionne-t-il en Grande-Bretagne? Si vous voulez un canal supplémentaire, comment faites-vous pour l'obtenir?

**M. Wilf White:** J'aimerais tout d'abord dire, en tant que personne dont le travail consistait à obtenir l'approbation pour nos canaux numériques supplémentaires, c'est qu'il s'agissait d'un travail ardu. Et si cela semble facile, croyez-moi, ce n'était pas le cas.

Tout d'abord, notre capacité sur Freeview nous appartient; nos canaux multiplexes nous appartiennent. Donc, pour ce qui est de la distribution numérique par voie terrestre, nous possédons une certaine capacité que nous divisons parmi les services que nous voulons présenter grâce à cette capacité. Pour ce qui est de Sky et du câble, nous devons gagner nos places, mais ils sont obligés de distribuer les canaux du service public.

Pour faire approuver un nouveau canal. La haute direction doit tout d'abord présenter une proposition, une description du service. Nous la soumettons alors à la fiducie qui convient avec nous de la façon dont la valeur publique de la proposition doit être évaluée. Nous faisons une présentation à la fiducie en lui indiquant le projet que nous envisageons et la valeur que, selon nous, il représenterait. La fiducie fait alors une évaluation plus poussée de la valeur publique, consulte le public, consulte ceux qui financent les licences. Est-ce qu'ils sont prêts à financer cette licence? Est-ce qu'ils en veulent?

Ofcom, l'instance indépendante de réglementation de la radio-diffusion, évalue l'incidence probable de cette proposition sur le marché, et la fiducie détermine alors si à son avis la valeur publique l'emporte ou non sur l'incidence sur le marché.

Enfin, le secrétaire d'État donne son accord à la décision finale dans une perspective procédurale. Il n'évalue pas le bien-fondé du cas mais détermine si nous avons fait l'évaluation correctement.

Il s'agit d'un processus assez rigoureux. Je viens d'obtenir hier l'approbation pour un tout petit canal qui diffusera en gaélique pour les locuteurs gaéliques des îles occidentales de l'Écosse. Nous avons dû faire de nombreuses démarches auprès de la fiducie pour la convaincre qu'il s'agissait d'un projet approprié de notre part, etc.

Il s'agit donc d'un processus assez rigoureux.

• (1030)

**M. Francis Scarpaleggia:** Je vous remercie.

**Le président:** Je vous remercie.

Madame Mourani, je vous prie.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** Merci, monsieur le président.

Monsieur White, je souhaite revenir au financement. Vous avez parlé d'une licence que paie le public pour avoir accès à la BBC. Je ne suis pas certaine d'avoir bien compris et j'aimerais avoir une précision. En Grande-Bretagne, chaque personne paie-t-elle une licence ou une taxe pour chaque chaîne? Par exemple, ici, on peut avoir accès à plusieurs chaînes par l'entremise de différents distributeurs, en payant mensuellement une certaine somme. Chez vous, doit-on déboursier un montant par chaîne: tant pour la BBC et tant pour une autre chaîne? Comment cela se passe-t-il?

[Traduction]

**M. Wilf White:** Il s'agit d'une redevance imposée à chaque ménage indépendamment des chaînes qu'on regarde. En vertu des lois britanniques, vous devez payer un droit de permis même si vous ne regardez jamais une émission de la BBC. Cela est peu probable car pratiquement tout le monde regarde la BBC dans une certaine mesure. Mais même si vous n'utilisez pas le service, le droit de permis est essentiellement une taxe sur l'utilisation d'une télévision, quelle qu'elle soit.

Nous n'exigeons pas de frais supplémentaires pour nos services. Ils sont alors fournis gratuitement. Nous sommes présents sur toutes les plateformes numériques, donc peu importe le service numérique que vous avez, vous recevrez nos services, et bien entendu nous

sommes également disponibles, ou du moins nos canaux principaux sont disponibles par le système analogique.

D'autres canaux, des canaux commerciaux, font la distinction entre les canaux dont la diffusion est gratuite sur les ondes comme ITV, Channel 4, Five, et un certain nombre d'autres canaux, et ceux qui exigent un abonnement. Si vous voulez ces canaux-là, vous devez alors payer un montant mensuel supplémentaire, mais ce ne sera pas le cas en ce qui concerne Freeview, parce que Freeview ne prévoit aucun abonnement mensuel et est diffusé sur les ondes entièrement gratuitement. La BBC même n'offre aucun service par abonnement.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** D'après ce que je comprends, il existe des droits de permis, et ceux-ci sont encaissés par la BBC. En outre, les gens qui veulent capter d'autres chaînes de télévision doivent payer des frais additionnels. En fin de compte, combien les ménages payent-ils pour pouvoir regarder la télé en Grande-Bretagne?

[Traduction]

**M. Wilf White:** La majorité des gens ne paie que la redevance de 135,50 £. Mais ceux qui décident de payer un abonnement paieront jusqu'à environ 45 £ de plus par mois. Les formules d'abonnement commencent aux alentours de 10 ou 12 £ par mois et peuvent aller jusqu'à 45 £ par mois. Si vous êtes un mordu de sports et que vous voulez tous les canaux de films, alors vous paierez environ un quarantaine de livres. Si vous voulez moins de canaux et que vous ne voulez pas les principaux canaux de sports, vous paierez plutôt 15 ou 16 £.

Bien entendu, la situation se trouve plus ou moins compliquée du fait qu'à l'heure actuelle les exploitants de satellite et de câble incluent l'accès à large bande dans leurs abonnements. Donc, en plus d'obtenir des services de télévision, dans la majorité des cas vous obtenez également l'accès à large bande et très souvent à un service téléphonique aussi. Donc, il est assez difficile de départager tous ces coûts pour préciser le coût à payer pour regarder la télévision. Mais pour la majorité des gens, le seul coût qu'ils ont à payer, c'est tout simplement le droit de permis et rien de plus.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** Pour ce qui est des émissions, séries, films télévisés et autres, avez-vous dans votre budget global un montant qui est alloué à des producteurs pour réaliser ces productions ou avez-vous pour ce faire accès à du financement provenant d'autres fonds?

Par exemple, nous avons ici le Fonds canadien de télévision. Il alloue 37 p. 100 de son budget aux producteurs, dans le cas des réseaux français et anglais de Radio-Canada. La situation est-elle la même chez vous ou êtes-vous en mesure de réaliser vos propres productions par l'entremise de votre propre budget?

•(1035)

[Traduction]

**M. Wilf White:** Nous n'avons pas accès à un fonds similaire au Fonds canadien de télévision. L'équivalent n'existe pas au Royaume-Uni. Mais ce que nous faisons, plus particulièrement dans le cas de nos productions plus coûteuses, c'est que nous faisons appel à des coproducteurs, à d'autres radiodiffuseurs qui, en retour pour les droits de présenter les émissions eux-mêmes, contribuent financièrement à l'émission pour nous aider à la réaliser. J'ai donné plus tôt l'exemple de la CBC qui finance *Doctor Who*, mais nous recevons également l'appui de Discovey Network aux États-Unis pour un grand nombre de nos productions dans le domaine de l'histoire naturelle. De plus en plus, nous cherchons à optimiser les ressources provenant des payeurs de droits de permis en obtenant un financement de tierces parties qui se trouvent essentiellement à acheter les droits des émissions à l'avance en les cofinçant. Mais au Royaume-Uni il n'existe aucun autre fonds que les redevances.

[Français]

**Mme Maria Mourani:** Mon collègue vous a demandé plus tôt si les gens avaient été nombreux à ne pas vouloir payer les droits de permis. Vous avez parlé d'une proportion d'environ 5 p. 100 et dit que celle-ci était beaucoup plus élevée avant. Au tout début, quand le gouvernement a instauré cette mesure, y a-t-il eu beaucoup de protestations au sein de votre population, ou les gens ont-ils accepté de payer ces droits?

[Traduction]

**M. Wilf White:** Le droit de permis remonte jusqu'aux années 20, je ne suis pas sûr de ce qu'a été la réaction quand il a été introduit la première fois.

Je dirais que ce chiffre de 5 p. 100 représente les personnes qui se soustraient au paiement du droit de permis. Je suppose que pour répondre honnêtement à votre question, il faudrait dire que 95 p. 100 de ceux qui paient effectivement les droits de permis le font probablement plus ou moins à contrecœur, certains parce qu'ils savent qu'ils y sont obligés par la loi et d'autres parce qu'ils considèrent vraiment que nous offrons un service de bonne valeur.

Je pense que la majorité des Britanniques considèrent effectivement que les droits de permis qu'ils versent pour le service offert représentent un bon rapport qualité-prix et je pense que la majorité des parlementaires est du même avis. Bien entendu, certains paieront les droits de permis à contrecœur.

**Le président:** Je vous remercie.

Nous allons maintenant passer à M. Siksay.

**M. Bill Siksay:** Je vous remercie, monsieur le président.

J'aimerais revenir aux six buts publics énoncés dans la charte. Je pense qu'à un certain moment vous avez parlé de plans. Existe-t-il un plan qui correspond à chacun de ces six buts publics?

**M. Wilf White:** Oui. Ils se trouvent sur le site Web de la BBC, si cela vous intéresse. Si vous vous rendez à la partie du site Web qui est consacrée à la fiducie, vous y trouverez tous les documents qui expliquent comment les mandats et les plans qui se rattachent aux buts énoncés sont mis en oeuvre.

**M. Bill Siksay:** Comment ces plans concernant les buts sont-ils préparés?

**M. Wilf White:** Permettez-moi de vous l'expliquer. Il y a en fait deux aspects ici. À un niveau élevé, il y a les mandats, qui sont rédigés par la fiducie. Nous pouvons les consulter, mais il s'agit essentiellement des propositions que la fiducie fait à notre intention.

Les plans de mise en oeuvre sont donc la réponse de la haute direction aux énoncés des buts visés. Donc l'énoncé indique de façon générale les mesures qu'il faudrait prendre pour promouvoir l'éducation et l'apprentissage. Les plans de mise en oeuvre proposent la façon de concrétiser ces buts. Vous nous avez dit de faire ceci, voici comment nous nous proposons de le faire.

Les énoncés sont plus généraux que les plans. Les plans établissent des propositions précises pour concrétiser les buts énoncés.

•(1040)

**M. Bill Siksay:** Très bien, cette information est utile.

Pourriez-vous nous parler un peu du plan particulier de mise en oeuvre pour représenter les nations, les régions et les collectivités du Royaume-Uni?

**M. Wilf White:** Je peux vous donner des exemples de ce que nous sommes censés faire à cet égard. Je pense que ce serait la meilleure façon de procéder.

Ce que l'on attend entre autres de nous, c'est que nous commandions une bonne partie de notre contenu de l'extérieur de Londres. Les administrateurs tiennent beaucoup à s'assurer que nous offrons une couverture adéquate de l'information régionale, que nous commandons des émissions d'un peu partout au Royaume-Uni, que nous tâchons de promouvoir l'accès aux ondes de la part des communautés minoritaires et en particulier que nous veillons à ce qu'une proportion raisonnable des émissions soient réalisées non seulement à l'extérieur de Londres mais à l'extérieur de l'Angleterre. L'administration tient à s'assurer qu'une bonne partie de la programmation est réalisée au pays de Galles, en Écosse et en Irlande du Nord.

Au risque de paraître obsédé par l'émission *Doctor Who*, simplement parce que j'ai un fils de neuf ans qui regarde cette émission tout le temps, *Doctor Who*, par exemple, est réalisé à Cardiff, au pays de Galles, et non à Londres. Pour l'instant, nous déployons des efforts particuliers pour commander plus d'émissions de l'extérieur de Londres et effectivement nous allons déménager une importante partie de l'effectif de la BBC de Londres à Salford, qui se trouve près de Manchester, dans le nord de l'Angleterre. C'est une initiative que l'administration appuie fortement.

Ce sont simplement quelques exemples de la façon dont on attend de nous que nous servions les nations et les régions. Nous faisons également beaucoup de travail en ligne au niveau des nations et des régions. Chaque collectivité locale a son propre site Web qu'elle peut consulter; ce site Web s'appelle « Where I live now ». On peut y obtenir des informations locales, la météo locale pour sa région.

**M. Bill Siksay:** Existe-t-il des cibles précises pour la production régionale ou le développement de productions à l'extérieur de Londres? Pouvez-vous nous dire quel pourcentage existait à Londres et quelles sont les cibles concernant le changement quant à l'endroit où se fait la production pour BBC?

**M. Wilf White:** Oui. Selon le quota qui existe depuis quelque temps, un tiers de notre production doit provenir de l'extérieur de Londres. Lorsqu'il a parlé du quota justement la semaine dernière, le directeur général a dit qu'il s'attendait à ce que ce soit plutôt aux environs de 50 p. 100 d'ici quelques années.

**M. Bill Siksay:** Tantôt vous avez parlé de la production dans une autre langue qui se faisait dans les îles Hébrides de l'Écosse. Pouvez-vous nous parler un peu du travail que fait la BBC dans d'autres langues?

**M. Wilf White:** Oui. Pour ce qui est de la télévision, nous appuyons la télévision galloise avec des versions de BBC Two au pays de Galles et par une station de radio galloise. En Écosse, nous avons une station de radio et un site Web en gaélique, à laquelle nous ajoutons maintenant un canal de télévision en gaélique. Nous avons également des services de radio et Internet dans ces langues et d'autres langues minoritaires.

Par exemple, nous avons un réseau de radio numérique, qui s'appelle Asian network, qui produit de la programmation dans des langues asiatiques telles que l'urdu, le bergali, le gujarati et d'autres langues de ce genre.

Nous avons en fait une assez vaste gamme de services en différentes langues. Bien sûr, hormis la BBC en général, il y a aussi le BBC World Service, qui couvre environ 40 autres langues.

**Le président:** Merci beaucoup.

Monsieur Fast.

**M. Ed Fast:** Monsieur White, j'aimerais vous poser une question concernant votre bibliothèque de programmation. Quelle proportion de votre matériel en archives est disponible par le biais des différentes plateformes que vous offrez?

**M. Wilf White:** Eh bien, notre but est de faire en sorte que le contenu en archives des sept derniers jours soit disponible gratuitement sur les ondes par le service à large bande. Dans certains cas, nous n'avons simplement pas le droit de le faire. Par exemple, si nous avons diffusé un film d'Hollywood, nous n'allons pas le rendre disponible sur demande parce que les studios d'Hollywood préfèrent le faire eux-mêmes. Franchement, je pense que c'est plus important pour notre propre programmation. Nous avons des problèmes semblables pour ce qui est des droits sur les télédiffusions de sports, où les organismes sportifs préfèrent détenir eux-mêmes les droits de diffusion dans certains cas et offrir leur propre service à la demande.

En outre, nous sommes en train d'élaborer un service commercial à la demande qui rendrait disponible une bonne proportion de notre contenu, qui reste à déterminer, parce que cela dépend de comment ça fonctionnera et ça n'a pas encore été lancé, et ce après sept jours moyennant des frais minimes. Nous le faisons en collaboration avec les autres télédiffuseurs publics, ainsi que les télédiffuseurs commerciaux — ITV et d'autres.

•(1045)

**M. Ed Fast:** Un des témoignages que nous avons entendus ici provenait des créateurs de contenu qui se plaignaient des difficultés qu'ils ont à négocier les droits sur la programmation de multiples plateformes. D'après ce que je peux comprendre, vous avez été confrontés à des défis semblables.

Comment proposez-vous résoudre cette question, surtout que vous avez tout ce matériel qui a été produit pour la BBC ou que vous avez acheté? Il est diffusé une fois et pourrait avoir une assez grande valeur mais malgré cela il ne peut pas être rediffusé à cause de différents sur les droits de programmation.

**M. Wilf White:** C'est Daniel qui s'occupe de cette question, alors si vous me le permettez, je vais lui céder la parole.

**M. Daniel Wilson:** Je crois que ce que nous allons essayer de faire, c'est de travailler en partenariat avec les producteurs indépendants et d'autres détenteurs de droits avec qui nous travaillons et essayer de leur montrer comment les gens ont accès au contenu de nos jours.

Pour commencer, et ça fait quelques années que nous avons commencé à négocier les modalités de l'entente, c'était vraiment une question de leur démontrer comment l'utilisation a changé, comment le service à la demande est beaucoup plus important pour l'auditoire, et aussi de leur parler de ce phénomène dont a parlé le comité, c'est-à-dire la fragmentation de l'auditoire. Je pense qu'une fois que nous avons eu soulevé ces questions avec les détenteurs de droits, il est devenu clair que c'était dans l'intérêt de tout le monde de faire preuve d'une approche plus souple, nous avons un accès aux droits toutes les plateformes confondues et, par exemple, notre capacité de diffuser notre programmation sur les téléphones cellulaires, même si elle était produite par des indépendants, ou encore des services de rattrapage qui étaient inclus dans l'attente, comme Wilfred l'a mentionné.

Alors où cela nous a amenés au plan de l'optimisation des ressources, je pense qu'il serait juste de dire que nous avons payé un peu plus pour ces droits additionnels qui nous étaient accordés afin de pouvoir avoir ces services de rattrapage. Mais nous n'avons pas payé beaucoup plus parce que nous reconnaissons que beaucoup de gens qui utilisaient le service à la demande regarderaient ça comme substitut pour les canaux de télévision traditionnels.

**M. Ed Fast:** Merci.

**Le président:** Merci.

Nous passerons maintenant à M. Bélanger pour une brève question, et ensuite moi j'en ai une, monsieur.

**L'hon. Mauril Bélanger:** J'ai deux questions et elles seront brèves.

Je serais curieux de savoir dans quelle mesure la BBC utilise son site Web — et je suppose que j'aurais pu le découvrir moi-même en visitant votre site Web — pour remplir ses obligations d'apprentissage et d'éducation en tant que chaîne publique. Ça c'est la première.

Numéro deux, dans nos notes et dans vos commentaires, il est question de la charte royale ainsi que de l'entente. Pourriez-vous faire la distinction entre les deux, c'est-à-dire quelles sont les différences principales entre la charte et l'entente?

**M. Wilf White:** Je vais commencer.

Excusez-moi, mais je me concentrais sur votre question sur la charte et l'entente. Alors je vais répondre à votre deuxième question d'abord et ensuite vous pourrez me rappeler votre première. La charte établit essentiellement la BBC et comment la société fonctionne ainsi que ses pouvoirs. Ensuite l'entente met la chair sur le squelette et indique quelles sont les choses que fait la BBC dans ses opérations compte tenu des pouvoirs qui lui sont accordés par la charte. Donc la charte dit essentiellement voici votre raison d'être, et ensuite l'entente dit voici comment vous devez répondre à cette raison d'être et livrer vos services.

Je m'excuse, mais j'ai manqué votre première question.

•(1050)

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci.

La première question était dans quelle mesure votre site Internet est utilisé pour l'aspect de l'éducation et de l'apprentissage publics de votre société.

**M. Wilf White:** La réponse serait « de plus en plus ».

Nous avons trouvé que la programmation scolaire à la télévision ne fonctionne pas de la même façon qu'autrefois. Elle était jadis très efficace pour promouvoir l'éducation et l'apprentissage. Maintenant, à cause de l'heure à laquelle la programmation est diffusée et parce que différentes écoles présentent leurs programmes différemment, nous constatons que la façon linéaire de livrer le contenu scolaire n'est pas aussi efficace que le contenu scolaire à la demande. Ce qui est bien avec le contenu de services à bande large pour les écoles et pour l'éducation, c'est que c'est toujours disponible. Donc, un enseignant peut l'utiliser à n'importe quelle heure.

Encore mieux, lorsque l'enfant arrive à la maison et fait des devoirs ou des leçons, il peut toujours avoir accès à ce contenu. Ils n'ont pas à se préoccuper de programmer le magnétoscope comme c'était le cas par le passé. Le contenu est disponible en tout temps.

Donc nous utilisons de plus en plus le service à bande large pour atteindre les enfants. Nous pensons que c'est la voie de l'avenir.

**L'hon. Mauril Bélanger:** Merci.

**Le président:** Je vous remercie de cette réponse.

La question que M. Bélanger vient de vous poser est justement celle que j'allais poser, mais étant le président, je voudrais me permettre une brève question.

Nous avons fait certaines études sur les théâtres numériques, et dans nos études nous avons parlé des théâtres numériques en Angleterre et dans les îles britanniques. Avez-vous des ententes avec ces théâtres afin de pouvoir diffuser le contenu de la BBC dans ceux-ci?

**M. Wilf White:** Dans le moment non, nous n'en avons pas de façon générale, mais cette proposition est parfois mise de l'avant. Je pense qu'on y songerait très certainement, parce que nous sommes ouverts à n'importe qui qui veut diffuser notre contenu à un plus

vaste auditoire, pourvu qu'il le fasse d'une façon qui nous soit acceptable. S'ils en tirent un profit commercial, il faut alors que ce soit fait sur une base commerciale. Mais nous avons été tout à fait disposés à partager le contenu avec ceux qui n'en tirent pas de profit commercial, parce que nous croyons simplement qu'une fois que les détenteurs de licence ont payé pour nos émissions, ils devraient pouvoir les obtenir de la façon qui leur convient le mieux, et s'ils veulent aller voir quelque chose dans un cinéma ou un théâtre, c'est parfait.

Nous avons récemment fait une série dérivée qui a connu un grand succès commercial où *The Blue Planet* — je ne sais pas si vous avez vu cette série, mais il s'agit des océans du monde — a été reformatée en format de cinéma. Ce film a été présenté dans les salles de cinéma en Grande-Bretagne et partout dans le monde, mais cela a été fait sur une base commerciale par BBC Worldwide. Je crois que cela a connu un certain succès.

**Le président:** Merci beaucoup.

Au nom du Comité permanent du patrimoine canadien, nous vous remercions beaucoup d'avoir comparu devant nous aujourd'hui et nous vous sommes très reconnaissants de votre point de vue très franc. Donc encore une fois, au nom du comité, nous vous remercions beaucoup tous les deux de cette excellente rencontre.

**M. Wilf White:** Merci, et je vous présente encore une fois mes excuses à propos de notre équipement qui n'a pas fonctionné. Je suis plutôt content que le téléphone ne fonctionnait pas sinon vous auriez entendu des termes non parlementaires de ma part.

**Des voix:** Oh, oh!

**Le président:** Très bien. Merci beaucoup, monsieur.

La séance est levée.

---







**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.**