



CHAMBRE DES COMMUNES  
HOUSE OF COMMONS  
CANADA

## **Comité permanent du patrimoine canadien**

---

CHPC



NUMÉRO 032



1<sup>re</sup> SESSION



42<sup>e</sup> LÉGISLATURE

---

**TÉMOIGNAGES**

**Le mardi 25 octobre 2016**



**Présidente**

**L'honorable Hedy Fry**



## Comité permanent du patrimoine canadien

Le mardi 25 octobre 2016

•(1100)

[Traduction]

**La présidente (L'hon. Hedy Fry (Vancouver-Centre, Lib.)):**  
Nous allons commencer.

Bonjour à tous.

Conformément à la motion proposée par Pierre Nantel, nous consacrons maintenant deux heures à la Société Radio-Canada. Ses représentants vont nous parler de leur vision, de leurs espoirs et de leurs plans pour la SRC.

Monsieur Lacroix, monsieur Lalonde, madame Conway, soyez les bienvenus.

Nous accordons normalement 10 minutes à chaque témoin pour qu'il fasse son exposé, quoique nous procéderons un peu différemment aujourd'hui. Ensuite, il y a une série de questions. Aujourd'hui, nous ferons une pause après que M. Lacroix nous aura montré un court métrage qu'il présente dans le cadre de son exposé, afin que nous puissions voir un programme spécial. Il terminera ensuite son exposé.

Je voulais que tout le monde comprenne la façon dont nous allons procéder.

Commençons.

[Français]

**M. Hubert T. Lacroix (président-directeur général, Société Radio-Canada):** Merci, madame la présidente.

Je vous remercie de m'avoir invité à venir vous parler du réinvestissement du gouvernement dans la radiodiffusion publique. Heather Conway, Louis Lalonde et moi avons déjà eu l'occasion de vous rencontrer et je suis donc très heureux de vous revoir ainsi que de revoir les membres du Comité.

[Traduction]

Avant de commencer, j'aimerais vous dire un mot à propos des appareils devant vous. Ce sont des casques de réalité virtuelle. Nous les avons apportés parce qu'ils jouent un rôle important dans les rencontres que nous venons tout juste de lancer dans quatre communautés pour parler des femmes autochtones portées disparues ou assassinées. Je voulais que vous puissiez voir par vous-même comment cette technologie nous permet de raconter des histoires différemment. J'y reviendrai plus longuement plus tard.

Ces derniers mois, nous avons démontré de manière remarquable tout ce que la radiodiffusion publique peut faire.

En août, nous avons permis aux Canadiens de partager un moment décidément canadien: le dernier concert du groupe The Tragically Hip, à Kingston, en Ontario. Presque 12 millions de Canadiens se sont rassemblés, certains dans leur cour, d'autres dans des bars, dans des parcs et sur les places publiques pour assister à cet événement. Plus de 190 visionnements publics ont été organisés ici et ailleurs dans le monde. Un Canadien nous a même dit qu'il avait écouté le

concert sur son téléphone alors qu'il était dans son automobile à Hawaii. Rassembler les Canadiens, comme nous l'avons fait ce soir-là, c'est exactement le rôle que le radiodiffuseur public doit jouer.

[Français]

Il y a aussi eu les Jeux olympiques et paralympiques à Rio de Janeiro. On se souviendra sûrement des émotions que nous avons tous ressenties quand Penny Oleksiak — en fait tout le monde maintenant l'appelle Penny — a gagné le bronze, puis l'argent, puis encore le bronze et enfin l'or. Cette jeune nageuse âgée de 16 ans seulement a remporté plus de médailles que n'importe quel autre athlète canadien dans l'histoire des Jeux olympiques d'été. Et comment oublier cette rivalité amicale entre André De Grasse et Usain Bolt ou la résilience de la lutteuse Erica Wiebe qui a remporté l'or après ne pas s'être qualifiée pour les jeux de 2012, les championnats du monde ou les Jeux panaméricains de l'an dernier.

Trente-deux millions de personnes se sont jointes à nous pour célébrer ces moments, soit plus de 91 % de la population du Canada. De plus, 10,1 millions de Canadiens ont écouté notre couverture de plus de 700 heures des Jeux paralympiques. Les Jeux de Rio 2016 ont été les jeux olympiques d'été les plus regardés de l'histoire du Canada. Nous avons eu au total plus de 229 millions de pages vues et près de 37 millions de visionnements vidéos sur nos sites Web et nos applications olympiques. De plus, le public a pu vivre aussi les jeux d'une toute nouvelle façon pour la première fois puisque la réalité virtuelle a permis aux Canadiens de se plonger au coeur de l'action.

•(1105)

[Traduction]

La technologie est impressionnante, mais elle peut aussi être bien plus que ça.

Bon nombre d'entre vous connaissent le rôle de leadership que CBC/Radio-Canada joue dans le dossier des femmes autochtones portées disparues et assassinées. L'émission *The Current* de CBC Radio a organisé une série de rencontres publiques afin que les gens comprennent mieux ce fléau.

Lorsque les gens arrivent à ces rencontres, ils font l'expérience de la situation grâce à la réalité virtuelle. Ils sont transportés sur l'autoroute 16, qui est tristement connue sous le nom de l'autoroute des larmes, dans le nord de la Colombie-Britannique, à l'endroit même où plusieurs femmes autochtones ont été assassinées ou sont disparues. Ce documentaire en réalité virtuelle, une première pour la CBC, peut être téléchargé à partir de notre site Web.

Ce documentaire a suscité des réactions tout simplement incroyables. Plus tôt ce mois-ci, 200 personnes sont venues le voir à Prince George. Cette rencontre a ensuite été diffusée à l'émission *The Current*. Voici ce que ces personnes en ont pensé.

[Présentation audiovisuelle ]

Madame la présidente, avec votre permission, j'aimerais prendre quelques minutes pour que vous en fassiez l'expérience. Nos techniciens vous aideront à installer l'appareil. Cela ne durera que quatre minutes.

• (1110)

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

Nous allons faire une pause, et je vous prie d'éteindre vos micros. Éteignez vos micros, s'il vous plaît. Vous avez reçu la transcription en français, car la bande audio de l'appareil de réalité virtuelle est en anglais seulement.

Je vous prie de vous asseoir. Les gens ont parfois des malaises lorsqu'ils regardent quelque chose avec ces casques. Vous aurez l'impression de tomber, surtout si vous êtes en hauteur, et il y a le risque que vous le fassiez réellement, donc je vous demande de vous asseoir.

La séance est suspendue, afin que tout le monde puisse profiter de la réalité virtuelle.

**M. Hubert T. Lacroix:** Nous avons des techniciens qui vous aideront avec l'équipement.

**La présidente:** Merci.

• (1110)

(Pause)

• (1115)

**La présidente:** Merci.

Continuez, monsieur Lacroix.

**M. Hubert T. Lacroix:** Merci.

Nous croyons que c'est là où la radiodiffusion publique joue son rôle: utiliser tous les outils à notre disposition et présenter du grand journalisme et des histoires racontées de manière spectaculaire, pour que les Canadiens puissent mieux saisir les enjeux importants et en discuter.

[Français]

C'est ce en quoi consiste notre Stratégie 2020.

Notre transformation en vue de devenir un radiodiffuseur plus numérique, plus local et plus distinctif n'a pas toujours été facile, mais les principales perturbations sont maintenant derrière nous et nos efforts portent fruit.

Nous le constatons dans la façon dont les Canadiens interagissent maintenant avec nous et entre eux sur leurs appareils mobiles, dans les réseaux sociaux, à la télévision et à la radio. Nous poursuivons la transformation de nos stations régionales dans tout le pays pour en faire des environnements multiplateformes plus ouverts. Halifax, Matane, Moncton et Sudbury sont les plus récentes stations que nous avons transformées. Nous offrons plus de contenu local, plus souvent et à un plus grand nombre de Canadiens sur tous les appareils qu'ils utilisent.

Plus de 16 millions de Canadiens accèdent à nos plateformes numériques chaque mois, ce qui représente une hausse de trois millions de personnes au cours de la dernière année seulement. Vous le savez, notre objectif est de voir ce chiffre grimper à 18 millions d'ici l'année 2020. C'est ce qui nous aide à tisser des liens plus étroits avec les Canadiens.

Nous ne sommes pas les seuls à traverser une période de transformation. Le mois dernier, nous avons accueilli la conférence PBI 2016 à Montréal: 60 radiodiffuseurs publics de 52 pays de partout dans le monde y ont participé. Il est clair que nous faisons tous face aux mêmes défis, mais il est clair aussi que CBC/Radio-Canada a une longueur d'avance sur bon nombre d'entre eux dans toute cette transformation et joue un rôle de leader dans ce passage au numérique.

Le réinvestissement que le gouvernement a annoncé dans son budget de 2016 nous aide dans cette transformation. Nous sommes très reconnaissants de cet appui. C'est la première injection de nouveaux fonds dans la radiodiffusion publique depuis plus de 10 ans. C'est un vote de confiance important dans CBC/Radio-Canada, dans la valeur de nos contenus et dans notre vision de l'avenir.

Quand le gouvernement a annoncé ce réinvestissement, il nous a demandé de développer un plan de reddition de comptes. Nous communiquerons ce plan aux Canadiens prochainement, mais avant, je vais vous dire ce que nous avons fait jusqu'ici à cet égard. Rappelons que le gouvernement a promis de nous accorder 75 millions de dollars cette année et 150 millions de dollars dans les prochaines années.

Voilà ce que nous faisons déjà avec cet investissement.

• (1120)

[Traduction]

Nous créons de nouvelles émissions en prévision du 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada. Des émissions comme *Becoming Canadian*, un projet donnant la priorité au numérique et mettant à l'honneur les gens qui ont choisi de s'installer au Canada.

[Français]

Nous avons aussi créé l'émission *La grande traversée*.

[Traduction]

C'est l'aventure de 10 personnes qui vont revivre, à bord d'une réplique des navires d'autrefois, le périple des colons partis de France en 1745 pour venir s'établir au Québec.

Cet été, nous avons créé une nouvelle émission de radio nationale, *Out in The Open*, animée par Piya Chattopadhyay.

Nous avons commencé le tournage de la série dramatique en six épisodes, *Alias Grace*, d'après le roman de Margaret Atwood, en partenariat avec Netflix, soit une première pour nous.

Nous avons pu conserver le financement de l'émission de radio d'une heure axée sur les Autochtones, *Unreserved*, avec Rosanna Deerchild.

Nous avons créé une nouvelle série dramatique d'une heure sur de jeunes joueurs de soccer canadiens, *21 Thunder*, qui sera diffusée à l'été 2017.

Nous avons lancé le projet d'une nouvelle station de radio à London, en Ontario, que nous avons précédemment suspendu en raison des réductions budgétaires.

[Français]

Nous avons créé du contenu numérique additionnel pour ICI Tou. tv et sept émissions supplémentaires pour Vero.tv, la nouvelle chaîne de télévision numérique sur le forfait EXTRA d'ICI Tou.tv.

Nous avons lancé un nouveau projet appelé Prochaine Génération, qui représente un espace d'expérimentation pour enrichir et partager les contenus d'information et d'affaires publiques, créé et géré par des milléniaux, pour les milléniaux.

Nous avons créé cinq épisodes additionnels d'une heure du populaire talk-show des Maritimes, *Méchante soirée*, produit à Moncton.

Nous avons ajouté 15 heures de nouveau contenu les soirs de semaine sur ICI Radio-Canada Première, à la place des reprises.

[Traduction]

Ce ne sont là que quelques exemples. Les Canadiens pourront suivre nos progrès dans ces projets et dans l'atteinte de tous nos objectifs par l'intermédiaire de notre plan d'entreprise et de nos rapports annuels.

Nous sommes fiers de ce que nous avons accompli jusqu'ici pour soutenir la culture canadienne. Nous croyons qu'il est essentiel d'avoir un radiodiffuseur public fort au cœur d'un écosystème culturel solide.

Merci.

**La présidente:** Merci beaucoup.

Je vous présente M. Nantel, dont la motion nous a permis de tenir cette séance de deux heures.

Nous allons commencer une série de questions de sept minutes. Les sept minutes comprennent à la fois les questions et les réponses.

Ce sera M. Breton qui ouvrira le bal.

• (1125)

[Français]

**M. Pierre Breton (Shefford, Lib.):** Je vous remercie, madame la présidente.

Merci, monsieur Lacroix. Je remercie également Mme Conway et M. Lalande d'être avec nous ce matin.

Dans votre présentation, vous avez fait part de beaucoup de sujets, dont certains sont très importants. Le gouvernement est très fier d'avoir réinvesti dans CBC/Radio-Canada, une institution dans laquelle nous croyons fortement. Vous avez parlé d'investissements de 75 millions de dollars cette année et de 150 millions de dollars pour les quatre prochaines années.

Ma question a trait au contenu local.

À cet égard, dans quelle perspective l'argent sera-t-il investi pour nos communautés partout à travers le pays? Il s'agit d'un élément important de notre étude et nous apprécions le fait de vous avoir sur place pour que vous puissiez nous en parler. Comment allez-vous pouvoir mesurer s'il y a une augmentation du contenu local à court et à moyen terme?

**M. Hubert T. Lacroix:** Vous savez, monsieur Breton, que dans le contexte de notre plan 2020, nous avons trois priorités.

Une de ces priorités était d'ajouter du contenu local. On comprend que c'est ce que les Canadiens nous demandent de faire. Les Canadiens nous répètent constamment qu'ils veulent mieux comprendre leur communauté et qu'ils veulent connecter leur communauté avec les enjeux des provinces, du Canada et finalement du monde entier.

En écoutant les Canadiens, nous avons cherché à nous assurer qu'on peut aussi mesurer la façon dont les nouveaux sites régionaux — parce que l'investissement se fait beaucoup en mode numérique — suscitent leur intérêt.

Je vais laisser à Louis Lalande le soin de vous expliquer comment Radio-Canada investit cet argent dans les régions. Par la suite, Heather Conway prendra également la parole pour que vous compreniez comment nous soutenons cette priorité.

**M. Louis Lalande (vice-président principal, Services français, Société Radio-Canada):** Je vous remercie, monsieur Lacroix.

Le plan 2020 comporte trois volets.

Le premier volet est de soutenir le virage numérique qui a été amorcé, particulièrement au niveau de l'information locale. Dans le cadre des consultations que Radio-Canada mène sur une base régulière à travers le pays, nous avons constaté que l'information locale est un enjeu que les Canadiens soulèvent régulièrement. Ils demandent la diffusion de l'information locale, sept jours sur sept, et plus souvent que seulement le matin, le midi ou le soir. Nous devons donc élargir ce contenu et c'est ce que nous avons établi dans le Plan 2020 et qu'on continue à renforcer. Une partie des sommes sera donc affectée à ce contenu afin de s'assurer que cela se concrétise correctement.

Le deuxième volet correspond au deuxième souhait exprimé lors des consultations. Bien que l'information est quelque chose d'important, il faut que Radio-Canada puisse refléter d'autres dimensions sur ce qui se vit dans les communautés, plus particulièrement dans les communautés régionales. Ce deuxième volet consiste donc à offrir des possibilités de programmation autant à la radio et à la télévision que sur les plateformes numériques pour ainsi élargir les champs d'intérêt des citoyens.

Enfin, le troisième volet est d'assurer qu'au niveau des grandes initiatives nationales, il y ait des représentants partout au pays pour présenter les enjeux nationaux en provenance des régions. C'est la raison pour laquelle nous avons des correspondants nationaux dans les grandes régions du pays. Ces correspondants ont pour mandat de veiller à ce que les enjeux régionaux soient mieux reflétés dans l'ensemble de nos programmations autant en information, qu'à la radio et en ce qui touche les services numériques.

[Traduction]

**M. Hubert T. Lacroix:** Heather, que voulez-vous ajouter pour ce qui est de l'investissement accru dans les régions de la CBC?

**Mme Heather Conway (vice-présidente principale, Services anglais, Société Radio-Canada):** Ce serait environ les mêmes priorités qu'a décrites Louis. Le plan de 2020 a effectivement préconisé une approche qui privilégie le numérique dans la programmation locale, et nous continuons à y affecter nos ressources. Nous continuons à investir dans les activités qui fournissent aux Canadiens des informations locales constamment actualisées 18 heures par jour.

Comme Louis, nous examinons le rôle qu'occupe la CBC dans nos communautés en tant que facilitateur des conversations que les gens souhaitent tenir en communauté, comme, par exemple, Matt Galloway qui a fait une série sur les interpellations par la police à Toronto, ou des problèmes comme les femmes autochtones portées disparues et assassinées, ou encore les dossiers qui importent aux communautés spécifiques. La CBC serait le facilitateur qui organise des réunions ou des conversations et invite les gens à titre de groupe d'experts, ce genre de choses.

Nous cherchons également à investir davantage au cours des prochaines années dans la programmation qui ne fait pas partie de l'actualité, car là encore, comme l'a dit Louis, les gens veulent voir ce qui se passe dans leur communauté, notamment sur la scène culturelle et artistique et dans les diverses composantes de leur communauté.

Sachez également que nous avons un programme visant à ouvrir des stations de radio de la CBC dans des communautés qui n'en ont pas mais qui veulent en avoir. La première station annoncée était à London, en Ontario, et nous procédons à l'installation. Nous avons choisi l'emplacement. Ce sera dans une bibliothèque publique, soit un endroit que nous partagerons, encore une fois afin d'offrir un lieu de rassemblement à la communauté. Nous espérons participer à d'autres activités semblables.

• (1130)

[Français]

**M. Pierre Breton:** Merci.

Évidemment, nous allons parler d'argent dans le cadre de cette séance.

Il y a un élément qui revient fréquemment. Vous n'êtes pas sans savoir que les revenus publicitaires ont diminué de près de la moitié au cours des deux ou trois dernières années. Ils sont passés de 500 millions de dollars à 250 millions de dollars. On peut supposer que c'est Internet qui a entraîné cette baisse de revenus. C'est ce que je pense, et vous allez pouvoir nous le confirmer.

Comment la Société va-t-elle faire pour contrer l'effet de la diminution de ses revenus publicitaires? Ce sont des montants d'argent assez importants.

**M. Hubert T. Lacroix:** Vous êtes bien au courant des enjeux auxquels fait face le radiodiffuseur public. En effet, comme toutes les autres télévisions conventionnelles, nos revenus publicitaires migrent sur d'autres plateformes, surtout numériques, et nos modèles d'affaires s'en ressentent.

Face à ces enjeux, nous avons réinventé CBC/Radio-Canada pour que ses priorités deviennent numériques. Nos sites Web, la radio et la télévision se réinventent autour de ces priorités, cela nous permet de réduire nos coûts, d'être encore plus efficaces et de chercher au moyen de nos plateformes numériques actuelles à contrer cette baisse de revenus. Nous essayons, à notre tour, rentabiliser notre contenu.

L'objectif principal de nos démarches est toujours d'offrir des services aux Canadiens en fonction de leurs demandes. Nous suivons nos auditoires et nous tenons compte de ce qu'ils nous demandent grâce à nos différentes consultations, tant chez CBC que chez Radio-Canada. L'objectif est de livrer nos services de la meilleure façon possible aux Canadiens qui nous écoutent.

[Traduction]

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

Au tour maintenant de M. Van Loan et de M. Maguire, qui partageront leur temps de parole.

**L'hon. Peter Van Loan (York—Simcoe, PCC):** Merci beaucoup, madame la présidente.

Certains critiquent la SRC pour dire qu'elle n'est pas un véritable radiodiffuseur public et qu'elle devrait faire plus d'efforts pour le devenir. Ces gens pensent que le radiodiffuseur devrait accorder davantage d'importance à des choses comme l'art et la musique canadiens, les prestations des artistes canadiens, le cinéma et le théâtre canadiens, et les documentaires qui portent sur l'histoire et la géographie canadienne.

Ces critiques voudraient que la SRC fasse moins comme les radiodiffuseurs du secteur privé. Ils sont d'avis que l'actualité n'est pas le domaine d'un radiodiffuseur public subventionné par le gouvernement, et que les comédies de situation et les séries

dramatiques qui cherchent à concurrencer celles du secteur privé n'incombent pas à un radiodiffuseur public.

Que répondez-vous à ces critiques?

**M. Hubert T. Lacroix:** Je demanderai à Heather de vous expliquer comment, depuis son arrivée chez nous, elle a réinventé la programmation artistique comme vous l'avez décrite et comment cela s'insère dans le mandat global de la CBC.

**Mme Heather Conway:** Merci, Hubert.

Nous avons investi dans la programmation artistique et avons créé des espaces numériques pour les arts. Nous avons également investi dans des documentaires grâce à un programme intitulé *Firsthand*. Nous continuons à offrir des émissions comme *The Nature of Things*, une série documentaire qui met souvent en valeur les paysages sauvages et la splendeur de la géographie et de l'histoire du Canada.

Je pense que les radiodiffuseurs publics ont un mandat qui est différent de celui des autres radiodiffuseurs. J'ajouterais, cependant, que la comédie est un produit on ne peut plus culturel. Il y a le sens de l'humour canadien, et les Canadiens l'apprécient bien à la CBC. Peu chaînes offrent des émissions satiriques sur la politique, ou encore des séries comme *Kim's Convenience*, qui, nous l'espérons du moins, sera un grand succès, car les cotes d'écoute sont excellentes jusqu'à présent, ainsi que *Baroness von Sketch*, une troupe d'humoristes féminines.

Les séries comiques dramatiques permettent aux Canadiens de voir ce que les créateurs canadiens ont à offrir, et s'il n'y avait pas de radiodiffuseur public, il n'y aurait pas vraiment de place dans la programmation des radiodiffuseurs privés pour ce genre d'émissions, surtout à l'heure de grande écoute.

• (1135)

**L'hon. Peter Van Loan:** D'autres personnes, dont certaines qui ont été entendues par notre Comité, pensent qu'un radiodiffuseur public, dont la subvention gouvernementale repose sur l'utilisation d'une largeur de bande limitée, que vous avez d'ailleurs, ne doit pas livrer une concurrence sur le Web.

Ces critiques font particulièrement référence à l'actualité, car vous touchez à la fois des revenus publicitaires et des subventions gouvernementales pour concurrencer d'autres organes de presse, qui eux, indiquent qu'ils ont énormément de mal à survivre à cette transition.

Comment répondez-vous à ces critiques? Nous avons entendu de nombreux acteurs du marché.

**M. Hubert T. Lacroix:** Il faut se rappeler notre mandat. Nous sommes mandatés d'offrir aux Canadiens une vaste programmation qui cherche à renseigner, à approfondir et à divertir. En 2016, les Canadiens s'attendent à ce que nous remplissions notre mandat quel que soit l'appareil qu'ils utilisent, quelle que soit l'heure, et même quel que soit l'endroit où ils se trouvent.

Nous ne nous voyons pas en situation de concurrence. Nous cherchons à offrir nos services aux Canadiens au moyen des fonds que nous recevons du gouvernement compte tenu du modèle de financement mixte, qui nous oblige maintenant à chercher des revenus commerciaux, dont les revenus publicitaires, afin d'offrir tous ces services aux Canadiens. Il n'y a rien dans la loi ni dans notre mandat qui nous empêche d'offrir ces services aux Canadiens de la façon la plus efficace possible, en fait, c'est tout le contraire.

**La présidente:** Monsieur Maguire, allez-y.

**M. Larry Maguire (Brandon—Souris, PCC):** Merci, madame la présidente.

Je vous remercie pour votre exposé.

Lors de la dernière séance, j'ai demandé la ventilation sur papier des employés de Radio-Canada qui participent directement, au jour le jour, à la création, à la rédaction, à la production et au montage de certaines émissions d'information locales. On m'a dit que Radio-Canada ne fournirait pas ces renseignements au Comité.

Nous tentons de trouver les lacunes dans la couverture journalistique locale actuelle au Canada, et il est très difficile de le faire si nous ne savons pas où sont les employés de Radio-Canada. Pouvez-vous aider notre Comité et demander à votre organisation de nous fournir cette ventilation, c'est-à-dire combien d'employés de Radio-Canada travaillent directement sur les informations locales, regroupés par plateforme médiatique et province.

**M. Hubert T. Lacroix:** Je vais vous répondre et ensuite demander à Louis et à Heather de fournir un complément d'information.

Nous n'abordons pas la chose ainsi. Nous serions très heureux de vous dire combien d'employés nous avons à chaque station de CBC/Radio-Canada; c'est facile. Toutefois, nous ne faisons pas une telle ségrégation des plateformes. En 2016, il nous serait impossible d'affecter un de nos journalistes à une plateforme particulière ou à un dossier particulier. Tout le monde participe à l'actualité. Comme vous l'avez vu, nous rafraîchissons nos pages Web de 8 à 12 fois par heure. Nous tentons de fournir des informations qui intéressent les Canadiens sur une base régulière au fur et à mesure que l'actualité se produit.

Cette idée que CBC/Radio-Canada fonctionne en vase clos est révolue. Ce n'est pas la façon dont nous menons nos activités au jour le jour. Ce n'est pas ainsi que nous fournissons les informations aux Canadiens, et ce n'est pas notre approche dans nos activités.

Heather et Louis, voulez-vous ajouter quelque chose?

**Mme Heather Conway:** Les propos d'Hubert sont justes. Je comprends que chaque communauté veut plus. Elles nous parlent. Tout le monde veut plus d'information locale, tout le monde veut une couverture accrue des questions qui importent à leur communauté. Nous devons faire des choix, compte tenu de nos ressources.

Si vous vous intéressez particulièrement à l'Est ontarien, au fur et à mesure que nous aurons une plateforme radio et numérique à London, nous disposerons de davantage de ressources pour faire plus de reportages sur l'Est ontarien et la région de Kingston-Peterborough, mais nous aurons toujours à faire des choix.

Bien sûr, c'est l'actualité au jour le jour qui décide de l'affectation des ressources. Que se passe-t-il ici? Est-ce que nous devrions couvrir un événement là-bas? Souvent, c'est une série de choix qui ne dépendent pas de nous, mais de nos équipes éditoriales et des journalistes.

• (1140)

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

Au tour maintenant de M. Nantel des néo-démocrates.

[Français]

**M. Pierre Nantel (Longueuil—Saint-Hubert, NPD):** Merci, madame la présidente.

Je vous remercie tous les trois de votre présence parmi nous aujourd'hui. Vous savez combien je suis un fan de Radio-Canada et combien je suis heureux de voir que le gouvernement actuel ait décidé de vous donner un peu d'air pour respirer afin de vous permettre de continuer à exercer votre beau mandat. Je tiens à

souligner que tout à l'heure, en arrivant ici, j'ai félicité Mme Conway pour son initiative relative à *The Secret Path*, qui a été diffusé dimanche soir à CBC, et aussi pour ce que vous avez fait pour le dernier spectacle de Tragically Hip à Kingston. C'est un exemple de ce que c'est de se virer de bord pour des événements qui sont signifiants pour la culture au Canada.

Je pense que c'est un beau coup d'éclat que de nous montrer ce matin que vous êtes aussi partie prenante de cette nouvelle technologie, par exemple, avec la réalité virtuelle. C'était effectivement très bouleversant. Il s'agit d'une utilisation sage de la marque de Radio-Canada, à savoir d'être celle qui apporte la nouvelle technologie dans les communautés pour nous permettre de mieux comprendre les réalités canadiennes.

Quand on parle de marque, on parle aussi de crédibilité. J'entends encore Bernard Derome dire que le journalisme à Radio-Canada est une tradition fière qui ne sera jamais dépassée. Vous avez établi une crédibilité. Des membres de mon personnel me rappelaient que, curieusement, une des sources les plus crédibles aux yeux de la Société Générale, à Paris, est le site de nouvelles de Radio-Canada à cause de son objectivité et du sérieux du travail qui y est accompli.

Je pense que votre travail et votre capacité de vous renouveler sont très inspirants. Ce que vous venez de nous dire au sujet de votre consultation auprès du public canadien est exemplaire. J'espère que votre démarche pourra éventuellement être compatible avec celle que le gouvernement a entreprise pour les consultations de la ministre. Je réitère toujours que je trouve qu'elles sont fort peu collégiales, très discrètes et, je dirais même, très sélectives par rapport à ce qui sera entendu. Je trouve cela dommage et j'espère que vous aurez l'occasion d'y participer.

Vous nous parlez de la stratégie 2020 qui a été élaborée, si je me souviens bien, autour de 2013-2014. À cet égard, beaucoup de choses ont changé. Les réinvestissements sont probablement la chose la plus positive pour vous.

En ce qui a trait à votre stratégie immobilière, y a-t-il des changements à mentionner? Par exemple, pourriez-vous nous faire une mise à jour du dossier du siège social de la rue Front à Toronto?

**M. Hubert T. Lacroix:** Dans le contexte de tout ce que nous faisons à CBC/Radio-Canada, monsieur Nantel, chaque propriété que nous avons au Canada fait constamment l'objet de réévaluations, à savoir si nous sommes le plus efficace possible, si nous avons trop de pieds carrés, si nous pouvons rendre l'environnement plus collégial et davantage axé sur les multiplateformes pour les artisans qui y travaillent.

Du côté de Toronto, nous avons examiné ce que nous étions en mesure de faire avec l'immeuble et la façon dont le financement a été réalisé il y a de cela un bon nombre d'années. En ce moment, il n'y a aucun avantage pour nous à essayer de vendre l'immeuble ou d'en tirer des profits.

Notre stratégie est toujours d'essayer d'y ajouter des locataires pour tenter de diminuer le coût par pied carré de notre immeuble à Toronto.

**M. Pierre Nantel:** Pour Montréal, il y a toutes sortes de scénarios qui ont été évoqués. J'ai deux questions pour vous à ce sujet et M. Lalande pourrait certainement répondre à ma première question.

Il avait été évoqué de rapprocher Radio-Canada du Quartier des spectacles, ne serait-ce que par une vitrine. Est-ce qu'on devait y lire un intérêt pour la présentation de spectacles vivants sur une base plus régulière?

Aussi, je vous demanderais une mise à jour au sujet du dossier du siège social de la Maison de Radio-Canada à Montréal.

**M. Hubert T. Lacroix:** En ce qui concerne la Maison de Radio-Canada — et M. Lalande pourra compléter mes propos dans un instant —, nos attentes liées au processus sont les suivantes. Dans la dernière phase, deux consortiums ont été retenus pour la Maison de Radio-Canada. Nous avons annoncé que nous la déménageons environ 800 mètres vers l'est, à l'intersection de la rue Papineau et du boulevard René-Lévesque, et que nous cherchions à vendre le reste du terrain pour améliorer le coût de ce projet. Nous attendons la fin de ces propositions d'ici la fin de l'année et nous n'avons aucune raison de croire à l'heure actuelle que nous n'aurons pas enfin une solution à ce dossier qui dure depuis plus de 15 ans.

Monsieur Lalande, voulez-vous ajouter quelque chose à ce sujet?

• (1145)

**M. Louis Lalande:** Je peux seulement préciser que les deux propositions qui sont actuellement à l'étude sont extrêmement emballantes. Elles répondent effectivement au souhait que nous avons exprimé, à savoir d'être un endroit stimulant qui renforce la créativité de l'avenir et non pas celle du passé. Cela inclut bien sûr l'ensemble des dynamiques sur les spectacles vivants qui y seront intégrés. C'est important pour nous. Comme vous le mentionnez, l'initiative de ma collègue concernant la tenue du concert du groupe The Tragically Hip est très inspirante et on voit à quel point les Canadiens sont attachés à leurs icônes. Notre rôle est de nous assurer d'offrir toutes les possibilités afin de pouvoir réaliser de tels événements. Les projets de la nouvelle Maison de Radio-Canada vont pouvoir répondre à cela de façon remarquable.

**M. Pierre Nantel:** Je me permets de vous poser la question suivante.

Vous insistez sur la recherche de locataires pour l'immeuble de la rue Front. Je comprends que les marchés immobiliers sont très différents et celui de Montréal l'est également. Est-ce que cela fait partie de vos plans potentiels de souhaiter que l'acquéreur de la tour cherche à trouver des locataires liés au monde des télécommunications? Je pense, par exemple, au Centre de l'information qui a coûté une fortune et qui a été construit il n'y a pas si longtemps. Je comprends que certains investissements ont été faits il y a 20 ans et qu'on était certain que cela garantirait une grande pérennité. Le Centre de l'information pourrait-il être récupéré d'une quelconque manière?

**M. Louis Lalande:** Comme M. Lacroix le disait, il y a deux processus en cours, soit le développement de la nouvelle Maison de Radio-Canada et le processus de cession de la tour et du terrain. Lorsque la transaction avec l'acquéreur sera terminée — il existe là aussi des finalistes —, on verra les plans de cet acheteur. Toutefois, pour l'instant, on ne doit pas intervenir dans les plans du promoteur.

**M. Pierre Nantel:** D'accord.

Dans le processus amorcé en 2014, on parlait à l'époque d'une perte potentielle de 1 500 emplois. L'horizon change-t-il pour les employés de Radio-Canada?

**M. Hubert T. Lacroix:** Vous parlez du nombre de personnes qui étaient touchées dans le contexte de notre plan de transformation 2020. Les compressions et les choix que nous avons faits dans le réseau anglais sont maintenant terminés. Nous en sommes

maintenant rendus à essayer d'améliorer ce que nous avons comme connaissances, personnes, technologies et le reste dans le contexte de la réalisation des objectifs que nous nous sommes fixés dans le cadre de notre plan de transformation 2020. Quant à Radio-Canada, les choix effectués pour atteindre les objectifs d'équilibre budgétaire sont presque terminés. Toutes les personnes et tous les secteurs qui doivent être mis à contribution ont été identifiés.

Monsieur Lalande, voulez-vous ajouter quelque chose à ce sujet?

**M. Louis Lalande:** Non. Tout cela se poursuit.

[Traduction]

**La présidente:** Merci.

Je suis désolée, monsieur Nantel. Nous avons dépassé le temps imparti.

C'est au tour maintenant de M. Vandal des libéraux.

[Français]

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

Je remercie les témoins de leurs propos.

[Traduction]

L'époque est intéressante. Je vous félicite de votre excellent travail sur les Olympiques et le concert *Secret Path* de The Tragically Hip. Ce fut très impressionnant. Je suis fier de la somme supplémentaire de 675 millions de dollars accordée à CBC/Radio-Canada pour les cinq prochaines années.

Mais j'ai un problème.

[Français]

Il y a un problème concernant la radio en français. Nous avons appris l'été dernier, soit l'année même où votre subvention a été augmentée de 75 millions de dollars annuellement, que la Société Radio-Canada éliminerait toutes les émissions régionales diffusées à l'heure du midi dans l'Ouest canadien. Pendant des années, dans ma circonscription, l'émission *Midi Plus* diffusait du contenu local à partir de Saint-Boniface. Or la diffusion se fait maintenant à partir de Montréal.

De plus, au Manitoba, l'émission de radio *L'heure de pointe*, qui est diffusée au moment du retour à la maison, a été réduite d'une heure. Quant à la télévision, nous avons 90 minutes de programmation locale, mais cette programmation a été réduite à 60 minutes.

Comment la situation actuelle en matière de programmation française au Manitoba représente-t-elle pour nos communautés une meilleure ouverture à l'égard de l'information locale?

• (1150)

**M. Louis Lalande:** Effectivement, il y a eu des changements importants dans les grilles-radio du midi, et ce, pour une raison très simple. Dans les marchés francophones, particulièrement en région, l'écoute des émissions de radio du midi connaissait une baisse importante. Je tiens à préciser qu'il n'y a pas eu de perte d'emplois. Le plan élaboré de concert avec l'ensemble des stations régionales visait à désigner les meilleurs moyens d'augmenter la valeur de notre information et de notre programmation aux endroits déjà existants où la progression tend à être plus importante.

Les émissions du matin sont en croissance dans tous les marchés francophones. Les émissions de l'après-midi ont aussi été renforcées et notre présence numérique a été améliorée de façon significative. Dans le cas de Winnipeg, c'est assez remarquable. C'est en effet à Winnipeg, lors des consultations, que les Franco-Manitobains ont exprimé de la façon la plus marquante le désir qu'il y ait une présence locale de Radio-Canada dans les médias numériques. C'est à partir de ce moment-là que nous avons développé cet aspect.

Cela a eu des impacts. En effet, au fur et à mesure que la situation s'améliorait du côté du numérique, l'écoute des émissions de radio du midi diminuait forcément. Je peux vous rassurer cependant en vous disant, comme je l'ai mentionné plus tôt, que nous avons l'intention d'améliorer l'empreinte de Radio-Canada quant à beaucoup de contenus, autres que les bulletins de nouvelles, afin de mieux refléter les intérêts de l'ensemble des communautés de l'Ouest.

Je vous rappelle aussi qu'une émission culturelle importante est toujours réalisée à Winnipeg. Ces initiatives vont assurer aux gens de l'Ouest une présence significative sur l'ensemble de nos plateformes.

**M. Dan Vandal:** Si je comprends bien, des sondages ont révélé que les gens qui écoutaient les émissions du midi ne les écoutent plus.

**M. Louis Lalonde:** Oui, il y a eu une baisse importante de l'écoute à l'heure du midi.

**M. Dan Vandal:** Quand avez-vous fait ces sondages?

**M. Louis Lalonde:** Il y a une croissance dans l'utilisation des plateformes numériques, particulièrement le midi. On dit toujours que la consommation des médias évolue. Nous voyons bien ce qui baisse et ce qui augmente. Nous continuons donc à nous ajuster afin de pouvoir offrir le meilleur service possible.

**M. Dan Vandal:** Pouvez-vous nous parler de la réduction du temps d'antenne de l'émission de radio *L'heure de pointe* et du fait que la programmation locale à la télévision a été réduite de 30 minutes par semaine?

**M. Louis Lalonde:** C'est le même principe. Les gens disaient préférer disposer de plus de ressources pour créer une demi-heure de contenu bien tassé, plutôt que de disposer de ressources éparpillées faisant en sorte que des reportages de Montréal et d'un peu partout devaient être repiqués. Ils disaient vouloir que l'accent soit mis sur une bonne demi-heure de nouvelles qui refléteraient bien et mieux l'ensemble des intérêts de chacune des communautés que nous desservons, dont Winnipeg.

**M. Dan Vandal:** Les communautés franco-manitobaines sont éparpillées partout dans la province. Plusieurs personnes n'ont pas accès à un service Internet ou à une connexion cellulaire fiable pour écouter des émissions sur Internet. Vous misez davantage sur le numérique, mais comment allez-vous faire en sorte que les communautés francophones en situation minoritaire seront bien servies?

• (1155)

**M. Louis Lalonde:** Chaque fois que nous avons l'occasion de transmettre ce message à d'autres instances, nous le faisons. Je suis très au courant de cette situation. Je me déplace assez pour savoir que certaines communautés n'ont pas accès à un service Internet tout à fait optimal. Nous le rappelons aux différentes instances, car c'est un moyen de communication qui est très important aujourd'hui.

L'infrastructure numérique n'est pas du ressort de Radio-Canada, mais nous profitons de chaque occasion pour souligner cet état de choses. Par exemple, il y a quelques années, nous avons avisé le CRTC que l'ensemble des développements numériques devaient

aussi prendre en considération l'accessibilité aux services numériques.

**M. Dan Vandal:** D'accord.

[Traduction]

**La présidente:** Merci.

**M. Dan Vandal:** Me reste-t-il encore du temps?

**La présidente:** Non. Vous avez épuisé vos sept minutes.

[Français]

**M. Dan Vandal:** J'aimerais revenir sur la question de la réduction des heures de diffusion. Qu'est-ce que je dis à mes concitoyens...

[Traduction]

**La présidente:** Dan, je vous avais dit que vous aviez épuisé votre temps de parole.

**M. Dan Vandal:** Effectivement. Désolé.

**La présidente:** Ça va.

**M. Dan Vandal:** Merci. La prochaine fois.

**La présidente:** Commençons maintenant notre deuxième série de questions, qui sera de cinq minutes.

Au tour de M. Waugh.

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

Je n'ai pas à vous dire que vous faites l'envie de toute l'industrie de la radiodiffusion. Les radiodiffuseurs du secteur privé de notre pays en font plus avec moins. Ils vous envient votre modèle, parce que vous avez reçu 675 millions de dollars. Vous n'aviez pas de plan d'affaires, et pourtant on vous a remis 675 millions de dollars. Vous deviez ensuite en bricoler un de toute vitesse.

Je présume qu'en vertu de ce plan d'affaires, le numérique consommera la plupart de ces 675 millions de dollars? Ai-je raison? Je vois que vous avez recruté Robyn Urback du *National Post*. Vous embauchez d'autres ténors pour travailler sur votre plan numérique.

Lorsque le gouvernement vous a remis le 675 millions de dollars, est-ce à ce moment-là que vous avez commencé à planifier les cinq prochaines années?

**M. Hubert T. Lacroix:** Monsieur, vous savez fort bien que je ne suis pas d'accord avec vous pour dire que nous n'avions pas de plan d'affaires. Le plan pour 2020 est en place depuis longtemps.

**M. Kevin Waugh:** Mais vous n'aviez pas les fonds.

**M. Hubert T. Lacroix:** Si, parce que nous avons bien précisé dans notre plan pour 2020 l'objectif du radiodiffuseur public. Les liens que nous tissions avec les Canadiens, comme nous les percevions, nous ont permis de récolter leurs commentaires quant à ce qu'ils voulaient obtenir du radiodiffuseur public. Ils voulaient plus de contenu local, plus de contenu numérique, et plus de contenu canadien.

Lorsque nous avons obtenu le budget qui nous a permis de souffler, ce que nous ne pouvions plus faire lorsque nous essayions de transformer notre institution phare, l'institution phare du secteur culturel de notre pays, la locomotive pour bien des acteurs de notre industrie, eh bien, nous avons pu dire « merci ». Nous aurons plus de contenu canadien et nous réinvestirons là où les Canadiens nous demandent de le faire, vu les coupes qui nous ont été imposées. Nous avons foncé vers l'espace numérique, car c'est là où sont les Canadiens et c'est là où ils s'attendent à nous voir.

**M. Kevin Waugh:** Mais lorsque vous avez élaboré le plan pour 2020, vous ne saviez pas que vous alliez recevoir davantage de subventions, car vous l'avez élaboré en 2014, n'est-ce pas?

**M. Hubert T. Lacroix:** Absolument.

**M. Kevin Waugh:** Donc vous n'aviez pas de chiffre précis pour...

**M. Hubert T. Lacroix:** Non, monsieur. Mais nous savions exactement ce que nous devions supprimer et ce que nous voulions faire si jamais nous obtenions les fonds nécessaires.

Pendant la campagne qui a précédé les élections de 2015, nous avons rencontré tous les partis. Nous avons expliqué nos intentions. Nous avons rencontré le Parti libéral et le Parti néo-démocrate. Le seul parti qui n'a pas voulu nous rencontrer était le Parti conservateur. Nous souhaitions leur expliquer nos intentions en tant que radiodiffuseur public. Compte tenu de tout cela, je peux vous assurer que nous savions précisément ce que nous voulions faire avec les fonds, si jamais nous devions en recevoir.

**M. Kevin Waugh:** Il s'agit d'un investissement de 675 millions de dollars échelonné sur cinq ans: est-ce suffisant, trop, ou trop peu?

**M. Hubert T. Lacroix:** Ce réinvestissement — rappelons-nous qu'il s'agit de 75 millions de dollars cette année, et de 150 millions de dollars l'année prochaine — nous permet de souffler un peu et de réaliser le plan stratégique 2020, ou certaines des initiatives qui s'y trouvent. La somme nous permet de réagir aux compressions que nous avons dû faire, et c'est un pas dans la bonne direction.

• (1200)

**M. Kevin Waugh:** Je dirais que les radiodiffuseurs privés ont dû couper autant que vous, sinon plus.

**M. Hubert T. Lacroix:** Je doute que nous poursuivions les mêmes objectifs.

Notre mandat consiste à offrir un contenu canadien aux Canadiens aux heures de grande écoute, ce qui n'est pas l'objectif des chaînes privées. Leur modèle d'affaires est différent, et c'est une bonne chose, monsieur. Nous sommes très fiers du contenu canadien que nous offrons dans la programmation diffusée aux heures de grande écoute. Nous sommes très fiers de nos initiatives concernant les femmes autochtones disparues et assassinées. Nous sommes aussi très fiers des environnements numériques que nous allons créer afin de parler à la génération du millénaire, qui s'intéresse de plus en plus aux nouvelles. Ces jeunes ont un grand intérêt pour les nouvelles.

J'étais d'ailleurs très surpris que certains témoins affirment que les millénaires ne se préoccupent pas des nouvelles. Nous ne sommes absolument pas d'accord avec cette affirmation.

**M. Kevin Waugh:** Allez-vous réinvestir dans la programmation du samedi soir?

Vous avez perdu la *Soirée du hockey*, ce qui a contribué à vos pertes de recettes publicitaires. La *Soirée du hockey* a probablement financé bon nombre de programmes de nouvelles au fil des ans. Nous l'avons toujours su, surtout pendant les séries éliminatoires, alors que les nouvelles étaient déplacées.

Le samedi soir, au lieu de voir cinq matchs de la LNH, dont un sur votre chaîne — ou deux, puisque vous diffusez le premier match puis le match en soirée —, allez-vous retourner à la culture canadienne plutôt que de reprendre le produit de la chaîne Rogers?

**M. Hubert T. Lacroix:** Permettez-moi de vous rappeler quelques éléments relatifs au contrat de diffusion du hockey.

Tout d'abord, à l'instar de CTV et de Bell, la Société Radio-Canada a été surprise d'apprendre que tous les matchs de hockey étaient passés aux mains de Rogers, à l'échelle nationale et pendant les séries éliminatoires, dans le cadre d'un contrat de 5,2 milliards de dollars sur 12 ans. De l'eau est passée sous les ponts. Évidemment, nous avons aussi perdu les recettes publicitaires qui accompagnaient la soirée...

**M. Kevin Waugh:** Combien avez-vous perdu sur le plan publicitaire?

**M. Hubert T. Lacroix:** Un instant, s'il vous plaît.

Nous avons peut-être perdu des recettes publicitaires, mais nous avons réduit nos dépenses en conséquence.

Nous ne faisons pas d'argent avec ce programme. Comme je l'ai déjà dit devant votre Comité, nous n'avons rien gagné dans le contrat de six ans qui a pris fin en 2014, lorsque Rogers a soumissionné. Vous dites que cette soirée finançait toutes sortes de programmes, mais j'aimerais vous rappeler ce que j'ai déjà dit, à savoir que nous n'avons pas fait d'argent avec le contrat de diffusion du hockey. Il s'agissait toutefois d'un attrait important, compte tenu de ce que les Canadiens souhaitent regarder. Cela nous a permis de regrouper d'autres émissions lorsque nous demandions à des annonceurs d'appuyer la programmation de contenu canadien aux heures de grande écoute.

Je vais laisser Heather vous dire ce qui pourrait se passer lorsque le contrat de Rogers prendra fin, et ce qui est envisagé, ou ce à quoi la programmation du samedi soir pourrait ressembler.

**Mme Heather Conway:** Je serais ravie que le samedi soir soit consacré à la culture canadienne. En fait, des longs métrages canadiens seraient...

**M. Kevin Waugh:** Vous aurez l'occasion de le faire.

**Mme Heather Conway:** C'est vrai.

Je suis toujours contrariée quand des gens se plaignent que nous avons perdu le hockey. Quand j'en parle au personnel, aux téléspectateurs et aux Canadiens, je dis toujours qu'il n'était pas question que la Société Radio-Canada verse 5 milliards de dollars à des milliardaires, Américains pour la plupart. Cela n'allait jamais se produire.

**M. Kevin Waugh:** C'est exact.

Je vous remercie.

**Mme Heather Conway:** Laisser entendre que nous avons perdu la diffusion du hockey parce que nous avons fait une gaffe n'est simplement pas juste. Les droits de diffusion d'émissions de sport professionnel ont grimpé en flèche. Il ne s'agit toutefois pas d'une utilisation judicieuse des fonds publics, et c'est essentiellement pourquoi nous avons cédé ces droits exorbitants.

**M. Kevin Waugh:** Je vois.

**La présidente:** Merci, madame Conway.

Votre temps est écoulé, monsieur Waugh.

Nous allons maintenant écouter M. O'Regan.

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

Je remercie les trois témoins de comparaître devant le Comité.

Comme vous le savez, un nouveau gouvernement est en place. En tant qu'actionnaire, le gouvernement a pris un engagement important envers vous, mais nous souhaitons également revoir en profondeur toutes nos institutions culturelles et importantes telles que la SRC. Comme le ministre l'a dit, tout est négociable, et je pense qu'il y aura un remodelage en profondeur des institutions culturelles au pays dans les années à venir. Votre présence et vos réponses sont donc fort importantes.

J'ai grandi à Goose Bay, au Labrador, et je suis heureux de dire que la SRC a été mon premier employeur. À l'âge de 10 ans, je travaillais le samedi matin pour une émission matinale du nom de *Anybody Home?* J'étais étonné que des gens écoutent la radio plutôt que de regarder les dessins animés du samedi matin, mais cela démontre que bien des gens de petites localités rurales et nordiques dépendent de la radio — et c'est pertinent même aujourd'hui.

Il est vrai que les gens ont adopté l'environnement numérique, mais ce n'est pas pour tout le monde, y compris pour une partie très importante de notre population qui vit en milieu rural. Même si je comprends que l'infrastructure ne relève pas de votre responsabilité, je pense que votre mandat consiste aussi à vous assurer que ces personnes aient accès aux nouvelles locales.

• (1205)

**Mme Heather Conway:** Je suis d'accord.

**M. Seamus O'Regan:** Ce que je disais, c'est que tout ce que nous avons entendu ces dernières semaines... Puisque je n'ai que quelques minutes, permettez-moi de résumer en disant que les nouvelles locales traversent une crise. Il manque d'informations locales dans les régions moins attrayantes ou un peu plus éloignées.

Je reviens constamment à une phrase que chacun d'entre vous a répétée, et qui sera notre étoile polaire des deux prochaines années: qui va s'en occuper, si ce n'est le radiodiffuseur public? Je pense que c'est très important, parce que la question touche The Tragically Hip, dont la diffusion de l'excellent concert a été fantastique. La question se rapporte aussi au travail peu intéressant, mais incroyablement important réalisé au sein des collectivités rurales et nordiques du pays.

**Mme Heather Conway:** Je tiens à préciser que servir les communautés locales, offrir des services locaux, améliorer ces services et accroître notre portée lorsque nous le pouvons n'est pas un fardeau pour CBC ou Radio-Canada. Ce sont plutôt les ressources qui posent problème.

Je pense que le défi de toute entreprise médiatique est de maintenir l'équilibre entre préserver l'infrastructure traditionnelle de télévision et de radio, qui est coûteuse et exigeante, et aller à la rencontre des Canadiens, qui sont de plus en plus nombreux dans l'environnement numérique.

Ce que vous entendez, et ce que disent les gens du secteur, c'est que nous sommes défiés de payer pour un service entièrement numérique tout en continuant d'investir dans l'infrastructure médiatique traditionnelle. Ce n'est toutefois pas ce que nous souhaitons...

**M. Seamus O'Regan:** Le problème, madame Conway, c'est que nous avons entendu les commentaires de fournisseurs de nouvelles émergents, dont un a qualifié la SRC de « prédateur de première classe ».

Ce qu'il voulait dire, c'est que très peu de publicité en ligne est à la disposition de ces nouvelles sources d'information. Si on y ajoute votre nouvelle incursion dans le monde de l'opinion... Ce ne sont pas vraiment des choses qui manquent à l'échelle nationale. Il y a beaucoup d'éditoriaux, mais nous y accordons pourtant un certain budget.

Permettez-moi simplement de vous donner l'exemple de la BBC, étant donné que c'est important et qu'il ne me reste que quelques instants. La BBC verse 8 millions de livres sterling à 150 nouveaux journalistes locaux qui alimenteront le contenu des journaux locaux et des radios locales. En effet, la société comprend cet écart démocratique et sait qu'il n'y a pas suffisamment de journalistes de terrain dans notre nouvel univers numérique pour couvrir les questions relatives à la propriété, à l'aqueduc et aux égouts.

Comme l'a dit le créateur de l'émission *Sur écoute* diffusée à HBO, qui est d'ailleurs un ancien journaliste, les prochaines années pourraient réaliser le rêve de tout politicien. Ce qu'il veut dire, c'est que des politiciens corrompus pourraient profiter pendant des années de l'examen de moins en moins rigoureux des enjeux locaux.

Tout d'abord, la BBC n'accepte aucune publicité en ligne, mais cela fait partie d'un mandat beaucoup plus vaste. Deuxièmement, la société utilise de nouveaux fonds pour veiller à ce qu'une présence locale alimente sa structure. Je trouve que c'est au moins une façon créative de faire les choses. J'aimerais savoir si vous avez quoi que ce soit à dire là-dessus. La SRC compte-t-elle faire quelque chose à ce chapitre pour nous aider à combler le fossé démocratique qui se creuse à l'échelle locale?

**Mme Heather Conway:** Vous venez de soulever un nombre considérable d'enjeux, et je vais essayer d'en aborder quelques-uns.

La BBC n'accepte pas la publicité en ligne parce qu'elle n'accepte aucune publicité.

• (1210)

**M. Seamus O'Regan:** Je comprends.

**Mme Heather Conway:** La BBC reçoit également un financement neuf fois supérieur au nôtre. Les projets que la société peut entreprendre sont donc d'un tout autre ordre que ceux que nous pouvons réaliser, même avec une aide.

La SRC a toujours été une chaîne d'opinion. Je dirais que *Cross Country Checkup* est une émission éditoriale. De même, tous nos documentaires d'opinion sont éditoriaux. Nous avons aussi une émission du nom de *Commentary*, où les gens lisaient un texte d'opinion à la radio. Les opinions sont donc loin d'être nouvelles pour la SRC.

Encore une fois, je trouve important que la SRC soit l'endroit tout indiqué pour tenir des discussions importantes, y compris à l'échelle communautaire et nationale.

Ce n'est pas notre objectif. Comme Neil Macdonald l'a indiqué dans une de ses chroniques d'analyse, son lectorat chute automatiquement lorsqu'il écrit sur des questions autochtones, mais il n'arrête pas de le faire pour autant. Son objectif n'est pas de satisfaire la clique, mais plutôt de contribuer à la radiodiffusion publique.

Il est profondément important pour nous de cibler les questions qui comptent et le rôle du radiodiffuseur public. Nous serons présents dans les collectivités que nous pouvons servir. Nous y tenons fermement. Nous ne voulons pas limiter notre participation aux nouvelles locales. Nous n'essayons pas de faire concurrence au secteur privé; ce n'est pas notre intention. Au contraire, nous cherchons toujours la meilleure façon de servir les Canadiens là où ils se trouvent. Que nous demandent-ils? Que veulent-ils de nous? C'est la réponse du Canada à notre contenu qui oriente notre programmation.

**La présidente:** Merci, madame Conway.

Merci beaucoup.

Je vais maintenant donner la parole à M. Maguire et à M. Waugh, qui partagent encore leur temps.

**M. Larry Maguire:** Merci, madame la présidente.

J'ai une question de suivi. J'ai manqué de temps lors de ma dernière intervention.

Notre étude porte sur les nouvelles locales. Nous cherchons une façon d'assurer l'accès aux nouvelles dans les régions rurales et éloignées. Je suppose que je vais poser la même question que tout à l'heure. J'aimerais connaître la répartition du personnel par province et ce genre de données, simplement pour comprendre la façon de produire les nouvelles locales et de les diffuser dans ces régions.

Pourriez-vous nous expliquer comment vous comptez y parvenir au moyen des nouveaux fonds disponibles?

**M. Hubert T. Lacroix:** Monsieur, je croyais que nous avions bien expliqué que ces activités ne sont pas ventilées par personne ou par plateforme, y compris la façon dont nous diffusons les nouvelles, la façon dont les deux chaînes cherchent l'information et les histoires, et la façon de nous assurer d'employer différentes plateformes. De tels chiffres ne sont pas compilés.

En revanche, nous recherchons chaque jour des moyens pour que le réseau profite de ce qui se passe dans une région donnée. Prenons l'exemple de Fort McMurray et de la façon dont notre station d'Edmonton a couvert l'affaire, avec l'aide de Vancouver, de Calgary et de l'ensemble du réseau, ce qui a permis non seulement d'aider les Canadiens de comprendre ce qui se passait dans cette région du nord de l'Alberta, mais aussi d'aider les habitants du secteur sinistré. Nous étions les seuls à divulguer des informations vitales aux gens de Fort McMurray.

C'est donc ainsi que nous diffusons les nouvelles. C'est ainsi que nous couvrons des événements de ce genre. Peu importe s'il y a trois, deux ou neuf personnes sur place. Ce qui compte, c'est la force du radiodiffuseur public, et le fait de permettre à tous ses journaux, ou plutôt ses journalistes — vous voyez combien nous avons été influencés par certaines questions — d'informer les Canadiens.

**M. Kevin Waugh:** Je vois; vous reprenez le journal, comme je l'ai mentionné.

Vous avez un certain mérite, car je pense que vous pouviez voir la direction que prenait l'industrie bien avant les radiodiffuseurs privés.

J'ai toutefois constaté que le gouvernement en place a dépensé 3,6 millions de dollars sur Facebook ces sept derniers mois, alors que vos revenus sont nettement à la baisse. Pouvez-vous faire de l'argent dans l'environnement numérique, étant donné que des entreprises américaines comme Facebook, Google et les autres siphonnent l'argent du Canada? Je vois vos revenus, et le volet numérique ne semble pas faire d'argent.

**M. Hubert T. Lacroix:** Je suis ravi que vous reconnaissiez cela. Il y a vingt ans, nous étions à peu près les premiers à prendre le virage numérique. L'ensemble des informations étaient à la disposition de tout le monde, et nous avons vu la situation. Nous avons également constaté que les Canadiens s'intéressaient au numérique et que les téléspectateurs allaient dans cette direction, puis nous avons ouvert le dialogue. Nous composons avec le monde numérique depuis très longtemps, et cela n'a rien de nouveau.

Faisons-nous de l'argent avec le volet numérique? Si quiconque dans l'industrie savait comment ou était capable de monétiser parfaitement tous les efforts déployés à ce chapitre, à l'exception d'entités comme Google et les géants des médias... Facebook, Google et YouTube sont toutes des sociétés de médias. Ce ne sont pas de simples entreprises technologiques. Nous essayons donc de monétiser ce volet pour la suite des choses.

Connaissions-nous en ce moment le secret de la sauce? Non.

• (1215)

**M. Kevin Waugh:** Comment soutenez-vous la concurrence de ces géants américains?

**M. Hubert T. Lacroix:** Nous ne faisons pas concurrence aux géants américains. Notre mandat consiste à offrir à la population canadienne le meilleur contenu canadien possible et de faire rayonner les artistes canadiens aux heures de grande écoute. Par l'entremise de toutes nos plateformes, nous informons les gens sur ce qui se passe dans le monde, grâce à nos journalistes, qui sont postés dans des régions très agitées du monde et qui tentent de nous exposer non seulement la situation, mais aussi ses répercussions sur le Canada et la vie quotidienne des Canadiens.

Qu'il soit question des changements climatiques ou de ce qui se passe dans différentes régions du pays touchées par la crise du pétrole, c'est ce que nous faisons. Nous n'essayons pas de faire concurrence à Google...

**M. Kevin Waugh:** C'est le cas, en fait, parce que vous...

**M. Hubert T. Lacroix:** ... nous nous intéressons à la qualité du contenu canadien — et je crois que c'est là où Heather veut en venir — qui est créé pour faire face aux Netflix de ce monde.

**Mme Heather Conway:** Je veux m'attarder au défi que représentent les sociétés technologiques internationales, et je dois dire que, dans le cas de Facebook et de Google en particulier, il s'agit avant tout de sociétés technologiques et non pas d'entreprises médiatiques. Ce sont deux sociétés avec lesquelles nous nous associons pour diffuser du contenu.

Le problème en ce qui a trait à l'industrie des journaux, c'est que les recherches sur le Web, par exemple pour trouver un cordonnier ou un réparateur dans sa région, ont pratiquement remplacé les annonces classées dans les journaux. Les annonces classées constituaient l'essentiel de leurs revenus. Cela n'a jamais été le cas pour les radiodiffuseurs. Les journaux ont été frappés durement, à mon avis, par la venue de ces entreprises. Comme vous l'avez souligné à juste titre — et je le dis en tant que partenaire de ces entreprises — elles prennent des parts du marché, mais elles n'apportent pas grand-chose au marché canadien.

**M. Kevin Waugh:** Est-ce qu'elles vous facturent des frais? Vous dites que vous vous associez à Facebook et Google.

**Mme Heather Conway:** Oui, nous payons des frais. Nous avons des pages Facebook et nous participons à Facebook Live. Cette compagnie compte parmi les plus importants diffuseurs de contenu, et des millions de Canadiens utilisent ce site. Lorsque nous voulons faire connaître notre contenu, nous avons notamment recours à Facebook.

**La présidente:** Je vous remercie, madame Conway et monsieur Waugh.

La parole est à M. Samson

[Français]

**M. Darrell Samson (Sackville—Preston—Chezzetcook, Lib.):** Merci, madame la présidente.

Je remercie beaucoup les témoins d'être présents parmi nous aujourd'hui. Cela va nous aider à présenter un rapport à la Chambre qui va refléter les positions qu'ont exprimées les personnes qui ont comparu devant nous. Vous jouez un rôle important à cet égard.

J'ai trois questions à poser.

Tout d'abord, comme vous l'avez mentionné, le secteur des communications a changé de façon dramatique. Quel est votre plan pour faire concurrence, que ce soit directement ou indirectement, à Netflix et CraveTV? Quelle est votre stratégie pour leur faire concurrence ou pour être présent dans cet environnement? On sait que les consommateurs se tournent en ce moment vers ces stations.

**M. Hubert T. Lacroix:** Je vais demander à M. Lalande et également à Mme Conway de répondre à cette question, parce que dans l'environnement anglophone, c'est ce genre d'émissions qui sont diffusées aux heures de grande écoute. Elles sont souvent le baromètre de référence pour CBC, lorsqu'on dit que CBC a telle série par rapport à une autre de Netflix.

• (1220)

**M. Louis Lalande:** Dans le marché francophone, nous avons lancé il y a plusieurs années la plateforme Tou.tv. Je vous rappelle que Tou.tv a été lancée avant Netflix. On a parlé précédemment des risques que Radio-Canada et CBC doivent prendre régulièrement. Tou.tv en est un très bon exemple. Nous avons vraiment institué un moyen de rattrapage d'émissions autrement qu'au moyen d'un appareil d'enregistrement. Cette plateforme très accessible s'est développée. Actuellement, c'est certainement un des moyens importants qu'ont les francophones pour consommer du contenu télévisuel.

C'est aussi une plateforme très intéressante qui permet aux jeunes créateurs de développer de nouveaux formats, particulièrement pour les émissions dramatiques. Tou.tv remporte des prix dans tous les festivals internationaux en création avec ce qu'on appelle les nouvelles écritures. Cette plateforme permet à de jeunes auteurs de développer de nouveaux formats, entre autres pour les émissions dramatiques, par exemple des formats courts.

Tou.tv est certainement un élément important de notre stratégie qui nous permet d'atteindre notre principal objectif, qui est de garder le contact avec les Canadiens en leur offrant des produits et des contenus signifiants, canadiens et originaux, que ce soit pour les émissions dramatiques ou en information. C'est l'enjeu principal. Je n'utilise pas ici le mot « compétitionner », car nous n'avons pas à le faire.

Forcément, l'ensemble des pressions exercées sur nous en ce qui concerne les contenus francophones sont extrêmement difficiles à absorber parce que les contenus anglophones sont de plus en plus présents. Nous avons le devoir supplémentaire de non seulement

produire des contenus en français, mais également de nous assurer qu'ils sont distribués et vus. Tou.tv est l'une des initiatives en ce sens.

[Traduction]

**M. Hubert T. Lacroix:** Je vais demander à Heather de vous expliquer notre vision à cet égard, par exemple, dans le contexte de ce plan de réinvestissement, et de vous dire comment cet argent est utilisé pour le contenu canadien et pour créer du contenu qui intéresse les Canadiens dans un monde où nous sommes bombardés de séries dans lesquelles investissent les HBO et Netflix de ce monde.

**Mme Heather Conway:** Merci, Hubert.

On ne saurait trop insister sur la concurrence sérieuse que représentent Netflix, Amazon Prime et Hulu.

L'année dernière, 400 heures de séries dramatiques anglophones ont été créées, mais 50 % sera un échec. C'est un niveau d'investissement renversant. Je crois que la plupart d'entre vous sont au courant des investissements qu'effectue Netflix dans ces séries. Elle a investi 100 millions de dollars pour deux saisons de *House of Cards*. Cela représente à peu près le budget annuel pour la programmation anglophone, en excluant le secteur de l'information, et Netflix dépense cette somme pour une seule série. Nous sommes en concurrence avec cela, alors nous avons largement besoin d'investir dans le contenu et les créateurs canadiens.

Lorsque nous nous associons à ces entreprises, comme nous le faisons pour la série *Alias Grace*, produite et écrite par une excellente auteure canadienne, Sarah Polley, et diffusée par l'excellent radiodiffuseur canadien qu'est la SRC, nous investissons environ 30 millions de dollars. C'est un investissement pratiquement sans précédent. Si nous voulons être en mesure de livrer concurrence aux autres séries, c'est ce que nous devons faire.

Comme Louis l'a dit, nous allons devoir investir de plus en plus dans la SRC pour que les gens puissent avoir accès au contenu comme ils le veulent et quand ils le veulent. Cela implique d'énormes investissements dans l'infrastructure et la technologie numériques. Il faut offrir aux gens l'expérience de visionnement à laquelle les ont habitués les Netflix de ce monde. Pour pouvoir dire « si vous avez aimé cette série, vous allez probablement aimer celle-là », il faut être en mesure de recueillir de l'information à propos de la façon dont les gens regardent leurs émissions, des émissions qu'ils regardent en rafale et de leurs préférences.

[Français]

**M. Darrell Samson:** Je m'excuse de devoir vous interrompre, mais le temps dont je dispose est limité.

En fait, 675 millions de dollars représentent évidemment un investissement important. J'aimerais en savoir un peu plus sur le plan d'action. Peut-être qu'il en existe un et que vous pourriez me le résumer en l'espace d'une minute. On parle du contenu numérique, du contenu culturel, du contenu canadien, du milieu rural et des minorités. Ce sont les cinq grands thèmes que j'ai retenus. Par ailleurs, je n'ai pas entendu beaucoup de choses concernant les minorités et la culture. Monsieur Lalande, comment sera utilisé cet argent pour insuffler plus d'énergie au sein de ces aspects?

Je vais vous donner un exemple concret. Lors des dernières élections fédérales, j'étais le seul député acadien francophone de la Nouvelle-Écosse. J'ai dit à Radio-Canada que j'allais être élu et de venir faire des reportages à ce sujet. Aucun journaliste de Radio-Canada ne s'est présenté durant la campagne électorale, ni même le jour de l'élection. Par contre, un journaliste a fait deux heures de route pour couvrir les candidats anglophones de la province. J'ai été très déçu. J'ai dû en plus envoyer deux fois un message par Internet pour demander à Radio-Canada de prononcer mon nom à la française et non pas à l'anglaise. Pourtant, au cours des 11 dernières années, j'avais donné près de 1 000 entrevues à Radio-Canada.

• (1225)

**M. Hubert T. Lacroix:** Je sais que vous avez fait ce commentaire à Michel Cormier, lorsqu'il a comparu devant le Comité. Je sais aussi que M. Cormier, qui vient de votre coin de pays, s'est excusé à ce sujet. Il a dit à tout le monde que la famille Samson a des racines très étendues et très profondes en Acadie. Je réitère les excuses que M. Cormier vous a faites concernant la prononciation de votre nom.

Je vais maintenant laisser le soin à M. Lalande vous dire ce que les dollars investis vont représenter dans le quotidien de votre environnement.

**M. Darrell Samson:** Merci.

[Traduction]

**La présidente:** Je suis désolée, monsieur Lalande. Nous allons devoir passer au prochain intervenant, car nous sommes rendus au troisième tour.

**M. Darrell Samson:** Madame la présidente, s'il n'a pas l'occasion de répondre durant la réunion, peut-être qu'il pourrait le faire ultérieurement par écrit.

**La présidente:** Il aura peut-être l'occasion de répondre durant le prochain tour. Si tous les partis qui veulent s'exprimer peuvent le faire durant ce tour, nous serons peut-être en mesure de faire un tour de quatre minutes.

La parole est d'abord à M. Nantel.

[Français]

**M. Pierre Nantel:** Je vous remercie, madame la présidente.

Je pense que M. Samson veut des excuses écrites.

**M. Louis Lalande:** Je lui en promets.

**M. Pierre Nantel:** Monsieur Lacroix, vous nous avez dit que le gouvernement libéral vous a demandé d'avoir une reddition de comptes. Vous avez répondu que cela allait venir. Vous avez longtemps demandé une marge de crédit pour pouvoir fonctionner et je suppose que vous l'aurez ou que vous l'avez, parce que l'enveloppe de 75 millions de dollars — dont tout le monde parle et qualifie de monstrueuse — représente en fait une majoration de la contribution qui est passée de 29 \$ par année par personne au Canada à 34 \$. À ce que je sache, vous avez longtemps demandé une contribution de 40 \$ par année par personne, ce qui est un montant qui m'apparaît très raisonnable dans la mesure où il est bien dépensé.

À ma connaissance, vous n'avez pas encore reçu les 75 millions de dollars. Nous sortons d'un vote et peut-être les recevrez-vous d'ici deux semaines. Vous avez mentionné que ces fonds serviront à financer de nouveaux projets, dont celui de Canada 150. J'imagine que ces fonds seront utilisés pour tester des concepts touchant de nouvelles productions. On entend déjà la différence avec des émissions diffusées en soirée, dont celle de Rebecca Makonnen, qui fait partie d'une nouvelle programmation.

Je voulais revenir sur le sujet que vous traitiez au moment où vous avez été interrompu, soit sur les coupes à venir dans le secteur francophone. Vous disiez qu'il pourrait y avoir de lourdes pertes au niveau des emplois. Est-ce que la donne a changé avec l'injection de nouveaux fonds qui, je l'espère, vous seront versés incessamment?

**M. Louis Lalande:** Ce qui évolue, c'est que tout ce qui devait être annoncé l'a été. Il faut maintenant passer aux actes. Le côté positif, c'est qu'il y a de nouvelles expertises qui se joignent à Radio-Canada et cela est extrêmement stimulant. Ces nouvelles expertises font qu'on complète les choses et qu'on avance dans notre virage. Je vous donne un exemple...

**M. Pierre Nantel:** Est-ce qu'il y aura d'autres coupes au niveau du personnel?

**M. Louis Lalande:** Oui, les coupures de postes annoncées seront faites, et ce, pour toutes sortes de raisons, comme par exemple la fin de l'émission *L'Auberge du chien noir*, qui aura duré 13 ans. Le tournage devrait prendre fin dans quelques semaines. Donc...

**M. Pierre Nantel:** Est-ce qu'on parle d'un nombre important d'emplois qui seront abolis?

**M. Louis Lalande:** Ce sera entre 20 et 30 postes.

**M. Pierre Nantel:** Vous dites de 20 à 30 postes.

**M. Louis Lalande:** Ce ne sont pas des centaines.

**M. Pierre Nantel:** Nos pensées vont vers ces personnes qui perdront leur emploi.

Je vous laisse poursuivre.

**M. Louis Lalande:** Je pense qu'il faut surtout mettre l'accent sur les nouvelles embauches. Monsieur Lacroix parlait un peu plus tôt du projet Prochaine Génération, qui est un espace d'expérimentation et de développement d'une nouvelle forme de journalisme. Ce sont donc des jeunes qui avaient un statut d'emploi précaire à Radio-Canada qui combleront ces postes. Ce sont de nouvelles personnes qu'on a formées dans d'autres projets, qui sont allées ailleurs et qui reviennent à Radio-Canada pour nous aider à développer ce journalisme du futur dont tout le monde parle.

• (1230)

**M. Pierre Nantel:** Comme nous parlons du futur, Mme Conway pourrait peut-être répondre à ma question.

Vous avez beaucoup parlé de vos initiatives dans le marché de Windsor où on se dirige davantage vers le numérique. Je m'excuse, il ne s'agit pas de Windsor mais de Kingston?

**M. Hubert T. Lacroix:** Il s'agit de London.

**M. Pierre Nantel:** D'accord, merci.

Pour ma part, j'étais à Windsor un samedi matin et j'écoutais les nouvelles dans ma voiture. Or à ma grande surprise, après les nouvelles nationales, j'ai entendu les nouvelles locales de Toronto. Est-ce à dire qu'on veut encore de l'information le samedi matin à la radio? La radio est souvent perçue comme un média qui a moins d'avenir, mais c'est néanmoins ce que les gens écoutent en général quand ils sont dans leur voiture.

**M. Louis Lalande:** En Ontario, notre stratégie pour la fin de semaine est effectivement une stratégie multistations. Nous n'avons pas encore les ressources nécessaires pour faire des émissions de radio sept jours sur sept, matin et soir. Toutefois, nous avons une présence radiophonique qui fait appel et qui s'adresse à des gens d'un peu partout en Ontario, soit ceux du Nord de la province, de Toronto et de Windsor.

**M. Pierre Nantel:** D'accord.

Pour ce qui est de la présence numérique, vous avez raison de dire que vous avez été des pionniers dans ce domaine. Je m'en souviens. Il doit bien y avoir 10 ans que vous parlez de radio, de télévision et d'Internet.

Du côté de Kingston, la rétroaction des gens est-elle positive?

**M. Hubert T. Lacroix:** Vous voulez parler de London?

**M. Pierre Nantel:** Oui. Je confonds sans arrêt les villes. Excusez-moi. Je voulais en effet parler de London.

[Traduction]

**Mme Heather Conway:** Oui, entièrement. Ce n'est pas encore chose faite, mais nous avons rencontré des dirigeants à London pour discuter du type de service qu'ils souhaitent obtenir. La ville aura sa propre station de radio ainsi qu'un bureau des services numériques. Nous avons également parlé de l'endroit pour nous assurer de choisir un lieu qui convient à la communauté.

**M. Pierre Nantel:** D'accord.

**Mme Heather Conway:** La nouvelle a été très bien accueillie. C'est une ville qui voulait des services depuis des années et qui se sentait mal desservie par le radiodiffuseur public. Lorsque nous avons élaboré un plan visant à investir davantage dans les services locaux, c'était la prochaine ville à être visée par l'élargissement des services.

[Français]

**M. Hubert T. Lacroix:** Monsieur Nantel, vous vous souviendrez que l'une des stratégies du plan de 2015 consistait justement à ouvrir le radiodiffuseur public là où ces services n'étaient pas rendus et là où les Canadiens disaient ne pas être bien desservis. Dans ce contexte, de nouvelles stations ont été ouvertes, soit en Colombie-Britannique et en Alberta. Dans le cadre de ce qu'on appelle en anglais un « *local services extension plan* », nous nous sommes rendus à London.

**M. Pierre Nantel:** J'espère que j'aurai l'occasion de poser d'autres questions par la suite, mais pendant les minutes qu'il me reste, j'aimerais que vous me disiez comment vous avez réagi à la sortie des trois créateurs en télévision pour enfants. Ils en sont à explorer l'incroyable possibilité de ramener les annonces publicitaires dans la programmation pour les enfants. Je sais que la marque de Kids' CBC a été très forte. Radio-Canada a encore des émissions d'animation pour les enfants, mais n'a plus par contre d'émissions de style *live action*.

Pourriez-vous nous décrire cette situation?

**M. Hubert T. Lacroix:** Monsieur Lalande, voulez-vous répondre à cette question?

**M. Louis Lalande:** En fait, nous faisons encore l'émission *Salmigondis*, qui est de type *live action*. Nous sommes les seuls à en faire encore.

**M. Pierre Nantel:** C'est vrai. Excusez-moi.

**M. Louis Lalande:** D'ailleurs...

**M. Pierre Nantel:** Mes enfants sont dans la vingtaine. À l'époque, l'émission de Charles Gaudreau faisait office de solution de rechange en vue de remplacer les annonces publicitaires. Or cela n'existe plus aujourd'hui.

**M. Louis Lalande:** C'est une bonne question. *Salmigondis* est la seule émission de type *live action*. Nous la faisons en collaboration avec Télé-Québec, et ce, parce que nous croyons fermement qu'il est important de maintenir ce type d'émissions.

**M. Pierre Nantel:** C'est d'ailleurs un succès. Tous les jeunes enfants me parlent de *Salmigondis*.

**M. Louis Lalande:** Bien sûr, et soyez assuré que certains réinvestissements couvrent des projets pour la jeunesse. Ces projets demandent toujours un peu plus de temps, mais cela a été bien précisé. D'ailleurs, nos plans de réinvestissement incluent une offensive jeunesse par Tou.tv, qui est une plateforme très accessible. Nous allons commencer par cela et développer par la suite d'autres initiatives de type *live action*.

[Traduction]

**La présidente:** Je vous remercie, monsieur Lalande et monsieur Nantel. Le temps est écoulé.

Si nous respectons le temps — ce qui est rare toutefois — nous pourrions faire un autre tour de trois minutes. Je vais commencer par M. Maguire et M. Waugh pour trois minutes. Vous allez partager votre temps de parole, alors je vais devoir être très stricte quant au respect du temps.

• (1235)

**M. Larry Maguire:** D'accord. Je vous remercie.

Monsieur Lacroix, un témoin qui a comparu devant notre comité a affirmé qu'il en coûterait environ 350 000 \$ pour mettre sur pied dans une région un service des nouvelles axé sur l'information locale. Notre étude porte en partie là-dessus. Vous avez parlé des efforts que vous déployez, qui sont très biens, mais pour 150 millions de dollars... Tous les ans, durant ces quatre années, les stations indépendantes locales étaient consternées parce qu'elles estimaient qu'une partie de ces fonds aurait pu servir à mettre sur pied des petites stations et à contribuer à faire en sorte qu'elles deviennent viables.

Avez-vous des commentaires à formuler à ce sujet? Croyez-vous qu'il existe suffisamment d'autres sources d'information?

**M. Hubert T. Lacroix:** Le mandat de CBC/Radio-Canada est important. Il consiste à offrir une programmation variée, à informer, à éduquer et à divertir. C'est là-dessus que nous nous concentrons.

Lorsque nous avons reçu ces fonds, nous avons mis l'accent sur ce mandat. Nous avons écouté les Canadiens nous dire ce qu'ils voulaient, et nous discutons avec eux continuellement.

Au cours de la dernière année, nous avons subi une grande pression financière et nous avons procédé à des compressions pour nous adapter et faire en sorte de respecter notre promesse d'équilibrer le budget, ce que nous avons réussi à faire malgré tout.

Je voudrais revenir sur un commentaire qui a été formulé à l'intention de M. O'Regan je crois. Nous n'avons cependant pas diminué notre présence dans les régions. Nous avons conservé chaque station, car nous voulons être profondément enracinés dans les régions. Si nous ne sommes pas présents, nous ne pouvons pas prendre le pouls de la région ni comprendre ce qui se passe au pays.

C'est ce que nous avons fait, et c'est sur notre mandat que nous nous sommes concentrés. À mon sens, les sommes qui sont versées à CBC/Radio-Canada doivent servir à l'exécution de son mandat.

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

**M. Kevin Waugh:** Comme il me reste une minute, je vais intervenir, si vous me le permettez.

La ministre du Patrimoine vous a demandé d'énumérer les qualités que doit posséder un membre du conseil d'administration de la SRC. Nous savons...

**M. Hubert T. Lacroix:** Pardonnez-moi, vous avez dit les qualités que doit posséder qui?

**M. Kevin Waugh:** Les qualités que doivent posséder les membres du conseil d'administration de la SRC: les études, bien entendu, l'expérience et les connaissances.

Pouvez-vous me dire combien d'administrateurs actuels seraient des candidats parfaits, d'après la lettre que vous avez fait parvenir à la ministre?

**M. Hubert T. Lacroix:** Vous comprendrez que je ne peux pas commenter les qualités des administrateurs.

Nous avons un conseil d'administration qui travaille avec nous depuis longtemps. Je crois savoir que la ministre est en train d'élaborer un processus visant à nommer de nouveaux administrateurs. Nous avons hâte que de nouveaux membres soient nommés, car il y a en ce moment un certain nombre de sièges vacants.

Il est important pour le radiodiffuseur de pouvoir accomplir son travail et de compter sur un conseil d'administration qui exécute son mandat.

**M. Kevin Waugh:** Des conseils pour vos...

**La présidente:** Monsieur Waugh, le temps est écoulé. Je vous remercie.

La parole est maintenant à Mme Dabrusin.

**Mme Julie Dabrusin (Toronto—Danforth, Lib.):** Je vous remercie.

J'ai bien aimé qu'on parle de hockey et qu'on souligne que la diffusion des parties de hockey n'est plus ce qu'elle était. Nous parlions du hockey masculin, mais j'aimerais faire remarquer qu'il y a également la Ligue canadienne de hockey féminin, qui joue les samedis soirs.

D'ailleurs, ce samedi, Brampton affrontera Toronto. Je souhaite bonne chance aux Furies. Je crois que nous devrions en parler davantage puisque nous menons actuellement une étude sur les femmes dans le sport.

D'après ce qu'on nous a dit, les athlètes féminines ne font pas l'objet d'une couverture médiatique aussi importante que les athlètes masculins. C'est un des problèmes auxquels elles sont confrontées. En raison de cela, les commanditaires sont moins nombreux, alors les femmes n'obtiennent pas autant de soutien financier.

J'ai pris connaissance de votre Plan sur l'inclusion et la diversité. Au chapitre de l'embauche de femmes et de la nomination de femmes au conseil d'administration, la SRC fait bonne figure. Cela a une incidence dans d'autres domaines. J'aimerais vous demander quelles sont les possibilités qui existent à la SRC pour mieux faire connaître les athlètes féminines?

**M. Hubert T. Lacroix:** Je vais répondre à la question en parlant des Jeux olympiques, et ensuite, je vais demander à Heather de m'aider à expliquer l'évolution de la stratégie pour la diffusion des sports.

Dans le contexte actuel, vous savez à quel point nous nous investissons dans la diffusion des Jeux olympiques. Cela nous permet de nous assurer de diffuser non seulement des sports masculins, mais aussi des sports féminins le samedi après-midi dans le cadre de l'émission *Sports Weekend*. Entre les Jeux olympiques, nous diffusons des compétitions de ski et de luge. Nous diffusons toutes sortes de sports féminins les samedis après-midi.

Pour ce qui est de notre stratégie pour la diffusion des sports, Heather, peut-être...

● (1240)

**Mme Heather Conway:** Notre stratégie consiste à mettre l'accent sur le sport amateur et le sport d'élite.

Je suis une adepte du hockey féminin. Nous avons signé une entente avec Rogers pour la diffusion les samedis soirs jusqu'à la fin de juin 2019. C'est la première occasion que nous avons de diffuser une programmation différente qui porte sur la culture ou le sport amateur.

Nous n'avons pas le sentiment que ce ne serait pas intéressant pour nous. Notre service des sports s'intéresse vivement aux sports professionnels et amateurs dont la diffusion n'implique pas de payer des droits de 75 à 100 millions de dollars ou même 1 milliard de dollars. Dans ces cas-là, il est impossible de récupérer notre investissement.

**M. Hubert T. Lacroix:** Il existe bien d'autres façons de diffuser des sports féminins pour les Canadiens. Nous pouvons avoir recours à la diffusion en continu, car la télévision est seulement l'une des possibilités de diffusion des sports féminins.

**Mme Julie Dabrusin:** Je suis désolée, mais le temps file.

Ce que nous voulons également, c'est voir davantage de journalistes sportives dans les médias. En fait, la SRC compte un certain nombre de journalistes sportives, ce qui est fantastique. Au réseau français, il y a je crois Marie-José Turcotte et Chantal Machabée, qui font un très bon travail.

Vous pourriez peut-être nous dire qui pourrait comparaître devant notre comité pour nous donner le point de vue de journalistes sportives et nous faire part de leur expérience, car ce n'est pas un domaine traditionnel pour les femmes.

**La présidente:** Je vous remercie.

Pouvez-vous répondre très brièvement? Nous avons déjà dépassé le temps.

**M. Hubert T. Lacroix:** Nous serions ravis de vous faire des suggestions.

Beaucoup de fédérations nationales et provinciales ont des porte-parole. Elles sont en contact avec ce milieu quotidiennement. Je crois que vous devriez d'abord vous adresser à ces fédérations.

**La présidente:** Je vous remercie beaucoup.

La parole est maintenant à M. Maguire pour trois minutes.

**M. Larry Maguire:** Je vous remercie, madame la présidente.

Je vous ai interrogé plus tôt au sujet de la concurrence dans certaines industries. Pour revenir sur ce sujet, je voudrais dire que des représentants d'autres médias ont comparu devant nous et ils ont affirmé que la SRC est l'un de leurs plus grands compétiteurs — ce qui les empêche notamment de prendre de l'expansion — en raison du financement qu'elle obtient. Je crois que la SRC compte plus de 7 200 employés, et 66 % de son budget provient de crédits parlementaires, ce qui signifie qu'elle reçoit environ 1 milliard de dollars par année du gouvernement fédéral sur un budget de 1,5 milliard de dollars. À leurs yeux, ce n'est pas acceptable.

Il est très difficile pour les concurrents d'accomplir leur tâche de diffusion des nouvelles parce que leur principale source de revenus est la publicité, alors que pour la SRC, d'après les notes que nous avons, les recettes publicitaires représentent 16 % des revenus. J'aimerais que vous formuliez des commentaires à ce sujet.

En outre, 9 % de vos revenus proviennent des abonnements à des services spécialisés et 9 % proviennent d'autres sources. Pouvez-vous nous dire quels sont ces services spécialisés ainsi que les autres sources de revenus, car 9 % semble être un pourcentage assez élevé pour cette catégorie?

**M. Hubert T. Lacroix:** Les recettes d'abonnement sont faciles à comprendre. Il s'agit des frais que les consommateurs paient au câblodistributeur pour obtenir RDI ou CBC News Network, principalement. Nous avons trois ou quatre autres chaînes spécialisées, y compris la chaîne de documentaires et, en français, ARTV et Ici Explora. Il faut payer pour obtenir ces chaînes spécialisées, car, comme vous le savez certainement, vous ne payez rien à votre câblodistributeur pour obtenir CBC, Radio-Canada ou même CTV, TVA et les autres diffuseurs conventionnels, ce qui constitue un problème en soi. Il est certain qu'en deux minutes je n'aurai pas le temps d'aborder ce sujet important, à savoir la valeur des signaux, alors je vais m'arrêter là.

L'autre question portait sur les autres sources de revenus. Il s'agit de différents revenus de location que nous obtenons en louant des espaces, notamment au Centre canadien de radiodiffusion à Toronto. Nous faisons un examen des biens que nous avons et nous essayons de les rentabiliser et de les rendre monnayables afin de financer la création de contenu canadien.

• (1245)

**M. Kevin Waugh:** J'ai une question à poser.

Le 6 octobre, j'ai parlé des revenus publicitaires. Comme vous êtes présent sur le Web et à la télévision, j'ai demandé à Mme Helen Kennedy, la directrice générale de la radiodiffusion et des communications numériques à Patrimoine Canada, de nous parler de Radio-Canada et de la publicité.

Vous diffusez de la publicité sur deux des plateformes, mais pas sur la troisième, à savoir la radio. Vous avez dit que vous ne voulez pas de publicité à la radio. Y a-t-il une raison à cela? Il fut un temps où il y en avait. Si vos revenus diminuent, alors pourquoi ne pas envisager de générer des recettes grâce à la radio?

**M. Hubert T. Lacroix:** La particularité de CBC, de Radio-Canada, de la Première Chaîne, de Radio One, du réseau radiophonique...

**M. Kevin Waugh:** Oui, je sais.

**M. Hubert T. Lacroix:** ... pour rien au monde nous ne voulons toucher à cela. C'est notre particularité et c'est important. C'est ce que veulent les Canadiens, alors nous n'avons aucunement l'intention de diffuser des publicités sur les deux réseaux radiophoniques.

**La présidente:** Je vous remercie.

**Mme Heather Conway:** L'écoute de la radio est en baisse partout dans le monde, mais de notre côté nous enregistrons une hausse.

**M. Kevin Waugh:** Les gens regardent aussi de moins en moins la télévision.

**Mme Heather Conway:** Nous observons aussi une hausse à la SRC.

**M. Hubert T. Lacroix:** C'est en hausse, et c'est le message que nous voulons transmettre.

**La présidente:** Merci.

La parole est maintenant à M. Vandal et à M. Breton, qui vont partager le temps de parole, si j'ai bien compris.

[Français]

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

[Traduction]

**La présidente:** Monsieur Vandal, allez-vous commencer? Monsieur Breton?

[Français]

**M. Pierre Breton:** Madame la présidente, je vais débiter.

Durant la séance, nous avons parlé brièvement des abolitions de postes qui avaient été annoncées, si je ne m'abuse en 2014, dans la foulée de la Stratégie 2020. Depuis ce temps, des investissements ont été annoncés par notre gouvernement.

Je m'intéresse particulièrement à la relève, aux jeunes qui étudient dans les collèges et les universités et qui, évidemment, s'intéressent au domaine des communications. M. O'Regan l'a dit plus tôt, son premier emploi a été à Radio-Canada. Beaucoup de jeunes souhaitent décrocher un premier emploi dans ce domaine et Radio-Canada demeure un endroit très intéressant à cet égard. Il y a des jeunes qui sont brillants, qui sont intéressants et qui ont des compétences extraordinaires qui pourraient aider Radio-Canada/CBC dans le virage qu'il est en train de faire.

Comment vous situez-vous par rapport à des embauches possibles au cours des prochaines années?

**M. Hubert T. Lacroix:** Monsieur Breton, lorsque nous avons annoncé ce plan, nous avons immédiatement parlé de l'importance que nous accordons aux bonnes habiletés techniques et aux bonnes habiletés en termes de livraison et de contenu. On retrouve ces habiletés chez des jeunes journalistes et nous voulons les avoir chez nous.

Environ 300 postes vont être créés dans le contexte du plan 2020. Il y a environ 150 personnes qui ont déjà été embauchées. Nous continuons constamment à chercher de nouveaux talents. Chez nous, 1 200 ou 1 300 personnes ont complété des programmes de formation pour se recycler dans l'environnement numérique. Il y a 630 autres personnes qui ont des compétences en gestion qui vont nous permettre d'encadrer notre virage. Nous sommes très conscients de cela.

Monsieur Lalande pourrait probablement vous parler d'une de nos initiatives avec quatre jeunes journalistes autochtones que nous venons d'embaucher. Cela vous donnera un aperçu de ce que nous pouvons faire à l'heure actuelle.

**M. Louis Lalande:** Je vais vous en parler d'une autre façon.

À Radio-Canada, et je pense que c'est la même chose à CBC, le réinvestissement nous permet de redevenir attrayant pour les jeunes. Je l'ai senti partout au pays. Les jeunes sont intéressés à contribuer à Radio-Canada/CBC, que ce soit à la radio, à la télé, sur les plateformes numériques et dans toutes les formes d'expression. C'est extrêmement encourageant.

Pour faire suite aux propos de M. Lacroix, nous avons lancé un projet pour les Autochtones. À Radio-Canada, c'est la première fois que quatre stagiaires autochtones vont rejoindre les équipes de quatre stations régionales pour une durée d'un an. Ils vont donc contribuer à l'économie puisque les stages sont rémunérés.

Il y a vraiment un mouvement extrêmement stimulant qui est lancé. Si vous écoutez la radio, vous allez entendre partout au pays ces nouvelles voix de jeunes journalistes. C'est un mouvement qui est très bien amorcé. Nous allons nous assurer de continuer à offrir ces possibilités aux jeunes.

• (1250)

[Traduction]

**La présidente:** Je vous remercie.

Monsieur Vandal, je vous accorde une minute.

**M. Dan Vandal:** Une minute?

**La présidente:** Oui. Je sais que vous savez vous en accommoder. Allez-y.

[Français]

**M. Dan Vandal:** Je veux revenir sur ce qui se passe à Saint-Boniface.

Radio-Canada fait un excellent travail pour refléter notre réalité, que ce soit pour couvrir un festival, le Théâtre du Cercle Molière ou les élections locales. La réalité toutefois, c'est que les émissions locales ont été coupées de quatre heures par semaine.

Quelle assurance pouvez-vous donner aux gens de Saint-Boniface qu'à l'avenir, leur radio sera là pour eux et que leur voix sera entendue?

**M. Louis Lalande:** Je peux simplement vous assurer que la radio, la télé et les services numériques au Manitoba et dans l'Ouest du pays vont continuer de s'améliorer.

Nous avons parlé de l'information. Dans les mois à venir, nous allons enclencher l'ensemble de nos initiatives pour nous assurer d'avoir une programmation qui va mieux refléter l'ensemble des intérêts au plan social et culturel. Je ne parle pas ici seulement de la programmation au plan de l'information. Nous allons être encore plus présents dans les festivals de musique qui encouragent l'émergence de nouveaux talents et nous offrirons des passerelles pour ces jeunes.

Je peux vous garantir que vous allez sentir cette dynamique qui sera plus présente que jamais.

[Traduction]

**La présidente:** Je vous remercie, monsieur Lalande. Merci, monsieur Vandal, d'avoir été bref.

Monsieur Nantel, allez-y.

[Français]

**M. Pierre Nantel:** Je vous remercie, madame la présidente.

En sa qualité de radiotélédiffuseur public, il n'y a pas de doute que Radio-Canada doit être le champion des nouvelles pratiques, du nouveau cadre et du nouvel univers des télécommunications au Canada. Je soutiens tout à fait cette mission. Nous nous attendons aussi à beaucoup de transparence parce que la Société est le radiotélédiffuseur des Canadiens et des contribuables canadiens.

Pour répondre à la question de mon collègue, tous les critères de sélection pour le conseil d'administration sont affichés sur le site, mais ceux se rapportant aux membres actuels ont été caviardés par souci de ne pas trop montrer s'ils ont ou non les compétences requises. Il y a aussi deux colonnes vierges pour deux postes vacants. On trouve également sur le site le bulletin de travail de M. Lacroix, mais il est caviardé pour des raisons de secret industriel. Évidemment, les choix que vous faites pour le compte de tous les Canadiens doivent être stratégiques, mais pas trop accessibles pour éviter que le même document soit utilisé pour le directeur de Global ou de CTV.

Par contre, il est dommage que cette transparence soit absente et cette discussion que nous devrions avoir avec la ministre dans le cadre des consultations n'aura peut-être pas lieu. Les grands joueurs

que sont Bell, Rogers et les autres ont dit ce qu'ils avaient à dire sans s'autoflageller, ni se mettre la main dans le tordeur. C'est dommage parce qu'on a vraiment besoin de se parler dans le blanc des yeux.

Madame Conway, vous avez mentionné que vous faites des productions avec Netflix. Nous aimerions voir comment cela fonctionne et savoir si vous donnerez la licence à Netflix pour une utilisation à l'extérieur du pays et si ces productions seront disponibles au Canada après que vous les aurez diffusées en direct au Canada. C'est particulièrement le cas des émissions de télévision destinées aux enfants.

[Traduction]

**La présidente:** Vous avez une minute.

[Français]

**M. Pierre Nantel:** À l'heure actuelle, ma préoccupation constante, c'est le portail de Netflix pour les enfants. C'est l'enfer. Au Canada, nous ne sommes pas rendus là. Croyez-vous, madame Conway, qu'il y aurait moyen de prioriser également une collaboration avec Netflix au niveau de la production d'émissions de télévision pour enfants?

[Traduction]

**Mme Heather Conway:** La difficulté que posent les émissions pour enfants, comme vous le savez, c'est qu'il y a tellement de chaînes spécialisées dans les dessins animés: Teletoon, Disney...

[Français]

**M. Pierre Nantel:** Netflix n'est-il pas devenu un concurrent important avec entre 5 et 10 millions abonnés?

• (1255)

[Traduction]

**Mme Heather Conway:** Je parle seulement de commandes de productions et de création. Nous ne produisons plus la plus grande partie de notre contenu à l'interne. Nous la commandons à des indépendants. Nous le faisons pour une partie de notre contenu destiné aux enfants et de nos interludes pour enfants.

Nous serions absolument disposés à conclure un partenariat avec Netflix. Nous sommes disposés à nous associer à beaucoup d'entreprises différentes pour créer du contenu de qualité. Dans nos émissions pour enfants, nous visons particulièrement le groupe des moins de six ans. En général, nous ne favorisons pas particulièrement les émissions qui font concurrence à Teletoon et à ce genre de...

**La présidente:** Merci, madame Conway.

Je tiens à remercier Radio-Canada d'être ici. Ça été une longue séance. Vous vous êtes soumis pendant deux heures à nos questions, ce dont je vous remercie. Nous n'espérons pas moins.

En ma qualité de présidente, j'ai quelques questions. Je n'en pose habituellement pas, mais, cette fois, j'y tiens vraiment.

Alors qu'approchent le 150<sup>e</sup> anniversaire du Canada et ses célébrations, la Société Radio-Canada possède de volumineuses archives, des émissions réalisées entre 1952 et 1992. Vous est-il possible de rendre ce trésor disponible en ligne, pour que les Canadiens puissent en examiner le contenu et retrouver le passé?

Prenez l'exemple d'une production de la côte ouest, *The Beachcombers*, et le café Molly's Reach. Vos archives sont riches, d'une richesse dont les Canadiens pourraient profiter. Avez-vous prévu de le leur permettre? C'est ma première question.

Ma deuxième concerne la diversité. Ça été l'objet d'une question. Vous avez embrassé la diversité, mais je pense que vous pouvez faire plus. Par exemple, raconter les diverses populations LGBTQA. Prévoyez-vous diversifier votre représentation des Canadiens?

**M. Hubert T. Lacroix:** Heather, voulez-vous répondre sur les archives? Louis pourra ensuite répondre aussi à cette question, puis nous reviendrons à la diversité.

**Mme Heather Conway:** D'accord.

Pour les archives, malheureusement ça dépend. Nous ne possédons pas les droits de tous les documents archivés. En général, nous les obtenons grâce au financement du Fonds des médias du Canada, pendant six ou sept ans. Après, ça s'arrête là. Pour diffuser une émission comme *Kids in the Hall* ou la montrer sur nos plateformes numériques, il nous faudrait acheter les droits. Donc, ça dépend.

**La présidente:** L'Office national du film du Canada le fait cependant. Vous est-il possible d'entamer des négociations en ce sens avec les indépendants, parce que c'est de l'excellent contenu canadien?

**Mme Heather Conway:** Nous le faisons lorsque nous avons l'impression qu'il y aura un auditoire. Par exemple, nous avons rediffusé *Kids in the Hall* sur notre portail de comédie.

**M. Hubert T. Lacroix:** Louis, voulez-vous répondre?

**La présidente:** Est-ce sur la diversité?

**M. Hubert T. Lacroix:** Les archives d'abord.

**M. Louis Lalande:** Les archives.

[Français]

Les archives sont extrêmement importantes. Comme Mme Conway l'a mentionné, il existe une grande proportion d'émissions dont les droits ne nous appartiennent pas. Quand nous voulons les rediffuser ou les réutiliser, il faut donc payer des droits.

Il y a beaucoup d'émissions qui nous appartiennent également. Il y a tout ce qui précède l'année 1985 pour les émissions dramatiques et de variétés. Par la suite, il y a tous les documentaires et tout le volet de l'information.

Tout ce que je peux vous dire, c'est que nous avons un plan accéléré à cet égard. La première étape est de nous assurer de numériser l'ensemble du fonds d'archives. La deuxième, c'est que nous avons toujours eu, que ce soit à la radio, à la télé et aux heures de grande écoute, des émissions qui utilisent les archives. Je pense

par exemple à l'émission *Les enfants de la télé*, à la télévision, et à l'émission *Aujourd'hui l'histoire*, à la radio. Cela nous permet d'utiliser le matériel archivé et de faire revivre les grands moments de l'histoire dans une perspective moderne.

Tout cela va s'accélérer, mais il existe effectivement un enjeu de droits pour ce qui est des grandes productions. Nous allons probablement y arriver un jour.

[Traduction]

**M. Hubert T. Lacroix:** Pouvez-vous répondre sur la diversité, Heather?

**La présidente:** Merci, mais brièvement, parce que nous manquons de temps. Je vous posais la question sur plus de diversité, parce que le visage du Canada a beaucoup changé et que vous pourriez raconter diverses histoires sur les LGBTQA.

**Mme Heather Conway:** Je suis lesbienne. Je suis donc toujours en faveur de plus d'histoires sur les LGBTQA, et ça ne nous fait pas peur.

Je pense que, de plus en plus, nous voulons voir des émissions dont la principale caractéristique du personnage n'est pas d'être transgenre. Ce n'est qu'un élément parmi d'autres de la vie quotidienne de tout le monde, tout comme nous voulons voir le reflet de la diversité. Ainsi, nous nous demandons pour quelle raison personne, dans une émission, n'est handicapé, pour quelle raison tous les personnages sont blancs. S'il n'y a pas de justification, nous réclamons la diversification aux producteurs.

Nous essayons aussi de le faire dans nos services. Voyez nos embauchés des 6 à 12 derniers mois, à la radio: Rosanna Deerchild, Piya Chattopadhyay, Duncan McCue, qui fait *Cross Country Checkup*, Candy Palmater et, sur Radio Two, Raina, qui a remplacé Tom Power, le matin. Ils ont des antécédents divers. Nous nous en soucions donc sincèrement.

Franchement, l'une de nos principales priorités est aussi de refléter la diversité dans notre personnel, parce que c'est ainsi que ça s'intègre dans le tissu de notre organisation. Mais en période de mises à pied, ça devient très difficile. Il faut être en période de grande embauche pour pouvoir le faire.

● (1300)

**La présidente:** Merci beaucoup. Je pense qu'une autre séance commence bientôt. Je demande donc notre ajournement.

Merci beaucoup. La séance est levée.





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

---

### PERMISSION DU PRÉSIDENT

---

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

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

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

---

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

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

---

### SPEAKER'S PERMISSION

---

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

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

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

---

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>